

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu
Wydział Antropologii i Kulturoznawstwa

Łukasz Juda

**Lapidarne formy wideo w (cyber)kulturze. Ku relacyjnemu
rozumieniu praktyk medialnych**

**Lapidary Video Forms in (Cyber)Culture: Toward a Relational Under-
standing of Media Practices**

ROZPRAWA DOKTORSKA

DZIEDZINA NAUK HUMANISTYCZNYCH
DYSCYPLINA NAUKI O KULTURZE I RELIGII

Praca doktorska napisana pod kierunkiem:
dr hab. prof. UAM Magdaleny Kamińskiej



Poznań, 2026

*Promotorce, rodzinie i przyjaciołom.
Za wsparcie, memy, tiktoki - i odrobinę zrozumienia.
Dziękuję.*

Spis treści

Wstęp	7
Rozdział I Lapidarność jako cecha form komunikacyjnych w cyberkulturze	16
1.1 Krótkość formuł komunikacyjnych w perspektywie historii cyberkultury ...	16
1.1.1 Zwięzłość komunikowania zapośredniczonego komputerowo: początki komercjalizacji sieci.....	17
1.1.2 Krótkość formuł komunikacyjnych w mediach społecznościowych	25
1.2 Nowe lapidarności.....	31
1.2.1 Natychmiastowość jako cecha nowych lapidarności	38
1.2.2 Media natychmiastowe, media efemeryczne.....	40
Rozdział II Lapidarne formy wideo i ich miejsca cyrkulacji.....	49
2.1 Stopniowy zwrot ku lapidarnej audiowizualności	49
2.1.1 GIF internetowy	49
2.1.2 YouTube – początki platformizacji krótkich form wideo	51
2.2 Krótka historia lapidarnych form wideo i ich platformowej cyrkulacji	55
2.2.1 Vine – pierwsza platforma dedykowana lapidarnym formom wideo	55
2.2.2 Snapchat – efemeryczność i format <i>Stories</i>	56
2.2.3 Flipagram – muzyka i algorytmy w lapidarnych formach wideo	57
2.2.4 Musical.ly – bezpośredni poprzednik TikToka.....	58
2.2.5 W stronę archeologii mediów przedcyfrowych.....	60
2.3 Współczesne obiegi lapidarnych form wideo	63
2.3.1 TikTok jako główne środowisko obiegu lapidarnych form wideo.....	64
2.3.2 Instagram – format <i>Reels</i>	66
2.3.3 YouTube – <i>Shorts</i> i komplementarność form wideo.....	70
2.3.4 Snapchat – zakładka <i>spotlight</i> i najmłodszy użytkownicy.....	71
2.3.5 Współistnienie i przepływy między platformami	79
2.4 Lapidarne formy wideo	88
2.4.1 Remiks jako praktyka kulturowa w obrębie lapidarnych form wideo	91
Rozdział III Metodologiczna reorientacja. Ku ujęciu dyfrakcyjnemu.....	101
3.1 Media społecznościowe w ujęciu performatywnym.....	101
3.2 Aparat onto-epistemologiczny	107

3.2.1	Protoperformatywność fizyko-filozofii Nielsa Bohra w koncepcji sprawczego realizmu.....	108
3.2.2	Sprawczorealistyczne ujęcie rzeczywistości	111
3.2.3	Sprawczorealistyczna natura praktyk (nie tylko) naukowych	117
3.3	Metodologia dyfrakcji.....	120
3.3.1	(N)etnografia dyfrakcyjna.....	125
3.3.2	<i>Performuj albo...</i> Podstawowe założenia ogólnej teorii performansu Jona McKenziego	133
Rozdział IV	Intra-akcyjny fenomen TikToka	139
4.1	Aparat dyfrakcyjny	139
4.1.1	Dyfrakcyjna lektura TikToka.....	140
4.1.2	Splątanie aparatów produkcji na przykładzie figury użytkownika.....	150
4.1.3	Algorytm i użytkownicy: relacyjna dynamika rekomendacji na TikToku	158
4.2	Fenomen trendu.....	164
4.2.1	Materialno-dyskursywna praktyka trendu	165
4.2.2	Praktyki użytkowników w ramach trendu „Taniec Wednesday”	174
Rozdział V	Granice aparatu produkcji TikToka	180
5.1	Problematyka procesów włączania	180
5.1.1	Splątane fenomeny muzyczne	186
5.1.2	Trend jako włączający aparat produkcji	199
5.1.3	Nie tylko młodzi – splątania fenomenu starości z fenomenem TikToka ..	205
Rozdział VI	Praktyki materioznaczące w obszarze lapidarnych form wideo	216
6.1	TikTokizacja świata – realistyczna diagnoza czy ryzykowne uproszczenie? 216	
6.1.1	Krótkość treści, presja produktywności i panika moralna: <i>brain rot</i> jako praktyka	218
6.1.2	Uproszczone ramy interpretacyjne jako praktyki materioznaczące.....	224
6.2	(N)etnografia dyfrakcyjna jako postawa.....	232
Zakończenie	242
Bibliografia	251
Netnografia	273
Dyskografia i filmografia	291
Spis ilustracji	292

Wstęp

Współczesne praktyki kulturowe coraz silniej splatają się ze środowiskami cyfrowymi. Przenikają one codzienne doświadczenie, współorganizując jego warunki oraz sposoby komunikowania i działania. Szczególną rolę odgrywają tu media społecznościowe, które intensyfikują obieg treści i przyspieszają ich wytwarzanie. W rezultacie przekształceniom ulegają nie tylko formy komunikacji, lecz także organizacja życia codziennego oraz rytmy funkcjonowania.

Zjawisko to Katarzyna Kopecka-Piech ujmuje jako postępującą saturację medialną, obejmującą zarówno wymiar technologiczny – związany ze stopniem nasycenia codzienności urządzeniami i infrastrukturą cyfrową – jak i komunikacyjny, odnoszący się do rosnącej obecności komunikacji medialnej w różnych sferach życia¹. Uzupełnieniem tych ujęć jest saturacja dyskursywna, oznaczająca nasycenie „przestrzeni społecznej określonymi treściami oraz sposobami ich prezentacji”². W efekcie codzienne doświadczenie organizuje się wokół coraz bardziej złożonych procesów obiegu treści i praktyk komunikacyjnych, których dynamika wymyka się jednorodnym modelom i stabilnym kategoriom opisu.

Jednym z najbardziej wyrazistych przejawów tych przemian jest rosnące znaczenie form krótkich, natychmiastowych i silnie skondensowanych. Krótkość ta nie funkcjonuje jednak wyłącznie jako parametr techniczny ani ograniczenie formalne, lecz jako istotny element współorganizujący i różnicujący praktyki, sposoby działania oraz konfiguracje uczestnictwa i obiegu, zarówno wyłaniające się w tych przekształceniach, jak i współkształtujących ich dalszy przebieg.

Tendencje do zwięzłości obecne były już we wczesnych fazach rozwoju internetu, jednak wraz z rozwojem mediów społecznościowych uległy one znacznemu przyspieszeniu i przekształceniu, pozostając przy tym często deprecjonowane jako formy banalne, uproszczone czy ubogie. Deprecjacja ta może być rozumiana jako efekt wyczerpywania się możliwości dotychczasowych sposobów myślenia o tych zjawiskach, opartych na stabilnych podziałach, wyraźnych granicach oraz postawie

¹ K. Kopecka-Piech, *Wymiary i skutki saturacji medialnej w przestrzeniach otwartych i zamkniętych na przykładzie analiz centrum handlowego Sky Tower i projektu P.I.W.O.*, „Studia Medioznawcze” 2015, nr 4(63), s. 51–63.

² Tamże, s. 56.

tekstocentrycznej. Trudności w uchwyceniu tych form wskazują na napięcie między złożonością badanych konfiguracji a aparatem pojęciowym służącym do ich opisu; napięcie to jednak nie pozostaje bez wpływu na doświadczenie użytkowników funkcjonujących w warunkach nadmiaru treści i konkurujących, często alarmistycznych ram interpretacyjnych, współkształtujących poczucie niepewności co do sposobów ich rozumienia.

Na oznaczenie form komunikacyjnych opartych na krótkości i kondensacji przekazywanego przez nie znaczenia rozwijam w niniejszej rozprawie kategorię nowych lapidarności³, obejmującą różnorodne formy komunikacyjne, takie jak memy, GIF-y czy snapy. Kategoria ta pozwala uchwycić wspólne mechanizmy organizujące współczesną komunikację cyfrową, związane z kondensacją przekazu, jego multimodalnością oraz cyrkulacją w warunkach platformowo organizowanej widoczności, wykraczające poza pojedyncze gatunki czy formaty. Szczególnym ich przykładem są lapidarne formy wideo, które w ostatnich latach zyskały globalną popularność za sprawą platform takich jak TikTok, Instagram czy YouTube. Choć często opisywane są jako element kultury rozrywkowej lub krótkie materiały audiowizualne, ich funkcjonowanie nie ogranicza się do takich ujęć, lecz wpisuje w szersze konfiguracje społeczno-kulturowe, niewyczerpujące się w ramach wyodrębnionego „środowiska cyfrowego”.

Zasadniczym problemem badawczym niniejszej rozprawy są przekształcenia zachodzące we współczesnej cyberkulturze, których szczególnie wyrazistym przejawem w ostatnich latach są lapidarne formy wideo. Dynamika tych przemian wiąże się ze wzrostem intensywności, kondensacji i złożoności komunikacji, co ujawnia ograniczenia dominujących modeli analizy i interpretacji oraz rodzi pytania o możliwość etycznie odpowiedzialnego opisu i analizy zjawisk funkcjonujących w tych warunkach.

Celem naukowym rozprawy jest pogłębiona analiza lapidarnych form wideo, miejsc ich cyrkulacji oraz współkształtujących się wokół nich zjawisk kulturowych i form społecznienia. Obejmuje ona również próbę przemyślenia współczesnych praktyk kultury cyfrowej oraz sposobów ich reorganizacji w ostatnich latach.

W tym ujęciu praca zmierza do wypracowania teoretycznego i metodologicznego sposobu ujmowania współczesnych form komunikacji cyfrowej nie jako stabilnych obiektów, lecz w perspektywie ich relacyjnego i procesualnego charakteru. Oznacza to

³ *Nowe lapidarności*, Karol Jachymek, Urszula Sawicka, Łukasz Juda (red. tem.) „Kultura Współczesna” 2(127), 2024.

zarazem próbę odpowiedzi na pytanie o możliwość etycznie odpowiedzialnego opisu i analizy zjawisk komunikacyjnych współkształtowanych w złożonych układach zależności. Realizacją tego celu jest opracowanie relacyjnego i performatywnego modelu analizy lapidarnych form wideo, w którym ich właściwości i znaczenia nie są traktowane jako uprzednio dane, lecz jako wyłaniające się w toku ich funkcjonowania.

Na początkowym etapie badań przyjąłem perspektywę najbliższą podejściu netnograficznemu⁴, umożliwiającą wstępne rozpoznanie badanego fenomenu oraz uchwycenie podstawowych praktyk komunikacyjnych funkcjonujących w jego obrębie. Na tym etapie wykorzystane zostały przede wszystkim autoetnografia⁵, obserwacja uczestnicząca⁶ wsparta prowadzonym dziennikiem badacza, a także analiza danych zastanych (*desk research*⁷) oraz jakościowa analiza zawartości⁸. Zastosowane podejście nie ogranicza się jednak do klasycznego ujęcia netnograficznego, lecz stanowi punkt wyjścia dla dalszej reorientacji metodologicznej, wynikającej z konieczności uchwycenia relacyjnego i procesualnego charakteru analizowanych zjawisk.

Materiał badawczy gromadzony był w latach 2021–2026, a proces jego analizy pozostawał otwarty aż do etapu finalizacji rozprawy. Obserwacja obejmowała platformy takie jak TikTok, Instagram, Snapchat, Facebook oraz Twitter/X. Archiwizacja dokonana była zarówno w formie zapisów w dzienniku badawczym, jak i gromadzonych lokalnie nagrań, zrzutów ekranu oraz powiązanych z nimi komentarzy i metadanych. Materiał ten nie stanowi zamkniętego korpusu, lecz wyłaniał się w toku badań jako efekt zaangażowania podmiotu badającego w analizowane praktyki i relacje.

Dane te pozyskiwane były partycypacyjnie – przez badacza będącego jednocześnie użytkownikiem analizowanych platform i uczestnikiem praktyk, które stanowią przedmiot niniejszej rozprawy. Obserwacja ta nie ograniczała się do uczestnictwa online, lecz przyjmowała formę partycypacji uwzględniającej usytuowanie badacza wewnątrz

⁴ Zob. R. V. Kozinets, *Netnografia. Badania etnograficzne online*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2012.

⁵ Zob. M. Kamińska, *Autoetnografia jako technika badań etnograficznych w Internecie*, „Przegląd Socjologii Jakościowej”, 10(3), 2014, s. 170–183.

⁶ Zob. np. P. Miller, *Wprowadzenie do obserwacji online: warianty i ograniczenia techniki badawczej*, „Przegląd Socjologii Jakościowej” 8(1), 2012, s. 76–97.

⁷ M. Makowska, *Desk research*, s. 80-103 [w:] Taż (red.), *Analiza danych zastanych. Przewodnik dla studentów*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2013.

⁸ P. Mayring, *Qualitative Content Analysis. Theoretical Foundation, Basic Procedures and Software Solution*, Klagenfurt 2014.

świata, w którym wyłaniały się analizowane zjawiska, zamiast lokować go w pozornie neutralnej pozycji zewnętrznego obserwatora.

Z uwagi na złożoność i rozległość badanego fenomenu przyjęte podejście wymaga metodycznej elastyczności oraz łączenia różnych perspektyw analitycznych. W konsekwencji przyjęte ujęcie badawcze ma charakter splątany: odnosi się do relacyjnej natury analizowanego fenomenu, a zarazem przyjmuje formę stopniowej reorientacji. W tym sensie ujęcie to podlega w toku wywodu świadomej transformacji, będącej efektem podążania za fenomenem przy jednoczesnym uznaniu własnego w niego uwikłania, co wiąże się również z dynamiczną reorientacją zakresu analizowanego fenomenu.

W początkowych partiach rozprawy lapidarne formy wideo rozumiane są jako względnie stabilne obiekty analizy, co umożliwia ich wstępne rozpoznanie oraz osadzenie w szerszym kontekście nowych lapidarności. Takie ujęcie, choć w głównej mierze operujące kategoriami właściwymi analizie tekstu, stanowi ruch metodologicznie konieczny, pozwalający uchwycić podstawowe sposoby organizacji badanego fenomenu.

W dalszej części pracy perspektywa ta ulega stopniowej problematyzacji. Analiza prowadzi bowiem do wniosku, że lapidarne formy wideo nie mogą być adekwatnie opisywane jedynie jako autonomiczne „teksty” czy stabilne obiekty kulturowe. Tendencja ta coraz częściej znajduje odzwierciedlenie w literaturze przedmiotu. Jak zauważa jednak Kyle Parry:

Mimo nieustannego brzęczenia (*hum*) kulturowych innowacji formalnych (i mimo że technologie cyfrowe to brzęczenie znacznie wzmacniają), autorzy z Europy i Ameryki Północnej wykazują tendencję do faworyzowania określonych form ponad inne – przy czym narracja i mimesis (inne określenie reprezentacji) pozostają tymi najczęściej badanymi i celebrowanymi⁹.

W niniejszej rozprawie przyjmuję więc, że lapidarne formy wideo wymagają ujęcia relacyjnego i performatywnego, w którym ich właściwości i znaczenia nie są traktowane jako dane, lecz kształtują się w dynamicznych układach zależności między użytkownikami, technologiami oraz szerszymi warunkami współorganizującymi ich cyrkulację i widoczność. W tym sensie zarówno ujęcia tekstowe, jak i performatywne nie są traktowane jako konkurencyjne, lecz jako różne sposoby stabilizowania relacyjnych

⁹ K. Parry, *Theory of Assembly: From Museums to Memes*, University of Minnesota Press, 2022, s. 2.

układów, w obrębie których analizowane formy komunikacyjne uzyskują swoją postać i znaczenie.

Przejście to nie oznacza zmiany przedmiotu badań ani potrzeby formułowania odrębnego problemu badawczego, lecz stanowi konsekwencję podążania za badanym fenomenem i stopniowego wyłaniania się jego złożoności. Oba ujęcia nie funkcjonują tu jako konkurencyjne, lecz jako komplementarne momenty procesu poznawczego, prowadzącego od wstępnego uporządkowania do bardziej złożonego, procesualnego rozumienia analizowanych zjawisk.

Inspiracją dla takiego podejścia jest realizm sprawczy Karen Barad, umożliwiający myślenie o badanych zjawiskach nie jako o stabilnych obiektach, lecz jako o dynamicznych konfiguracjach relacji. W tym ujęciu kategorie takie jak „użytkownik”, „technologia” czy „trend” nie są uprzednio dane, lecz wyłaniają się jako fenomeny w procesach intra-akcji. Uzupełnieniem tej perspektywy jest ogólna teoria performansu Jona McKenziego¹⁰, pozwalająca uchwycić zróżnicowane konfiguracje praktyk komunikacyjnych oraz włączać je w proces mapowania analizowanego fenomenu. Ostatecznym ruchem metodologicznym przyjętym w niniejszej rozprawie jest dyfrakcyjne odczytanie fenomenu TikToka oraz przywoływanych perspektyw teoretycznych – realizmu sprawczego, teorii performansu i innych istotnych ujęć – w ich wzajemnym splątaniu.

Struktura pracy podporządkowana jest logice podążania za badanym fenomenem i stopniowego rekonfigurowania jego ujęcia. Rozprawa składa się z sześciu rozdziałów, które układają się w sekwencję kolejnych przybliżeń i rekonfiguracji ujęcia analizowanego zjawiska. W pierwszych rozdziałach podejmowane są genealogiczne i kontekstowe analizy nowych lapidarności i lapidarnych form wideo, następnie omawiane są przestrzenie ich cyrkulacji, by w dalszej części pracy przejść do bardziej zaawansowanych ujęć teoretyczno-metodologicznych oraz analizy TikToka jako szczególnego przypadku relacyjnego fenomenu komunikacyjnego.

W rozdziale pierwszym podejmuję dociekania genealogiczne, które pozwalają prześledzić rozwój komunikacji opartej na krótkich formach, ujmowanych tu jako ponadgatunkowe struktury określane mianem nowych lapidarności. Przyjęcie takiej perspektywy jest istotne, ponieważ cechy nowych lapidarności przenikają się między

¹⁰ J. McKenzie, *Performuj albo... od dyscypliny do performansu*, Tomasz Kubikowski (tłum.), UNIVER-SITAS, Kraków 2011.

sobą, przez co trudno jest je jednoznacznie od siebie oddzielić. Lapidarne formy wideo jako teksty wysoce splatformizowane wpisują się ponadto w szersze paradygmaty aplikacji społecznościowych.

Rozdział drugi poświęcony jest analizie najważniejszych przestrzeni cyrkulacji lapidarnych form wideo – zarówno tych współczesnych, jak i szczególnie istotnych dla ich rozwoju, choć już nieistniejących. Dokonane w nim ustalenia pozwalają na zdefiniowanie lapidarnych form wideo w szerokim kontekście możliwości komunikacyjnych współczesnego użytkownika cyberprzestrzeni, a także na uargumentowanie, dlaczego to właśnie wokół tych form kształtuje się nowy sposób myślenia o komunikacji oraz nowe sposoby pojmowania społecznościowości. Rozdział ten wieńczy fragment przejściowy, w którym omawiane są okołotekstualne praktyki remiksu ze szczególnym uwzględnieniem współczesnych praktyk muzycznych w środowiskach cyrkulacji lapidarnych form wideo.

W rozdziale trzecim dokonuję reorientacji metodologicznej, kierując się ku ujęciom antyrepresentacjonistycznym, związanym ze zwrotem performatywnym, ontologicznym oraz zwrotem ku sprawczości. Wprowadzam również kontekst fizyczno-filozoficzny, odwołując się do interpretacji mechaniki kwantowej Nielsa Bohra, który stanowi punkt wyjścia nieodzowny do omówienia koncepcji realizmu sprawczego Karen Barad. Następnie przedstawiam założenia metodologii dyfrakcji prowadzące do sformułowania propozycji (n)etnografii dyfrakcyjnej, a także omawiam ogólną teorię performansu Jona McKenziego jako uzupełnienie przyjętej perspektywy i istotny komponent dalszego, dyfrakcyjnego odczytu.

Czwarty rozdział konkretyzuje propozycję dyfrakcyjnego odczytu fenomenu TikToka, uwzględniającego trzy splątane aparaty produkcji – technologiczny, organizacyjny i kulturowy. W pierwszej kolejności rekonstruuje działanie aparatu dyfrakcyjnego, wskazując, w jaki sposób poszczególne jego elementy współuczestniczą we współkonstytuowaniu fenomenu. Następnie przeprowadzam analizę fenomenu TikToka w tej perspektywie, a także badam efekty różnicowania splątanych aparatów produkcji na przykładzie figury użytkownika oraz relacyjnej dynamiki rekomendacji algorytmicznej. W dalszej części rozdziału analizuję fenomen trendu jako szczególnej formy materialno-dyskursywnej praktyki, uzupełniając analizę studium przypadku wybranych praktyk użytkowników.

Rozdział piąty koncentruje się na analizie procesów włączania jako kluczowego mechanizmu działania aparatu produkcji TikToka, pozwalającego uchwycić sposoby

współkonstyтуowania jego granic. W tym kontekście rozwijam wątek znaczenia muzyki w omawianym fenomenie, analizując relacje pomiędzy TikTokiem a współczesnym przemysłem muzycznym. Następnie omawiam trend jako aparat włączający oraz analizuję relacje pomiędzy fenomenem TikToka a zjawiskiem starości jako przykładem negocjowania granic uczestnictwa.

Rozdział szósty podejmuje refleksję nad praktykami materioznaczącymi w obszarze lapidarnych form wideo, skupiając się na tym, w jaki sposób dominujące ramy interpretacyjne współkształtują analizowaną rzeczywistość. W pierwszej kolejności problematyzuję rozpowszechnione w dyskursach publicystycznych i naukowych ujęcia „tiktokizacji”, wskazując na ich upraszczający i potencjalnie normatywny charakter. Następnie analizuję wybrane sposoby interpretowania praktyk medialnych jako współuczestniczące w procesach materializacji znaczeń i relacji społecznych. W dalszej części rozdziału rozwijam propozycję (n)etnografii dyfrakcyjnej jako postawy nie tylko badawczej, umożliwiającej bardziej złożone i odpowiedzialne ujmowanie współczesnych fenomenów komunikacyjnych, uwzględniające ich relacyjny, procesualny i etycznie uwikłany charakter.

W poszczególnych rozdziałach wykorzystuję fragmenty tekstów opublikowanych wcześniej przeze mnie w formie artykułów naukowych. Fakt ten jest każdorazowo sygnalizowany przy tytułach rozdziałów zawierających partie oparte na tych publikacjach. W zdecydowanej większości zostały one nie tylko istotnie rozbudowane, lecz także przetworzone i osadzone w nowym układzie teoretycznym. W tym sensie funkcjonują one nie jako uprzednio domknięte całości, lecz jako materiał badawczy, który w toku dyfrakcyjnej lektury ulega dalszym przekształceniom i ponownym artykulacjom, pozostając otwarty na kolejne rekonfiguracje¹¹.

Od momentu podjęcia prac nad rozprawą obserwowałem wyraźny wzrost zainteresowania badawczego tematyką lapidarnych form wideo oraz platform takich jak TikTok, szczególnie w literaturze anglojęzycznej¹². Powstające opracowania

¹¹ Zob. K. Barad, K., *Diffracting Diffraction: Cutting Together-Apart*, „Parallax” (20), 2014, s. 168–187. Barad wskazuje ponadto, że przeszłość nie stanowi zamkniętego porządku, lecz pozostaje ontologicznie otwarta i podlega ciągłym rekonfiguracjom w nowych układach relacji. W tym sensie także teksty jako wytwory przeszłych praktyk nie mają charakteru domkniętego, lecz mogą ulegać przekształceniom i działać odmiennie w kolejnych konfiguracjach badawczych. Zob. K. Barad, *Troubling Time/s and Ecologies of Nothingness: Re-Turning, Re-Membering, and Facing the Incalculable*, „New Formations”, nr 92, 2017, s. 56–86.

¹² Chociaż w dalszym ciągu rzadkością pozostają pogłębione etnografie TikToka i lapidarnych form wideo.

reprezentują zróżnicowane perspektywy badawcze – od medioznawczej¹³, etnograficznej¹⁴ i kulturoznawczej¹⁵ po pedagogiczną¹⁶, psychologiczną¹⁷ czy marketingową¹⁸ – a także coraz częściej przyjmują formę prób syntetyzujących¹⁹ i

¹³ L. Xu, X. Yan, Z. Zhang, *Research on the Causes of the “Tik Tok” App Becoming Popular and the Existing Problems*, „Journal of Advanced Management Science”, 2019, Vol. 7, No. 2, s. 59-63; Sh. Yang, Y. Zhao, Y. Ma, *Analysis of the Reasons and Development of Short Video Application – Taking Tik Tok as an Example*, „International Conference on Information and Social Science”, 2019, s. 340–343.

¹⁴ A. Schellewald, *Communicative Forms on TikTok: Perspectives From Digital Ethnography*, „International Journal of Communication” (15), 2021, s. 1437–1457. W tym również skoncentrowane na problematyce metodologicznej: Y. Zhao, *TikTok and Researcher Positionality: Considering the Methodological and Ethical Implications of an Experimental Digital Ethnography*, „International Journal of Qualitative Methods” (23), 2024.

¹⁵ K. Kobak, S. Soğukdere, *TikTok as a Digital Carnival Place in The Context of the Carnavalesque Theory* [w:] *ReThinking Digital Communications. Social Media & Visual Culture*, Sayılğan Özge, İğit A Aslı (red.), nobel, 2020 s. 105-133; A. Matamoros-Fernández, *Taking Humor Seriously on TikTok*, „Social Media + Society” 9(1), 2023; A. Vizcaíno-Verdú, C. Abidin, *Music Challenge Memes on TikTok: Understanding In-Group Storytelling Videos*, „International Journal of Communication” 16, 2022, s. 883–908; A. Vizcaíno-Verdú, I. Aguaded, *#ThisIsMeChallenge and Music for Empowerment of Marginalized Groups on TikTok*, „Media and Communication”, 10(1), 2022, s. 157–172.

¹⁶ C. Dillon, *TikTok Influences on Teenagers and Young Adults Students: The Common Usages of the Application Tiktok*, „American Scientific Research Journal for Engineering, Technology, and Sciences” 68(1), 2020, s. 132–142.

¹⁷ L. Jain, L. Velez, S. Karlapati, M. Forand, R. Kannali, R. A. Yousaf, R. Ahmed, Z. Sarfraz, P. A. Sutter, C. A. Tallo, S. Ahmed, *Exploring problematic TikTok use and mental health issues: A systematic review*, „Cureus”, nr 17, 2025; Ch. Montag, Y. Haibo, J.D., Elhai, *On the Psychology of TikTok Use: A First Glimpse From Empirical Findings*, „Frontiers in Public Health”, 2021; X. Liang, X. Tao, Y. Wang, *Impact Analysis of Short Video on Users Behavior: Users Behavior Factors of Short Video. Evidence from Users Data of TikTok*, „7th International Conference on E-Business and Applications”, 2021, s. 18–24.

¹⁸ N. Choudhary, Ch. Gautam, V. Arya, *Digital marketing challenge and opportunity with reference to TikTok - a new rising social media platform*, „International Journal of Multidisciplinary Educationl Research”, vol. 9, 10(3), 2020, s. 189–197.

¹⁹ Wymienić tu można wiele zasługujących na uwagę wydań specjalnych czasopism, a także monografii. Jedną z istotniejszych tego typu pozycji, to zbiór tekstów podejmujących temat umiejscowienia aplikacji TikTok w kulturze Stanów Zjednoczonych, zwłaszcza w kontekstach rasy i pochodzenia etnicznego, płci i seksualności oraz badań nad subkulturami. Druga, będąca specjalnym wydaniem numeru czasopisma „Social Media + Society”, w której podjęto temat obecności i skuteczności działań ruchów aktywistycznych w aplikacji TikTok. I wreszcie trzecią, najważniejszą do tej pory publikacją, jest książka z 2022 roku autorstwa D. Bondy’ego Valdovinoso Kaye’a, Jinga Zenga i Patrika Wikstörma: *TikTok: Creativity and Culture in Short Video*, w której badacze podjęli się próby odtworzenia historii, ogólnego opisu i charakterystyki aplikacji TikTok i dokonali również wstępnych rozważań nad tworzącą się wokół niej kulturą. *TikTok Cultures in the United States*, Trevor Boffone (red.), „Routledge”, Oxford 2022; J. Lee, C. Abidin, *TikTok and Social Movements*, „Social Media + Society”, 9(1), 2023; D. B. V. Kaye, J. Zeng, P. Wikström, *TikTok: Creativity and Culture in Short Video*, UK: Polity Press, Cambridge 2022. A także numer specjalny czasopisma „Cultural Science Journal” poświęcony metodologicznemu namysłowi nad badaniem środowiska aplikacji TikTok: *TikTok Methodologies*, Cristal Abidin, Jin Lee (red. tem.), „Cultural Science Journal”, nr 15(1), 2025.

przeładowych²⁰, podejmujących wysiłek całościowego ujęcia tego fenomenu. Istotnym punktem odniesienia dla niniejszej pracy są również rozwijające się inicjatywy badawcze, takie jak projekt TikTok and Cultures, które dokumentują i porządkują rosnący korpus analiz poświęconych tej platformie, a także inicjują i umożliwiają rozwój międzynarodowych sieci zainteresowanych tematem badaczy²¹. Poza tym ogólnym wskazaniem wybranych, z konieczności ograniczonych odniesień, w toku dalszego wywodu przywoływane są kolejne opracowania, istotne dla podejmowanych zagadnień. Przyjęte rozwiązanie pozwala zachować spójność argumentacji oraz ściślej powiązać poszczególne elementy wywodu z analizowanym materiałem przy jednoczesnym odsyłaniu czytelnika do dalszych opracowań w przypisach.

²⁰ A. Tereszkiwicz, *TikTok: przegląd badań naukowych*, „Media i Społeczeństwo” (16), 2022, s. 211–231; Y. Zhang, *Short-form Video Platforms and Participatory Culture: A Literature Review of TikTok's Impact on Digital Engagement*, „Communications in Humanities Research”, nr 98, 2025, s. 110-115; M. Jha, P. Sharma, *Mapping the psychological landscape of short video consumption: A bibliometric analysis*, „Social Sciences & Humanities Open” (12), 2025; Y. Kung, Y. Wang, X. Li, J. Hatrick, W. Liu, Q. Wang, J. Liang, Y. Liu, *Digital Labor on TikTok and Douyin Platforms: A Scoping Review*, „Review of Communication Research”, nr 13, 2025, s. 212–228; A. Rejeb, K. Rejeb, A. Appolloni, H. Treiblmaier, M. Iranmanesh, *Mapping the scholarly landscape of TikTok (Douyin): A bibliometric exploration of research topics and trends*, „Digital Business”, nr 4(1), 2024, s. 1–23.

²¹ *TikTok and Cultures*, „TikTok and Cultures Research Network” <https://tiktokcultures.com/about/> (20.02.2026).

Rozdział I

Lapidarność jako cecha form komunikacyjnych w cyberkulturze

1.1 Krótkość formuł komunikacyjnych w perspektywie historii cyberkultury

Zrozumienie specyfiki współczesnych lapidarnych form komunikacyjnych wymaga osadzenia ich w szerszej historii komunikacji w cyberprzestrzeni. Krótkość przekazu od początku istnienia komercyjnej sieci stanowiła jedną z jej nieodłącznych cech deskryptywnych. Na ten stan rzeczy wpływało (i nadal wpływa) wiele różnych czynników. Po pierwsze, były to uwarunkowania technologiczne, które u początków komercjalizacji internetu w decydujący sposób kształtowały nawyki komunikowania się za jego pośrednictwem²². Po drugie, ważną rolę odgrywały upodobania, potrzeby oraz decyzje podejmowane przez użytkowników²³. Po trzecie, rozpatrując to zjawisko w szerszym kontekście, znaczenie miały tu ponowoczesne uwarunkowania kulturowe i ekonomiczne, które promują fragmentaryzację, komunikacyjny dynamizm, szybkość i częstą zmienność²⁴.

Będące przedmiotem niniejszej rozprawy doktorskiej nowe formuły komunikacyjne oparte na lapidarnych formach wideo nie stanowią zatem (przynajmniej w tym zakresie) wyjątku ani punktu dojścia, lecz raczej element szerszych tendencji i charakterystyk komunikacji w sieci. «Nowe lapidarności» takie jak memy, GIF-y, tweety,

²² Mimo że współcześnie ograniczenia technologiczne zostały w dużej mierze przezwyciężone, wypracowane w przeszłości wzory zachowań pozostają widoczne do dziś. Warto więc pamiętać o podkreślanym już w 2008 roku przez Jana Grzenię obopólnym wpływie technologii na język oraz języka na technologię. Ta wzajemna relacja pokazuje, że technologie nie tylko kształtują nasze sposoby komunikacji, lecz także same ulegają przemianom w odpowiedzi na ludzkie potrzeby, możliwości oraz praktyki językowe. Zob. J. Grzenia, *Komunikacja językowa w internecie*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008, s. 52.

²³ Spośród wielu dostępnych obecnie formuł komunikacyjnych rola zwięzłych form wypowiedzi wydaje się stale rosnać. Wskazuje na to m.in. cały czas rosnąca liczba użytkowników aplikacji TikTok oferującej komunikowanie za pomocą lapidarnych form wideo (2,314 miliarda aktywnych użytkowników miesięcznie w 2024 roku). Zob. *Digital 2024 Global overview report*, We are Social, Meltwater, 2024, s. 232 <https://wearesocial.com/uk/blog/2024/01/digital-2024/> (04.01.2025). Warto tu wskazać też niesłabnącą popularność i społeczny wpływ formatów takich jak: mem internetowy, GIF-y czy tweety.

²⁴ Kwestie te poruszali w swoich pracach m.in. Zygmunt Bauman, Jean-François Lyotard, David Harvey czy Fredric Jameson. Zob. Z., Bauman, *Płynna nowoczesność*, Tomasz Kunz (tłum.), Wydawnictwo Literackie, Kraków 2006; J.F. Lyotard, *Kondycja ponowoczesna. Raport o stanie wiedzy*, Małgorzata Kowalska, Jacek Migasiński (tłum.), Aletheia, Warszawa 1997; F. Jameson, *Postmodernizm, czyli logika kulturowa późnego kapitalizmu*, Maciej Płaza (tłum.), Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2011; D. Harvey, *Kondycja ponowoczesna. Badania nad genezą zmiany kulturowej*, Janusz Stawiński (tłum.), Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2001.

snapy, stories czy cypypasty²⁵, stanowią dziś nieodłączne jej elementy. Aby ulokować lapidarne formy wideo w szerszym kontekście komunikacji zapośredniczonej medialnie, postaram się teraz odtworzyć historię zwięzłej komunikacji w sieci i omówić czynniki, które ją kształtowały. Owe archeologiczno-genologiczne poszukiwania rozpocznę od wczesnych lat 90. i początków komercjalizacji internetu.

1.1.1 Zwięzłość komunikowania zapośredniczonego komputerowo: początki komercjalizacji sieci

U początków komercjalizacji masowego internetu imperatyw zwięzłej komunikacji wiązał się głównie z wykorzystaniem słowa pisanego. W znacznym stopniu wynikało to ze specyfiki ówczesnej sieci, zwłaszcza ograniczonej przepustowości łączy oraz niewielkiej pojemności stron internetowych. Dostępna w tamtym okresie technologia nie pozwalała jeszcze na efektywne wykorzystywanie obrazów, a tym bardziej treści audiowizualnych w komunikacji. Choć więc – jak w 1999 roku zauważył Bruce M. Owen – przesyłanie filmów przez internet było już praktyką znaną użytkownikom²⁶, to z powodu ograniczeń ogólnodostępnych rozwiązań technologicznych zdecydowanie częściej posługiwano się słowem pisanym. Jak w 2006 roku zauważał David Crystal: „czas potrzebny na pobranie stron zawierających >>wymyślną grafikę<< i elementy multimedialne jest rutynową przyczyną frustracji”²⁷, co dotyczyło zwłaszcza sytuacji interaktywnych, wymagających natychmiastowych reakcji²⁸. Korzystając ze słowa pisanego, można było szybciej przysyłać i odbierać komunikaty. Ponadto pismo zajmowało mniej miejsca w transmisji danych oraz wiązało się z niższymi kosztami ich transferu²⁹.

²⁵ Zwłaszcza ich skrócone do pierwszych zdań wersje, ewokujące całość oryginalnego tekstu, jak na przykład szeroko rozpoznawalna w polskiej cyberprzestrzeni fraza „masz ty w ogóle rozum i godność człowieka?”, a jeszcze krócej - RiGCz odnosząca się do dłuższego, humorystycznego tekstu o Janie Pawle II. Zob. *Rozum i Godność Człowieka*, „KomPost Fandom”, https://kompost.fandom.com/wiki/Rozum_i_Godność_Człowieka (22.03.2026).

²⁶ B. M. Owen, *The Internet Challenge to Television*, Harvard University Press, Cambridge 1999 [za:] M. Castells, *Galaktyka internetu: Refleksje nad internetem, biznesem i społeczeństwem*, Tomasz Hornowski (tłum.), Dom Wydawniczy Rebis, Poznań 2003, s.214.

²⁷ D. Crystal, *Language and the Internet*, Cambridge University Press, Cambridge 2006, s. 47.

²⁸ Tamże.

²⁹ Żartobliwie i z wyczuwalną nostalgią do wspomnianych ograniczeń technologicznych odnosi się jedna z TikTokerek/Instagramerek. Na zamieszczonym przez nią filmie widzimy „kobietę z lat 90.,” która musi bardzo długo czekać na połączenie z Internetem, a następnie równie długo, aż otworzy się przesłana do niej fotografia. Całą sytuację użytkowniczka ówczesnej sieci podsumowuje stwierdzeniem „waiting is fun”

Analizując wczesną sieć David Crystal zauważył, że choć zauważalne jest wysokie zróżnicowanie obecnych praktyk komunikacyjnych, to można wskazać na istnienie pewnego ogólnego języka charakterystycznego dla ówczesnego internetu.³⁰ Crystal określił go terminem *Netspeak*, a jako jedną z jego najbardziej zauważalnych cech wskazał stosowanie przez użytkowników wielu różnorodnych skrótów³¹.

Skracanie komunikatów odbywało się przy użyciu zróżnicowanych metod. W badaniach nad *Netspeakiem* – koncentrujących się głównie na języku angielskim – zwracano uwagę przede wszystkim na cztery sposoby skracania wypowiedzi: 1) skracanie zdań poprzez redukcję składniową (Naomi S. Baron jako przykład redukcji pełnych zdań przytacza między innymi zamianę „Have you the time?” na „Got the time?”³²); 2) stosowanie rebusów słownych, na przykład: „B4” oznaczające *before* czy „l8r” na oznaczenie *later*)³³; 3) stosowanie skrótów określonych w języku polskim przez Jana Grzenia jako „ucięcia”, jak na przykład: „cze” (cześć), „pzdr” (pozdrawiam)³⁴, a w języku angielskim *thx* (*thanks*), *pls* (*please*) czy *bc* (*because*); 4) wreszcie, szczególnie charakterystyczną metodą zachowania pożądanej zwięzłości wypowiedzi było zamienianie często powtarzanych sformułowań w akronimy³⁵ takie jak CFC (*call for comments*) czy AFK (*away from keyboard*).

Skróty te przydatne były zwłaszcza w sytuacjach komunikacyjnych, w których liczył się czas odpowiedzi interlokutorów. Jak zauważa Christopher C. Werry:

(czekanie to zabawa). Następnie, po cięciu, na nagraniu widać współczesną kobietę, której e-mail odtwarza się o sekundę za późno w stosunku do jej oczekiwań. Tę scenę podsumowuje wypowiedzią: „Oh my God! [...] I need a new phone!” (O mój Boże! [...] potrzebuję nowego telefonu!). Zob. <https://www.instagram.com/reel/DCR8-t7S1CT/?igsh=MXBpMW9xcXhqOThrYQ==> (15.01.2025).

³⁰ David Crystal w 2006 roku wyróżnił pięć sytuacji korzystania z internetu. Należały do nich: e-maile, czaty grupowe (zarówno synchroniczne, takie jak Internet Relay Chat, jak i asynchroniczne, na przykład tablice ogłoszeń czy listy mailingowe), wirtualne światy oraz strony WWW. D. Crystal, *Language...*, dz. cyt., s. 10.

³¹ Choć, co trzeba podkreślić, w sytuacjach wymagających komunikacji synchronicznej korzystanie ze skrótów było niemal konieczne, ponieważ kluczowe znaczenie miała szybkość reakcji interlokutorów. Tamże, s. 84.

³² N. S. Baron, *Language of the Internet*, [w:] *The Stanford Handbook for Language Engineers*, Ali Farghali (red.), CSLI Publications, Stanford 2002, s. 4.

³³ D. Crystal, *Language...*, dz. cyt., s. 228.

³⁴ J. Grzenia, *Komunikacja...*, dz. cyt., s. 145.

³⁵ W niniejszej pracy posługuję się tym sformułowaniem w ślad za Janem Grzenia, który zauważa, że choć „termin «akronim» przysługuje wszelkim skrótom”, to „bywa u nas rzadko używany, co pozwala wykorzystać go [...] w specyficznym znaczeniu”, jako określającego „skrótów rozbudowanych wyrażen”. Zob. J. Grzenia, *Komunikacja...*, dz. cyt., s. 145–146.

W *De Oratore* Ciceron argumentuje, że fizyczne ograniczenia, takie jak ilość dostępnego oddechu u ludzkich mówców, wpływają na długość i formę wypowiedzi ustnych i pisemnych. Podobnie na IRC kombinacja ograniczeń przestrzennych, czasowych i społecznych działa jako istotne warunki ograniczające, wpływając na wielkość i kształt komunikacji w sposób analogiczny. Czynniki takie jak wielkość ekranu, średnia prędkość pisania, minimalny czas odpowiedzi, rywalizacja o uwagę, liczba użytkowników na kanale oraz tempo rozmów przyczyniają się do wykształcenia charakterystycznych właściwości komunikacji. [...] Taka zwięzłość wynika w pewnym stopniu z ograniczeń przestrzennych, ponieważ wiele interfejsów oferuje stosunkowo płytke okno do komponowania, co oznacza, że pisanie długiej wiadomości sprawia, iż jej pierwsza część przewija się poza ekran zanim wiadomość zostanie ukończona. Bardziej istotne w tym kontekście jest jednak to, że aby nadążyć za przepływem rozmowy, często trzeba szybko odpowiadać, co oznacza, że – chyba że ktoś potrafi bardzo szybko pisać – wiadomości muszą być krótkie³⁶.

Taką sytuację komunikacyjną warunkowaną przez specyfikę platform tworzyły wówczas przede wszystkim synchroniczne czaty grupowe i wirtualne światy charakteryzujące się szczególnym dynamizmem wymiany myśli. Wraz z wykształceniem się powszechnie rozpoznawalnych akronimów czy rebusów słownych spotkać je było jednak można w coraz większej liczbie miejsc w sieci.

Skróty te odgrywały również istotną rolę w innej, pozainternetowej sytuacji komunikacyjnej³⁷. Chodzi o wiadomości tekstowe SMS³⁸ (*Short Message Service*), w których liczba znaków możliwych do użycia w jednej wiadomości została ograniczona do 160³⁹. Wymuszało to na nadawcy albo dzielenie wiadomości na kilka SMS-ów, co

³⁶ Ch. C. Werry, *Linguistic and interactional features of Internet Relay Chat* [w:] *Computer-Mediated Communication: Linguistic, Social and Cross-Cultural Perspectives*, Susan C. Herrin (red.), John Benjamins Publishing, Amsterdam 1996, s. 53-54.

³⁷ Znacznie wcześniejszą formą komunikacji, w której powszechnie wykorzystywano skróty — w tym akronimy — był telegraf. Powszechnie przywoływana jest chociażby historia pierwszego użycia w 1917 roku popularnego do dziś akronimu „OMG” (Oh My God) w telegramie generała Johna Fishera wysłanym do Winstona Churchilla. M. Greguras, *Overview of the Use of Abbreviations in Digital Communication Through Shanno*, „73rd International Scientific Conference on Economic and Social Development - >>Sustainable Tourism in Post-pandemic World<<”, Dubrovnik 2021, s. 127. Ponadto telegrafisci posługiwali się różnorodnymi skrótami w rozmowach prowadzonych między sobą podczas przerw w pracy. Zob. D. Friedman, *From 1890: The first text Messages*, „Sunday Magazine”, 2010, <https://sundaymagazine.org/2010/08/10/from-1890-the-first-text-messages/> (21.01.2026).

³⁸ W późniejszym czasie równie istotną rolę odgrywała technologia MMS (*Multimedia Messaging Service*).

³⁹ Pierwszy SMS został wysłany 3 grudnia 1992 roku z komputera inżyniera Neila Papwortha na telefon Richarda Jarvisa, dyrektora Vodafone – międzynarodowego operatora telefonii komórkowej w Wielkiej Brytanii. Treść wiadomości brzmiała: „Merry Christmas”. Zob. C. Snowden, *Cstng A pwr4l spLL: D evOLshn f SMS (Casting a Powerful Spell: The Evolution of SMS)* [w:] *The Cell Phone Reader: Essays in Social Transformation*, Anandam P. Kavoori, Noah Arceneaux (red.), Peter Lang, New York 2006, s. 107–124.

więzało się z poniesieniem kosztów za każdy pojedynczy SMS⁴⁰ (oraz skutkowało fragmentaryzacją wiadomości), lub stosowanie jak najbardziej zwięzłego języka, który uzyskiwano właśnie za pomocą akronimów, rebusów i innego rodzaju skrótów językowych⁴¹.

David Crystal zauważa, że ograniczenia liczby znaków w SMS-ach oraz ówczesne ograniczenia technologiczne, takie jak mały rozmiar ekranów telefonów komórkowych z przełomu wieków czy niewielkie klawiatury, zainicjowały rozwój „jeszcze bardziej skrótowego języka niż ten, który pojawił się w grupach czatowych i wirtualnych światach”⁴². Między innymi te właśnie czynniki doprowadziły do wytworzenia się specyficznego, opartego na zwięzłości internetowego slangu⁴³. Niektóre zaś z jego elementów, takie jak na przykład akronim „IMHO” (dawniej „In My Humble Opinion”, a dziś często rozwijany jako „In My Honest Opinion”) czy „LOL” (*laughing*

⁴⁰ Między innymi to zatem czynnik ekonomiczny wyznaczał ostateczny kształt stosowanego w SMS-ach języka. Warto w tym miejscu również wspomnieć o jednym z istotnych rozwiązań technologicznych, które miały przyspieszyć proces pisania wiadomości. Rozwiązaniem tym był predykcyjny słownik T9 (Text on 9 keys), wprowadzony w telefonach komórkowych w połowie lat 90. XX wieku. System ten pozwalał wpisywać słowa przy użyciu klawiatury numerycznej poprzez pojedyncze naciśnięcia klawiszy, a następnie automatycznie proponował najbardziej prawdopodobne wyrazy. Słownik T9 pojawił się w telefonach w 1995 roku, a jego popularyzacja zbiegła się z gwałtownym wzrostem popularności SMS-ów pod koniec lat 90. i na początku XXI wieku, kiedy krótkie wiadomości stały się jednym z podstawowych kanałów komunikacji mobilnej. T9 wielokrotnie generował przy tym dość absurdalne pomyłki, co stało się zarówno przedmiotem późniejszych memów, jak i elementem języka potocznego oznaczającego niefortunność wielu wypowiedzi. Zob. *Zmarł twórca słownika T9. Niech mu ziemia lepką Będzin*, „mistrzowie.org”, 2021, <https://mistrzowie.org/767918> (20.12.2025).

⁴¹ Ten wzajemny przepływ w kształtowaniu języka między poszczególnymi mediami zauważał w 2006 roku Jan Grzenia, kiedy proponował, by zamiast „Computer Mediated Communication (CMC)” czy „komunikacja medialna” używać terminu „komunikacja elektroniczna”. Uważał on bowiem, że termin ten jest odpowiednio ogólny i pozwala odnosić się do wielu różnorodnych mediów, które łączy wspólna cecha: przekształcanie informacji nadawcy w sygnał elektroniczny lub elektromagnetyczny i „przekazywanie go w tej formie odbiorcy” wyposażonemu w odpowiednie urządzenie deszyfrujące. W ramach takiej komunikacji użytkownicy komputerów posługują się tekstami elektronicznymi. Przy tak ogólnie zarysowanym systemie komunikacji cytowany autor uznał za istotny podział mediów na symetryczne, czyli umożliwiające interakcję i komunikację interpersonalną, oraz niesymetryczne, w których rolę nadawcy przejmuje jedna strona. Owa ogólność zaproponowana przez Grzenię wynikała z przeczucia, że media zmierzają ku konwergencji, co widać w jego uwagach o „dążeniu do zintegrowania urządzeń służących komunikacji interpersonalnej”. J. Grzenia, *Komunikacja językowa...* dz. cyt., s. 59–61 i 74.

⁴² D. Crystal, *Language...*, dz. cyt., s. 229.

⁴³ W tym miejscu trzeba jednak przypomnieć, że nie tylko czynniki ekonomiczne czy technologiczne miały wpływ na obecną w sieci zwięzłość wypowiedzi. Jan Grzenia jako ważny powód stosowania skrótów wymienia również istotną potrzebę „nobilizacji kanału przekazu przez ich użytkowników”. Skrótów umożliwiały bowiem zwiększenie spójności grupy czy odróżnienie nowicjuszy od doświadczonych użytkowników. W przeciwieństwie do ograniczeń technologicznych wydaje się to być jednym z czynników aktualnych do dziś. Przykładem są swego rodzaju testy znajomości skrótów na niektórych grupach na Facebooku. Użytkownik musi je wypełnić, aby zostać przyjętym do grupy. J. Grzenia, *Komunikacja...*, s. 147.

out loud, choć konteksty i sposoby użycia tego skrótu uległy pewnym zmianom) są powszechnie używane do dziś.

Skróty te miały oczywiście swoje ograniczenia. Istotą omawianego sposobu komunikacji było takie ich stosowanie, aby równocześnie w maksymalnym stopniu zachować zrozumiałość wypowiedzi. Nadprodukcja akronimów, prowadząca do nieporozumień i generująca niepotrzebne rozmowy związane z ich objaśnianiem mogła być odbierana przez użytkowników negatywnie. Podkreślają to między innymi popularne poradniki z zakresu tak zwanej netykiety⁴⁴, gdy jako zasadę podają na przykład: „UNS - Unikaj niejasnych skrótów”⁴⁵.

Ta potrzeba utrzymania krótkości komunikatu przy zachowaniu jak największej jego zrozumiałości i przejrzystości została wyrażona przez autorów cytowanego podręcznika w większej ilości miejsc, co zdaje się podkreślać ważność tej zasady. Przykładowo piszą oni: „Daruj sobie niepotrzebne cytaty”, po czym dodają: „Więcej ludzi czyta krótkie, rzeczowe wiadomości niż wiadomości napchane cytatami z poprzednich przesyłek. Jeśli chcesz, żeby cię czytano, streszczaj się”⁴⁶. Podobnie w kontekście formatowania wiadomości: „Lepsze wiersze, które mają o pięć słów za mało, od tych, które mają jedną literę za dużo”⁴⁷. Autorzy wskazują również, że „jeśli nie potrafisz zrozumieć problemu albo zmieścić się w odpowiedniej liczbie znaków w wierszu, oznacza to, że jesteś niegrzeczny wobec innych, którzy będą to potem musieli czytać”⁴⁸.

Tego typu poradniki przytaczał również David Crystal, cytując na przykład zalecenia Constance’a Hale’a i Jessie Scanlon, autorów „wpływowego podręcznika internetowego”⁴⁹ *Wired Style*: „W świecie ograniczonej przepustowości, małych ekranów i rosnącej liczby źródeł mediów rywalizujących o naszą uwagę, każde słowo i zdanie musi mieć wysoką relację sygnału do szumu”⁵⁰. Podkreślają oni, że „prawdziwy

⁴⁴ Jak tłumaczy Michał Piotr Pręgowski, netykieta to „jednocześnie kodeks etyczny internetu i jego *savoir-vivre* stworzony spontanicznie przez internautów dla internautów”. M. P. Pręgowski, *Zarys aksjologii internetu. Netykieta jako system norm i wartości sieci*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2012, s. 45.

⁴⁵ G. Van der Leun, T. Mandel, *Netykieta, czyli kodeks dla internautów*, Andrzej Hildebrandt (tłum.), Wydawnictwo Mikom, Warszawa 1998, s. 82.

⁴⁶ Tamże, s. 80.

⁴⁷ Tamże, s. 78.

⁴⁸ Tamże, s. 79.

⁴⁹ D. Crystal, *Language...* dz. cyt., s. 16.

⁵⁰ C. Hale, J. Scanlon, *Wired style: principles of English usage in the digital age*, Broadway Books, New York 1999, s. 3 [Za:] D. Crystal, *Language...* dz. cyt., s. 75.

żargon to jasny język, który może być równie elegancki, co znaczący. Jego denotacja jest konkretna, specyficzna, bezpośrednia i niezbędna⁵¹.

Ponadto, aby zachować równowagę między krótkością wiadomości a ich zrozumiałością, pojawiła się potrzeba wynalezienia form konkretyzacji, pozwalających „uniknąć dwuznaczności i błędnych postrzeżeń”⁵². Jednym z elementów umożliwiających to były powszechnie do dziś używane emotikony⁵³, które choć najczęściej „nie gwarantują samodzielnego znaczenia”⁵⁴, to jednocześnie mają moc nadawania znaczenia w kontekście danej sytuacji komunikacyjnej⁵⁵, a także nadają kontekst i konkretyzują daną wypowiedź. David Crystal spostrzega, że emotikony, jak i wiele innych nowych form artykulacji graficznej⁵⁶ i pisanej powstały właśnie w wyniku „dźwigania przez pismo ciężaru mowy”⁵⁷, co z kolei zgodne jest z duchem, w którym

⁵¹ Tamże, s. 10.

⁵² D. Crystal, *Language...*, dz. cyt., s. 41.

⁵³ Emotikony/emoji to znaki graficzne wykorzystywane w komunikacji pisanej do wyrażania emocji, intencji nadawcy oraz niuansów znaczeniowych, które w bezpośredniej interakcji przekazywane byłyby m.in. za pomocą mimiki, gestów i tonu głosu. Jak wskazuje Agnieszka Ogonowska, określenia *emoji* wywodzi się z języka japońskiego i stanowi kontaminację słów „e [obraz] + moi [litera]”. A. Ogonowska, *Wszystko, wszędzie, teraz. „Hakowanie” komunikacji społecznej: przypadek emoji*, „Kultura Współczesna”, 2(127), 2024, s. 130–143.

⁵⁴ R. M. Briggs, *The Evolution of Emoticons: Web 1.0 Invention, or Communications Tradition?*, praca licencjacka w maszynopisie, University of Alberta, 2016, s. 13.

⁵⁵ Raquel M. Briggs podaje przykład takiej emotikony, która jest obecnie zmienna znaczeniowo w zależności od kontekstu. Jest nią emoji bakłażana, które w zależności od kontekstu oznaczać może nie tylko owoc, lecz również męski narząd rozrodczy. W środowisku mediów społecznościowych używany jest najczęściej w tym drugim znaczeniu, przez co – jak pisze Briggs – Instagram zmuszony był ograniczać widoczność treści zawierających to emoji (tamże). W odniesieniu do TikToka zaś ciekawym zjawiskiem było, zrozumiałe tylko dla społeczności skoncentrowanej wokół aplikacji, zastąpienie przez część jej członków znaczenia emotikony klucza jako oznaczenia czegoś niezwykle zabawnego. Trend ten zapoczątkował tiktokier @glencu, który w jednym z filmików zauważył, że na co dzień w użyciu jest niezwykle mało emotikon względem oferowanej obecnie ich różnorodności. Pod hasłem #freemoji ogłosił więc konkurs na emotikonę oznaczającą śmiech, który to konkurs ostatecznie wygrała emotikona klucza. Choć trend ten niezwykle szybko wygasł, to w okresie czerwiec/lipiec 2022 roku trudno było nie natknąć się na użycie tej semigrafiki w aplikacji. Zob: <https://vm.tiktok.com/ZNeTUSxcK/>, <https://vm.tiktok.com/ZNeTUagBH/> (11.12.2025). Jeszcze innym przykładem był spór o stosowanie przez znaczną część użytkowników emoji rąk złożonych w modlitwie. Przez znaczną część użytkowników emoji to bowiem wyrażało przybijania piątki, co powodowało wiele sytuacji humorystycznych, znajdujących swoje odbicie w popularnych memach. Zob. M. Nurski, *Modlitwa czy piąteczka? Spór o znaczenie emoji trwa, a rozwiązanie zagadki jest proste*, „Komórkomania”, 2021, <https://komorkomania.pl/modlitwa-czy-piateczka-spor-o-znaczenie-emoji-trwa-a-rozwiazanie-zagadki-jest-proste,6779840038233729a> (11.12.2025).

⁵⁶ Jak przy tym za Warchalą zauważa Anita Brzyszczyk: „Zjawisko to zbiega się z ogólną ikonizacją semiosfery, czyli procesem «zastępowania logosfery ikonosferą»”. Zob. A. Brzyszczyk, *Copypasta jako przejaw lapidarności tekstów cyberkultury*, „Kultura Współczesna”, Narodowe Centrum Kultury, 2(127), Warszawa 2024, s. 105.

⁵⁷ Tamże.

Walter Jackson Ong formułował słynną koncepcję wtórnej oralności rozumianej jako „przekształcanie wyrażeń werbalnych za pomocą elektroniki”⁵⁸.

Choć początkowo zasady netykiety (przynajmniej te pisane) stanowczo odradzały stosowanie emotikon, uznając je za niepotrzebne, a nawet żalosne⁵⁹, dziś wiemy już, że stały się one nieodłącznym elementem komunikacji sieciowej. Szczególnie efektywnie pomagają one odbiorcy zrozumieć intencje nadawcy, zwłaszcza w semantycznie trudnych sytuacjach komunikacyjnych⁶⁰ (na przykład podczas posługiwania się - szczególnie kłopotliwą dla komunikacji tekstualnej⁶¹ - ironią, niegdyś oznaczaną na przykład poprzez kombinację dwukropka i znaku większości – :> – symbolizujących złośliwy uśmiech⁶²). Funkcjonują przy tym jako swoiste wskazówki kontekstualizacyjne, które w warunkach komunikacji cyfrowej przejmują rolę sygnałów paralingwistycznych, takich jak ton głosu czy mimika⁶³.

Dookreślenia te okazują się przydatne analitycznie również w sytuacjach dalszego przekazywania komunikatów. Dzięki emoji użytkownik może bowiem wyrazić swoje nastawienie do transmitowanej treści, modyfikując tym samym odbiór oraz stosunek odbiorcy do transmitera. Emoji jako skrót umożliwia więc konkretyzację znaczenia, która w innym przypadku wymagałaby użycia wielu słów, a zarazem działa jako narzędzie ramowania wypowiedzi, ukierunkowujące jej interpretację w zależności od kontekstu interakcyjnego.

Cyfrowe emotikony stopniowo ewoluowały od prostych semigrafik złożonych ze znaków interpunkcyjnych poprzez „proste, liniowe obrazy”, animowane emotikony ruchome⁶⁴, personalizowane, bogate graficznie „naklejki” (BitMoji czy Memoji), aż do

⁵⁸ W. J. Ong, *Oralność i piśmienność. Słowo poddane technologii*, Józef Japola (tłum.), Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2011, s. 204.

⁵⁹ Autorzy przytaczanego już w niniejszej dysertacji podręcznika netykiety piszą nawet: „Nic przecież nie zastąpi jasnego wyrażania się za pomocą słów, a już na pewno nie kretyńskie znaczki. Unikaj ich jak zarazy!” G. Van der Leun, T. Mandel, *Netykieta...* dz. cyt., s. 82.

⁶⁰ Umieszczane zaś w będących przedmiotem niniejszej rozprawy lapidarnych formach wideo pozwalają między innymi w pierwszej sekundzie rozpoznać charakter nagrania oraz intencje transmitera, ale też pełnią funkcje wzmacniającą przekaz emocjonalny, tak ważny w przypadku tych form.

⁶¹ Zob. F. Yus, *Inferring Irony Online*, [w:] *The Cambridge Handbook of Irony and Thought*, Raymond W. Gibbs, Jr., Herbert L. Colston (red.), Cambridge University Press, Cambridge 2023, s. 160–180.

⁶² www.smileydictionary.com [Za:] J. Grzenia, *Komunikowanie...*, dz. cyt., s. 142.

⁶³ M. Khalil, A. Fatima, M. Fatima, O. Ogolekwu, Contextualizing Meanings: Pragmatic Shifts and Contextualization Cues in Digital Communication, „Qualitative Research Journal for Social Studies”, nr 4, 2025, s. 112–125.

⁶⁴ J. Grzenia, *Komunikowanie...*, dz. cyt., s. 137.

generowanych na podstawie opisu przez sztuczną inteligencję Genmoji⁶⁵. Wszystkie one mają na celu wzbogacenie tekstu, umożliwiając precyzyjniejsze komunikowanie się, unikanie skomplikowanego tłumaczenia kontekstów, stanów czy emocji, a tym samym również zachowanie zwięzłości przekazu⁶⁶. Mając to na uwadze, należy więc uznać, że zarówno skróty językowe, jak i emotikony⁶⁷ nie tyle same w sobie stanowiły formę zwięzłą⁶⁸, ile raczej funkcjonowały jako elementy języka umożliwiające osiągnięcie zwięzłości wypowiedzi, a przez to, zdecydowanie ułatwiały komunikowanie.

Kwestia ta była szczególnie istotna, gdy rozmowa przybierała charakter synchroniczny, wymagający od użytkownika dynamicznych reakcji. Równocześnie David Crystal zaznacza, że:

W niektórych przypadkach omawiane cechy są rzeczywiście obecne, spotykane podczas większości wizyt online. W innych zakłada się ich obecność, chociaż w rzeczywistości założenia te są często chybione. A w jeszcze innych przypadkach ludzie chcą, aby były obecne, na podstawie prywatnego przekonania o sposobie, w jaki język internetowy powinien się rozwijać⁶⁹.

Byłoby zatem błędem zakładanie, że użytkownicy konsekwentnie przestrzegali zasady zwięzłości we wszystkich sytuacjach. Niemniej jednak zasada ta była wyraźnie obecna w cyberkulturze, a często stanowiła wymóg, zwłaszcza w ramach tzw. „kultury natychmiastowej odpowiedzi”⁷⁰.

Na koniec niniejszego podrozdziału należy podkreślić, że opisane tu wpływy technologiczne i ekonomiczne doprowadziły nie tylko do narodzin specyficznego, opartego na zwięzłości internetowego żargonu, ale także ukształtowały wiele innych form komunikacyjnych, które są powszechnie stosowane dzisiaj. Jedną z ważniejszych z nich był choćby mem internetowy. Z tej właśnie perspektywy rozważała jego narodziny na

⁶⁵ Zob. *Apple Intelligence, osobisty system sztucznej inteligencji, sprawia, że potężne modele generatywne wspierają wszystko, co robi iPhone, iPad i Mac*, „Apple Newsroom”, 2024, <https://www.apple.com/pl/newsroom/2024/06/introducing-apple-intelligence-for-iphone-ipad-and-mac/> (12.12.2025).

⁶⁶ Wśród mniej oczywistych funkcji emoji wyróżnia również ich zdolność do wyrażania przynależności do grupy. A. Kapuścińska, *O emotikonach raz jeszcze - na przykładzie emotikonu „XD” w języku polskim*, „Prace Językoznawcze” XXII/2, 2020, s. 59.

⁶⁷ Ich ograniczoną wartość komunikatywną podkreślał już w 2006 Jan Grzenia pisząc, że choć spotkał się z poglądem, że emoji mogą zastępować całe zdania, to jednak najczęściej „nie emotikon jest ważny, tylko odpowiednio oczywisty kontekst”. Zob. J. Grzenia, *Komunikacja...*, dz. cyt., s. 123.

⁶⁸ Używane pojedynczo są najczęściej wtedy, gdy służą za treść reakcyjną.

⁶⁹ D. Crystal, *Language...*, dz. cyt., s. 92.

⁷⁰ M. Danesi, *Forging a linguistic identity in the age of the Internet*, „Forum Italicum”, 48(2), 2014 s. 227.

obecny w cyberprzestrzeni od 2003 roku⁷¹ anglojęzycznym imageboardzie 4chan, danah boyd. Kiedy bowiem z powodów ograniczonej ilości miejsca na dane Chris Poole (założyciel witryny 4chan) zaczął usuwać ulubione treści użytkowników, ci, sfrustrowani sytuacją, „publikowali je ponownie, często z niewielkimi modyfikacjami” tworząc obrazy, które dały impuls - zarówno wizualnie, jak i w odniesieniu do praktyki ich tworzenia - do powstania dzisiejszych memów⁷².

1.1.2 Krótkość formuł komunikacyjnych w mediach społecznościowych

Na zdecydowanie większą swobodę w komunikacji – w tym na swobodniejsze użycie obrazu i audiowizualiów wynikającą m.in. z rozwoju technologii i coraz tańszego dostępu do sieci – mogli sobie pozwolić użytkownicy mediów społecznościowych, które zaczęły kształtować się na początku XXI wieku. Przełom ten rozpoczął się mniej więcej wraz z powstaniem stworzonej w 2004 roku przez Marka Zuckerberga portalu Facebook⁷³. Prawdziwy zaś *boom* na krótkie formy wypowiedzi w ramach *social mediów* można powiązać z narodzinami Twittera (dzisiejszy X) w 2006 roku. Platforma ta, ograniczając długość poszczególnych wpisów do 140 znaków (obecnie 280 znaków), promowała zwięzłość i szybkość komunikacji⁷⁴ i stała się symbolem mikroblogowania⁷⁵, które zmieniło sposób dzielenia się myślami, opiniami i relacjami z wydarzeń⁷⁶. Odcisnęła także istotne piętno na innych formach komunikacji, w tym na współczesnym

⁷¹ Warto tu jednak zauważyć, że początków memów internetowych można się również dopatrywać w przesyłanych przez pocztę elektroniczną przeróbkach i „śmiesznych obrazkach” powiązanych z zamachem na World Trade Center w 2001 roku (np. mempleks *Tourist Guy* Zob. J. Nowak, *Polityki sieciowej popkultury*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2017, s. 278.), a więc dwa lata przed powstaniem strony Chrisa Poole’a. Tezę taką przedstawia w pracy „Mem internetowy jako gatunek medialny. Historia, środki wyrazu i funkcja w kulturze” Magdalena Kamińska. Zob. M. Kamińska, *Mem internetowy jako gatunek medialny. Historia, środki wyrazu i funkcja w kulturze*, „Napis”, nr 30, 2024, s. 107–123.

⁷² d. boyd, *Hacking the attention economy*, „Medium”, 2017, <https://medium.com/datasociety-points/hacking-the-attention-economy-9fa1daca7a37> (05.01.2025).

⁷³ Chociaż za pierwsze medium społecznościowe uznaje się portal Classmates, uruchomiony w roku 1995 przez Randy’ego Conradsa, to dopiero wraz z momentem narodzin portalu Facebook rozpoczął się gwałtowny rozwój i popularyzacja tego typu mediów.

⁷⁴ Na polskim gruncie jednym z najstarszych przykładów, który można uznać za prototyp „nowych lapidarności” były opisy użytkowników na komunikatorze „Gadu-Gadu” (dziś GG), początkowo ograniczone do 80 znaków, dziś zaś limit wynosi 150 znaków.

⁷⁵ Zob. J. Van Dijck, *Tracing Twitter: The Rise of a Microblogging Platform*, „International Journal of Media and Cultural Politics”, 7(3), 2011, s. 333–348.

⁷⁶ W niniejszym rozdziale celowo pomijam media wykorzystujące formy wideo w komunikacji, aby omówić je bardziej szczegółowo w kolejnym.

dziennikarstwie⁷⁷, literaturze⁷⁸ czy sposobach popularyzacji nauki i dyskusowania jej osiągnięć⁷⁹.

W momencie swoich narodzin Twitter umożliwił komunikację wyłącznie za pomocą pisma. Dopiero z czasem, wraz z rozwojem sieci i samej platformy użytkownicy mogli zacząć dodawać zdjęcia, a od 2011 roku również i audiowizualne klipy⁸⁰. Jak zauważa Paul Levinson, platforma ta odpowiadała na odczuwaną przez użytkowników komunikacji zapośredniczonej komputerowo potrzebę natychmiastowego przekształcania myśli w komunikat⁸¹.

W literaturze przedmiotu pojawia się wiele różnorodnych propozycji genologicznych dotyczących tweetów. Jedną z ciekawszych przedstawił Paul Levinson, który dostrzegł ich pokrewieństwo z graffiti (będącego według niego najstarszą związłą formą komunikacji), telegramami czy tzw. blurbami⁸². W pracy *Nowe nowe media* Levinson zauważał również analogie między tweetami a biżuterią lub napisami na t-shirtach. Za istotne uznał porównanie ich do funkcji, jakie pełnią tytuły rozdziałów w książkach. Najefektywniejszą realizację takiej analogii dostrzegał zaś w związłości tytułów rozdziałów prac Marshalla McLuhana⁸³. Levinson spostrzega przy tym, że

⁷⁷ Zob. J. B. Houston, M. S. McKinney, E. Thorson, J. Hawthorne, J. D. Wolfgang, A. Swasy, *The twitterization of journalism: User perceptions of news tweets*, „Journalism”, 21(5), 2018, s. 614–632; oraz M. Revers, *The Twitterization of News Making: Transparency and Journalistic Professionalism*, „Journal of Communication”, Volume 64, Issue 5, 2014, s. 806–826.

⁷⁸ Mehdi Ghasemi wyróżnia tzw. „Twitteraturę”, czyli literaturę publikowaną jako serię pojedynczych wpisów na Twitterze. Jako przykład podaje na przykład praktykę Jennifer Egan, laureatki Nagrody Pulitzera, która w ten właśnie sposób opublikowała swoją powieść „Black Box”. Obok tej praktyki publikacyjnej zaczęły również postawać specjalnie dostosowane do publikacji na Twitterze maksymalnie związane opowiadania - na przykład pięćdziesięciowyrazowe. M. Ghasemi, *Paradigms of Cyberculturalism in Post-postmodernity* [w:] *American Studies After Postmodernism*, Theodora Tsimponi, Konstantinos Blatanis, Angeliki Tseti (red.), Palgrave Macmillan, Cham 2024, s. 313.

⁷⁹ Zob. E. Mohammadi, M. Thelwall, M. Kwasny, K. L., Holmes, *Academic information on Twitter: A user survey*, „PLoS ONE” 13(5), 2018, s. 1-18.

⁸⁰ P. Levinson, *The Long Story about the Short Medium: Twitter as a Communication Medium in Historical, Present, and Future Context*, „Journal of Communication Research”, t. 48, 2011, s. 7–28.

⁸¹ P. Levinson, *Nowe nowe media*, Maria Zawadzka-Strączek tłum., Wydawnictwo WAM, Kraków 2010, s. 209.

⁸² Zob. P. Levinson, *The Long Story about the Short Medium*. dz. cyt., s. 7–28.

⁸³ Jak na przykład: „Nowa elektroniczna współzależność ponownie tworzy świat w postaci globalnej wioski” lub „Schizofrenia może być nieuchronnym skutkiem piśmienności”. Zob. M. McLuhan, *The Gutenberg Galaxy*, New York, Mentor, 1962, [za:] P. Levinson, *Nowe nowe media...*, dz. cyt., s.219. Wedle Levinsona, umysł McLuhana, „funkcjonował w sposób, który epoka cyfrowa oraz nowe nowe media przyniosły na nasze ekrany oraz do naszej codzienności”. Tamże, s. 220.

krótkie formy pisemne stanowiły zawsze część nas samych, część, którą nasza kultura i system edukacyjny⁸⁴ miały za zadanie ograniczyć albo wykluczyć. McLuhan potrafił wykroczyć poza te ograniczenia, tworząc coś, co stało się normą w dzisiejszych SMS-ach, komunikatorach internetowych, statusach i tweetach⁸⁵.

Katarzyna Sitkowska w swoich genologicznych dociekaniach dostrzegła z kolei podobieństwa *tweetów* do wspomnianych już w niniejszej pracy SMS-ów⁸⁶ i informacyjnych gatunków prasowych takich jak wzmianka, ogłoszenie czy zapowiedź⁸⁷. Dokonując ich porównania zinterpretowała zachodzące w ramach tych formuł przekształcenia jako wynikające z przeniesienia tych form do innego, interaktywnego medium. Zmiany te opisała w ich aspektach strukturalnym, poznawczym, stylistycznym i pragmatycznym⁸⁸. W kontekście aspektu stylistycznego Sitkowska zwróciła m.in. uwagę na to, że dzięki zamieszczanym linkom tekst na Twitterze można urwać w dowolnym momencie bez uszczerbku dla jego komunikatywności, zaś w aspekcie pragmatycznym jest to tym łatwiejsze, że przekierowanie od zapowiedzi do formy docelowej odbywa się za pomocą jednego kliknięcia. Dzięki specyfice sieci więc, a zwłaszcza jej hipertekstualności, możliwe było zwiększenie wydajności i efektywności wymienionych przez nią krótkich form komunikacyjnych.

Wychodząc od ustaleń Sitkowskiej za istotne uznaję dokonanie rozróżnienia między dwoma typami krótkich treści funkcjonujących w sieci. Po pierwsze wyróżnić należy teksty zwarte, które stanowią względnie odrębną całość komunikacyjną. Ich powodzenie zależy od autonomicznej klarowności i jasności przekazu, a więc od zdolności do samodzielnego konstruowania sensu bez konieczności odwoływania się do zewnętrznych kontekstów. Drugim typem są teksty skrótowe, których komunikacyjna skuteczność i „treściwość” zależą od powiązanego z nimi tekstu głównego. Mogą to być linki odnoszące się do całego tekstu, ale także pierwsze zdania cypypast, akronimy itp., które wymagają od czytelnika wcześniejszego zapoznania się z tekstem głównym

⁸⁴ Ciekawych spostrzeżeń w kontekście edukacyjnym mniej więcej w tym samym czasie na gruncie polskim dokonywała Magdalena Kamińska. W książce *Niečne memy* autorka zauważa, że w ramach obowiązkowej prezentacji maturalnej z języka polskiego wprowadzonej w 2005 roku (a wycofanej w 2015), uczniowie mieli na zaprezentowanie obszernych i złożonych tematów zaledwie 15 minut. Wskazuje to na promowaną przez system edukacji zwężłość w wyrażaniu myśli. Zob. M. Kamińska, *Niečne memy. Dwanaście wykładów o kulturze internetu*, Galeria Miejska Arsenał, Poznań 2011, s. 123.

⁸⁵ P. Levinson, *Nowe nowe media...*, dz. cyt., s. 220.

⁸⁶ Tu dostrzegając jedynie ich podobieństwo. K. Sitkowska, *Próba charakterystyki gatunkowej mikroblogu (na podstawie serwisu Twitter)*, *Zagadnienia Rodzajów Literackich*, LV z. 2, 2012, s. 67.

⁸⁷ Dostrzegając gatunkowe pokrewieństwo. Tamże, s. 71.

⁸⁸ Tamże, s. 73.

umożliwiających ich dekodowanie. Ten typ tekstów nie może funkcjonować jako tekst autonomiczny, ponieważ bez odniesienia do tekstu głównego przypomina szum⁸⁹. W tej optyce, w opisanych przez Sitkowską realizacjach komunikacji punkt ciężkości przesuwa się ze zwięzłości na skrótowość. Zwięzłość komunikowania nie jest bowiem w przypadkach tego typu tweetów wymagana, ponieważ zrozumiałość komunikatu opiera się na tekście głównym, którego twitterowy skrót pełni jedynie funkcję paratekstu.

Twitter/X może być przykładem medium, którego afordancje narzucają krótkość formuł komunikacyjnych. Tego rodzaju krótkie wpisy cieszą się jednak popularnością także na platformach umożliwiających publikowanie znacznie dłuższych treści. Dotychczasowe badania wskazują, że to właśnie krótki format zwiększa zaangażowanie użytkowników wokół danej treści. Przykładem może być badanie przeprowadzone przez BuzzSumo w 2016 roku na platformie Facebook, która umożliwiała wówczas zamieszczanie postów o maksymalnej długości wynoszącej aż 60 tysięcy znaków. Analizując 800 milionów postów, badacze zauważyli, że największe zaangażowanie będą posty liczące równo lub mniej niż 80 znaków⁹⁰. Zauważyć również należy, że Facebook obfituje przy tym w inne, lapidarne formy komunikacji jak chociażby nieodłącznie związany z tzw. kulturą obrazkową⁹¹, mem internetowy. Zwięzłość nie jest więc wyłącznie cechą komunikatów tekstowych.

Wydaje się zresztą, że obraz (w szerokim ujęciu obejmującym m.in. fotografię, kadr wideo czy zrzut ekranu), jak żadne inne medium codziennej komunikacji stanowi wyjątkowo skondensowaną formą przekazu, a zarazem niesie potencjał generowania różnorodnych znaczeń i możliwych interpretacji. Tę swoistą zwięzłość w swoich analizach fotografii podkreślał John Berger, co zauważyć można już w samym tytule

⁸⁹ Oba te aspekty – zwięzłość i skrótowość – mogą współlistnieć. Przykładem jest tekst zwięzły, zawierający kluczowe informacje stanowiące esencję szerszej całości (streszczenie), który zarazem funkcjonuje jako jej skrócona wersja. Podobnie działają cyfrowe teksty intermedialne: choć mogą być odczytywane autonomicznie, ich pełne zrozumienie wymaga odniesienia do szerszego kontekstu kulturowego (innych tekstów, wydarzeń, trendów). Tego typu teksty w niniejszej pracy określam jako lapidarne.

⁹⁰ Zdobywały one 66% wyższe zaangażowanie od dłuższych postów. Zob. Ch. Tudhope, *Ideal length of social media posts: a guide for Facebook*, „Communications team blog”, University of St. Andrews, 2024 <https://communications.wp.st-andrews.ac.uk/2024/01/25/ideal-length-of-social-media-posts-a-guide-for-facebook/> (23.01.2024).

⁹¹ Zob. N. Mirzoeff, *An Introduction to Visual Culture*, Routledge, Londyn-Nowy Jork 1999; L. Shifman, *Memes in Digital Culture*, MIT Press, Cambridge–London 2014; J. Sroka, *Obrazkowe memy internetowe*, CeDeWu, Warszawa 2014; V. Schafer, F. Pailler, *‘All Your Images Are Belong to Us’: Heritagization, Archiving and Historicization of Memes*, „Visual Communication”, nr 24, 2024, 527-543; A. Majdzińska-Koczorowicz, J. Ostanina-Olszewska, *Image-Based Internet Memes as Conceptual Blends*, „Forum Philosophicum”, nr 29, 2024, s. 335–350.

jednej z jego bardziej poetyckich książek: *Nasze twarze, moje serce, zwięzłe jak fotografie*⁹². W przywoływanej książce Berger zauważa, że powszechna jest odnosząca się do statycznego obrazu opinia, iż tylko to „co jest nieruchome, może być skomponowane w takiej równoczesności i stąd tak pełne i doskonale⁹³”. Ponadto obraz „ma początek i koniec jedynie jako przedmiot fizyczny; w tym, co wyobraża, nie ma ani początku, ani końca⁹⁴”. Tak opisywany statyczny obraz, a wraz nim fotografia byłyby więc niezwykle sprzyjające efektywnym możliwościom maksymalizacji zwięzłości komunikowania w mediach społecznościowych. W podobnym duchu pisze (ponad 40 lat po wydaniu przytaczanej książki Bergera) współczesny teoretyk mediów społecznościowych – zwłaszcza fotografii społecznościowej – Nathan Jurgenson⁹⁵. Zauważa on, że „nieruchome kadry” są:

wyjątkowo skuteczne jako narzędzie komunikacji [...] Zdjęcie, które można by rozumieć jak przycięte wideo, cechuje właściwa mu wydajność, pozwalająca w okamgnieniu szokować, oczarowywać, zadziwiać, poruszać, pobudzać i nakłuwac. Taka wydajność informacyjna oparta na przedkładaniu natychmiastowości ponad nadmierną szczegółowość - przynajmniej częściowo odpowiada za popularność fotografii w mediach społecznościowych⁹⁶.

Sukces fotografii społecznościowej opiera się więc właśnie na jej zwięzłości i możliwości pochłonięcia przez odbiorcę tego, co ma ona do zaoferowania, jednym rzutem oka. Pozwala ponadto na błyskawiczne dzielenie się doświadczeniami, doprowadzając do wykształcenia się zasady: „zdjęcia – albo nic się nie wydarzyło” (*pics or didn't happen*)⁹⁷. Z tej perspektywy nie powinna dziwić ogromna liczba portali społecznościowych, skupiających się na komunikowaniu za pomocą tego właśnie medium. Wśród najpopularniejszych wyróżnić można chociażby Flickr, Instagram, Tumblr, Pinterest czy polski portal Fotka.pl.

Medium późniejszym zarówno od Twittera, jak i wymienionych przed chwilą, a kładącym wyjątkowo silny nacisk na natychmiastowość przesyłania i odbierania przezeń

⁹² J. Berger, *Nasze twarze, moje serce, zwięzłe jak fotografie*, M. Chojnacki (tłum.), Świat Literacki, Warszawa 2006.

⁹³ Choć sam Berger wątpi, czy ta opinia ma moc wyjaśniającą podejmowane przez niego tematy. Tamże, s. 30–31.

⁹⁴ Tamże.

⁹⁵ N. Jurgenson, *Fotka. O zdjęciach i mediach społecznościowych*, Łukasz Zaremba (tłum.), Muzeum Sztuki Nowoczesnej w Warszawie – Wydawnictwo Karakter, Warszawa 2021.

⁹⁶ Tamże, s. 167–168.

⁹⁷ Tamże, s. 74.

komunikatów, które miały być niczym „błyski”, jednocześnie u swych początków służącym głównie do komunikacji za pomocą fotografii, był Snapchat. Tzw. snapy oraz ich rozwinięcie w postaci MyStories⁹⁸ umożliwiały efemeryczną komunikację za pomocą zdjęć, a później również krótkich filmów. Jak zauważył Jurgenson, to właśnie komunikacja efemeryczna pozwoliła uwolnić fotografię społecznościową od przeciążenia wynikającego z nadmiaru treści, ostatecznie zapobiegając dewaluacji jej (fotografii - przyp. Ł.J) wartości. Dzięki Snapchatowi fotografia społecznościowa mogła odzyskać swoją dawną wyjątkowość⁹⁹.

Nie rozwijając w tym miejscu długiej i skomplikowanej debaty dotyczącej tzw. kultury obrazkowej oraz wielu form, jakie przybiera/ła¹⁰⁰ (memy, fotografia społecznościowa, komunikaty reklamowe itd.), warto podkreślić, że przy całym zróżnicowaniu cech obrazów i funkcji przez nie pełnionych w komunikacji internetowej ich obecne właściwości, takie jak natychmiastowość, względna łatwość wykonania, potencjalne bogactwo semantyczne, otwartość interpretacyjna i łatwość reprodukcji przyczyniły się do utrzymującego się sukcesu formatów z nią powiązanych we współczesnej sieci. Obecnie coraz częściej mamy jednak również do czynienia z formatami hybrydycznymi, definiowanymi przez konwergencję wypracowanych do tej pory sposobów komunikowania i wykorzystywaniem możliwie wielu sposobów ekspresji w jednym przekazie. Właśnie w tym kontekście rosnącego bogactwa medium i hybrydyzacji praktyk komunikacyjnych pojawia się potrzeba wprowadzenia kategorii nowych lapidarności.

⁹⁸ O obydwu tych formułach komunikacyjnych pisałem więcej w pracy magisterskiej. Zob. Ł. Juda, *Znikające treści: Nowa forma komunikacji audiowizualnej w mediach społecznościowych*, Repozytorium UAM, Poznań 2021.

⁹⁹ N. Jurgenson, *Fotka...*, dz. cyt., s. 75–76 i 79.

¹⁰⁰ Na temat sporów wokół pojęcia kultury obrazkowej i jej przemian zob. m.in. J. Berger, *Sposoby widzenia*, Mariusz Bryl (tłum.), Fundacja Aletheia, Warszawa 2008; W. J. T. Mitchell, *Picture Theory: Essays on Verbal and Visual Representation*, University of Chicago Press, Chicago 1994; W. J. T. Mitchell, *What Do Pictures Want?: The Lives and Loves of Images*, University of Chicago Press, Chicago 2005; N. Mirzoeff, *An Introduction to...* dz. cyt.; N. Mirzoeff, *Jak zobaczyć świat*, Łukasz Zaremba (tłum.), Karakter, Warszawa 2016; L. Manovich, *Język nowych mediów*, Piotr Cypryański (tłum.), Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2011.; W. Benjamin, *The Work of Art in the Age of Its Technological Reproducibility, and Other Writings on Media*, Harvard University Press, Cambridge (MA) 2008; J. van Dijck, *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*, Oxford University Press, Oxford 2013.

1.2 Nowe lapidarności

Od początku komercjalizacji internetu obserwujemy jego stały rozwój, który prowadzi do zwiększania się bogactwa medium oraz rozszerzania repertuaru form komunikacyjnych cyrkulujących w jego obrębie. Brian McQuail w klasycznym już podręczniku komunikacji masowej zauważał, że medium bogate charakteryzuje się wysokim stopniem redukcji niejednoznaczności, liczbą oferowanych wskazówek, zaangażowaniem zmysłów oraz większą osobistością przekazu¹⁰¹. Susan P. Morreale i współpracownicy wskazują z kolei, że „[m]edium staje się tym bogatsze, im pozwala na więcej informacji zwrotnych, przekazywanych z większą szybkością, na możliwie dużo sygnałów zarówno werbalnych, wizualnych i słuchowych”¹⁰². Z bogactwem medium wiążą się takie cechy jak szybkość (czas upływający pomiędzy nadaniem i odbiorem treści), interaktywność (możliwość jednoczesnego komunikowania się i reagowania na komunikat) oraz kompletność, rozumiana jako zakres możliwości niewerbalnego i emocjonalnego prezentowania wiadomości¹⁰³.

W tych kontekstach krótkie formy medialne, które wraz z Karolem Jachymkiem i Urszulą Sawicką określiliśmy mianem „nowych lapidarności”¹⁰⁴, stają się kluczowymi elementami współczesnej komunikacji medialnej. Cyberkulturowe teksty tego typu, charakteryzujące się krótkością i wyrazistością, wyróżniają się wyjątkową skutecznością w dynamicznym, ponowoczesnym świecie komunikacji medialnej. Wśród przykładów takich form można wymienić lapidarne formy wideo, snapy, GIF-y czy memy. Ze względu na wysoki stopień złożoności oraz wewnętrznej różnorodności nowe

¹⁰¹ D. McQuail, *Teoria komunikowania masowego*, Marta Bucholc, Alina Szulżycka (tłum.), Tomasz Goban-Klas (red.), Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007, s. 156.

¹⁰² S. P. Morreale, B. H. Spitzberg, J. K. Barge, *Komunikacja między ludźmi. Motywacja, wiedza i umiejętności*, Dorota Kobylńska, Paweł Izdebski, Aleksandra Jaworska (tłum.), Urszula Jakubowska (red.), Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007.

¹⁰³ Tamże, s. 241–242.

¹⁰⁴ Kategorię nowych lapidarności po raz pierwszy zaproponowaliśmy i opisaliśmy wraz z Karolem Jachymkiem i Urszulą Sawicką w poświęconym tym formom numerze „Kultury Współczesnej”. W niniejszej pracy kategorię tę rozwijam i częściowo modyfikuję. Zob. K. Jachymek, U. Sawicka, Ł. Juda, *O krótkich formach medialnych w (cyber)kulturze*, „Kultura Współczesna” 2(127), 2024, s. 10–16.

lapidarności określam jako struktury ponadgatunkowe¹⁰⁵, które mimo to wykazują wspólne cechy¹⁰⁶.

Mimo wewnętrznego zróżnicowania poziomu bogactwa wszystkie te formy medialne pozwalają na szybkie nadanie i prawie natychmiastowe przyswojenie dużej liczby informacji, mają charakter interaktywny oraz są stosunkowo łatwe do przetworzenia. Ponadto są multimodalne, co umożliwia nadawcy intensyfikację oddziaływania emocjonalnego na odbiorcę¹⁰⁷.

Nowych lapidarności nie cechuje więc oszczędność środków użytych w wypowiedzi. Wręcz przeciwnie, współczesne możliwości technologiczne doprowadzają do coraz większego skondensowania treści w ramach jednego medium wskutek posługiwania się pismem, dźwiękiem, obrazem w ramach jednej treści. Jak zauważa Ewa Szczęsna:

Wspólna dla każdego ukazującego się na ekranie przekazu materia znaku (fale elektromagnetyczne) sprawia, że każdy pojawiający się na ekranie przekaz (i każdy jego element) ma tę samą ontyczność i może być poddawany takim samym zabiegom: może być fragmentaryzowany, zwielokrotniany, przekształcany z uwagi na formę semiotyczną, łączony z innymi elementami¹⁰⁸.

¹⁰⁵ Warto zauważyć, że kryzys stabilnych kategorii gatunkowych był już wcześniej diagnozowany w badaniach nad telewizją, m.in. w propozycjach Wiesława Godzica postulujących odejście od genologii na rzecz analizy formatów i jednostkowych konfiguracji produkcyjnych. W. Godzic, *Telewizja i jej gatunki. Po „Wielkim Bracie”*, Universitas, Kraków 2004, s. 19–60.

¹⁰⁶ Jan Grzenia mianem tym określa swoiste „hipergatunki” czy też „hybrydy gatunkowe”. To drugie określenie dobrze wpisuje się w jedną z charakterystycznych cech nowych lapidarności, którą opisuję na 17 i 18 stronie niniejszej rozprawy. J. Grzenia, *Komunikacja...*, dz. cyt., s. 173.

¹⁰⁷ Owo nacechowanie emocjonalne (lub założone przez nadawcę określone oddziaływanie na emocje odbiorcy) nowych lapidarności jest jedną z ich ważniejszych cech deskryptywnych. Komunikowanie za pomocą nowych lapidarności w mediach społecznościowych jest bowiem coraz wyraźniej powiązane z zarządzaniem emocjami. Z tego zaś powodu być może trafniejszym określeniem niż czytanie tych tekstów mogłoby być ich doświadczenie. Zob. m.in. S. Tabatabaei, E. A. Ivanova, *The Role of Memes on Emotional Contagion*, „Elementary Education Online”, nr 20(5), 2021, s. 6028–6036; E. Asmawati, A. Saikhu, D. O. Siahaan, *Sentiment Analysis of Meme Images Using Deep Neural Network Based on Keypoint Representation*, „Informatics”, nr 12(4), 2025, s. 1-17; W. Mao, *An Analysis of College Students' Motivations for Spreading "Strong Memes" Based on the Uses and Gratifications Theory*, „Media and Communication Research”, Vol. 6, nr 2, 2025, s. 121–125; R. X. Peng, J. Chen, *Meme-ingful connections: Unleashing the power of memes, GIFs, and emojis in relationship-oriented online communication*, „Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace”, Vol. 19, nr 4, 2025; C. E. Okoronkwo, *Analysing the Use of Memes as a Messaging Strategy for Resilience and Crisis Communication*, „International Journal of Research and Innovation in Social Science”, Vol. IX, nr 1, 2025, s. 2900–2909. Z. Papacharissi, *Affective Publics: Sentiment, Technology, and Politics*, Oxford University Press, Oxford 2015.

¹⁰⁸ E. Szczęsna, *Tekst wieloznakowy w przestrzeni mediów cyfrowych. U podstaw poetyki semiotycznej*, „Przegląd Humanistyczny” 4/2013, s. 19.

To z kolei pozwala na „swobodne łączenie wszelkich form semiotycznych: statycznego i kinetycznego obrazu, dźwięku, słowa utrwalonego w formie graficznej i dźwiękowej”¹⁰⁹. Formy te bywają ponadto często wzbogacane hipertekstualnymi odniesieniami (linkami czy hasztagami), opisami, emotikonami, lokalizacją użytkownika. Do tego dołączyć można zwięzły i gotowy opis stanu emocjonalnego udostępniającego (np. na portalu Facebook); istotne są również parateksty takie jak liczba i sposób reakcji, udostępnień, komentarzy czy zapisania treści w profilu.

Poszczególne nowe lapidarności odnoszą się zarówno do pozostałych, obecnych w innych mediach formatów (mem do tiktoka, tweet do mema itd.), jak i przenikają się wzajemnie tworząc hybrydyczne formy przekazu (np. mem internetowy może stać się tiktokiem, czyli wideomemem, fotografia społecznościowa – memem¹¹⁰, a zrzut ekranu z Twittera rolką lub częścią tzw. karuzeli itd.). Równocześnie w ramach danego formatu dochodzi często do przemieszania lub łączenia różnych gatunków (np. gatunek informacyjny bywa łączony z humorystycznym, humorystyczny z artystycznym itd.¹¹¹), co ilustruje dużą plastyczność opisywanych form.

Należy też zauważyć, że nowe lapidarności odnoszą się najczęściej do szerszych ram konceptualnych takich jak mempleksy¹¹² czy poszczególne, względnie spójne profile społecznościowe. Jednocześnie lapidarna treść jest w stanie znaczyć lub oddziaływać samodzielnie, choć takie odczytanie może zmienić jej odbiór, zamazując głębsze sensy¹¹³. Teksty te zatem, choć cechuje je zwięzłość, głębsze znaczenie zyskują zazwyczaj dopiero przy umieszczeniu ich w odpowiednich, najczęściej bardzo pojemnych ramach konceptualnych (fragmentaryzacja) lub w odniesieniu do konkretnych sytuacji/wydarzeń (skrótowość).

¹⁰⁹ Tamże.

¹¹⁰ Zob. L. Shifman, *The Cultural Logic of Photo-Based Meme Genres*, „Journal of Visual Culture”, nr 13(3), 2014, s. 340-358.

¹¹¹ Zob. J. Vázquez-Herrero, M. C. Negreira-Rey, X. López-García, *Let's dance the news! How the news media are adapting to the logic of TikTok*, „Journalism”, Vol. 23, Nr 8, 2022, s. 1717–1735.

¹¹² M. Kamińska, *Niechne memy...* dz. cyt., s. 61–62.

¹¹³ Warto również zauważyć, że w praktykach trollingu, (również w dziennikarskich strategiach clickbaitowych) powszechne jest celowe upraszczanie i wypaczanie głębszych sensów danych lapidarnych form, m.in. w celu wywołania określonych reakcji emocjonalnych odbiorców. Zob. E. Kerr, C. A. L. Lee, *Trolls maintained: baiting technological infrastructures of informational justice*, „Information, Communication and Society”, Vol. 24, nr 1, 2021, s. 1-19; M. Ince, *A Method Of Baiting In Internet Journalism; Fear And Threat Journalism*, „Afro Eurasian Studies”, Vol. 8, Nr 1, 2019, s. 81–105.

Mając na uwadze opisane w poprzednim podrozdziale rozróżnienie pomiędzy skrótowością i zwięzłością, uznać należy, że teksty lapidarne łączą w sobie zarówno zwięzłość, jak i skrótowość. To właśnie sprawia, że wymagają stałej partycypacji, a więc śledzenia zmieniających się trendów oraz pogłębiania kompetencji kulturowych. Ujęcie to komplikuje możliwości uznania nowych lapidarności za teksty niewymagające czy wyjątkowo łatwe w odbiorze (jak to się im niejednokrotnie zarzuca¹¹⁴). Wszystkie te cechy wpływają na semiotyczne bogactwo przekazu i wskazują na wymóg posiadania wysokich kompetencji kulturowych i zdolności interpretacyjnych ich użytkowników (co wiąże się z kolei ze stosunkowo wysokim progiem wejścia dla osoby niezaznajomionej).

Pamiętać należy ponadto, że nowe lapidarności są w dużym stopniu tekstami splatformizowanymi¹¹⁵, wykorzystywane mogą być więc w inny sposób i inaczej funkcjonują w ramach różnorodnych platform. Wpływ na to mają m.in.: afordancje danej platformy; strategie korporacji medialnych; dominacja konkretnej grupy społecznej korzystającej z danej platformy i z nią się identyfikującej; towarzyszące danej platformie konteksty geopolityczne; funkcjonalny i kulturowy wizerunek platformy i wiele innych. Nowe lapidarności więc „nie funkcjonują w próżni”¹¹⁶. Jak zauważamy wraz z K. Jachymkiem i U. Sawicką, istotne jest, by pamiętać, że użytkownicy zawsze „operują nimi w ramach określonych interfejsów medialnych”¹¹⁷.

W kontekście rozważań nad nowymi lapidarnościami należy pochylić się również nad kolejnym istotnym używanym w odniesieniu do nich określeniem, jakim jest fragmentaryczność. Określenie to używane jest często w sensie pejoratywnym. Czytelnik tekstu fragmentarycznego to - domyślnie - czytelnik tekstu zubożonego względem jakiejś wyobrażonej, większej i bogatszej całości. Sugeruje szczątkowe, nieuważne i pobieżne zapoznawanie się z tematem lub tekstem. Ponadto słowo to stosowane jest w czasie dokonany, odbierającym czytelnikowi możliwość wyjścia z impasu „szczątkowości”. Sama fragmentaryzacja jednak bynajmniej nie musi oznaczać fragmentarycznej lektury¹¹⁸. Kiedy zamiennie użyjemy określenia „czytelnik tekstów

¹¹⁴ Problem ten rozwijam w ostatnim rozdziale niniejszej dysertacji.

¹¹⁵ A. Caliendo, J. Graham, A. Arvidsson, *The Platformization of Consumer Culture: A Theoretical Framework*, „Marketing Theory”, nr 24(1), 2024, s. 3–20.

¹¹⁶ K. Jachymek, U. Sawicka, Ł. Juda, *O krótkich...*, dz. cyt., s. 12.

¹¹⁷ Tamże.

¹¹⁸ Badanie przeprowadzone przez firmę ByteDance sugeruje, że 30 procent użytkowników TikToka w Polsce uważa, że TikTok motywuje ich do poszerzania wiedzy na temat cyrkulujących w niej treści poza

fragmentaryzowanych”, ujawni nam się potencjał (czytelnika) do pogłębiania tematu¹¹⁹. To nie wskazuje na zubożenie tekstu, lecz raczej na użytkowniczą zdolność rekonstruowania całości z rozproszonych fragmentów¹²⁰.

Warto zarazem uwzględnić wewnętrzne zróżnicowanie tekstów cyfrowych, które bywa redukowane przez zbyt szerokie uogólnienia. Jednym ze źródeł takich uproszczeń jest przenoszenie na współczesne formy komunikacji przyzwyczajęń wykształconych wobec tekstów sprzed ery internetu. Tymczasem sama lektura fragmentaryczna nie stanowi zjawiska nowego: wiele uznanych dzieł literackich ukazywało się w odcinkach publikowanych w gazetach lub magazynach, zanim zostały wydane w całości w formie książkowej¹²¹. Lektura fragmentaryczna jest więc od dawna jedną z opcji w zakresie praktyk czytelniczych. Sama fragmentaryzacja nie oznacza fragmentaryczności, a ta z kolei nie jest tożsama z pojęciem szczątkowości. Ponadto w dobie tzw. potopu informacyjnego¹²² sama fragmentaryczność nie w każdym przypadku musi być zjawiskiem negatywnym, a przyzwyczajenia czytelnicze nie muszą przekładać się na każdy dostępny typ tekstu¹²³. Z tego też powodu nie podzielam fatalistycznych wniosków o niszczeniu przez lapidarne formy wypowiedzi kultury refleksyjności czy też w ogóle umiejętności zgłębiania tematyki tekstu przez członków społeczeństw z nich

platformą TikTok, zaś 67% użytkowników postrzeżenie znalezione na TikToku treści edukacyjne jako interesujące. Należy jednak zauważyć, że badanie to po pierwsze przeprowadzone zostało na niereprezentatywnej grupie 250 dorosłych użytkowników, a po drugie przeprowadzone było przez interesariusza pozytywnych wyników. *TikTok motywuje do poszerzania wiedzy poza platformą. Tak twierdzi 30% polskich użytkowników*, TikTok, <https://stories.prowly.com/347823-tiktok-motywuje-do-poszerzania-wiedzy-pozaplatforma-tak-twierdzi-30-polskich-uzytownikow> (21.01.2025).

¹¹⁹ W ramach autoetnograficznych obserwacji zauważam, że o wielu istotnych wydarzeniach na świecie dowiadywałem się w pierwszej kolejności za pośrednictwem memów internetowych, które następnie skłaniały mnie do wyszukiwania bardziej szczegółowych informacji na dany temat. Podobne spostrzeżenia wyrażają też twórcy memów internetowych.

¹²⁰ Koncepcja ta współgra z ideą gamifikacji rozumianej jako specyficzna forma czytelnictwa wpisująca się w ogólną charakterystykę tekstów hipertekstualnych, a nawet praktyk medialnych w ogóle. U. Wirth, *Literatur im Internet. Oder: Wen kümmert's, wer liest?*, [w:] Mythos Internet, Stefan Münker, Aleksander Roesler (red.), Edition Suhrkamp, Frankfurt 1997, s. 319–337.; *Rethinking Gamification*, Martin Fuchs, Niklas Schrape, Sonia Fizek, Paolo Ruffino (red.), Meson Press, Lüneburg 2014.

¹²¹ Na przykład w ramach praktyk serializacji, szczególnie popularnej w czasach Wiktoriańskiej Anglii. Zob. S. Bernstein D., Chavez J. M., *Serialization and Victorian Literature*, [w:] *Oxford Research Encyclopedia of Literature*, Oxford University Press, Oxford 2017.

¹²² Zob. M. M. Bawden, L. Robinson, *The Information Overload Syndrome*, „Journal of Information Science”, nr 35, 2009, s. 265–270.

¹²³ Na przykład w odniesieniu do pewnego schematu działań na TikToku (trendu) z korzyścią dla użytkownika jest przecież brak potrzeby zapoznania się ze wszystkimi tego typu przetworzeniami (co byłoby zresztą niemożliwe).

korzystających¹²⁴. Użytkownik zainteresowany danym tematem bowiem ma możliwość pogłębiania go w ramach dłuższych lub po prostu innych formatów. Jest również możliwe - i obecnie coraz częstsze – że zostanie w ów temat „wrzucony” przez spersonalizowany algorytm, który dostrzegając jego zainteresowanie podsunie mu więcej treści dotyczących danego tematu, naświetlających problem z różnych perspektyw (co nie jest jednak niestety równoznaczne z naświetlaniem tematu z różnych stron), dodając nowe wątki i aktualizując zagadnienie w czasie¹²⁵.

Afordancje popularnych platform społecznościowych, takich jak słynący ze zwężonych treści Twitter/X czy aplikacja TikTok, stopniowo łagodzą ograniczenia dotyczące długości publikowanych wypowiedzi. W 2017 roku Twitter/X zmienił zasady publikacji, zwiększając maksymalną liczbę znaków w jednym poście z 140 do 280¹²⁶. TikTok zaś od początku swojej działalności stopniowo zwiększa maksymalny czas trwania zamieszczanych filmów. W 2017 roku było to 15 sekund, w 2022 roku 10 minut, by w 2024 roku osiągnąć górnego limitu 10 minut dla filmów nagrywanych w aplikacji i aż 60 minut dla treści do niej przesłanych¹²⁷.

Nieustanna zmienność tych formatów wskazuje na płynność opierających się na konkretnych miarach definicji krótkich form. Tiktoki są bowiem krótkie w porównaniu z filmami z YouTube’a, ale już niekoniecznie wobec GIFów. Z kolei standardowy film na YouTube będzie jawić się jako krótki wobec filmu kinowego („krótki” film kinowy trwa

¹²⁴ Zob. np. N. Carr, *Płytki umysł. Jak internet wpływa na nasz mózg*, Katarzyna Rojek (tłum.), Helion, Gliwice 2012.

¹²⁵ Na co należy tu zwrócić uwagę, to na coraz wyraźniejszą potrzebę edukacji – w zakresie możliwych sposobów czytania takich tekstów w sieci oraz wpływów technologii i korporacji medialnych (na przykład poprzez ich (tekstów - przyp. Ł.J) odpowiednie zestawianie) na odbiór. Nasir Iqbal Malik i współpracownicy wskazują tu na potrzebę nauczania sposobów „dekonstrukcji komunikatów multimodalnych, rozpoznawania performowanej autentyczności, rozumienia podstaw działania algorytmów (alfabetyzacja algorytmiczna), identyfikowania technik >>łowienia zaangażowania<< oraz krytycznej oceny informacji i perspektyw obecnych w krótkich formach wideo”. Zob. C. Felaco, *Making Sense of Algorithm: Exploring TikTok Users' Awareness of Content Recommendation and Moderation Algorithms*, „International Journal of Communication”, Vol. 19, 2025, s. 1081–1102; N. I. Malik, M. M. Ramzan, Z. Malik, I. Tariq, S. Shafiq, *The Rise of Reels: Analyzing the Communicative Power of Short-Form Videos on Social Media*, „Qlantic Journal of Social Sciences”, nr 6(2), 2025, s. 138–145.

¹²⁶ Zob. K. Gligorić, A. Anderson, R. West, *Adoption of Twitter's New Length Limit: Is 280 the New 140?*, arXiv:2009.07661, 2020.

¹²⁷ Badania wskazują jednak, że w dalszym ciągu bardziej skondensowane, krótsze posty na Twitterze/X mają zdecydowanie lepszy odbiór, a tym samym również większą szansę na sukces mierzony zaangażowaniem wokół danego postu. Zob. K. Gligorić, A. Anderson, R. West, *Causal Effects of Brevity on Style and Success in Social Media*, *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, Volume 3, 2019, s. 1–23.

dzisiaj ok. 90 minut wobec średniego czasu 132 minut)¹²⁸. Definiowanie „krótkości” tych form nie powinno być zatem przeprowadzane w kategoriach absolutnych, ulegać może ona bowiem zmianom w zależności od kontekstów technologicznych, społecznych i kulturowych. Dla lapidarności kluczowy pozostaje element skuteczności w przekazywaniu jak największej ilości treści i/lub emocji w ramach jednej, jak najzwięźlejszej jednostki medialnej.

Krótkość komunikowania zatem, mimo stałej obecności, podlegała w przeciągu ostatnich ponad 30 lat istotnym zmianom. W czasach przed mediami społecznościowymi CMC charakteryzowała się zwięzłością, ale i precyzją wypowiedzi, oraz zasadą nienamnażania niejasności i nienapiętrzania znaczeń, znajdującą odzwierciedlenie na przykład w dyrektywie oszczędnego korzystania ze skrótów. Inklusywna w swoim charakterze przejrzystość wypowiedzi była waloryzowana jednoznacznie pozytywnie. Współczesne lapidarne formy funkcjonują jednak w środowisku, w którym krótkość staje się nośnikiem coraz bardziej zagęszczonych znaczeń, afektów i konwencji kulturowych. Kompetencje cyberkulturowe obejmują tym samym coraz więcej aspektów, a dla osoby zupełnie niezaznajomionej z nią próg wejścia umieszczony jest naprawdę wysoko.

Odnosząc się do kultury popularnej można powiedzieć, że lapidarne formy komunikacji przypominają *TARDIS* – wehikuł czasu, a zarazem statek kosmiczny z brytyjskiego serialu sci-fi *Doctor Who*¹²⁹ – który/a, choć z zewnątrz wygląda jak niewielka budka telefoniczna, wewnątrz kryje rozległą przestrzeń. Podobnie nowe lapidarności, choć „krótkie” i na pierwszy rzut oka proste, zawierają w sobie złożony zbiór paratekstów, różnorodnie eksponowanej treści (multimedialność), odniesień kulturowych (intertekstualność) i kodów (multimodalności) oraz znaczeń (polisemantyczność). Wyróżniają się przy tym olbrzymim potencjałem proliferacyjnym, a ich mobilność - wynikająca z inter- i transmedialnego charakteru – pozwala im swobodnie krążyć między różnymi mediami i platformami. Dzięki temu formy te nie tylko adaptują się do różnych mediów, ale też zyskują nowe wymiary znaczeń w dynamicznym procesie ich cyrkulacji i przekształceń¹³⁰.

¹²⁸ Dwadzieścia lat temu zaś średni czas trwania filmu wynosił 119 minut. Za: *Dlaczego filmy są coraz dłuższe?*, „F5”, 2023, <https://www.f5.pl/kultura-i-sztuka/dlaczego-filmy-sa-coraz-dluzsze> (11.01.2026).

¹²⁹ *Doctor Who*, prod. BBC, Wielka Brytania, od 1963.

¹³⁰ W numerze poświęconym nowym lapidarnościom wraz z Karolem Jachymkiem i Urszulą Sawicką wyróżniamy zbliżony zestaw cech nowych lapidarności. Zob. K. Jachymek, U. Sawicka, Ł. Juda, *O krótkich formach...*, dz. cyt. s. 11.

1.2.1 Natychmiastowość jako cecha nowych lapidarności

Istotną cechą nowych lapidarności jest ich natychmiastowość. Choć proces ich wytwarzania – mimo pozornej łatwości – bywa pracochłonny i czasochłonny¹³¹, samo ich przesyłanie (a także multiplikowanie) oraz recepcja powinny przebiegać możliwie szybko¹³². Równocześnie w ramach nowych lapidarności istotna jest zdolność do przyswajania jak największej liczby informacji z pojedynczej jednostki medialnej (np. jednego tiktoka), a także kumulowania kolejnych informacji i przetworzeń (np. reakcji czy bardziej rozbudowanych działań) w obrębie wielu jednostek podczas jednej „sesji odbiorczej”, w możliwie najkrótszym czasie.

U początków komercjalizacji internetu natychmiastowość dotyczyła głównie potrzeby zwiększenia tempa odpowiedzi w komunikacji synchronicznej, tak aby pismo „dzierżące ciężar mowy” mogło stanowić satysfakcjonujący substytut rozmowy odbywającej się w czasie rzeczywistym. Prędkość wypowiedzi wymuszała więc jej korelację z rozmową twarzą w twarz (*in real life*). W dzisiejszej publicznej przestrzeni internetu natychmiastowość odnosi się raczej do dynamiki życia codziennego w ponowoczesnym świecie przepełnionym wysokim prawdopodobieństwem dużej ilości tzw. „zajść niecodziennych”¹³³. Wynika więc z potrzeby nieustannego zaznajamiania się z ogromną liczbą informacji i jest jednym ze sposobów ochrony przed tymi, które uznane zostać mogą za zbędne. Jak zauważa Magdalena Kamińska, współcześnie jedną z

¹³¹ Np. tworzenie dobrych editów tiktokowych, zob. J. Stachowicz, *Nie przeszkadzaj mi, bo robię edity. Nowa lektoralność i nowa lapidarność na platformie TikTok w perspektywie antropologii praktyk językowych*, „Kultura Współczesna”, nr 2(127), Warszawa 2024, s. 16–31.

¹³² Odbiór, lecz niekoniecznie zrozumienie czy odszyfrowanie. Na tempo i możliwości tego ostatniego wpływają bowiem m.in. kompetencje kulturowe danego użytkownika. Jest to przy tym możliwość względna, coraz częściej bowiem moment odbioru treści w obszarze porządkowania algorytmicznego dokonuje się w tzw. czasie właściwym, o czym więcej piszę w dalszej części rozprawy.

¹³³ Z. Bauman, *Niecodzienność nasza codzienna*, [w:] *Barwy codzienność. Analiza socjologiczna*, Małgorzata Bogunia-Borowska (red.), Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2009, s. 78. W tym kontekście również lapidarność staje się doskonałym wyrazem wernakularności netloru, zwłaszcza w obliczu przeladowania informacyjnego i skomplikowania współczesnego świata. Szybkość i zwięzłość wynikają bowiem z liczby zdarzeń na świecie oraz z jego złożoności, która spotyka się z naturalnymi ograniczeniami człowieka – jednostki, która pragnie (choć coraz częściej także musi) pochłonąć z niego możliwie najwięcej (czego efektem jest powstawanie zjawisk takich jak FOMO (*Fear of Missing Out*) i w kontraście – JOMO (*Joy Of Missing Out*). Zob. M. Napiórkowski, P. Dobrosielski, *Wstęp. Jak skutecznie upraszczać świat?* [w:] *Pamięć, wyobraźnia, praktyki oporu. Współczesna polska kultura wernakularna w perspektywie porównawczej*, Paweł Dobrosielski, Marcin Napiórkowski (red.), Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2021; S. S. Chan, M. Van Solt, R. E. Cruz, M. Philp, S. Bahl, N. Serin, N. B. Amaral, R. Schindler, A. Bartosiak, S. Kumar, M. Canbulut, *Social media and mindfulness: From the fear of missing out (FOMO) to the joy of missing out (JOMO)*, „*Journal of Consumer Affairs*”, Vol. 56, nr 3, 2022, s. 1312–1331.

najważniejszych kompetencji człowieka stała się jego „zdolność do samoobrony przed nadmiarem zbędnych informacji”¹³⁴.

Potrzeba natychmiastowości zaznaczała się m.in. na opartej o nią praktyce trollingu, którą można było obserwować już w pierwszych latach drugiej dekady XXI wieku na portalu Facebook. Polegać ona mogła np. na publikowaniu z pozoru sensownie brzmiącego posta, który po kliknięciu „zobacz więcej” rozwijał się w niezwykle długie ciągi znaków, nierzadko układających się w fantazyjne wzory. Praktyka ta, utrudniająca przewijanie strony, stała się przyczyną irytacji użytkowników chcących sprawnie poruszać się po platformie przechodząc płynnie do kolejnych postów. Tym samym zwracała uwagę na oczekiwania użytkowników względem szybkości konsumpcji treści medialnych¹³⁵, ale też na codzienną poręczność mediów społecznościowych w tym zakresie.

Ten typ trollingu bazujący na oczekiwaniach i przyzwyczajeniach użytkowników dotyczących natychmiastowości i szybkości konsumpcji oraz na afordancjach platform medialnych służących ich rozwijaniu nie jest dziś bynajmniej zapomniany. Dostosowywany jest natomiast do nowszych platform i w nie wdrażany. Podobna praktyka uprawiana jest m.in. w ramach aplikacji TikTok. Przykładem mogą być tiktoki bazujące na statycznym obrazie i muzyce, którym towarzyszy podpis zachęcający użytkownika do odsłuchania załączonej muzyki w przyspieszonym tempie. Praktyka ta zasada się na wykorzystaniu afordancji platformy, które o ile przy załączonym wideo pozwalają na łatwe przyspieszenie filmu wraz z dźwiękiem, o tyle w ramach muzyki załączonej do statycznego obrazu blokują taką możliwość budząc zauważalną w komentarzach frustrację wśród użytkowników¹³⁶. Wykonanie takiego polecenia nie jest oczywiście całkiem niemożliwe, wymaga jednak włożenia większego niż przy filmiku wysiłku, a więc i poświęcenia większej ilości czasu. Użytkownik chcący przyspieszyć

¹³⁴ M. Kamińska, *Niechne memy...*, dz. cyt., s. 124. Tę samą kwestię dostrzega też Yuval Noah Harari, który pisze „zamiast coraz większej ilości informacji, ludziom potrzebna jest zdolność ich rozumienia i odróżniania tego, co ważne, a także zdolność łączenia wielu bitów informacji w szerszy obraz świata”. Y. N. Harari, *21 lekcji na XXI wiek*, Michał Romanek (tłum.), Wydawnictwo Literackie, Kraków 2018, s. 94 [Za:] I. Dąbrowska, *Człowiek zalgorytmizowany / Algorithmic Human*, „Media i Społeczeństwo”, Bielsko-Biała, 2024, s. 165.

¹³⁵ Piotr Siuda pisze w tym kontekście o szybkim konsumowaniu, którego potrzeba ogarnęła społeczeństwa XXI wieku. P. Siuda, *Kolekcjonowanie kontra szybkie konsumowanie*, „Przegląd Socjologii Jakościowej”, 8(3) 2012, 58–75.

¹³⁶ Na przykład tiktoki powiązane z piosenką *Tretre Tratre*. Zob. <https://vm.tiktok.com/ZNeEB4pwF/> (21.01.2024).

daną muzykę musi bowiem wejść w powiązane z dźwiękiem treści, odnaleźć wśród nich te połączone z ruchomym obrazem i dopiero na tej treści przyspieszyć film.

W kontekście praktyki przyspieszania treści wideo warto w tym miejscu wspomnieć, że jest ona również jednym z wielu sposobów wzmocnienia lapidarności tekstów przez samych użytkowników. Badanie komercyjne przeprowadzone na zlecenie korporacji ByteDance wykazało, że aż 1/3 użytkowników aplikacji TikTok ogląda filmy na dwukrotnym przyspieszeniu, co pozwala im istotnie skrócić czas, w którym taka sama ilość informacji będzie przekazywana w ramach jednego filmu. Praktyka ta wpisuje się w szerszą logikę kompresowania czasu odbioru treści medialnych, charakterystyczną dla środowisk komunikacyjnych zarządzanych w ramach tzw. ekonomii uwagi, a także w przywołaną wcześniej potrzebę wypracowania przez użytkowników zdolności obrony przed nadmiarem informacji.

Wspieranie tej zdolności (co istotne – przy współgenerowaniu samej potrzeby) przez infrastruktury mediów społecznościowych zakłada ponadto podobną do znanej z aplikacji Snapchat „jednorazowość aury zdarzenia komunikacyjnego”¹³⁷. Natychmiastowość odbioru komunikatów i szybkie tempo ich przeglądania wiąże się bowiem ze specyficznie rozumianą efemerycznością nowych lapidarności.

1.2.2 Media natychmiastowe, media efemeryczne¹³⁸

Jednym z istotnych wymiarów nowych lapidarności jest efemeryczność, rozumiana nie tylko jako cecha techniczna medium, lecz także jako sposób organizacji obiegu i recepcji treści. W tekście *Znikające treści: nowa forma komunikacji audiowizualnej w mediach społecznościowych* opisałem szczególnie typ nowych lapidarności, jakimi są bazujące na fotografii społecznościowej *snapy*¹³⁹. Podstawowym założeniem tych form komunikacyjnych było przemijanie przesyłanych komunikatów w tym samym

¹³⁷ Zob. O. Soffer, *The oral paradigm and Snapchat*, „Social Media & Society” 3(2) /2016, s. 3. W ten sposób zaś, wiąże się ze specyficznie pojmowaną efemerycznością nowych lapidarności o czym szerzej piszę, w następnym podrozdziale pracy.

¹³⁸ W niniejszym i kolejnym podrozdziale wykorzystano obszernie fragmenty artykułu *Mem nie może przecież wiecznie trwać? Nowe lapidarności a potrzeba pamięci* opublikowanego przez autora niniejszej pracy w czasopiśmie „Kultura Współczesna”, Zob. Ł. Juda, *Mem nie może przecież wiecznie trwać? Nowe lapidarności a potrzeba pamięci*, „Kultura Współczesna”, nr. 2(127), Warszawa 2024, s. 62-76.

¹³⁹ Rozpoznanie to rozwijam tu w szerszym kontekście nowych lapidarności, uwzględniając nie tylko komunikację efemeryczną sensu stricto, lecz także szersze formy nietrwałości treści w środowiskach platformowych. Ł. Juda, *Znikające treści...*, dz. cyt. Na temat fotografii społecznościowej zob. N. Jurgenson, *Fotka...*, dz. cyt.

momencie, w którym odbiorca je odbierze. Z perspektywy badań nad pamięcią można stwierdzić, że nowatorskość pomysłu zastosowanego w aplikacji Snapchat opierała się na wspomaganym technologicznie aktywnym zapominaniu dokonywanym poprzez domyślnie natychmiastowe (*snaps*) lub opóźnione w czasie (*stories*) unicestwienie samego medium.

W przytaczanym tekście zaproponowałem podział mediów na te, które nastawione są na trwanie, oraz na te, które nastawione są na efemeryczność. To kategoryzacyjne rozróżnienie z dodanym określeniem „nastawienie na” pozwala z jednej strony przyjąć za czynnik różnicujący podstawy technologiczne medium, czyli zakładaną infrastrukturalnie domyślną archiwizację/ulotność treści¹⁴⁰, z drugiej zaś – podkreślić płynność formuł (nie)utrwalania w sieci wynikającą z konkretnych zdolności, postaw i działań, jakie wobec nich zdecyduje się podjąć użytkownik¹⁴¹.

Równocześnie, należy zauważyć, że wiele nowych lapidarności cyrkulujących w mediach nastawionych na trwanie widzianych z perspektywy użytkownika jawi się jako niezwykle ulotne, niestabilne w czasie i przestrzeni oraz posiadające wiele innych podobieństw z artefaktami przynależnymi mediom nastawionym na efemeryczność, co dodatkowo komplikuje ten podział. Zdolność do odnalezienia danej treści w archiwum (nierzadko zresztą wątpliwa) nie świadczy bowiem o jej obecności w pamięci i świadomości społecznej. Jest to więc wersja ulotności wynikająca z biernego zapominania, które – w myśl tendencji antropotropicznej Paula Levinsona¹⁴² – wspomagane jest technologicznie. Jak pisała Astrid Erll:

Niemal z dnia na dzień internet przejął rolę globalnego mega-archiwum. Równocześnie jednak rewolucja cyfrowa konfrontuje nas z paradoksem polegającym na jednoczesnym istnieniu niespotykanych wcześniej możliwości przechowywania danych przez media oraz nadeciągającym niebezpieczeństwem amnezji kulturowej. Informacje, które znajdują się wyłącznie na twardych dyskach, są „martwą wiedzą”. W obliczu przytłaczającej masy

¹⁴⁰ Pod tym względem aplikacja Snapchat zaprzeczała aktualności twierdzenia zawartego w łacińskim przysłowiu *verba volant, scripta manent*, wzbogacając opisane przez Waltera J. Onga zjawisko wtórnej oralności o dosłowną ulotność medium komunikacji wirtualnej i komplikując tym samym postrzeganie form (nie)trwałości w nowych nowych mediach.

¹⁴¹ Ł. Juda, *Znikające treści...* dz. cyt.

¹⁴² Zob. P. Levinson, *Miękkie ostrze. Naturalna historia i przyszłość rewolucji informacyjnej*, Hanna Janowska (tłum.), Muza, Warszawa 1999.

cyfrowych danych selekcja i dostosowywanie treści wartych zapamiętania stają się coraz bardziej skomplikowane¹⁴³.

Efemeryczność nowych lapidarności w takich przestrzeniach konstytuowana jest przez co najmniej kilka czynników. Pierwszy z nich to rozwiązania technologiczne stosowane w mediach społecznościowych będących głównym miejscem ich cyrkulacji, a przede wszystkim wspomnianego porządkowania artefaktów cyberkultury za pomocą algorytmów, które sprawia, że śledzenie treści odbywa się w sposób spersonalizowany, czasowo rozproszony i zachęcający użytkowników do podejmowania licznych operacji¹⁴⁴.

Ludmila Lupinacci za Wendy H.K. Chun zauważa, że „platformy mediów społecznościowych tworzą określone konfiguracje czasowe, tak aby na pierwszym planie wyróżnić swój status zawsze aktualizowanych struktur”¹⁴⁵. Taina Bucher koncytuje przy tym, że w tak uporządkowanym medium istotny staje się nie tylko czas rzeczywisty, jaki upływa od pojawienia się konkretnej treści, ale i spersonalizowany „czas właściwy” (*right-time web*)¹⁴⁶, co powoduje uobecnienie się wielu różnych i rozproszonych na użytkowników „tymczasowości, naznaczonych momentami właściwymi”¹⁴⁷. W tej tymczasowości media społecznościowe „organizują i tworzą poczucie czasu, które nie opiera się na nażywości (*liveness*¹⁴⁸), ale na wyczuciu czasu”, wyświetlając użytkownikowi swoiste „kontinuum istotności”¹⁴⁹. Lupinacci, wychodząc od spostrzeżeń

¹⁴³ A. Erll, *Kultura pamięci. Wprowadzenie*, Agata Teperek (tłum.), Wydawnictwa UW, Warszawa 2018, s. 16–17.

¹⁴⁴ Miejsca zaś, w których to właśnie algorytmy porządkują treści wyświetlane użytkownikom, zdominowały dzisiejszy pejzaż medialny, stopniowo zastępując bardziej przejrzystą dla użytkowników chronologię osi czasu.

¹⁴⁵ W. H. K. Chun, *Updating to Remain the Same. Habitual New Media*, The MIT Press, Cambridge MA 2017 [Za:] L. Lupinacci, *Phenomenal algorhythms: The sensorial orchestration of 'real-time' in the social media manifold*, „New Media & Society”, 7(26), 2022.

¹⁴⁶ W tym obszarze również natychmiastowość zyskuje nowe znaczenie, ujmowane w odniesieniu do „właściwej”, personalizowanej chwili. W odniesieniu do relacji natychmiastowości z czasem należy bowiem zauważyć, że zwyczajowo była ona kojarzona z jej znaczeniem odnoszącym się do upływającego czasu rzeczywistego. Algorytmizacja platform społecznościowych znacząco komplikuje jednak tę kwestię poprzez powołanie do życia tzw. „algorytmicznego czasu właściwego”. T. Bucher *The right-time web: Theorizing the kairologic of algorithmic media*, „New Media & Society” 22(9)/2020, s. 1708.

¹⁴⁷ Bucher przy użyciu starogreckich terminów wyróżnia w mediach społecznościowych czas rozumiany jako Chronos (rzeczywisty, liniowy, obiektywny) i Kairos (algorytmiczny, odnoszący się do wyczucia czasu czy właściwego momentu). Dla określenia tego typu czasowego organizowania treści autorka tak używa określenia „kairologia mediów algorytmicznych”. Tamże, s. 1708.

¹⁴⁸ P. Auslander, *Digital Liveness: A Historico-Philosophical Perspective*, „PAJ: A Journal of Performance and Art”, Vol. 34, nr 3 (102), 2012.

¹⁴⁹ T. Bucher *The right-time web...*, dz. cyt., s. 1703.

Bucher i biorąc pod uwagę doświadczenia użytkowników, określa to zjawisko jako sensoryczną orkiestrację czasu w mediach społecznościowych. Analogia ta pozwala na dostrzeżenie wytwarzania w nich „specyficznych rodzajów doświadczanych wzorców czasowych lub rytmów”¹⁵⁰.

W ramach tego typu wartościowania treści istotne dla ich widoczności są między innymi operacje, jakich dokonują na nich użytkownicy¹⁵¹. Wynika to z logiki działania algorytmów, które zachęcać mają „do ciągłego, wymiernego zaangażowania”¹⁵², zgodnie z zadaniem maksymalizacji zysków cyfrowych pośredników, którzy monetyzują „wszelką aktywność ludzi online przez pozyskiwanie informacji na ich temat i ich sprzedaż reklamodawcom”¹⁵³. W myśl tej logiki dowartościowanie zmiennej terażniejszości i personalizowanej aktualności jest zdecydowanie bardziej opłacalne. Nastawione jest bowiem na ciągły ruch zachęcający użytkowników do dokonywania przez nich działań na wielu nowych/świeżych treściach kosztem tych, które oznaczane są jako nieświeże i/lub nieangażujące, więc już nieistotne¹⁵⁴. W wyniku tego treści w szybkim tempie trafiają na swoisty algorytmiczny śmietnik tego, co już „dla Ciebie” nieaktualne, stwarzając przestrzeń dla nowszych artefaktów, na których można skoncentrować uwagę. Rodzaj ulotności treści, jaki generuje infrastruktura mediów społecznościowych, można określić jako efekt spychania ich „poza radar”¹⁵⁵ algorytmicznie obrazowanej terażniejszości. W takim ujęciu media społecznościowe nie są odbierane na co dzień przez użytkowników jako archiwum, lecz raczej jako przestrzeń nieustannie zmieniającego się „teraz”, w którym to, co oglądane, istnieje przez określony

¹⁵⁰ L. Lupinacci, *Phenomenal algorithms...*, dz. cyt., s. 9.

¹⁵¹ Taina Bucher, analizując dokumenty patentowe, dokumenty branży medialnej i dyskurs publiczny, podaje znacznie więcej czynników, które prawdopodobnie mają wpływ na sposób porządkowania treści w mediach społecznościowych. Zob. T. Bucher, *The right-time web...*, dz. cyt., s. 1705–1706.

¹⁵² Tamże, s. 2.

¹⁵³ J. Nowak, *Polityki sieciowej...*, dz. cyt., s. 186.

¹⁵⁴ Nie jest jednak tak, że cyfrowi pośrednicy nie operują również na elementach z przeszłości. Na przykład aplikacja Snapchat, która miała sprawiać, by wszystkie treści były ulotne, paradoksalnie dziś stara się zwiększyć zaangażowanie użytkowników poprzez nieustanne przesyłanie powiadomień takich jak „pamiętasz to?” lub „zobacz, co robiłeś w tym czasie x lat temu”. Po kliknięciu w powiadomienie użytkownik zostaje odesłany do archiwów i jest zachęcany do dzielenia się swoimi wspomnieniami z przyjaciółmi.

¹⁵⁵ Sformułowania, że treści są „poza radarem”, użyli pomysłodawcy jednego z numerów tematycznych czasopisma „Social Media + Society”. Określili nim treści, które z różnych powodów (na przykład prywatności grupy, zamkniętego charakteru platformy i efemeryczności treści) pozostają poza widokiem użytkowników i badaczy. Zob. G.B. Artieri, S. Brilli, E. Zurovac, *Below the radar: Private groups, locked platforms, and ephemeral content – introduction to the Special Issue, „Social Media + Society”* 1(7) /2021.

czas rzeczywisty splątany z algorytmicznym czasem ważności¹⁵⁶, a więc funkcjonuje w ograniczonym czasowo zbiorze aktów wystawienniczych.

Aby rozwinąć tę myśl, odwołać się trzeba do spostrzeżeń dokonanych przez Kubę Piwowara w monografii *Technologie, które wykluczają. Pomiar, dane, algorytmy*¹⁵⁷. Autor przyjmuje tu perspektywę algorytmów i dokonuje rozróżnienia pomiędzy danymi, które są dla nich widoczne, i danymi, które są dla nich widzialne. Widoczne – jak tłumaczy autor – oznacza to samo, co bycie dostrzegalnym. Jest to bierny atrybut danych, będący „znaką wyrazistości”, gdzie przy „dużym zbiorze oznaczonych danych nie wszystkie muszą być widoczne w rozumieniu takim, że pojedyncze elementy analizowanego zbioru mogą stracić swoją wyrazistość”¹⁵⁸. Widzialne zaś jest atrybutem aktywnym danych. Jest funkcją bycia zauważonym. Jak pisze Piwowar: „istotą widzialności jest chęć, intencja dostrzeżenia czegoś; to rezultat aktywnego procesu poszukiwania i zwracania uwagi”¹⁵⁹. Aby lepiej zobrazować to rozróżnienie posługuje się przykładem przechodnia na ulicy: „osoba może być widoczna na drodze, jeśli jest w odpowiedni sposób oznakowana. Nie oznacza to jednak, że zostanie dostrzeżona. W tym sensie widzialność jest funkcją bycia zauważonym, zakłada z jednej strony istnienie podmiotu obserwującego [algorytmów – przyp. Ł.J], ale też, z drugiej – obserwowanego zjawiska [danych] [...]”¹⁶⁰.

Tak więc utrzymanie przy techno-kulturowym istnieniu danego artefaktu zależne jest od relacji między działaniami podejmowanymi przez użytkowników a sposobami operowania na wytwarzanych w ten sposób danych przez algorytmy. W takiej formie relacyjności utrzymanie przy życiu danej treści zależne jest od generowania i wprowadzania w obieg nowych danych, które mogą się stać wyraźnie widoczne i widzialne dla algorytmów. Dzięki temu zauważyć takie treści może również reszta użytkowników¹⁶¹. Jednostki akcentują więc algorytmiczną ważność poszczególnych artefaktów poprzez multiplikujące je akty wystawiennicze. Jest to również jeden z bardziej skutecznych sposobów ochrony pamięci o nowych lapidarnościach w mediach

¹⁵⁶ Tamże.

¹⁵⁷ K. Piwowar, *Technologie, które wykluczają. Pomiar, dane, algorytmy*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2022.

¹⁵⁸ Tamże, s. 146.

¹⁵⁹ Tamże

¹⁶⁰ Tamże.

¹⁶¹ Jest to ważne, bo jak zauważa Taina Bucher, w przypadku czasu ważności w mediach algorytmicznych „indywidualny użytkownik odgrywa mniejszą rolę niż działania zagregowanego ich zestawu”. T. Bucher, *The right-time web...*, dz. cyt., s. 1710.

społecznościowych i narzędzie podkreślania wysokiego stopnia ich (ponad)czasowej ważności.

Jako kolejny czynnik ulotności treści wymienić trzeba niezwykle szybkie tempo ich namnażania. Przyczynia się do tego względna łatwość ich produkcji i dystrybucji oraz niezwykle duża liczba aktywnych użytkowników mediów społecznościowych. W obecnym tempie przyrostu treści tracić one mogą jednak na znaczeniu (podobnie jak omawiana w drugim podrozdziale fotografia społecznościowa), a przez to również na wartość ich zapamiętania. Ważniejsza od kontemplacji staje się wówczas potrzeba nadążania przez użytkowników za kolejnymi nowościami, tak aby nie stracić poczucia orientacji w nieustannie zmieniających się trendach i móc pozostawać wobec nich adekwatnym.

Przy tak dużej ilości treści i zintensyfikowanych operacjach dokonywanych w mediach społecznościowych przez wielu użytkowników wysoce prawdopodobna staje się utrata samego medium, o której w kontekście wspomnianej powyżej aplikacji Snapchat pisali Luiz H. Cavalcanti i współpracownicy¹⁶². W medium nastawionym na efemeryczność odczuwalna była ona zwłaszcza wtedy, gdy użytkownik pominął jakąś treść przez przypadkowe kliknięcie, zapomniał ją zapisać przed wysłaniem lub kiedy nie udało mu się jej zachować poprzez zrzut ekranu przy odbiorze. Odczuwanie straty przez użytkowników mediów, których charakterystyką jest domyślna archiwizacja treści, może mieć wiele powodów. W witrynach z początku wieku wpływ na to miało wspomniane aktywne usuwanie treści spowodowane małą ilością miejsca na dane, obecnie zaś może być ono powodowane na przykład usunięciem danej treści przez użytkownika przed jej powieleniem przez kolejnych transmiterów, przypadkowym odświeżeniem strony, po którym trudno jest się zorientować, który podmiot daną treść zamieścił¹⁶³, lub – przy nieodpowiednim oznaczeniu medium – brakiem możliwości jej odnalezienia w gąszczu archiwów treści rozproszonych na różnych platformach czy poszczególnych profilach,

¹⁶² Autorzy ci wymienili trzy rodzaje utraty, jakich doznać mogą użytkownicy Snapchata: utrata znaczenia, kontekstu i medium. Zob. L. H. Cavalcanti, A. Pinto, J. R. Brubaker, L. S. Dombrowski, *Media, meaning, and context loss in ephemeral communication platforms: A qualitative investigation of Snapchat*, „CSCW 2017”, Portland 2017, s. 1937–1940. Opisywałem je również w swojej pracy: Ł. Juda, *Znikające treści...*, dz. cyt., s. 19–21.

¹⁶³ Ten powód odczuwalnej efemeryczności treści podkreślała jedna z respondentek Lupinacci: „Przeglądasz treści, a potem je odświeżysz i nagle wszystko, co widziałeś, po prostu znika. A ponieważ nie są one ułożone chronologicznie, tak naprawdę nie można ich ponownie znaleźć [...]”. L. Lupinacci, *Phenomenal algorithms...*, dz. cyt., s. 16.

grupach i fanpage'ach¹⁶⁴. Nadmiar treści, ich rozproszenie oraz wielość operacji – również efemeryzujących¹⁶⁵ – podejmowanych przez samych użytkowników powodować więc mogą poczucie utraty samego medium, tak jak miało to miejsce w przypadku Snapchata¹⁶⁶.

Żywotność nowych lapidarności zależna jest też od podejmowanego w nich tematu. Im dłuższa społeczno-kulturowa aktualność tematu, tym prawdopodobieństwo powstawania w jego ramach nowych artefaktów i utrzymywanie w cyrkulacji tych starszych jest większe. Bardzo często jednak nowe lapidarności pełnią funkcję komentującą bieżące wydarzenia, przez co podlegają dynamicznym zmianom, bo zajmują się kolejnymi wartymi skomentowania sytuacjami.

Nowe lapidarności w wielu przypadkach naznaczone są więc zbywalnością, kreśloną przez nadchodzącą, nową i bardziej adekwatną ich konfigurację społeczno-medialną¹⁶⁷. W tak skonstruowanej rzeczywistości artefakty znacznie częściej odnajdują pamięć o sobie w rozproszonych inwariantach podyktowanych niecodzienną codziennością, będącą dla nich punktem odniesienia¹⁶⁸. Odnajdują ją więc w ramach wspomnianych powyżej, względnie szerokich ram konceptualnych (mempleksów, trendów itd.). Z kolei w oryginalnej postaci szansę na dłuższe przeżycie mają te z nich, które wykazują się wysoką elastycznością rekontekstualizacji. Byłyby to między innymi

¹⁶⁴ Warto jednak zauważyć, że to rozproszenie treści ma też inny aspekt, wpływać bowiem może na utrwalanie w pamięci pewnych artefaktów medialnych. Dzieje się tak na przykład wtedy, gdy treści ze starszego medium są przez użytkowników transferowane do nowszego. Dobrym przykładem jest dokonujący się transfer treści z portalu YouTube do aplikacji TikTok, który pozwolił zarówno na uruchomienie wspomnień o wielu klasycznych dla internetu treściach audiowizualnych, jak i na zapoznanie się z nimi przez młodszych użytkowników sieci.

¹⁶⁵ Zob. Ł. Juda, *Znikające treści...*, dz. cyt., s. 40.

¹⁶⁶ Być może są one nawet bardziej dotkliwe, bo ryzyko utraty nie jest tu powiązane z zakładaną konwencją komunikacyjną opartą na ulotności treści.

¹⁶⁷ Wiąże się to z odczuwaną przez konkretnego użytkownika utratą kontekstu i znaczenia w natłoku narastających się nowości. Nowość bowiem postrzegać można nie tylko w odniesieniu do czasu rzeczywistego, ale również, według Lupinacci, jako świeżość w odczuciu konkretnego użytkownika. Nakładanie się na siebie różnych spersonalizowanych „świeżości” powodować może z kolei poczucie niejednoczesności, a przez to – dezorientację wynikającą z braku synchronizacji przeżywanych przez zbiorowość chwil. L. Lupinacci, *Phenomenal algorithms...*, dz. cyt., s. 14–15.

¹⁶⁸ Marta Wójcicka odróżnia praktyki wcielania (pamięci o memie) dokonywane poprzez reprodukcję indeksowaną, będącą odtworzeniem z innowacją celową, i reprodukcję indeksowaną bez innowacji. Ta pierwsza ujawnia się w liczbie wariantów danego tekstu, ta druga zaś w liczbie reprodukcji bez zmian. Zob. M. Wójcicka, *Mem internetowy jako multimodalny gatunek pamięci zbiorowej*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2019, s. 180.

artefakty służące jako gotowe wzorce odpowiedzi, jak na przykład memy reakcyjne¹⁶⁹, GIF-y czy pierwsze zdania *copypast*, które swoją pamięć znajdują w mnemotechnice powtórzeń (re)kontekstualizującej je cybermowy. Co ważne, znajdują się tu również teksty cieszące się swoistą, niezbywalną aurą wyjątkowości w kolejnych recepcjach. Teksty te, określane nierzadko przez użytkowników jako „klasyki nad klasykami”, postrzegane są przez nich jako przynależne do kanonu¹⁷⁰. Jak za Urszulą Pawlicką pisze Marta Wójcicka, życie memów [jak i nowych lapidarności w ogóle – przyp. Ł.J.] zależne jest od ich cyberpercepcji rozumianej jako „połączenie procesów ekspresyjnych z procesem generowania obiektu”¹⁷¹. W tym też sensie znacznie częściej niż od „konceptyjno-kontemplacyjnego przeżycia” zależą od „działania i przekształcania artefaktu”¹⁷².

Treści cyrkulujące w ramach mediów nastawionych na trwanie nie ulegają więc zniszczeniu w przynależnym rzeczom procesie erozji. Ich zanikanie stanowi raczej rozszerzenie form zapominania właściwych ludzkiej pamięci. Odróżniają się więc od utraconych mediów takich jak na przykład rozmagnesowane kasety VHS tym, że zawierają w sobie „potencjał trwania”, a więc i to, że – w imię pamięci – kryją w sobie potencjał zostania odzyskanym.

Podsumowując powyższe rozważania należy stwierdzić, że nowe lapidarności nie stanowią jednorodnego typu tekstów, lecz ponadgatunkowe, multimodalne formy komunikacyjne, które umożliwiają szybkie nadanie i niemal natychmiastowe przyswojenie dużej liczby informacji w obrębie pojedynczej jednostki medialnej oraz ich kumulowanie podczas jednej sesji odbiorczej. Ich skuteczność opiera się na jednoczesnym wykorzystaniu pisma, dźwięku i obrazu, a także na obecności paratekstów (takich jak reakcje, komentarze, liczba udostępnień czy hasztagi), które współtworzą znaczenie przekazu i warunkują jego widoczność. Krótkość tych form nie oznacza

¹⁶⁹ Jak zauważa Michał Koza, „memy, które zdobyły popularność, używają się wraz z ich rozpowszechnianiem. Kiedy stają się zrozumiałe dla ogółu, tracą swój walor dystynktywny – funkcję odróżniania wspólnot memetycznych. Wtedy odchodzą w niepamięć bądź (czasami, jeśli dany mem na to pozwala) korzysta się z nich do przekazywania komunikatów, które *explicite* wyrażają”. M. Koza, *Czy znasz ten mem? Pragmatyka i polityka internetowych wspólnot interpretacyjnych*, „Teksty Drugie” 3/2015, s. 242.

¹⁷⁰ Więcej na ten temat piszę w niezawartej w niniejszej pracy partii artykułu *Mem nie może przecież wiecznie trwać?...* Zob. Ł. Juda, *Mem nie może...*, dz. cyt.

¹⁷¹ U. Pawlicka, *Cybersemiotyka. O śladach tekstu w kulturze cybernetycznej*, [w:] *Przekaz digitalny. Z zagadnień semiotyki, semantyki i komunikacji cyfrowej*, red. E. Szczęśna, Universitas, Kraków 2015. Za: M. Wójcicka, *Mem internetowy...*, dz. cyt., s. 191.

¹⁷² A. Porczak, *Sztuka przesunięta. Shiftart*, „Opcje” 2(71) /2008 [Za:] M. Wójcicka, *Mem internetowy...*, dz. cyt.

oszczędności środków, lecz ich kondensację, wymagającą od użytkowników stałej partycypacji, śledzenia zmian w trendach oraz rozwijania kompetencji kulturowych pozwalających na rekonstrukcję znaczeń w szerszych ramach konceptualnych.

Funkcjonowanie nowych lapidarności jest ściśle związane z natychmiastowością ich przesyłania i odbioru oraz z praktykami przyspieszania i selekcji treści, które umożliwiają użytkownikom komunikacyjną operatywność w warunkach nadmiaru informacji. Równocześnie podlegają one różnym formom efemeryczności: zarówno tej wynikającej z zakładanej przez konwencje i wspieranej technologicznie, w obszarze mediów nastawionych na efemeryczność, jak i tej, która powstaje w wyniku algorytmicznego porządkowania przekazów, ich szybkiego namnażania oraz zależności ich widoczności od bieżącej aktywności użytkowników. W efekcie nawet treści archiwizowane funkcjonują jako nietrwałe, wypierane przez kolejne artefakty i tracące swoją wyrazistość w dynamicznie zmieniającym się kontinuum aktualności. W tym sensie nowe lapidarności są formami komunikacyjnymi o wysokim stopniu mobilności i podatności na rekontekstualizację, których znaczenie i żywotność kształtują się w warunkach ciągłego przepływu treści, zmiennej uwagi użytkowników oraz platformowego porządkowania widoczności.

Rozdział II

Lapidarne formy wideo i ich miejsca cyrkulacji

2.1 Stopniowy zwrot ku lapidarnej audiowizualności

W latach 2013-2014 stopniowo zaczął nabierać tempa proces wyłaniania i upowszechniania lapidarnych form wideo jako cyfrowych form komunikacyjnych, a także tworzenia dedykowanych im przestrzeni cyrkulacji. Obecnie cieszą się one niezwykle popularnością, przyciągając uwagę miliardów ludzi na całym świecie. Skala tego fenomenu, zwłaszcza w kontekście aplikacji TikTok, którą szerzej omówię w dalszej części rozprawy, jest znacząca – zwłaszcza jeśli weźmie się pod uwagę, że choć format ten może wydawać się nowatorski, to sam w sobie nie stanowi technicznego przełomu w historii mediów cyfrowych. Ruchome, zapętlone obrazy funkcjonują bowiem w ekosystemie komunikacyjnym sieci przynajmniej od lat 90., kiedy powstał i rozpowszechnił się format GIF.

2.1.1 GIF internetowy

W latach 90., kiedy internet przechodził stopniową komercjalizację, a dostęp do niego zyskiwała coraz większa liczba osób, narodził się format, który dzięki swojej względnej „lekkości” oraz zdolności do przekazywania nacechowanych emocjonalnie reakcji zyskał dużą popularność. Był to format GIF (*Graphics Interchange Format*), najczęściej wykorzystywany do tworzenia krótkich animacji. Moment ten można, w perspektywie ewolucji krótkich form wideo, określić jako ich niemą erę¹⁷³.

GIF internetowy został stworzony w 1987 roku przez inżyniera firmy CompuServe, Steve’a Wilhite’a. Jego rozpowszechnienie wśród internautów opóźniły jednak problemy prawne związane z wykorzystaniem opatentowanych wcześniej przez inne dwie spółki bazujące na rozwiązaniach technologicznych – IBM i UniSys¹⁷⁴. Magdalena Kamińska jako moment masowego upowszechnienia się formatu wskazuje więc 2003 rok, czyli moment narodzin adaptującego go w ramach swoich afordancji

¹⁷³ D. B. V. Kaye, J. Zeng, P. Wikström, *TikTok: Creativity and Culture in Short Video*, Polity Press, Cambridge 2022, s. 32.

¹⁷⁴ Ostatni patent IBM pierwszej wygasł w 2006 roku. Za: M. Kamińska, *[Smiles in Polish]. Rola GIF-ów w komunikacji zapośredniczonej komputerowo*, „Kultura Współczesna”, nr 2(127), 2024, s. 79–80.

serwisu MySpace¹⁷⁵. Jako narzędzie fanowskiej ekspresji, funkcjonował w późniejszym czasie, szczególnie na platformach Reddit, LiveJournal i Tumblr¹⁷⁶.

Operowanie omawianym formatem znacznie ułatwił z kolei uruchomiony w 2006 roku kreator GIF-ów Blingee. Umożliwiał on generowanie spersonalizowanych obrazów nawiązujących w warstwie estetycznej do wizualnych konwencji wczesnej sieci, które charakteryzowały się prostotą, niską jakością i specyficznymi, często określanymi jako „przaśne” efektami graficznymi¹⁷⁷.

Wśród formatów wykorzystujących bezstratną kompresję danych GIF wyróżniał się efektywnością komunikacyjną i kreatywnie wykorzystywaną możliwością obsługi sekwencji obrazów w pętli¹⁷⁸.

D. Bondy Valdovinos Kaye i współpracownicy określają GIF-y jako narzędzia służące do wyrażania emocji oraz wykazywania posiadania wiedzy kulturowej w cyberprzestrzeni. Zauważają przy tym, że: „Twórcy GIF-ów mogli uchwycić momenty z telewizji, filmów lub innych materiałów wideo krążących w internecie, a także budować na tym, co stworzyli inni twórcy GIF-ów”¹⁷⁹. Za Kate M. Miltner i Timem Highfieldem postrzegają więc GIF jako obiekt polisemiczny, podatny na rekontekstualizację i interpretację symboliczną¹⁸⁰.

Od samego początku GIF wykazywał więc kluczowe dla nowych lądarności cechy, takie jak krótka forma, wspomniana polisemiczność, interaktywność oraz uniwersalność, a także względna łatwość edycji i transmisji, w tym potencjał do kreatywnego remiksowania. Te właściwości pozwalały użytkownikom na szybkie i efektywne tworzenie treści, najczęściej opartych na profesjonalnych produkcjach z zakresu kultury popularnej, oraz na ich szerokie rozpowszechnianie w internecie. Obecnie GIF zyskał szczególny status komunikacyjny w kulturach mediów społecznościowych. Zawdzięcza to swojemu niezwykle wysokiemu potencjałowi komunikacyjno-emocjonalnemu opierającemu się na łatwości przekazywania afektów oraz technicznej “lekkości” formatu, do której przyczynia się charakterystyczny, wyróżniający go wśród krótkich form wideo brak komponentu dźwiękowego. Wszystko

¹⁷⁵ Tamże, s. 80.

¹⁷⁶ Tamże.

¹⁷⁷ M. Kamińska, *[Smiles in Polish]...* dz. cyt., s. 80.

¹⁷⁸ K. M. Miltner, T. Highfield, *Never Gonna GIF You Up: Analyzing the Cultural Significance of the Animated GIF*, „Social Media + Society” Vol. 3(3), 2017, s. 1–11.

¹⁷⁹ D. B. V. Kaye, J. Zeng, P. Wikström, *TikTok: Creativity and Culture...*, dz. cyt., s. 32.

¹⁸⁰ Miltner K. M., T. Highfield, *Never Gonna GIF You Up...*, dz. cyt., s. 1–11 [Za:] Tamże.

to sprawiło, że GIF postrzegany jest przez użytkowników jako odrębna formuła wypowiedzi, różna zarówno od lapidarnych form wideo, jak i memów czy emoji¹⁸¹.

2.1.2 YouTube – początki platformizacji krótkich form wideo

Czas przed popularnością YouTube'a, określić można jako erę zdecentralizowanego obiegu lapidarnych form wideo¹⁸². Uruchomiony w 2005 roku zrewolucjonizował sposób udostępniania i oglądania filmów w internecie, oferując łatwą w użyciu, zintegrowaną platformę do przesyłania, zarządzania i dzielenia się treściami wideo. Choć pliki wideo zamieszczane były w sieci już wcześniej¹⁸³, również w ramach dedykowanych im platform¹⁸⁴, to dopiero omawiana platforma osiągnęła tak duży sukces, co po części można tłumaczyć trafieniem jej twórców w idealny moment ekonomicznego i technologicznego rozwoju sieci¹⁸⁵.

W momencie pojawienia się YouTube'a kluczowe było bowiem to, że umożliwił on „[...] przesyłanie wideo bez trudu, automatycznie konwertując z wielu różnych formatów [transkodując początkowo do jednego formatu - FLV przyp. Ł.J] oraz tagowanie przesyłanych filmów za pomocą słów kluczowych”¹⁸⁶. Dodatkowo użytkownicy mogli „łatwo udostępnić filmy, wysyłając linki do nich lub osadzając je na

¹⁸¹ Mimo że w ramach obecnej praktyki użytkowniczej to właśnie tym ostatnim jest najbardziej pokrewna. Jak zauważa jednak Magdalena Kamińska, nie jest aż tak wieloznaczna, skonwencjonalizowana i łatwa w użyciu, dzięki czemu może okazać się niejednokrotnie bardziej adekwatna jako reakcja. Jest bowiem silniej zindywidualizowana oraz lepiej odpowiadająca wysiłkom komunikacyjnym podejmowanym przez interlokutora. Tamże, s. 78.

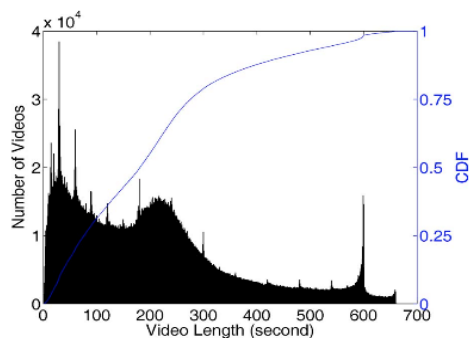
¹⁸² X. Cheng, C. Dale, J. Liu, *Understanding the Characteristics of Internet Short Video Sharing: YouTube as a Case Study*, „ArXiv.org”, 2007, s. 1. Czas po nim zaś, jako stopniowa centralizacja treści wideo w ramach szerszego zjawiska platformizacji treści generowanych przez użytkowników. Proces platformizacji opisany został na przykładzie Facebooka przez Anne Helmond. Określony został przez nią jako proces wyłaniania się platform jako „dominującego modelu infrastrukturalnego i ekonomicznego w sieci społecznościowej wraz z tego konsekwencjami”. Analizy tego procesu w ramach produkcji kulturowej dokonali David Nieborg i współpracownicy. Zob. N. David, T. Poell, M. Deuze, *The Platformization of Making Media* [w:] *Making Media: Production, Practices, and Professions*, Mark Deuze, Mirjam Prenger (red.), 2019, s. 85–96.

¹⁸³ Istotną rolę odgrywały tu popularne na wczesnym etapie rozwoju komercyjnego internetu animacje Flash.

¹⁸⁴ Pierwszą platformą służącą udostępnianiu treści wideo była uruchomiona w 1997 roku witryna Share Your World. Innym przykładem takich miejsc w sieci była powstała w 1999 roku strona iFilm.

¹⁸⁵ Na powód ten wskazuje Chase Norlin, twórca niedziałającego już serwisu Share Your World. Jako dwa główne czynniki odpowiadające za niepowodzenia wcześniejszych projektów wskazuje poważne problemy z przepustowością oraz nierozwinięty jeszcze model biznesowy oparty o reklamy online. Zob. A. Plesser, *First Video Sharing Site Paved the Way for YouTube - ShareYourWorld.com Was There First to Launch Ten Years Back*, 7 lipca 2007, <https://www.beet.tv/2007/07/first-video-sha.html> (23.03.2025).

¹⁸⁶ X. Cheng, C. Dale, J. Liu, *Understanding the Characteristics...*dz. cyt., s. 1.



Wykres 1. Długości filmów na portalu YouTube w 2008 roku. Opracowali X. Cheng, C. Dale, J. Liu, *Understanding the Characteristics of Internet Short Video Sharing: A YouTube-Based Measurement Study*, „IEEE Trans. Multimed”, nr 15, 2013, s. 1186.

minut, choć najczęściej były one jeszcze krótsze¹⁸⁹. Xu Cheng i współpracownicy wskazują, że na portalu YouTube spotykane były wówczas najczęściej trzy długości materiałów wideo. Filmy poniżej minuty, filmy około 3–4 minutowe (był to wynik popularności teledysków na portalu) oraz filmy wykorzystujące ówczesną maksymalną długość 10 minut¹⁹⁰. Co charakterystyczne, cytowani autorzy wszystkie te metraże określają jako „krótkie”, co zdaje się potwierdzać sygnalizowaną już w niniejszej rozprawie potrzebę określania „krótkości” treści medialnych poprzez osadzenie jej w konkretnych ramach kontekstowych.

Na podstawie analizy 2 994 947 filmów zebranych w 2007 roku oraz 5 043 082 filmów zebranych w 2008 roku cytowani autorzy stwierdzili, że największy odsetek, bo aż 20%, stanowiły filmy trwające około jednej minuty. Poza kilkoma wyjątkami, w których widoczne są skoki przy określonych długościach (zob. wykres 1), liczba filmów

stronach internetowych lub w blogach”¹⁸⁷. Ponadto kluczowe dla popularności platformy, okazać się mogło również wprowadzenie szeregu istotnych elementów i funkcji (jak na przykład narzędzia oceny komentowania treści) umożliwiających budowanie społeczności. Dzięki temu, zamieszczane filmy – podobnie jak i użytkownicy serwisu – przestały być od siebie niezależne¹⁸⁸.

W 2005 roku użytkownicy YouTube’a mogli przysyłać treści nieprzekraczające 10

¹⁸⁷ Tamże.

¹⁸⁸ Tamże, s. 1–2. Oznacza to, że filmy i użytkownicy przestały być autonomicznymi bytami, a zaczęły współfunkcjonować w jednym ekosystemie, w którym ich znaczenie, widoczność i sens wyłaniają się z relacji między nimi w obszarze infrastruktury platformy. Na kwestię tę uwagę zwracał m.in. Tomasz Żaglewski pisząc, że „o wiele mniejsze znaczenie w przypadku YouTube mają konkretne materiały audiowizualne na nim umieszczane (i co za tym idzie - perspektywa ich badania), zaś na pierwszy plan wysuwają się złożone relacje zachodzące zarówno pomiędzy samymi tekstami, jaki ich autorami oraz komentatorami”. T. Żaglewski, *Dzień z życia Ziemi, czyli YouTube jako cyberkultura*, „Przegląd Kulturoznawczy”, nr 1 (9), 2011, s. 91.

¹⁸⁹ Na przykład uznawany za pierwszy zamieszczony w tej przestrzeni film „Me at the zoo” trwał 19 sekund. Zob. *Me at the zoo*, jawed, YouTube, <https://www.youtube.com/watch?v=jNQXAC9IVRw> (20.02.2025).

¹⁹⁰ Najczęściej stanowiące elementy podzielonego, dłuższego filmu. X. Cheng, C. Dale, J. Liu, *Understanding the Characteristics of Internet Short Video Sharing A YouTube-Based Measurement Study*, „IEEE Trans. Multimed”, nr 15, 2013, s. 1186–1187.

maleje proporcjonalnie do wydłużania się ich metrażu¹⁹¹. Pozwala to stwierdzić, że na początku istnienia platformy YouTube dominowały treści nieprzekraczające 4 minut, wraz z jej rozwojem zaś, długość zamieszczanych treści rosła¹⁹². Wskazuje to na podobieństwo wczesnego YouTube'a do dzisiejszych miejsc cyrkulacji lapidarnych form wideo oraz stanowi analogię wobec procesu rozwoju platformy TikTok, która wraz z upływem czasu pozwala na zamieszczanie coraz dłuższych klipów.

Podobieństwo to można dostrzec również zwracając uwagę na spostrzeżenie dokonane w 2010 roku przez Iwonę Kurz. Naukowszynie wskazała, że znajdujący się w przestrzeni serwisu YouTube „internauta pozostaje w świecie drobnych wyładowań, przyjemnych impulsów i niekoniecznie z niego wychodzi”¹⁹³. I. Kurz osadzone w specyficznym kontekście platformy teksty audiowizualne określa jako „momenty”¹⁹⁴. Ówczesne opisy najpopularniejszych treści zamieszczanych na tym portalu mocno rezonują z charakterystyką, a jednocześnie z zarzutami, z którymi TikTok i jego użytkownicy musieli się mierzyć na początku jego istnienia. Jak już w 2011 roku pisał Tomasz Żaglewski: „Najpopularniejsze filmiki w historii YouTube to chałupnicze, a momentami wręcz żenujące zapisy wyglupów, żartów i innego rodzaju >>popisów<< odwołujących się do bardzo prostego poczucia humoru”¹⁹⁵. Szczególnie charakterystyczny zdaje się być wartościująco-deprecjonujący ton ocen ludyczno-humorystycznego obszaru portalu, niezwykle często spotykany w ogóle w odniesieniu do treści internetowych, a obecnie zwłaszcza w odniesieniu do materiałów znajdujących się w przestrzeni aplikacji TikTok.

YouTube był ponadto przestrzenią, w której swoją wyraźną obecność i ważność zaznaczała muzyka. Paul Levinson w 2010 roku pisał nawet o zajmowaniu przez YouTube'a miejsca MTV. Według niego ten pierwszy „dał teledyskowi nową egzystencję w kulturze popularnej”¹⁹⁶. Portal YouTube był jednym z pierwszych tak

¹⁹¹ Tamże.

¹⁹² W 2010 roku średnia wynosiła 4 minuty 46 sekund. W dalszym ciągu jednak zalecano publikowanie treści o długości 2-3 minut. Zob. I. Kurz, „I got you tube”. *Kino a serwis YouTube.com - odmiany konofilii*, [w:] *Pogranicza audiowizualności. Parateksty kina, telewizji i nowych mediów*, red. A. Gwóźdź, Universitas, Kraków 2010, s. 418.

¹⁹³ Tamże, s. 428.

¹⁹⁴ Tamże. Współcześnie portal YouTube bywa krytykowany przez niektórych zwolenników TikToka, którzy w humorystyczny sposób przedstawiają go jako mniej dynamiczny, niewydajny czy przesadnie wypełniony reklamami. Zob. <https://vm.tiktok.com/ZGJgLuY1p/> (20.02.2025).

¹⁹⁵ T. Żaglewski, *Dzień z życia Ziemi...*, dz. cyt., s. 91.

¹⁹⁶ P. Levinson, *Nowe nowe media...*, dz. cyt., s. 123.

popularnych miejsc w cyberprzestrzeni, które (przynajmniej na poziomie afordancji i strategicznych działań wydawcy) traktowały sferę dźwiękową, w tym muzykę, w sposób względnie równorzędny z obrazem¹⁹⁷. To właśnie tam narodził się jeden z pierwszych w historii cyberkultury trendów¹⁹⁸, które z dzisiejszej perspektywy można uznać za powiązany z lapidarnymi formami wideo. Mowa o niezwykle popularnym w 2013 roku rozprzestrzenialnym¹⁹⁹ wideo *Harlem Shake*²⁰⁰. Warto przypomnieć, że właśnie dzięki temu trendowi popularność zyskał również autor wykorzystanej w niej muzyki, amerykański DJ i producent muzyczny o pseudonimie Baauer²⁰¹. Dziś coraz więcej muzyków promuje swoją twórczość w ramach lapidarnych form wideo, a zwłaszcza w aplikacji TikTok, mając nadzieję na zyskanie rozpoznawalności, do czego powrócę w dalszych partiach tekstu²⁰².

¹⁹⁷ Paul Levinson w 2010 roku pisał nawet o zajmowaniu przez YouTube'a miejsca MTV, według niego bowiem ten pierwszy „dał teledyskowi nową egzystencję w kulturze popularnej” (zob. Tamże, s. 123).

¹⁹⁸ Użytkownicy posługują się tym określeniem w odniesieniu do najbardziej popularnych wyzwań, choreografii, wzorów działania itd.

¹⁹⁹ Celowo unikam tu określenia „wirusowy”, nawiązując do myśli autorów książki *Rozprzestrzenialne media. Jak powstają wartości i znaczenia w usieciowionej kulturze*. Henry Jenkins, Sam Ford i Joshua Green uważają, że pojęcie mediów wirusowych „prowadzi do błędnych założeń na temat tego, jak działa kultura i zniekształca sposoby rozumienia układu sił pomiędzy producentami a odbiorcami”. Idea rozprzestrzenialności zaś pozwala zwrócić uwagę na to, że „odbiorcy zamiast funkcjonować jako bierni nosiciele wirusowych mediów, odgrywają aktywną rolę w rozpowszechnianiu treści” oraz że „to od ich wyborów, zaangażowania, założeń i działań zależy, co zyska na wartości”. Por. H. Jenkins, S. Ford, J. Green *Rozprzestrzenialne media. Jak powstają wartości i znaczenia w usieciowionej kulturze*, Michał Wróblewski (tłum.), Wydawnictwo UŁ, Łódź 2018, s. 61–62.

²⁰⁰ Choć piosenka miała swoją premierę w maju 2012 roku, to związany z nią trend oraz kulminacja popularności nastąpiły w 2013 roku. Wówczas fragment utworu został wykorzystany przez użytkownika o pseudonimie „filtry Frank” w 19-sekundowym filmie, który zaprezentował charakterystyczny, wielokrotnie później replikowany schemat obejmujący nonsensowne stroje oraz nieco niezręczny taniec. Jako inny przykład, wcześniejszy od *Harlem Shake*, bardzo często podaje się zaś również szeroko rozprzestrzenialny w 2012 roku taniec do piosenki *Gangnam Style*. Teledysk do owej piosenki, południowokoreańskiego piosenkarza Psy, bił wówczas rekordy popularności, m.in. na platformie YouTube, gdzie jako pierwszy w historii tej platformy przekroczył magiczną granicę miliarda wyświetleń. Zob. L. Shifman, *Memes in Digital Culture...*, dz. cyt., s. 1–5.

²⁰¹ W szczytowym momencie popularności „Harlem Shake” generował niemal 4000 nowych filmów dziennie, publikowanych na platformie YouTube (co, jak na ówczesne warunki, stanowiło niezwykle wysoką liczbę, zwłaszcza że YouTube nie był jeszcze platformą tak silnie opartą – ani infrastrukturalnie, ani kulturowo – na praktykach remiksowania, jak ma to miejsce współcześnie w przypadku TikToka). Próg miliarda wyświetleń osiągnął w zaledwie 40 dni, czyli o połowę szybciej niż teledysk do „Gangnam Style”, który dotąd uchodził za rekordowy przykład. Dokładnej analizy memu „Harlem Shake”, dokonali Michael Soha i Zachary J. McDowell. Zob. M. Soha, Z. J. McDowell, *Monetizing a Meme: YouTube, Content ID, and the Harlem Shake*, „Social Media + Society”, nr 1, 2016, s. 1–12.

²⁰² Ł. Juda, *Lapidarne formy wideo jako nowy obszar oddolnych praktyk muzycznych*, *Kultura Współczesna*, nr 3 (119), 2022, s. 200–214.

2.2 Krótka historia lapidarnych form wideo i ich platformowej cyrkulacji

W miarę jak YouTube rozwijał się jako platforma dedykowana cyrkulacji coraz dłuższych form wideo, wydawcy oraz twórcy zaczęli dostrzegać niszę dla krótszych, bardziej zwięzłych treści, odpowiadających na zmieniające się praktyki odbiorcze użytkowników. W tym kontekście pojawiły się pierwsze platformowe eksperymenty z lapidarnymi formami wideo, które w kolejnych latach zyskały na popularności. D. Bondy Valdovinos Kaye i współpracownicy wskazują, że ich współczesna postać jest rezultatem prób i rozwiązań rozwijanych na czterech głównych platformach funkcjonujących przed TikTokiem. Do owej „platformowej czwórki” należą: Vine, Snapchat (format My Stories), Musical.ly oraz Flipagram²⁰³.

2.2.1 Vine – pierwsza platforma dedykowana lapidarnym formom wideo

Jako pierwszą tego typu platformę autorzy wskazują Vine. Była ona własnością firmy Twitter, Inc., wpisując się w jej koncepcję komunikacji opartej na krótkich treściach²⁰⁴. Filmy zamieszczone na tej platformie były – nawet z dzisiejszej perspektywy – niezwykle krótkie, bo trwające maksymalnie 6 sekund. Podobnie jak na współczesnych aplikacjach dedykowanych cyrkulacji lapidarnych form wideo, na Vine użytkownik poruszał się między treściami poprzez przewijanie kolejnych, zapętlnionych, pionowo zorientowanych filmów (*scrolling*).

Istotne cechy Vine, z których czerpią dzisiejsze platformy LFW oraz sam ten format, to również wykorzystywanie szablonów w treściach wideo (tzw. „templatkowość”)²⁰⁵ oraz ogromna rola dźwięków, a zwłaszcza muzyki popularnej²⁰⁶. Pierwsza cecha sprawiała, że treści wideo stawały się częścią kultury memicznej, która wówczas była już popularna w internecie, dotycząc jednak głównie treści wizualnych. Druga zaś otworzyła nowe możliwości ekspresji medialnej, wprowadzając dźwięk jako

²⁰³ D. B. V. Kaye, J. Zeng, P. Wikström, *TikTok: Creativity and Culture...* dz. cyt., s. 18-56.

²⁰⁴ Uściślając, Vine został przejęty przez Twittera trzy miesiące przed oficjalnym uruchomieniem w styczniu 2013 roku. Zob. Tamże, 32.

²⁰⁵ Tamże, s. 33-34.

²⁰⁶ W tym wprowadzając ciekawe funkcje powiązane z muzyką, takie jak „Snap to Beat”, która umożliwia użytkownikom przycięcie fragmentu utworu i zapętlenie go w sposób idealnie dopasowany do sześciu sekund klipu. Zob. S. Dredge, *Vine hopes video creators will snap to the beat of its new music features*, „The Guardian”, 2015, <https://www.theguardian.com/technology/2015/aug/28/vine-video-creators-music-twitter-app> (23.02.2025).

element współtworzący sens i odbiór treści wideo, a także jako istotny składnik infrastruktury platform.

Aplikacja Vine napotkała szereg istotnych problemów, które ostatecznie stały się ważnym punktem odniesienia dla przyszłych platform rozwijających podobne formy komunikacji. Do problemów tych należały m.in.: trudności z generowaniem przychodów; silna konkurencja (na przykład ze strony platformy Instagram); problemy z wynagradzaniem użytkowników oraz związane z tym trudności w utrzymaniu bardziej znanych twórców przy platformie; brak dynamicznego rozwoju spowodowany zaniedbaniami ze strony macierzystej spółki Twitter Inc., która nie traktowała Vine jako platformy priorytetowej; zbyt duże ograniczenia kreatywne wynikające z długości klipów oraz trudności w nawiązywaniu przez znane z Vine osoby kontaktu z ich fanami za pośrednictwem tej platformy²⁰⁷.

2.2.2 Snapchat – efemeryczność i format *Stories*

Snapchat według Kaye'a i współpracowników odegrał istotną rolę w kształtowaniu się współczesnych lapidarnych form wideo głównie za sprawą popularnej do dziś funkcji MyStories²⁰⁸. Użytkownicy mogą w jej ramach zamieszczać zdjęcia lub krótkie filmy, które pozostają widoczne przez 24 godziny, a następnie – o ile żaden z odbiorców ich nie zapisze – znikają bezpowrotnie. Do obserwacji zawartych w książce *TikTok: Creativity and Culture in Short Video* dodać należy, że to właśnie Snapchat był aplikacją, która przełamała ówczesne wzorce medialne dotyczące postrzegania idealnych sposobów (re)prezentacji jednostki w mediach społecznościowych. Zmiana ta polegała na przesunięciu akcentu z ściśle zaplanowanych działań oraz kreowanych (i często gruntownie modyfikowanych), wyidealizowanych obrazów na te, które stawiają na spontaniczność i tworzenie ‚autentycznego wizerunku‘, co stało się szczególnie istotne dla pokolenia Z²⁰⁹.

²⁰⁷ C. Stokel-Walker, *TikTok Boom: China's Dynamite App and the Superpower Race for Social Media*, Canbury Press, 2021, s. 48–49 i 53–57.

²⁰⁸ V. Kaye, J. Zeng, P. Wikström, *TikTok: Creativity and Culture...*, dz. cyt., s. 35–37.

²⁰⁹ Zob. np. M. Gorea, *Becoming Your "Authentic" Self: How Social Media Influences Youth's Visual Transitions*, „Social Media + Society”, nr 3, 2021, s. 1–12. Według użytkowników aplikacja TikTok wspiera cechy i postawy takie jak autentyczność, spontaniczność oraz naturalność. Aplikacja Instagram jest postrzegana przeciwnie, jako promująca bardziej wyidealizowane postawy. Zob. *Kim są polscy użytkownicy TikToka? Spojrzenie w głąb – raport z badań jakościowych*, Uniwersytet SWPS, GetHero, 2022, s. 48–49 i 65.

TikTok powstał w czasie, gdy fotografia i krótkie nagrania ze Snapchata, rejestrowane spontanicznie, bez szczególnego zwracania uwagi na jakość, stały się niejako naturalnym elementem komunikacji w sieci²¹⁰. Późniejszą ilustracją znaczenia potrzeby autentyczności wśród młodego pokolenia była ogromna popularność aplikacji takich jak BeReal²¹¹, które opierają się na zasadzie „natychmiastowego” publikowania zdjęć w nieoczekiwanych momentach, wyznaczanych przez samą aplikację – bez przygotowania i rozbudowanej edycji²¹².

2.2.3 Flipagram – muzyka i algorytmy w lapidarnych formach wideo

Kolejną aplikacją uznawaną przez cytowanych autorów za istotną dla genezy współczesnych przestrzeni cyrkulacji lapidarnych form wideo jest Flipagram. Platforma ta umożliwiała użytkownikom tworzenie trzydziestosekundowych pokazów slajdów ze zdjęć, do których dodawano muzykę. Do jej najważniejszych elementów infrastrukturalnych należały wczesne próby wdrażania algorytmów rekomendacyjnych służących porządkowaniu treści wideo oraz centralizacja audio jako kluczowego komponentu platformy²¹³. Twórcom aplikacji udało się

zabezpieczyć umowy licencyjne z Universal Music Group, Sony Music Entertainment, Warner Music, Merlin, The Orchard oraz z wydawcami muzycznymi takimi jak Sony/ATV Music Publishing, Universal Music Publishing Group i BMG, a także z mniejszymi wydawcami za pośrednictwem National Music Publishers' Association²¹⁴.

²¹⁰ Więcej na temat tego formatu piszę w pracy: Ł. Juda, *Znikające treści...*, dz. cyt.

²¹¹ Zob. Z. A. Taylor, *Everyone Stop What You're Doing and BeReal: Live Networked Publics and Authenticity on BeReal*, „Social Media + Society”, nr 2, 2023, s. 1-15. W 2022 roku ByteDance stworzył kopię aplikacji BeReal pod pozwalającą korzystać z popularności głównej platformy nazwą - TikTok Now. Aplikacja została jednak zamknięta w 2023 roku.

²¹² Lisa Thomas i Catherine V. Talbot pokazują jednak, że choć BeReal projektowany jest jako odpowiedź na potrzebę autentyczności (m.in. poprzez wymuszanie natychmiastowego, nieedytowanego publikowania), w praktyce generuje nowe napięcia i presje – użytkownicy odczuwają bowiem obowiązek codziennego dzielenia się „interesującymi” momentami, porównują się z innymi oraz negocjują własny wizerunek w tak narzuconych warunkach spontaniczności. W efekcie deklarowana autentyczność ulega performatywnemu przekształceniu, a korzystanie z aplikacji może prowadzić do zmęczenia i wycofywania się użytkowników. L. Thomas, C. V. Talbot, *The rise and fall of BeReal: Values of and motivations for (dis)engagement with authenticity-promoting social media*, „New media & Society”, 2025, s. 1–25.

²¹³ V. Kaye, J. Zeng, P. Wikström, *TikTok: Creativity and Culture...*, dz. cyt., s. 39 i 44.

²¹⁴ T. Ingham, *This tech startup boss's attitude to music licensing says it all*, Music Business Worldwide, 2016 <https://www.musicbusinessworldwide.com/this-tech-startup-bosss-attitude-to-music-licensing-says-it-all/> (26.02.2025) [Za:] Tamże.

Z rozwiązań wypracowanych na potrzeby aplikacji Flipagram mogli później korzystać także właściciele TikToka. W 2017 roku Flipagram został sprzedany chińskiej firmie Toutiao, powiązanej z ByteDance, spółką matką TikToka. Po przejściu aplikację przemianowano na Vigo Video, a następnie, w 2020 roku, zintegrowano z TikTokiem²¹⁵.

2.2.4 Musical.ly – bezpośredni poprzednik TikToka

Ostatnią z aplikacji wymienianych przez Kaye'a i współpracowników jest wydana w 2014 roku aplikacja Musical.ly²¹⁶, która służyła przede wszystkim do nagrywania i publikowania luźnych treści opartych na synchronizacji ust do popularnych utworów muzycznych (*lip-sync*). Chris Stokel-Walker zauważa, że na popularność proponowanego przez aplikację formatu wpływ miały m.in. aktualne konteksty kulturowe. W USA w tym samym czasie emitowany był bowiem niezwykle popularny program *Lip Sync Battle*, który w znacznym stopniu popularyzował praktyki związane z okołomuzycznym naśladownictwem²¹⁷. W rozmowie ze Stokel-Walkerem, współtwórca aplikacji Alex Zhu podkreślał natomiast: „Jeśli chcesz stworzyć społeczność opartą na treści, ta treść i proces tworzenia muszą być ekstremalnie lekkie – coś, co można skończyć w ciągu kilku sekund, a nie minut czy godzin”²¹⁸.

Spośród wszystkich wymienionych platform to właśnie Musical.ly najbardziej przypominała dzisiejszego TikToka. Podobnie jak on, umożliwiała przeglądanie treści poprzez *scrollowanie*, oferowała funkcje *Stories* i wbudowane w infrastrukturę narzędzia do edycji. Ponadto kładła nacisk na wzmacnianie interakcji między użytkownikami i charakteryzowała się mechanizmami mającymi „zachęcać użytkowników do

²¹⁵ Integracja Flipagrama z TikTokiem przebiegała dwuetapowo: najpierw serwis poddano rebrandingowi jako Vigo Video, a następnie, po jego zamknięciu, przeniesiono użytkowników do TikToka. Zob. H. Hitters, *Bytedance thins overseas apps further with closure of video app Vigo*, „Technode”, 2020, <https://technode.com/2020/06/15/bytedance-thins-overseas-apps-further-with-closure-of-video-app-vigo/> (28.02.2025).

²¹⁶ Choć powstała ona w Szanghaju, od początku skupiała się na rynku amerykańskim. Za: V. Kaye, J. Zeng, P. Wikström, *TikTok: Creativity and Culture...*, dz. cyt., s. 40.

²¹⁷ Ch. Stokel-Walker, *TikTok Boom...*, dz. cyt., s. 62.

²¹⁸ Tamże.

inspirowania się twórczością innych” (w tym poprzez znaną do dziś funkcję „duet”²¹⁹), a także przywiązywała ogromną wagę do warstwy dźwiękowej treści²²⁰.

Połączenie tych czynników oraz wysokie umiejętności twórców Musical.ly w zakresie skutecznej monetyzacji²²¹, stworzyło idealne warunki do jej dalszego rozwoju dzięki czemu ByteDance, właściciel rozwijającego się od 2016 roku TikToka, uznał ją za opłacalną inwestycję²²². W 2017 roku ByteDance wykupił bowiem Musical.ly za kwotę szacowaną na 800 milionów do 1 miliarda dolarów w wyniku czego w sierpniu 2018 roku nastąpiła pełna integracja tej platformy z TikTokiem²²³.

Jak zauważają Kaye i współpracownicy, każda z tych czterech aplikacji ilustruje różne etapy ewolucji tego formatu oraz rozwój platform krótkich wideo poza Chinami²²⁴. Jednocześnie, chociaż każda z nich miała znaczący wpływ na ostateczne ukształtowanie TikToka jako głównego środowiska obiegu współczesnych lapidarnych form wideo, to należy zauważyć, że do ostatecznego kształtu TikToka przyczyniło się oczywiście również wiele pomniejszych czynników, w tym kolejnych aplikacji (np. Flickr, Vimeo czy chińskie LeTV²²⁵) oraz obecnych już rozwiązań technologicznych (jak na przykład znana z platformy Instagram funkcja *boomerang*²²⁶ czy spopularyzowane przez aplikację Snapchat filtry *AR*²²⁷). Opis TikToka jako medium, które wyewoluowało z wcześniej

²¹⁹ Funkcja „Duet” na TikToku pozwala użytkownikom tworzyć wideo, które pojawia się obok innego filmu, dzieląc ekran na dwie części. Dzięki temu można reagować na posty, współpracować z innymi lub dodawać własny komentarz wideo obok oryginalnego materiału, tworząc nową treść.

²²⁰ Tamże, s. 41–42.

²²¹ Musical.ly stworzyła mechanizm monetyzacji oparty na wirtualnych prezentach, jednocześnie skupiając się na marketingu influencerów i płatnych współpracach z twórcami. N. Robehmed, *From Musers To Money: Inside Video App Musical.ly's Coming Of Age*, „Forbes”, 2017, <https://www.forbes.com/sites/natalierobehmed/2017/05/11/from-musers-to-money-inside-video-app-musical-lys-coming-of-age/> (01.03.2025) [Za:] Tamże, s. 43.

²²² Wraz z pełną integracją Musical.ly z TikTokiem wydawca zdystansował się od praktyki lip syncu, co przejawiało się brakiem zainteresowania algorytmu tego typu treściami, a w konsekwencji – obserwowalnym przez twórców znacznym spadkiem wskaźników zaangażowania wokół tego typu treści. Tamże, s. 84–85.

²²³ K. Kopańko, *Umarł król, niech żyje król. Musical.ly znika, a na jego miejsce wchodzi TikTok*, „Spider’s Web”, 2018, <https://spidersweb.pl/2018/08/musically-tiktok-polaczenie.html> (01.03.2025).

²²⁴ V. Kaye, J. Zeng, P. Wikström, *TikTok: Creativity and Culture...*, dz. cyt., s. 44.

²²⁵ Na gruncie polskim ciekawym przykładem byłby istniejący między 2006–2017 rokiem serwis internetowy wrzutka.pl.

²²⁶ Zaprezentowana w 2015 roku przez Meta Platforms (wówczas Facebook, Inc.) jako osobna aplikacja, później zintegrowana z Instagramem. Umożliwiała ona nagrywanie ultrakrótkich, około sekundowych klipów, które były odtwarzane w pętli – najpierw do przodu, a następnie do tyłu.

²²⁷ Technologia ta opierała się na śledzeniu twarzy w czasie rzeczywistym, co umożliwiało dodawanie dynamicznych efektów wizualnych, takich jak zmieniające się rysy twarzy, nakładki 3D czy efekty animowane. Jednym z najpopularniejszych filtrów AR był animowany pyszczek psa. Jako pierwsza zastosowała ją na szeroką skalę zastosowała ją firma Snap, Inc., w aplikacji Snapchat.

znanych form i technologii zdaje się również potwierdzać tezę Chrisa Stokel-Walkera, że wzrost tej aplikacji był napędzany kolejnymi przejęciami firm przez spółkę ByteDance²²⁸, co, naturalnie, nie jest zjawiskiem wyjątkowym w świecie technologii²²⁹. Stanowi jednak potwierdzenie, że przyjęcie takiego klucza do opisu historii powstania wielu współczesnych mediów społecznościowych ma uzasadnienie.

2.2.5 W stronę archeologii mediów przedcyfrowych

Poza krótko zarysowaną powyżej historią cyrkulacji lapidarnych form wideo w sieci warto zwrócić uwagę na próby interpretowania tego zjawiska poprzez sięganie znacznie dalej w przeszłość. Przykładem jest analiza dokonana przez Shuai Li, który w swojej rozprawie doktorskiej zauważa podobieństwa między współczesnymi lapidarnymi formami wideo a praktykami charakterystycznymi dla początków kina. Autor odnosi się przy tym na przykład do krótkich, często jednójęciowych nagrań charakterystycznych dla wczesnego kina²³⁰. Interesującym aspektem pracy Li jest przy tym postrzeganie smartfona z zainstalowaną aplikacją TikTok jako unowocześnionej wersji kinematografu braci Lumière, który funkcjonuje również „jako projektor wzmacniający poczucie natychmiastowości filmu”²³¹. Jak zauważa ponadto badacz:

Jako platforma krótkich filmów, TikTok może być rozumiany jako nowe kino atrakcji. Filmy publikowane na TikToku są niezwykle krótkie, przez co rzadko opierają się na narracji. W skondensowanej przestrzeni trwającej mniej niż minutę twórcy mają ograniczone

²²⁸ Ch. Stokel-Walker, *TikTok Boom...*, dz. cyt., s. 58

²²⁹ Czołowym przykładem w obszarze mediów społecznościowych może być konglomerat technologiczny Meta Platforms inc. (m.in. Facebook). Facebook bowiem nie rozwijał się tylko organicznie, lecz także poprzez strategiczne przejęcia - m.in. zakupu Instagrama w 2012 r. czy WhatsAppa w 2014 r. - co pomogło mu rozszerzyć zasięg, neutralizować konkurencję i umocnić pozycję w świecie mediów społecznościowych. G. M. Glick, C. Ruetschlin, *Big Tech Acquisitions and the Potential Competition Doctrine: The Case of Facebook*, „Institute for New Economic Thinking Working Paper Series”, nr 104, 2019.

²³⁰ Rozprawa doktorska Shuaia Li towarzyszyła praktycznemu projektowi badawczo-filmowemu *Ice City: Harbin*, który miał na celu ukazanie „perspektywy i potencjału TikToka do stworzenia artefaktu, który aktualizuje gatunek filmu miejskiego”. Zob. @ice_city_harbin, TikTok, https://www.tiktok.com/@ice_city_harbin?_t=ZN-8uNaSmG0Luo&_r=1 (01.03.2025). Jak opisuje autor: „Projekt ten remediumuje tradycyjny gatunek filmu miejskiego na mobilnej platformie wideo TikTok, pokazując, jak połączenie montażu interwałowego z krótką formą TikToka może w sposób kreatywny wytworzyć film miejski”. Dodaje przy tym, że „[D]zięki badaniom opartym na praktyce, stworzono nowy chiński podgatunek filmów i-City, wykorzystując platformę TikTok”. S. Li, *Ice City: Harbin—A TikTok City Film Exploring Mobile Storytelling Across Platforms*, rozprawa doktorska, Swinburne University of Technology, 2023.

²³¹ Tamże, s. 59.

możliwości przyciągnięcia widza. Dlatego też powszechnie stosowane są efektowne obrazy, chwile trikowe oraz „magiczne” ruchy [...]”²³².

Autor analizuje treści nagrywane na TikToku przez twórców takich jak Will Smith (@willsmith) czy Zachary Michael King (@zachking), którzy w celu wywarcia odpowiedniego wrażenia na widzach posługują się efektami wizualnymi oraz zaawansowanymi technikami montażowymi²³³. Zwłaszcza @zachking, zawodowo zajmujący się iluzjonizmem, stanowi tu interesującą egzemplifikację, gdyż – jak zauważa Li – jego praktyki audiowizualne wykazują podobieństwo do strategii stosowanych przez mistrza wczesnego kina atrakcji George’a Mélièsa²³⁴, który również wywodził się ze świata sztuki iluzji scenicznej²³⁵. Na poparcie tej tezy można dodać, że jednym z najpopularniejszych formatów tiktoków przez długi czas pozostawały tzw. *transitions*²³⁶, oparte na efektownych cięciach montażowych i płynnych transformacjach obrazu. Tego rodzaju analogie sytuują więc część użytkowników aplikacji w roli współczesnych „czarodziejów ekranu”²³⁷.

Dokonywane przez Li paralele między treściami cyrkulującymi w aplikacji TikTok a początkami kina nie są odosobnione. W taki sam sposób o współczesnych lapidarnych formach wideo i ich twórcach m.in. pisała w 2021 roku Caroline Golum, zauważając, że „podobnie jak ojcowie kina wyciągali jak najwięcej z krótkich taśm i niewygodnego sprzętu, użytkownicy TikToka pakują jak najwięcej informacji w każdy

²³² Tamże, s. 32. Co ciekawe, podobieństwa te dostrzegają również użytkownicy mediów społecznościowych. Jak zauważa jeden z komentujących pod cyrkulującym na platformie YouTube filmem *Le Cake-walk infernal* (1903) Georges’a Mélièsa: „Bro did fortnite dances in 1903” (*Bro wykonał taniec Fortnite w 1903*). Zob. <https://www.youtube.com/watch?v=iGuycZcXbWY> (20.02.2026).

²³³ Jak z kolei zauważają Jian Lin i współpracownicy, to właśnie „Zach King stworzył nowy gatunek pokazów magicznych, który sam określił jako >>cyfrowa sztuczka zręcznościowa<<”. Zob. J. Lin, J. Swart, G. Zeng, *Theorising TikTok cultures: Neuro-images in the era of short videos*, „Media, Culture & Society”, nr 8, 2023, s. 1550–1567.

²³⁴ Zob. też: P. Hutchinson, *In-camera kings: The VFX magic of Georges Méliès and early trick filmmakers*, „Silent London Blog”, <https://silentlylondon.co.uk/2020/09/30/in-camera-kings-the-vfx-magic-of-georges-melies-and-early-trick-filmmakers/> (23.03.2025).

²³⁵ S. Li, *Ice City: Harbin – A TikTok City Film...*, dz. cyt., s. 23.

²³⁶ Zob. np. @identunderstand, *tiktok transitions that made me blink twice* 🤩🤩, YouTube, 10 stycznia 2021, <https://www.youtube.com/watch?v=ni4pKr56Z-E> (13.03.2025).

²³⁷ Określenie „czarodzieje ekranu” nawiązuje właśnie do wczesnych praktyk filmowych przełomu XIX i XX wieku, zwłaszcza twórczości iluzjonistów-reżyserów takich jak Georges Méliès, którzy wykorzystywali montaż, efekty specjalne i manipulacje obrazem do wytwarzania wizualnych atrakcji oraz iluzji niemożliwych w rzeczywistości scenicznej. T. Gunning, *The Cinema of Attraction[s]: Early Film, Its Spectator and the Avant-Garde*, „Wide Angle”, nr 8, 1986, s. 63–70.

jednominutowy post”²³⁸. Autorka wskazuje zresztą znacznie więcej podobieństw. Jak pisze:

Chociaż TikTok jest produktem współczesnej kultury internetowej, te posty wyraźnie noszą ślad wczesnego kina i jego kreatywnych przodków. Fundamentalne techniki opracowane przez Thomasa Edisona, Georges’a Mélièsa i braci Lumière ozywają w tym nowym cyfrowym krajobrazie – często witanym z tą samą obojętnością i szyderstwem. Od samego początku filmy ruchome były odrzucane jako chwilowa moda lub poważne zagrożenie dla bardziej uznanych form rozrywki. Przez całą historię tego medium innowacje technologiczne wywoływały nową panikę, podejrzenia i lęki klasowe. Obecna dyskusja wokół mediów streamingowych i ich rosnącego udziału w gospodarce uwagi jest tak stara, jak samo kino²³⁹.

Kolejnym etapem w tak pisanej historii lapidarnych form wideo jest analogia do telewizji²⁴⁰. Z tej perspektywy tiktoki postrzegać można jako współczesne MTV, rozwinięcie programów typu *talent show*, krótkich programów informacyjnych, seriali (fragmentaryzacja) czy programów bazujących na japońskim *Kato-chan Ken-chan gokigen terebi*, takich jak amerykańskie *America's Funniest Home Videos* czy polskie *Śmiechu warte*. Zwłaszcza te ostatnie wprowadzają dwie kategorie bardzo przydatne w kontekście opisu współczesnych lapidarnych form wideo. Pierwsza odnosiłaby się do pojęcia *Schadenfreude*, które za Olgą Drendą najprościej opisać można jako humor

²³⁸ C. Golum, *Cinema Year Zero: TikTok and the Grammar of Silent Film*, Mubi, 2021, <https://mubi.com/en/notebook/posts/cinema-year-zero-tik-tok-and-the-grammar-of-silent-film> (01.03.2025).

²³⁹ Tamże. To spostrzeżenie dotyczące wywoływania paniki przez nowoczesne technologie jest szczególnie istotne z dzisiejszej perspektywy, zwłaszcza jeśli uwzględnić kontekst politycznego populizmu. Zamiast prowadzić do wypracowania długofalowych i odpowiedzialnych działań, uwzględniających złożoność problemów (takich jak wielowymiarowe regulacje działalności największych platform technologicznych, a także rozwój edukacji medialnej i kompetencji cyfrowych obywateli), oraz opartych na rozumieniu zróżnicowanych sposobów uczestnictwa w środowiskach cyfrowych, narracje te często skutkują wprowadzaniem kolejnych zakazów. Kwestie te omawiam szerzej w ostatnim rozdziale niniejszej rozprawy.

²⁴⁰ Zob. D. Faltsek, E. Graalum, B. Breving, E. L. Knudsen, J. Lucas, S. Young, F. E. Varas Zambrano, *TikTok as Television*, „Social Media + Society”, nr 9, 2023, s. 1–13. W literaturze polskojęzycznej współczesne audiowizualne media społecznościowe w odniesieniu do medium telewizji analizowali m.in. Marcin Sanakiewicz (ujmując platformy wideo jako ekstensję praktyk telewizyjnych) oraz Aleksandra Powierska (koncentrując się na sieciowych relacjach między telewizją a mediami społecznościowymi). Zob. M. Sanakiewicz, *Telewizja i performans. Eksperyment z myślenia o mediach, codzienności i polityce*, Księgarnia Akademicka, Kraków 2020; A. Powierska, *Polajkować TV. Telewizja i media społecznościowe*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2022.

oparty na „potędzie złośliwej satysfakcji”²⁴¹, zaś druga – do tytułowego w amerykańskiej wersji programu *home videos*, czyli dokumentujących życie rodzinne obywateli amatorskich filmów kręconych kamerą video²⁴². Co ciekawe, nagrywane niegdyś w domowym zaciszu na kasety VHS domowe filmy znajdują dziś zastosowanie, zadziwiająco dobrze wpisując się w format TikToka. Karol Jachymek podaje tu przykład Paula Patroskeya znanego w sieci jako @WeirdPoul, który na swoim profilu publikuje filmy nagrywane przez siebie w latach osiemdziesiątych. Jak zauważa Jachymek, treści te wyglądają uderzająco podobnie do tiktoków²⁴³.

Ta wielość możliwych sposobów opisu historii lapidarnych form wideo wskazuje na ich powinowactwo z wieloma wcześniejszymi formami, a zarazem obrazuje i uzasadnia ich bogactwo. Formy te mimo zmieniających się technologii i mediów wciąż pozostają wierne zasadniczej idei maksymalizacji oddziaływania na odbiorcę przy minimalnej długości metrażu, koncentrując się na natychmiastowej przyswajalności treści oraz intensywności przekazu, co w ostatnich latach zintensyfikowało się w przestrzeni platform medialnych, gdzie czas i uwaga użytkownika stały się niezwykle cennymi zasobami²⁴⁴.

2.3 Współczesne obiegi lapidarnych form wideo

Kaye i współpracownicy zauważają, że choć „treści krótkich filmów wideo funkcjonowały w różnych formach od dekad, to dopiero wraz z powstaniem dedykowanych platform internetowych nabrały nowego znaczenia”²⁴⁵. Wskazuje na to również fakt, że pierwszą wyraźnie zauważalną cechą wspólną większości napotkanych przeze mnie definicji krótkich form wideo jest ich powiązanie z cechami samych

²⁴¹ W najprostszym ujęciu jest to „radość z cudzej szkody”. Na tiktoku bardzo dużo treści bazuje na tego typu humorze. O. Drenda, *Słowo humoru*, Wydawnictwo Karakter, Kraków 2023, s. 186.

²⁴² J. van Dijck, *Capturing the Family: Home Video in the Age of Digital Reproduction* [w:] *Shooting the Family: Transnational Media and Intercultural Values*, Patricia Pisters i Wim Staat (red.), Amsterdam University Press, Amsterdam 2005, s. 25–40.

²⁴³ K. Jachymek, *Z nosem w smartfonie. Co nasze dzieci robią w internecie i czy na pewno trzeba się tym martwić?*, Wydawnictwo Agora, Warszawa 2024, s. 167-168.

²⁴⁴ Dynamika ta koresponduje z koncepcją „drugiej fali ekonomii uwagi” zaproponowaną przez Heitmayera, zgodnie z którą współczesne platformy medialne przekształcają uwagę w uniwersalną walutę symboliczną, mierzoną algorytmicznie i bezpośrednio powiązaną z widzialnością oraz sukcesem komunikacyjnym treści. W tym sensie lapidarność i intensywność przekazu mogą być postrzegane również jako efekt systemowej presji na maksymalizację oddziaływania w minimalnym czasie. M. Heitmayer, *The Second Wave of Attention Economics. Attention as a Universal Symbolic Currency on Social Media and beyond*, „Interacting with Computers”, Nr 37, 2025, s. 18–29.

²⁴⁵ V. Kaye, J. Zeng, P. Wikström, *TikTok: Creativity and Culture...*, dz. cyt., s. 19-20.

platform, w których cyrkulują. Do najpopularniejszych miejsc ich obiegu należą obecnie Snapchat (zakładka Polecane/*Spotlight*), Instagram i Facebook (Rolki/*Reels*), YouTube (*Shorts*), a przede wszystkim aplikacja TikTok.

Wszystkie te platformy, choć do siebie podobne, różnią się w pewnym stopniu afordancjami, a także sposobami, w jakie użytkownicy mogą monetyzować prowadzoną w ich ramach działalność, cechami użytkowników i adresowanych do nich działań marketingowymi (m.in. różnice demograficzne), wreszcie cyrkulującymi artefaktami (choć w większości przypadków obserwowany jest swobodny ich przepływ) oraz wytworzonymi w ramach danej platformy specyficznymi normami społecznymi i oczekiwaniami, które wpływają na formy interakcji.

2.3.1 TikTok jako główne środowisko obiegu lapidarnych form wideo

Głównym miejscem obiegu i popularyzacji lapidarnych form wideo jest obecnie pierwotnie rozwijana przez chińskie przedsiębiorstwo ByteDance²⁴⁶, platforma TikTok (w Chinach znana jako Douyin). Globalny wzrost zainteresowania nią można datować na rok 2017 i moment wspomnianego już zakupu bliźniaczej, popularnej na rynku europejskim i amerykańskim aplikacji Musical.ly. Charakterystyczny dla tej platformy jest fakt, że poszczególne tiktoki odtwarzane są w aplikacji w pętli do momentu, aż użytkownik nie przejdzie do następnego filmu. Większość tiktoków nagrywa się do znanych utworów muzycznych, które ewokują specyficzną choreografię, zdarzenia czy scenariusze do odegrania. Formuły te służą zarówno komunikowaniu bezpośredniemu między znajomymi interlokutorami (na przykład poprzez przesyłanie przeglądanych tiktoków w wiadomościach prywatnych), jak i wyrażaniu siebie w przestrzeni publicznej²⁴⁷.

²⁴⁶ Chińskie pochodzenie TikToka od kilku lat stanowiły przedmiot intensywnych sporów politycznych i regulacyjnych, szczególnie w Stanach Zjednoczonych, gdzie podnoszone były kwestie bezpieczeństwa danych użytkowników. Pod koniec prac nad niniejszą dysertacją, w styczniu 2026 roku, ogłoszono porozumienie przewidujące wydzielenie działalności platformy w USA do odrębnego podmiotu, w którym większościowe udziały (ok. 80%) objęli inwestorzy amerykańscy i globalni, przy jednoczesnym zachowaniu przez ByteDance mniejszościowego udziału (ok. 19,9%). Rozwiązanie to bywa przedstawiane przez aktorów politycznych i regulatorów jako sposób ograniczenia wpływu podmiotów chińskich na funkcjonowanie aplikacji w USA, choć jego faktyczne konsekwencje pozostają przedmiotem dyskusji. @izz, TikTok sprzedaje udziały. Amerykanie przesądzi o przyszłości aplikacji, 2025, „Business Insider”, <https://businessinsider.com.pl/firmy/chinczycy-sprzedaja-tiktoka-w-usa-co-dalej-z-aplikacja/003tf2r> (19.01.2026). Mając na uwadze analizowany okres, w niniejszej pracy pojawiają się przede wszystkim odniesienia do chińskiego właściciela platformy – ByteDance.

²⁴⁷ N. K. Baym, d. boyd, *Socially Mediated Publicness...*, dz. cyt.

Aplikacja TikTok wprowadziła wiele innowacyjnych sposobów wchodzenia w interakcje – zarówno z samą treścią, jak i z/pomiędzy użytkownikami – które stały się dla niej charakterystyczne. W ramach swoich afordancji oferuje na przykład usługi takie jak „Duet”, „Stitch” i „Use This Sound”. Narzędzia te opierają się na cytowaniu innych użytkowników lub tekstów poprzez różne techniki montażu. Pierwsza z wymienionych umożliwia odnoszenie się do konkretnych treści na współdzielonym ekranie, co pozwala między innymi na współdziałanie użytkowników w rozmaitych trendach choreograficznych, a także na odnoszenie się – zazwyczaj za pomocą komunikatów niewerbalnych – do obejrzanych filmów. Wielokrotne użycie duetu przez różnych użytkowników prowadzi często do powstawania tzw. łańcuchów duetów, które stanowią przykład obecnej na platformie „kreatywności rozproszonej”, rozumianej jako wynik łączenia się grup osób w celu „wygenerowania nowego i kreatywnego efektu”²⁴⁸. Druga technika opiera się na udostępnianiu zespolonych w ciągu linearnym dwóch filmów – pierwszego w formie cytatu i drugiego, który stanowi odpowiedź na cytowaną treść. Trzecia z nich umożliwia szybkie przejście i ponowne użycie w swoim tiktoku dźwięku pochodzącego z innego filmu. Funkcje te ułatwiają procesy naśladownictwa i replikacji treści²⁴⁹. Usprawniają tym samym uczestnictwo w tak zwanych trendach.

Yulun Ma i Yue Hu zauważają, że istotnym czynnikiem ekonomicznego sukcesu TikToka jest skuteczna rekombinacja sprawdzonych modeli biznesowych dokonana przez ByteDance i kreatywnie połączona w nową strukturę. W tym kontekście platforma jest postrzegana przez cytowanych badaczy jako hybryda serwisu społecznościowego i aplikacji do udostępniania wideo²⁵⁰. Tym, co jednak najczęściej wskazuje się jako przyczynę globalnego sukcesu aplikacji TikTok, jest zastosowany w niej algorytm personalizujący treści. Jak zauważa Chris Stokel-Walker, to właśnie algorytmy stanowią fundament strategii biznesowej całej korporacji ByteDance i przyczyniają się do jej wysokich zysków²⁵¹.

²⁴⁸ V. Kaye, J. Zeng, P. Wikström, *TikTok: Creativity and Culture...*, dz. cyt., s. 115.

²⁴⁹ Znacznie szerzej funkcje te opisują Kaye i współpracownicy. Zob. Tamże, s. 64-70.

²⁵⁰ Y. Ma and Y. Hu, *Business Model Innovation and Experimentation in Transforming Economies: ByteDance and TikTok*, „Management and Organization Review”, 17:2, 2021, s. 382-388.

²⁵¹ Co ciekawe, algorytm ten powstał jeszcze przed samą platformą i implementowany był w inne rozwijane przez ByteDance produkty. V. Kaye, J. Zeng, P. Wikström, *TikTok: Creativity and Culture...*, dz. cyt., s. 58-59. ByteDance nie tylko implementuje te rozwiązania technologiczne do swoich produktów, ale i sprzedaje je firmom zewnętrznym. Ch. Stokel-Walker, *TikTok Boom...*, dz. cyt., s. 91-92.

Głównym i pierwszym widocznym po uruchomieniu aplikacji miejscem przeglądania treści na TikToku jest zakładka „Dla Ciebie”²⁵², w której system rekomendacji algorytmicznej odpowiada za dobór materiałów zgodnych z zainteresowaniami i nawykami użytkownika²⁵³. Rong Zhou spostrzega, że TikTok wykorzystuje w tym obszarze hybrydowy model rekomendacji, łączący filtrację opartą na treści (analiza cech wideo i profili użytkowników) i filtrację opartą na współpracy (analiza wzorców zachowań odbiorców), dzięki czemu zwiększa swoją skuteczność w poleceniu materiałów użytkownikom²⁵⁴.

Według raportu *Digital 2025: Global Overview* platforma TikTok gromadzi 1,59 miliarda użytkowników²⁵⁵, którzy średnio spędzają na niej niemal 35 godzin miesięcznie, co plasuje ją na pierwszym miejscu w tym zestawieniu²⁵⁶. Aż 79,6% użytkowników deklaruje, że używa aplikacji w celu poszukiwania zabawnego lub rozrywkowego kontentu. Na kolejnych miejscach uplasowały się: śledzenie marek lub poszukiwanie informacji o markach i produktach (51,1%), śledzenie bieżących wiadomości i wydarzeń (43,7%) oraz postowanie lub dzielenie się zdjęciami lub nagraniami wideo (42,3%). Najmniej zaś osób (21,7%) używa tej aplikacji w celu prowadzenia rozmów z rodziną i znajomymi²⁵⁷.

2.3.2 Instagram – format *Reels*

Sukces aplikacji TikTok stanowił najsilniejszy impuls dynamizujący proces usytuowania lapidarnych form wideo jako jednej z kluczowych form komunikacji w cyberprzestrzeni. Jedną z pierwszych popularnych platform, która wdrożyła mechanizmy znane z TikToka wraz z omawianym formatem, był należący do Meta Inc. Instagram. Platforma ta – za

²⁵² Wydawcy bardzo często starają się, by najważniejsze dla nich lub zgodne z filozofią ich działania funkcjonalności ukazywały się jako pierwsze.

²⁵³ Ciekawą funkcją w ramach systemu rekomendacji jest dostępna od niedawna możliwość „zresetowania algorytmu”. Dzięki temu użytkownicy mogą dostosować wyświetlane treści do swoich potrzeb na nowo. Podobna funkcjonalność jest oferowana również przez aplikację Instagram. M. Kuśmerek, *Instagram z magicznym przyciskiem. Pozwoli ci zacząć od nowa*, „Spiders Web”, 2024, <https://spidersweb.pl/2024/11/instagram-resetowanie-algorytmu.html> (03.04.2025).

²⁵⁴ R. Zhou, *Understanding the Impact of TikTok's Recommendation Algorithm on User Engagement*, „International Journal of Computer Science and Information Technology” nr 3, 2024, s. 203.

²⁵⁵ *Digital 2025 Global Overview Report, We Are Social*, Meltwater, 2025, s. 375, <https://indd.adobe.com/view/9d9a68f6-38a9-4278-b61c-4506b24240b0?allowFullscreen=true&wmode=opaque> (05.03.2025).

²⁵⁶ Tamże, s. 383.

²⁵⁷ Tamże, s. 387.

sprawą swojego współtwórcy, Kevina Systroma – przez długi czas opierała się jednak wprowadzeniu innego popularnego formatu, jakim były Stories. Systrom uznawał bowiem, że związana z nimi spontaniczność nie przystaje do założeń aplikacji, w której użytkownicy mieli prezentować wyidealizowany obraz siebie²⁵⁸. Z dzisiejszej perspektywy widać jednak, że gdyby nie ostateczne przyjęcie tej formuły, wdrożenie formatu Rolek (*Reels*) – charakteryzującego się większą swobodą i zachęcającego do autentyczności – mogłoby okazać się znacznie trudniejsze, zwłaszcza w formie zbliżonej do tej znanej z TikToka.

Warto zaznaczyć, że Instagram umożliwiał udostępnianie nagrań wideo na długo przed powstaniem TikToka. W początkowym okresie ich publikacja była jednak podporządkowana ogólnym zasadom dotyczącym postów – materiały wideo współlistniały z treściami statycznymi, nie posiadając wydzielonej przestrzeni ani mechanizmów sprzyjających ich szerszej dystrybucji. Format ten funkcjonował na marginesie dominującego wówczas modelu aplikacji, skoncentrowanego na estetycznych, starannie skomponowanych fotografiach. W 2018 roku Instagram uruchomił natomiast aplikację Instagram TV (IGTV) umożliwiającą udostępnianie pionowych plików wideo o długości do jednej godziny. Miała ona stanowić konkurencję dla YouTube'a²⁵⁹, jednak nie zyskała większej popularności i została zamknięta w 2022 roku²⁶⁰. Dopiero zintegrowanie z Instagramem wzorowanego na TikToku formatu Rolek pozwoliło platformie stać się realną alternatywą (lub istotnym uzupełnieniem) serwisów służących do komunikacji za pomocą lapidarnych form wideo.

Rolki, znane na całym świecie jako *Reels*, zostały wprowadzone do aplikacji w ostatnim kwartale 2019 roku. W 2025 roku użytkownicy mogą w ich ramach publikować pliki wideo o długości do 3 minut. Instagram zaimplementował tu odpowiedniki kluczowych funkcji znanych z aplikacji TikTok. Duety i Stitche mają swój ekwiwalent w postaci opcji Remix. Natomiast funkcja Szablony (Templates) zachowuje tę samą nazwę w obu aplikacjach, choć różni się zakresem dostępnych narzędzi i szczegółami działania. Umożliwia ona korzystanie z gotowych schematów Rolek z określoną muzyką

²⁵⁸ Zob. S. Frier, *Instagram. Bez filtra*, Jarosław Irzykowski (tłum.), Feeria, Warszawa 2020, s. 272-303. Zwięzły opis przekonywania się Kevina Systroma do formatu MyStories można również znaleźć w mojej pracy magisterskiej. Zob. Ł. Juda, *Znikające treści...*, dz. cyt., s. 15-17.

²⁵⁹ S. Frier, *Instagram...*, dz. cyt., s. 373.

²⁶⁰ Warto nadmienić, że w ramach Mety podobne problemy napotykał również wcześniejszy Facebook Watch, będący zakładką w aplikacji Facebook.

i czasem trwania, do których użytkownicy mogą dodawać własne zdjęcia lub materiały wideo²⁶¹.

Przez wielu młodych ludzi instagramowe rolki przez długi czas były postrzegane jako forma TikToka przeznaczona dla nieco starszych użytkowników, określając korzystanie z nich za praktykę „boomerską”. Ponadto powszechnie zauważano zjawisko opóźnionego transferu treści popularnych na platformie TikTok na platformę Instagram²⁶². W ramach przeprowadzonej obserwacji uczestniczącej na obu tych aplikacjach wielokrotnie obserwowałem takie kopiowanie treści, zwłaszcza w pierwszych latach funkcjonowania nowej funkcji Instagrama. Treści te ponadto były często przenoszone bezpośrednio z TikToka, włącznie z pojawiającym się na nich znakiem wodnym aplikacji. Stopniowo jednak opóźnienie to zaczęło być coraz mniej dostrzegalne²⁶³, a coraz częściej pojawiały się treści tworzone specjalnie na potrzeby Instagrama.

Kierowane do twórców materiałów porównanie instagramowych rolek oraz aplikacji TikTok przygotowała Platforma Planable²⁶⁴. Jedną z głównych przytoczonych różnic jest ograniczona biblioteka dźwięków dostępnych na Instagramie względem tej dostępnej na TikToku. Planable zwraca również uwagę, że TikTok umożliwia publikację dłuższych treści w porównaniu do platformy Instagram, a w dodatku udostępniając znacznie bardziej rozbudowane możliwości edycji. Instagram z kolei oferuje więcej funkcji, a same lapidarne formy wideo znajdują się tu w kontekście szerszej gamy nowych lapidarności i poświęconych im zakładek, które użytkownicy mogą wykorzystać i między którymi mogą się swobodnie przemieszczać²⁶⁵.

W artykule zamieszczonym na Planable poruszono również temat różnic w wieku użytkowników, wskazując na dominację w aplikacji TikTok znacznie młodszej niż na

²⁶¹ Zob. *INSTAGRAM REELS Create, watch, and share short, entertaining videos*, Instagram about, <https://about.instagram.com/features/reels> (07.03.2025).

²⁶² W humorystycznej wersji pokazuje to jeden z użytkowników tejże aplikacji: <https://vm.tiktok.com/ZMLD2KyR8/> (03.03.2022).

²⁶³ Choć użytkownicy dalej potrafią na nie wskazywać, co omówione zostanie w dalszej części rozdziału.

²⁶⁴ Zob. T. Ruder, *Instagram Reels vs TikTok - Którego z nich powinieneś używać w 2025 roku?*, „Planable”, 2025, <https://planable.io/blog/reels-vs-tiktok/> (07.03.2025).

²⁶⁵ Choć, co również warto zaznaczyć, badania sugerują, że to właśnie format *Reels* w porównaniu z innymi obecnymi na Instagramie, jest najbardziej angażujący. S. Liang, J. Wolfe, *Getting a Feel of Instagram Reels: The Effects of Posting Format on Online Engagement*, „Journal of Student Research”, nr 4, 2022, s. 1-12. Ciekawe jest również spostrzeżenie o znacznie większym zaangażowaniu użytkowników wokół rolek niż ich odpowiedników na TikToku. C. Szeto, D. Yang, L. Lee, *Engagement with short-form video content on Instagram Reels and TikTok among dermatologists*, „Journal of Social Media and Health”, nr 4, 2021, s. 220-235.

Instagramie grupy. Na TikToku przeważają osoby w wieku 10-19 lat, podczas gdy na Instagramie dominującą grupą są użytkownicy w wieku 25-34 lat. Dane te nie mogą być jednak traktowane jako wymierne dla całej społeczności, bowiem uwzględniają tylko użytkowników w USA. Po drugie zaś dane dotyczące Instagrama pochodzą z 2024 roku, podczas gdy te pochodzące z aplikacji TikTok dotyczą roku 2022, co w przypadku tak dynamicznie zmieniającej się aplikacji nie odpowiada już zapewne stanowi faktycznemu²⁶⁶.

Ważnym spostrzeżeniem wyartykułowanym w omawianym wpisie jest zwrócenie uwagi na fakt, że użytkownicy – zarówno indywidualni, jak i znane marki – wcale nie muszą wybierać pomiędzy tymi platformami. Obie aplikacje mogą być wykorzystywane równocześnie. Wśród porad znalazło się przy tym omówione już stwierdzenie, że twórca lapidarnych form wideo nie musi spędzać czasu na tworzeniu zupełnie różnych filmów, lecz może zamieszczać takie same na obydwu platformach²⁶⁷.

Analogiczne do przytoczonych powyżej dane z raportu *Digital 2025: Global Overview* świadczą o tym, że aplikacja Instagram gromadzi obecnie dwa miliardy użytkowników²⁶⁸, którzy średnio spędzają na niej ponad 16 godzin miesięcznie²⁶⁹. Najwięcej użytkowników deklaruje, że używa aplikacji w celu dzielenia się zdjęciami lub nagraniami wideo (70,2%). Zabawnego lub rozrywkowego kontentu poszukuje tam 66,7% użytkowników, śledzenie lub poszukiwanie informacji o markach i produktach jest motywacją dla 62,3%, nawiązywanie rozmów z rodziną i znajomymi wskazało 60,4%, zaś śledzenie wiadomości i wydarzeń – 54,7%²⁷⁰. Zdecydowanie większy procent użytkowników wskazujących jako istotny cel udostępnianie i dzielenie się kontentem zdaje się potwierdzać tezę o większym i bardziej aktywnym zaangażowaniu użytkowników Instagrama w porównaniu do TikToka (43,7%), i to mimo znacznie swobodniejszego charakteru tej drugiej aplikacji.

²⁶⁶ Mankamentem wszystkich innych raportów ogólnoświatowych jest zaś podkreślany wcześniej brak uwzględniania w nich ważnej grupy osób nieletnich, dlatego też ich w niniejszej pracy nie biorę pod uwagę.

²⁶⁷ Podkreśla się jednak by usuwać znaki wodne z logami platform. Zob. T. Ruder, *Instagram Reels...*, dz. cyt.

²⁶⁸ *Digital 2025...*, dz. cyt., s. 375.

²⁶⁹ Tamże, s. 383.

²⁷⁰ Tamże, s. 387.

2.3.3 YouTube – *Shorts* i komplementarność form wideo

Wyzwanie polegające na wdrożeniu przestrzeni podobnej do platformy TikTok, służącej cyrkulacji lapidarnych form wideo, podjął również Alphabet Inc. w ramach platformy przeglądania treści wideo – YouTube. Uczynił to – podobnie jak w przypadku aplikacji Instagram czy Facebook – tworząc osobną zakładkę *YouTube Shorts* udostępnioną użytkownikom w połowie 2021 roku²⁷¹.

W zakładce tej YouTube umożliwia publikację treści trwających do trzech minuty. Podobnie jak w przypadku Instagrama, *Shorts* oferuje funkcjonalności zbliżone do TikToka, przy czym jego wyróżnikiem pozostaje osadzenie w ramach nadrzędnej platformy medialnej. Kluczowe jest zatem to, że obecne w tej zakładce treści nie funkcjonują w izolacji od innych form dostępnych na platformie. Użytkownicy mogą wykorzystywać je między innymi jako zapowiedzi lub skróty dłuższych materiałów, przez co krótkie formy mogą pełnić wobec nich funkcję komplementarną.

Choć jednak krótkie formy wideo mogą być traktowane jako komplementarne względem długich treści obecnych na YouTube, bardzo szybko okazały się niemałym wyzwaniem dla platformy. Generują one bowiem znacznie większe zaangażowanie w porównaniu do dłuższych materiałów, co w efekcie prowadzi do spadków finansowych dla YouTube'a, ponieważ to właśnie z długich treści platforma czerpała dotychczas największe zyski. Przejście na krótkie formy zmieniło strukturę monetyzacji, zmniejszając przychody z tradycyjnych dla tej platformy źródeł²⁷².

Z drugiej strony twórcy kanałów na YouTube, starając się dostosować do zmieniających się trendów medialnych, coraz częściej przechodzą na krótszy format. Badania Caroline Violot i współpracowników wykazują, że użytkownicy, którzy publikowali przynajmniej jeden film w formacie *Shorts* z czasem zaczęli przysyłać ich więcej niż długich treści, przyjmując ten format jako dominujący²⁷³.

Dane dotyczące platformy YouTube wskazują, że gromadzi ona 2,53 miliarda użytkowników, którzy spędzają na niej średnio 27 godzin i 10 minut miesięcznie. Raport *Digital 2025: Global Overview* nie zawiera co prawda informacji na temat najczęstszych

²⁷¹ Jest to data ogólnoświatowej premiery, bowiem w Indiach YouTube *Shorts* zadebiutowało rok wcześniej.

²⁷² Zob. C. Criddle, *Shorts risks cannibalising core YouTube business, say senior staff*, „Financial Times”, 2023, <https://www.ft.com/content/c51ce73a-8ae7-4f5e-aa3c-5e24e471cc7b> (08.03.2025).

²⁷³ C. Violot, T. Elmas, I. Bilogrevic, M. Humbert, *Shorts vs. Regular Videos on YouTube: A Comparative Analysis of User Engagement and Content Creation Trends*, „Proceedings of the ACM Web Science Conference (WebSci'24)”, 2024, s. 213–223.

celów korzystania z platformy, ale cennych danych w tym zakresie dostarczają wspomniane badania przeprowadzone przez Caroline Violot i współpracowników. Ciekawym ustaleniem jest tu zwłaszcza wskazanie na wiodący rodzaj treści zarówno na YouTube Shorts, jak i dłuższych treściach zamieszczanych na portalu. Jak wskazują badania Violot i współpracowników, długie treści dominują w kategoriach takich jak muzyka, film, gry oraz nauka i technologia. Shorts z kolei początkowo angażowały widzów w obszarach komedii i edukacji, lecz z czasem utraciły w tym zakresie przewagę na rzecz dłuższych treści. Z kolei w kategorii organizacji non-profit i aktywizmu krótkie formy stopniowo zyskiwały na popularności, osiągając w 2022 roku nawet 12 razy więcej wyświetleń niż długie filmy. Shorts konsekwentnie utrzymują także przewagę w treściach rozrywkowych oraz w kategorii „ludzie i blogi”²⁷⁴. Jednocześnie w przypadku dłuższych formatów autorzy wskazują na ogólnie duże zróżnicowanie wśród cyrkulujących treści. W przypadku shortsów zaś, obserwują dominację treści rozrywkowych. Jak interpretują badacze, kwestia ta wskazuje na różnice pod względem celów, w jakich twórcy i obserwujący sięgają po różne formuły wypowiedzi²⁷⁵. Konstatacja ta pozwala również zobrazować, jak te formy mogą się uzupełniać dzięki spełnianiu różnych potrzeb.

2.3.4 Snapchat – zakładka *spotlight* i najmłodszy użytkownicy

Ostatnią z platform kluczowych dla rozwoju lądarnych form jest Snapchat. Wyróżnia się ona na tle pozostałych zarówno pod względem społeczności, jak i charakteru treści, co czyni ją szczególnie interesującym – choć z perspektywy praktyki, a zwłaszcza etyki badawczej również niełatwym – polem badań. Snapchat pozwala na zamieszczanie lądarnych form wideo w ramach zakładki nazywanej *Spotlight* (w Polsce – „Polecane”), w ramach której oferuje się podobne funkcjonalności do omówionych powyżej, udostępnianych w ramach tiktoków czy rolek. Należą do nich chociażby sposoby montażu treści nowych z zapożyczonymi, które określa się tu jako „Miks”. Specyficzna dla tego kanału pozostaje forma napisów w postaci białych liter na tle prześwitującego czarnego paska przebiegającego przez cały ekran.

Dane prezentowane w raporcie *Digital 2025...* wskazują, że aplikacja Snapchat gromadzi 850 milionów użytkowników²⁷⁶, którzy średnio spędzają na niej 3 godziny 20

²⁷⁴ Tamże.

²⁷⁵ Tamże.

²⁷⁶ *Digital 2025...*, dz. cyt., s. 375.

minut miesięcznie²⁷⁷. Najwięcej użytkowników deklaruje, że używa aplikacji w celu dzielenia się zdjęciami lub nagraniami wideo (44,4%). Utrzymywanie kontaktu ze znajomymi i rodziną deklaruje 40,9%, poszukiwanie zabawnego lub rozrywkowego kontentu zaś 36,7% użytkowników, śledzenie lub poszukiwanie informacji o markach i produktach 25,8%, a śledzenie wiadomości i wydarzeń - 24,3%²⁷⁸.

Spotlight nie jest jednak tak popularną funkcją jak inne oferowane przez Snapchat (jak np. MyStories czy snapy)²⁷⁹. Wskazuje na to przeprowadzone z pomocą ankiety online badanie Ifry Iftikhar i współpracowników²⁸⁰. Z analizy danych wynika, że jedynie 16,9% badanych regularnie ogląda *spotlight reels*, podczas gdy 59,5% deklaruje całkowity brak zainteresowania tą funkcją²⁸¹. Badacze zauważają jednocześnie, że korzystanie z zakładki Spotlight koreluje pozytywnie z częstotliwością używania samego Snapchata. Sugeruje to, że osoby spędzające więcej czasu na platformie częściej angażują się również w oglądanie krótkich filmów²⁸². Niemniej jednak w porównaniu do innych funkcji Spotlight pozostaje aktywnością mniej popularną.

W kolejnych latach kwestia ta może jednak ulec zmianie. Dane globalne pochodzące od samego Snapchata wskazują bowiem na rosnącą popularność omawianej funkcjonalności. W lutym 2023 roku Snapchat miał 750 milionów aktywnych użytkowników miesięcznie, a funkcja gromadziła wówczas 300 milionów użytkowników, co oznaczało, że korzystało z niej około 40% całej bazy użytkowników²⁸³. W trzecim kwartale 2024 roku liczba użytkowników Spotlight wzrosła

²⁷⁷ Tamże, s. 383.

²⁷⁸ Tamże, s. 387.

²⁷⁹ Istotne pozostają tu ponadto sposoby komunikacji koncentrujące się na prowadzeniu konwersacji w ramach sieci kontaktów, co dodatkowo wzmacniane jest przez mechanizm tzw. streaków. Oficjalnie w Polsce funkcjonuje nazwa *Snappassa*, choć użytkownicy często używają również sformułowania „snapy na dni”. W ramach tej funkcji użytkownicy nagradzani są za regularność podejmowanych interakcji ze znajomymi. Aby zachować tzw. passę, wymiana snapów między użytkownikami musi odbywać się nieprzerwanie każdego dnia. Brak takiej aktywności skutkuje wyzerowaniem licznika dni, przez które utrzymywana była nieprzerwana relacja komunikacyjna za pośrednictwem Snapchata.

²⁸⁰ Należy jednak zaznaczyć, że badanie miało charakter lokalny i obejmowało stosunkowo nieliczną grupę 301 młodych dorosłych z Pakistanu, głównie z obszarów miejskich. Uczestnicy badania odpowiadali na pytania dotyczące częstotliwości korzystania ze Snapchata oraz stopnia zaangażowania w różne aktywności na platformie, w tym oglądanie rolek Spotlight. Odpowiedzi mierzono na pięciopunktowej skali Likerta. Dane zbierano online za pomocą formularzy Google. I. Iftikhar, B. Yasmeen, M. Nadeem, N. Ahmed, M. Javed, M.H.S. Hamid, *Snapping towards happiness: The role of Snapchat addiction and self-esteem as mediators*, "Journal of Positive School Psychology", 7(4), 2023, s. 1135-1154.

²⁸¹ Tamże, 1141.

²⁸² Tamże, 1146-1148.

²⁸³ *Snap Inc. Dzień Inwestora 2023 – podsumowanie*, „Snapchat Newsroom”, 2023, <https://newsroom.snap.com/investor-day-2023?lang=pl-PL> (10.01.2026).

do ponad 500 milionów miesięcznie, co sugeruje, że odsetek korzystających z tej funkcji mógł sięgnąć nawet dwóch trzecich całkowitej liczby użytkowników aplikacji²⁸⁴. Jednocześnie dane z 2023 roku wskazywały, że użytkownicy poświęcają znacznie więcej czasu na przeglądanie treści w Spotlight niż na oglądanie Relacji znajomych²⁸⁵. Zdaje się to potwierdzać spostrzeżenia o znacznie bardziej pochłaniającym uwagę charakterze algorytmicznie porządkowanych miejsc poświęconych lapidarnym formom wideo. Należy jednak pamiętać, że dane te pochodzą bezpośrednio od samego Snapchata, a więc należy je traktować z pewną ostrożnością²⁸⁶.

Istotnym ograniczeniem przytaczanych powyżej badań pozostaje brak uwzględnienia młodszych grup wiekowych²⁸⁷. Badania ilościowe dotyczące obecności dzieci na tych platformach okazują się pod tym względem mało precyzyjne, ponieważ najczęściej opierają się na oficjalnych danych bazujących na deklaracjach użytkowników. Zgodnie z tymi danymi osoby poniżej wieku dopuszczonego przez regulamin nie występują na platformie. Obserwacja tego środowiska sugeruje jednak odmienny stan rzeczy.

Na podstawie przeprowadzonej przeze mnie obserwacji uczestniczącej stwierdziłem, że w kanale Spotlight pojawia się wyjątkowo duża liczba nieletnich użytkowników aktywnie udostępniających treści wideo, w tym także osób poniżej 13. roku życia. Ich obecność jest nieporównanie bardziej zauważalna niż w innych omawianych tu kanałach, badanych przeze mnie z zastosowaniem tych samych metod. Zjawisko to okazuje się szczególnie interesujące w kontekście dwóch deklaracji wydawcy. Pierwsza głosi, że „Treści przesłane do Polecanych są moderowane przed

²⁸⁴ *Find Your Favorites on Snapchat*, „Snapchat Newsroom”, 2025, <https://newsroom.snap.com/find-your-favorites-on-snapchat> (14.03.2025).

²⁸⁵ *Snap Inc. Dzień Inwestora 2023...*, dz. cyt.

²⁸⁶ Od samego początku Snapchat powodował liczne trudności w pracy badaczy próbujących w pełni uchwycić jego fenomen. Największe wyzwanie stanowiła etyka zapisu danych pozyskanych z aplikacji, które jej użytkownicy postrzegali jako efemeryczne. Z tego powodu nawet transkrypcja treści jako forma zapisu mogła zostać odebrana w sposób negatywny. Choć kanał Spotlight nie jest nastawiony na efemeryczność i tym samym nie podlega takim samym restrykcjom etycznym jak inne funkcje aplikacji, badania nad tym kanałem wciąż napotykały na znaczne trudności. Zob. Ł. Juda, *Znikające treści...*, dz. cyt., s. 45-60; L.H. Cavalcanti, A. Pinto, J. Brubaker, L. Dombrowski, *Media, Meaning, and Context Loss...*, dz. cyt., s. 1941-1942.

²⁸⁷ Czy to jako odrębnej grupy w ramach dużego zbioru danych (co spowodowane jest m.in. problemami w jej rozpoznaniu; np. osób poniżej 13 roku życia, którzy kłamią na temat swojego wieku), czy to jako grupy respondentów, których badanie powodować może wiele problemów metodologicznych, w tym również etycznych.

udostępnieniem ich szerszej społeczności Snapchata²⁸⁸”, zaś druga, zawarta w regulaminie, stanowi, że usługi wydawcy „nie są skierowane do osób poniżej 13 roku życia”, zastrzegając jednocześnie: „Jeśli ustalimy, że nie spełniasz tego warunku, zawiesimy Twoją możliwość użytkowania Usług i usuniemy Twoje konto oraz dane²⁸⁹”.

Uwagę zwraca zarazem brak badań jakościowych poświęconych temu kanałowi komunikacji, a co za tym idzie – również badań nad obecnością dzieci w tym środowisku. Taki stan rzeczy wskazuje na istotną lukę w literaturze akademickiej, która wymaga pilnego uzupełnienia. Z tego względu Snapchat został potraktowany w tej części pracy jako przypadek szczególny, a przedstawiona analiza opiera się przede wszystkim na badaniach własnych, obejmujących obserwację uczestniczącą i analizę treści. Choć problem ten wykracza poza główny zakres niniejszej dysertacji, warto zaznaczyć, że ważnym kierunkiem dalszych badań nad tym środowiskiem byłyby szerzej zakrojone studia jakościowe, w tym wywiady pogłębione zarówno z najmłodszymi użytkownikami, jak i z ich rodzicami²⁹⁰.

Mając na uwadze względy etyczne, w niniejszej sekcji pracy zrezygnowałem z zamieszczania odnośników do cytowanych treści publikowanych w aplikacji oraz zastosowałem możliwie daleko idącą anonimizację, ograniczając zakres ujawnianych

²⁸⁸ *Czy SNapy przesłane do Polecanych są moderowane przed opublikowaniem w Polecanych?*, „Snapchat Support”, 2025, <https://help.snapchat.com/hc/pl/articles/7012309738516-Czy-SNapy-przesłane-do-Polecanych-są-moderowane-przed-opublikowaniem-w-Polecanych> (14.03.2025).

²⁸⁹ *Regulamin usługi Snap Inc.*, „Snapchat”, 2024, <https://www.snap.com/terms-02-26-2024?lang=pl-PL> (14.03.2025). Co w najnowszej wersji regulaminu poprawiono na złagodzone, a także bardziej formalne i neutralne: „Jeśli uda nam się ustalić, że użytkownik nie spełnia tego warunku, jego zdolność do korzystania z Usług zostanie zawieszona, a konto i dane zostaną usunięte”. *Regulamin świadczenia usług Snap Inc.*, Snapchat, 2025, <https://www.snap.com/terms?lang=pl-PL#inc-terms> (14.03.2025). Ponadto Snapchat zaznacza, że „użytkownicy 16+ mogą zezwolić innym na mikswanie ich Snapów lub publikować swoje Snapów na profilu publicznym. Te opcje są domyślnie wyłączone dla użytkowników w wieku 16-17 lat, i domyślnie włączone dla użytkowników 18+” Zob. *Jak przesłać Snapy do Polecanych?*, „Snapchat Support”, 2025, <https://help.snapchat.com/hc/pl/articles/7012288096532-Jak-przesłać-Snapy-do-Polecanych> (14.03.2025).

²⁹⁰ Tego typu badania przeprowadzane są w odniesieniu do szerokiego pejzażu medialnego, w których Snapchat jednak, zostaje ledwie wspomniany. Zob. S. E. Rose, L. R. Middling, *Preteens social media use: Parents' and children's perceptions of what mediation approaches are used and why*, „British Journal of Developmental Psychology”, nr 43, 2025, s. 771–786; S. M. Geurts, I. M. Koning, H. Vossen, R. J. J. M. Van den Eijnden, *A Qualitative Study on Children's Digital Media Use and Parents' Self-interest*, „Journal of Child and Family Studies”, nr 31, 2022, s. 2015–2026. Ciekawych wglądów dostarczyć może również: *Children and parents: media use and attitudes report 2025*, „Ofcom”, Londyn, 2025, <https://www.ofcom.org.uk/media-use-and-attitudes/media-habits-children/children-and-parents-media-use-and-attitudes-report-2025> (25.01.2026), J. Lee, C. Abidin, T. Leaver, *TikTok and children: An Introduction*, „International Journal of Cultural Studies”, 2025, <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/13678779251340419> (20.01.2026).

danych do minimum niezbędnego do nakreślenia charakterystyki treści występujących w omawianym kanale. Wszystkie przytaczane materiały stanowią dane zastane²⁹¹.

Istotnych informacji o powodach tak dużej liczby młodych użytkowników zakładki Spotlight w aplikacji Snapchat, dostarcza przykładowy film i znajdujące się pod nim komentarze (powtarzają się one w podobnej formie i treści pod wieloma innymi filmami). Film ten w warstwie obrazu przedstawia siedzący na wózku inwalidzkim szkielet ludzki. Na obraz ten użytkownik nałożył tekst: „Czemu tu jest jakiś spawn dzieci co nie mogą mieć tiktoka”²⁹². Pod tą treścią zamieszczono 587 komentarzy. Wśród nich przeczytać można: 1) wypowiedzi krytyczne wobec aplikacji TikTok i jej społeczności („Lepiej żeby tu były bo tiktok to gówno o dostanà po nim paraliżu sennego”, „Może dlatego że tiktok nie jest dla dzieci”, „Dlatego że osoby młodsze na tt by miały więcej hejtu”²⁹³); 2) brak potrzeby korzystania z TikToka („No ja nie mam bo po ch*j mi kolejne gówna do oglądania •_•”, „Ja po prostu nie chce mieć tt Xdd”, „Rell ale ja np mam wystarczająca ilość lat na tt ale poprostu jest mi on niepotrzebny a wiec lol?”); 3) preferencje platformowe („ja tu jestem for fun szczerem” czy „Wole snapa dlatego że od razu możesz z kimś pisać”), 4) problemy techniczne i dotyczące regulaminu („Tiktok od razu banuje”, „Jak kupię sobie większą pamięć to se znowu zainstaluje bo za dużo pamięci zrzero xd”), 5) zakazy rodziców („Nwm ale ja mam 14 lat a moja mama nie chce żebym miała tik toka bo cytuje >>źli ludzie go stworzyli i mogą cie wykorzystać<<”, „No rel zrespiły się bo tt nie mogą mieć 😊”, „Mam 13 lat i mam strasznie surową mame i mi nie pozwala :(tata jeszcze gorszy 😞”, „A nie wiem. Ja mam ponad 13 lat i mi nadal rodzice nie pozwalają. Wiec sobie oglądam Polecane”, „Jakby to nie tt i kazdy ma prawo mieć snapa a inni co maja 9+ to po prostu żeby mieć snapa to musza mieć zgode rodzica no i rodzice im zakładają wiec no”).

Jednocześnie, wiele komentatorów wyraziło zadowolenie z tak dużej ilości młodych użytkowników na tej platformie jak na przykład: „Dobrze, że dzieciaki są tu niż

²⁹¹ Należy jednak zaznaczyć, że ze względu na jakościowy charakter badania istnieje możliwość niepełnego uchwycenia rzeczywistego obrazu, szczególnie w kontekście wniosków, które powinny uwzględniać duże zbiory danych. W związku z tym, choć w konkluzjach z pewnością można potwierdzić obecność dzieci na platformie, to ocenę ich dominacji należy traktować ostrożnie i biorąc pod uwagę, że moje spostrzeżenia opierają się na obserwacji uczestniczącej, jakościowej analizie porównawczej platform i jakościowej analizie treści, które przeglądałem w ciągu ostatnich czterech lat pracy badawczej.

²⁹² Użyte tu określenie „spawn” jest zapożyczone z języka gier komputerowych i w kontekście powyższej wypowiedzi dotyczy masowego, często nagłego „wysypu” określonego typu użytkowników w jednym miejscu, przy czym ma ono często wyrażnie pejoratywne i zdradzające irytację zabarwienie.

²⁹³ Pisownia oryginalna.

na tt (TikToku – przyp. Ł.J) bo tylko by zaśmiecały tego tik toka i tyle”²⁹⁴ lub też po prostu potwierdzających ten stan rzeczy: „boze 🧠🧠 wreszcie ktos kto ma powyżej 12 lat 😊😊😊”, „Zbyt rel by powiedziec rel”, „Rel jakies wogole toksyczne dzieci z 3 klasy🧠” czy wskazujących na różnice między platformami: „No dosłownie XD(ja zapomniałam że jestem na snapie i miałam mind f###ka że jak to gdzie na tt jest spawn dzieci XD” lub dodający do spostrzeżenia: „I te dzieci co sie pruja”, „i jeszcze moneciary²⁹⁵ do tego plkska” lub też: „I te dzieci «ja mam tiktoka» ale jakby kto pytał i teraz właśnie wszyscy wiedzą że jesteście dziećmi bo np taka 15 latka nie chwali się że ma tt”.

Czytając te komentarze można dojść do wniosku, że formułują je użytkownicy w podobnym wieku, co pozwala interpretować je jako rówieśniczy zarzut wobec bardziej dziecinnych zachowań. W komentarzach pojawia się wyraźny ton ironiczny, czasem kpiący, co wydaje się być próbą zdystansowania się od nich. Widać to wyraźnie w komentarzach takich jak: „te dzieci które robią jakieś smoki z papieru 🤔🤔🤔”, „Dosłownie weszłam zobaczyć co tu jest to oczy wypaliło”. Również wymienione wątki odnoszące się wprost do aplikacji TikTok mogą być rozumiane jako próba legitymizacji własnej pozycji w kontekście społecznego postrzegania danej platformy. Snapchat jawi się jako platforma dla młodszych użytkowników, którym nie wolno korzystać z innych mediów, TikTok zaś – jako przestrzeń bardziej elitarna, przeznaczona dla starszych, „dojrzałych” osób. Wydaje się zatem, że wśród młodych użytkowników istnieje swoista hierarchia, w której dostęp do TikToka traktowany jest jako przejaw większej dojrzałości, a tym samym wyższego statusu. Posiadanie konta na tej platformie może być wśród bardzo młodych użytkowników postrzegane jako symbol osiągnięcia bardziej zaawansowanego etapu w rozwoju użytkownika. Takie zachowania nie są oczywiście niczym nowym wśród dzieci i młodzieży, jednak w przestrzeni cyfrowej znajdują swoje istotne rozwinięcie. Z drugiej strony, nieposiadający konta na TikToku nie pozostają w

²⁹⁴ We wszystkich cytowanych w pracy komentarzach internetowych zachowano pisownię oryginalną.

²⁹⁵ Ta uwaga (pełniąca funkcję obelgi) pojawiała się bardzo często w 2023 roku na różnych portalach społecznościowych w odniesieniu do młodych użytkowników sieci. Określenie „moneciara” odnosi się do popularnej, zwłaszcza wśród młodych dziewcząt, serii książek *Rodzina Monet*. Pierwsza część została wydana w 2022 roku (a na Wattpadzie pojawiła się już w 2019 roku). Użycie terminu „moneciara” ma charakter stygmatyzujący i deprecjonujący. Służy ono do piętnowania rzekomego braku gustu czytelników, a głównie czytelniczek tej serii, wskazując na jej niskie walory literackie, takie jak schematyczność fabuły, normalizacja przemocowych zachowań w narracji, idealizacja bogactwa czy prosty, nadużywający wulgaryzmów język. Określenie to podkreśla również postrzeganą naiwność i podatność czytelników na manipulację – m.in. ich rzekomą skłonność do podążania za trendami oraz brak krytycznego myślenia.

tej kwestii dłużni, odgryzając się słownie: „Bo mają rodziców którzy nie chcą aby były upośledzone 🤗💖💖” lub „Hahahaha aż się zasmiałem i dobrze 🤗👉🧠 mam dobry muzg 🤗”, „Bo tiktok nie jest śmieszny gurl 🤗” czy też stosując charakterystyczną dla internetowych polemik, zwięzłą i wieńczącą dyskusję ripostę: „Dupa cię chyba boli”.

Wiek użytkowników kształtuje specyficzny charakter materiałów cyrkulujących w tym kanale, odrębny od pozostałych wymienionych aplikacji. Spowodowane może być to m.in. zauważonym przez komentatorów powyższego filmu, brakiem możliwości swobodnego przepływu kontentu między różnymi platformami, gdyż użytkownicy ci z różnych powodów, mogą nie mieć dostępu do innych aplikacji, a tym samym do panujących w ich ramach trendów.

Dla zobrazowania charakterystyki tych treści można przytoczyć jeden z najpopularniejszych w 2022 i 2023 roku trendów w aplikacji Snapchat. Polegał on na wykonaniu video panoramy ciała. Użytkownik dokonywał tego za pomocą płynnego ruchu kamery smartfona od stóp do szyi w taki sposób, aby widoczny był cały korpus. Za pomocą takiej manipulacji kamerą uzyskiwano efekt przesadnie wydłużonego ciała, co wskazywać miało na wysoki wzrost użytkownika, którym chwalono się dodatkowo w podpisach zamieszczonych na filmie. Wzrost był najczęściej znacząco zawyżany przez młodych użytkowników. Na jednym z filmów zamieszczono podpis: „Haha kidy posrane walone ja mam 182 wzrostu a wy kurde idioci niee. Ja jestem 2008²⁹⁶ rocznik 2009 i w dół to posrane gówniane kidy”. Spadajcie że snapa kidy”. Wielość tego typu treści każe zwrócić uwagę na Spotlight jako przestrzeń rywalizacji rówieśniczej, która w skrajnych przypadkach może przybierać formy przemocy.

Wśród wszystkich wymienionych powyżej komentarzy pojawia się wiele interesujących stwierdzeń. Najbardziej zaskakującą kwestią jest jednak postrzeganie przez część użytkowników i ich rodziców aplikacji Snapchat jako bezpieczniejszej względem aplikacji TikTok, choć przecież w mediach nastawionych na efemeryczność trudniej jest rodzicom nadzorować czy współpracować z dzieckiem na przesyłanych i odbieranych przezeń treściach. Dodatkowo młodsze dzieci mogą nie rozumieć w pełni uwikłań efemeryczności tych treści, traktując ją jako coś pewnego, podczas gdy – mimo że wspierana technologicznie – to jednak opiera się ona na pewnej dozie porozumienia i zaufania między interlokutorami. Efemeryczność okazuje się więc tylko pewną potencjalnością w ramach tego medium. Relacjonowane decyzje rodziców są również

²⁹⁶ Film zamieszczono w 2023 roku.

zaskakujące, gdy weźmiemy pod uwagę, że Snapchat był przez bardzo długi czas (i bywa nadal) opisywany w mediach jako aplikacja idealna do sextingu²⁹⁷.

Z jednej strony taki stan rzeczy może wynikać z niewystarczającej wiedzy rodziców dotyczącej funkcjonalności oferowanych przez dane medium, co wyrażają komentarze takie jak: „Bo mówią rodzicom że piszą ze znajomymi a tak naprawdę oglądają polecane” czy „Bo dzieci mówią rodzicom że to jest tylko do rozmawiania z kol”. Przy równoczesnej panice moralnej narosłej wokół aplikacji TikTok dorośli zapewne dochodzą do wniosku, że lepsza będzie jakakolwiek inna aplikacja. Z drugiej zaś strony dzieci i ich rodzice mogą mieć poczucie, że Snapchat rzeczywiście stał się przestrzenią, w której dominuje młodsza społeczność, co sprawia, że czują się tam bezpieczniej. Nawet jeżeli kwestia ta znalazłaby potwierdzenie, to wspomniana dominacja nie wyklucza całkowicie mieszania użytkowników młodszych z dorosłymi, którzy mogą wykorzystać to złudne poczucie bezpieczeństwa. Warto podkreślić, że takie zjawisko może występować w każdym medium, jednak w przypadku Snapchata występują dodatkowe funkcje, które zwiększają ryzyko. Przemieszczenie funkcji komunikacji efemerycznej z bardziej trwałymi, możliwość udostępniania swojej geolokalizacji na żywo w SnapMap oraz opcja „Szybkiego dodawania” znajomych bez weryfikacji tożsamości („Wole snapa, dlatego że od razu możesz z kimś pisać”), praktykowane przez młodszych użytkowników sprawiają, że Snapchat może być bardziej niebezpiecznym miejscem dla dzieci niż TikTok²⁹⁸.

Niezależnie więc od przyczyn tak licznej obecności dzieci na Snapchacie, istotnym kontekstem analizy tych praktyk pozostaje sposób, w jaki dorośli opiekunowie

²⁹⁷ Zob. N. A. Poltash, *Snapchat and Sexting: A Snapshot of Baring Your Bare Essentials*, „Richmond Journal of Law & Technology”, nr 19, 2013, s. 1-24; H. Zapal, *Snapchat Sexting Is More Common Than You Think*, „Bark”, 2017 (update: 2023), https://www.bark.us/blog/teens-sext-snapchat/?srsltid=AfmBO-oqTG3WHMMIyGP_f1RT9Xc3D-8DAWPB2KQAbxs90YI01sMhylwAq (15.03.2025); L. Piwek, A. N. Joison, „*What do they snapchat about? Patterns of use in time-limited instant messaging service*”, „Computers in Human Behavior” (54), 2016, s. 365.

²⁹⁸ Z danych opublikowanych przez Snap Inc. wynika jednak, że bardzo mały odsetek treści na platformie – zaledwie 0,01% – naruszał zasady. Oznacza to, że na każde 10 000 wyświetlonych Snapów i Story tylko jeden zawierał niezgodne z regulaminem materiały. Ponadto średni czas oczekiwania na reakcję w przypadku zgłoszeń wynosił około 10 minut. Warto też zwrócić uwagę na najczęstsze powody zgłoszeń. Na trzech pierwszych miejscach znajdują się: „treści o charakterze seksualnym”, „wykorzystywanie seksualne dzieci” oraz „napastowanie i nękanie”. Dane te pochodziły z raportu przejrzystości publikowanego przez Snap Inc. dwa razy w roku, co umożliwiało większy wgląd w działania platformy. W 2023 roku opublikowano ostatnią edycję tego raportu, po czym firma zaprzestała sporządzania kolejnych edycji. *Raport przejrzystości. 1 lipca 2023 r. – 31 grudnia 2023 r.*, „Privacy, Safety, and Policy Hub”, 2024, <https://values.snap.com/privacy/transparency-h2-2023?lang=pl-PL> (16.03.2025).

wchodzą w relację z medialnymi aktywnościami najmłodszych użytkowników. Zamiast koncentrować się wyłącznie na strategiach restrykcyjnych, które w wielu przypadkach okazują się ograniczone w skuteczności, większe znaczenie może mieć podtrzymywanie bieżącej komunikacji z dzieckiem wokół treści cyrkulujących w środowiskach cyfrowych. Choć ze względu na wskazane wcześniej cechy Snapchat bywa postrzegany jako platforma problematyczna w kontekście pierwszych doświadczeń dzieci z mediami społecznościowymi, kluczowe – niezależnie od konkretnej aplikacji – pozostaje zaangażowanie dorosłych w praktyki odbioru treści, w tym ich wspólne oglądanie i komentowanie. Tego rodzaju interakcje sprzyjają stopniowemu kształtowaniu kompetencji związanych z funkcjonowaniem w środowisku medialnym, co można uznać za jeden z centralnych wymiarów współczesnej edukacji medialnej.

Potrzeby te oraz sposoby, w jakie rodzic może budować lepszą relację z dzieckiem poprzez zainteresowanie się fascynującymi dla niego treściami w sieci, szczegółowo omawia Karol Jachymek. Autor podchodzi do tematu unikając wszechobecnej, lecz potencjalnie przeciwno skutecznej paniki medialnej. Koncentruje się za to na pogłębianiu kontaktu z dzieckiem poprzez zmianę postrzegania smartfonu – z urządzenia powodującego alienację na narzędzie sprzyjające budowaniu więzi²⁹⁹.

2.3.5 Współlistnienie i przepływy między platformami

Wszystkie omawiane platformy społecznościowe, mimo różnic w funkcjonalnościach, wykazują pewne cechy wspólne. Należą do nich: algorytmiczne porządkowanie treści; to, że wszystkie zawierają funkcje umożliwiające podejmowanie współpracy i operacje na treściach takie jak Duet czy Stitch; możliwość podejmowania interakcji w postaci dodawania komentarzy, polubień, zapisów treści na profilu lub podania danej treści dalej (w tym do innych mediów). Na te cechy jako deskryptory miejsc cyrkulacji lapidarnych form wideo wskazywali przytaczani tu Kaye i współpracownicy. Opierając się na analizie aplikacji TikTok, jako główne jej cechy wymienili: krótkość treści, łatwość w ich tworzeniu, edycji i zamieszczaniu w ramach jednej platformy, łatwość replikacji (właśnie za pomocą funkcji Duet i Stitch), w tym konstrukcja i funkcje platform zachęcające

²⁹⁹ Tym samym pokazuje, że technologia sama w sobie nie jest ani zła, ani dobra, a jej wpływ – mimo dominacji władzy korporacji medialnych – w znacznej mierze zależy od tego, jak ją wykorzystamy. Zob. K. Jachymek, *Z nosem w smartfonie...*, dz. cyt.

użytkowników do podejmowania działań o charakterze naśladowczym³⁰⁰; wreszcie mechanikę nieskończonego przewijania (*infinite scrolling / endless scrolling*)³⁰¹. Przytoczenie innych przestrzeni cyrkulacji lapidarnych form wideo pozwala uznać te cechy za deskryptory większości popularnych miejsc cyrkulacji lapidarnych form wideo.

Użytkownicy eksperymentują z tymi mechanizmami poszukując nowych form wyrazu, wskazując przy tym niejednokrotnie na luki i przeoczenia wydawcy, a także zwracając na nie uwagę reszty społeczności aplikacji. Przykładem może być praktyka mająca na celu zwrócenie uwagi na mechanizm nieskończonego przewijania. Polega ona na umieszczeniu tagu autora w taki sposób, że każde dotknięcie ekranu przenosi użytkownika na jego profil, uniemożliwiając dalsze *scrollowanie* i sprawiając wrażenie awarii aplikacji³⁰². Każda próba przesunięcia ekranu aktywuje tag, blokując mechanizm *endless scrolling* i wywołując frustrację u użytkownika. Praktyka ta realizowała typowe dla trollingu taktyki, celowo prowokując silne emocje, takie jak irytacja czy oburzenie³⁰³. Jednocześnie badała granice działania platformy i wykorzystując jej wewnętrzne konwencje, dążyła do ich subwersywnej dekonstrukcji. Była więc formą krytyki platformy, wskazującą na konieczność namysłu nad codziennym zanurzeniem użytkownika w przestrzeni, która, choć zaprojektowana tak, by sprawiać wrażenie neutralnej i niewidocznej, w rzeczywistości podporządkowana jest realizacji określonych celów wydawcy³⁰⁴. Jednocześnie praktykę tę można odczytywać jako formę troski użytkowników o siebie nawzajem, wyrażaną poprzez rozproszone ingerencje w poszczególne strony „Dla Ciebie”³⁰⁵. Zakłócając płynność nieskończonego przewijania,

³⁰⁰ D. Zulli, D. J. Zulli, *Extending the Internet meme: Conceptualizing technological mimesis and imitation publics on the TikTok platform*, „New media & society”, 2020, 1872-1890.

³⁰¹ V. Kaye, J. Zeng, P. Wikström, *TikTok: Creativity and Culture...*, dz. cyt., s. 21-23.

³⁰² Użytkownicy powszechnie okazywali zaskoczenie tą praktyką. Zob. <https://vm.tiktok.com/ZNdRYJRw2/> (20.03.2025). Dzielili się również momentem, w którym TikTok ową lukę naprawił. Zob. <https://vm.tiktok.com/ZNdRY1SjU/> (20.03.2025).

³⁰³ A. Binns, *Don't Feed the Trolls! Managing Troublemakers in Magazines' Online Communities*, „Journalism Practice”, nr 6(4), 2012, s. 547-562.

³⁰⁴ A. Schellewald, *Changing modes of public connection: An essay on TikTok and the social affordances of personalized social media*, „Frontiers in Computer Science”, nr. 7, 2025, s. 1-6.

³⁰⁵ Opisany tu mechanizm blokowania możliwości przesunięcia był jednym z typów silnie ingerujących w mechanikę działania platformy. Wśród treści pełniących podobną funkcję można jednak również znaleźć takie, które owe ingerencje przeprowadzają wyłącznie za pomocą przekazu zawartego w tekście. Andreas Schellewald określa tego typu filmiki jako „TikTok checkpoint videos” i opisuje jako stanowiące swego rodzaju „progi zwalniające” w ciągłym przewijaniu, pozwalające na chwilę odpoczynku. A. Schellewald, *Theorizing 'Stories About Algorithms' as a Mechanism in the Formation and Maintenance of Algorithmic Imaginaries*, „Social Media + Society” 8(1), 2022.

przerywała ona immersyjne zanurzenie w strumieniu treści i ujawniała mechanizmy przechwytywania uwagi wpisane w architekturę aplikacji.

Mimo podobieństw opisanych powyżej platform oraz sygnalizowanej już częstej multiplikacji treści w nich cyrkulujących, wielu użytkowników decyduje się na korzystanie z kilku jednocześnie. Potwierdzają to zarówno dokonane przeze mnie obserwacje, jak i raporty operujące na *Big Data*³⁰⁶, w tym przytaczany już w niniejszej rozprawie raport *Digital in 2025*. Przedstawione w nim dane wskazują na przykład, że aż 77,3% użytkowników TikToka korzysta jednocześnie z YouTube'a, 80,2% z Instagrama i 33,7% ze Snapchata. Spośród wszystkich użytkowników

Instagrama z kolei 54,3% korzysta z TikToka, 76,9% z YouTube'a i 34,9% z aplikacji Snapchat³⁰⁷. Dane te obejmują wiele zróżnicowanych platform, wskazując przy tym z dużym prawdopodobieństwem, że każdy z użytkowników mediów mobilnych posiada konta na przynajmniej dwóch różnych platformach. Jednocześnie należy zaznaczyć, że przedstawione wyniki nie ujawniają częstotliwości korzystania z poszczególnych funkcji czy zakładek dostępnych w obrębie danej platformy.

Jednym z cyrkulujących w sieci materiałów odnoszących się do tej problematyki jest nagranie, w którym autorka ironicznie odnosi się do osób deklarujących brak konta



Rys. 1. @Justindde, *How bro feels after saying „I uninstaled tiktok I have to lock in” just to watch instagram reels instead*, TikTok, 2024, <https://vm.tiktok.com/ZNRDhKAcW/> (20.01.2026).

³⁰⁶ W najprostszym ujęciu Big Data odnosi się do bardzo dużych zbiorów danych. Precyzując to pojęcie poprzez analizę różnych sposobów jego definiowania, Marta Tabakow i współpracownicy wskazują, że „Big Data to określenie stosowane dla takich zbiorów danych, które jednocześnie charakteryzują się dużą objętością, różnorodnością, strumieniowym napływem w czasie rzeczywistym, zmiennością oraz złożonością, a także wymagają zastosowania innowacyjnych technologii, narzędzi i metod informatycznych w celu wydobycia z nich nowej i użytecznej wiedzy”. M. Tabakow, J. Korczak, B. Franczyk, *Big Data - definicje, wyzwania i technologie informatyczne*, „Informatyka Ekonomiczna” 1(31), 2014, s. 141.

³⁰⁷ *Digital in...*, dz. cyt., s. 377.



Rys. 2. @litterallymecats, *How I feel when I close instagram to open tiktok*, Threads, 2025, <https://www.threads.com/@litterallymecats/post/DL2m7So xR4D/how-i-feel-when-i-close-instagram-to-open-tiktok> (20.01.2026).

na TikToku, a jednocześnie korzystających z rolek na Instagramie, wytykając im tym samym hipokryzję oraz zarzucając klasizm³⁰⁸. Pod wspomnianym filmem pojawiło się 450 komentarzy naświetlających poruszony problem z rozmaitych punktów widzenia. Pierwsza grupa komentarzy multiplikowała spostrzeżenie autorki, dodając przy tym swoje uwagi, wskazując na przykład na ciągłe opóźnienia w cyrkulujących na Instagramie treściach względem i materiałów inicjowanych przez społeczność

TikToka: „i pokazują mi film, który widziałam miesiąc temu”, „mi wysyłają filmiki które widziałam 2 lata temu xd”, „tam jest wszystko co na tt, tylko z opóźnieniem 🤔”. Wśród części społeczności zaangażowanej wokół lapidarnych form wideo TikTok pozostaje więc punktem odniesienia pod względem aktualności trendów oraz główną przestrzenią wyznaczającą tempo obiegu treści.

W komentarzach pojawiły się jednak również głosy wskazujące na pewne przewagi instagramowych rolek: „Instagram tak jakoś zabawniejszy jest”, „To ja po odinstalowaniu tt na miesiąc 🔥🔥 A tak poważnie, na ig mam lepsze treści, więc wyszło mi na dobre 😊”, czy nawet: „korzystam z obydwu, ale algorytm dużo lepiej dobiera treści do moich upodobań na rolkach na ig”³⁰⁹.

Najobszerniejszym wątkiem wśród komentarzy okazał się ten, w którym przywołano kwestię moderacji treści w obrębie poszczególnych platform. Pod wypowiedzią „na instagramie przynajmniej jest mniejsza cenzura” doszło bowiem do

³⁰⁸ Zob. @kora_baka, TikTok, <https://vm.tiktok.com/ZNddopmHS/> (18.03.2025). Kwestie te stają się również tematem wielu memów i tiktoków (zob. rys. 1).

³⁰⁹ Tamże.

sporu między użytkownikami. Jeden z nich odpowiadał: „lubisz jak banują Ci komentarz za prawicowe poglądy? 🤔”, na co inny ripostował: „prawicowe poglądy czy homofobiczną, rasistowską, antysemicką czy seksistowską mowę nienawiści?”, kolejni zaś: „nikt ci nie znajduje komentarza za wyrażanie się w kulturalny sposób bez obrażania ludzi, a jeżeli tak to można się odwołać i przywrócić więc widocznie problem jest w tym co piszesz” czy „Nie za poglądy tylko algorytm wyłapuje pewne. i z automatu usuwa”. Użytkownicy nie byli jednak zgodni co do tego, która z platform miałyby stosować bardziej restrykcyjne zasady weryfikacji treści. W kolejnych komentarzach to nie Instagram, lecz TikTok wskazywano jako bardziej surowego cenzora: „Tt ma różne odpały i usuwał KULTURALNE I Z ROZUMEM napisane komentarze”, „przecież tik tok banuje nawet komplementy, albo jak napiszesz d o.o.p a” i z drugiej strony: „ah instagram moja ulubiona aplikacja do rasizmu”, „te rolki są jeszcze gorsze tak samo jak yt shorts bo randomowo włączały mi się rasistowskie i nazi memy (nienawidzę takiego \humoru\))”³¹⁰. Wątki te szybko przybierają formę sporów o charakterze światopoglądowym, wśród których szczególnie często pojawiają się dyskusje dotyczące granic wolności słowa, skądinąd charakterystyczne dla komunikacji internetowej³¹¹.

Niektórzy użytkownicy zwracają uwagę na różnicę w celach, w jakich sięgają po konkretne medium: „instagram - rasizm i wypadki drogowe\ntiktok - edity i dziwne memy” „Tiktok - brainrot\ncshortsy - ai\ncrolki - wypadki ludzi”, „Rolki na ig ogląda się wtedy kiedy ma się ochotę pooglądać nie stosowne memy 🔥”, inna użytkowniczka zauważa zaś: „i tu i tu działa algorytm który sam sobie wypracował 😊”. Problematyka ta została stosunkowo dobrze rozpoznana również w literaturze przedmiotu i opisana jako *platform swinging*³¹². Praktyka ta opiera się na „korzystaniu z więcej niż jednej platformy społecznościowej i rutynowym przełączaniu się między tymi platformami”³¹³. W analizach tych podkreśla się, że użytkownicy traktują środowisko mediów społecznościowych, zbudowane z licznych platform, jako całość³¹⁴, nie zaś zbiór

³¹⁰ Tamże.

³¹¹ Zob. np. A. Gibson, *Free Speech and Safe Spaces: How Moderation Policies Shape Online Discussion Spaces*, „Social Media + Society”, 2019, s. 1-19.

³¹² Zob. E. Tandoc, C. Lou, V. Lee Hui Min, *Platform-swinging in a poly-social-media context: How and why users navigate multiple social media platforms*, „Journal of Computer-Mediated Communication”, nr 1, 2019, s. 21–35. A także: X. Wang, M. Chen, W. Jiang, *Why Is One Social Media Platform Not Enough? A Typology of Platform-Swinging Behavior and Associated Affordance Preferences*, „Social Media + Society”, t. 10, nr 2, 2024, s. 1–13.

³¹³ E. C. Tandoc Jr., C. Lou, V. Lee Hui Min, *Platform-swinging in a poly...*, dz. cyt., s. 21.

³¹⁴ Tamże, s. 31.

niezwiązanych ze sobą elementów. W ten sposób wykraczają oni poza upraszczające i – w ich przekonaniu – niejednokrotnie jałowe spory oparte na ujmowaniu poszczególnych platform jako wzajemnie wykluczających się alternatyw. Taką perspektywę potwierdzają również charakterystyczne, ironiczne komentarze, takie jak: „I delete school to focus on tiktok” (*usuwam szkołę, aby skupić się na TikToku*)³¹⁵.

W obrębie omawianych tu miejsc cyrkulacji lapidarnych form wideo bardziej zaawansowani użytkownicy płynnie przemieszczają się więc między wieloma platformami, realizując praktykę *platform swinging*. Na podstawie „wyobrażeń algorytmicznych”³¹⁶ podejmują m.in. próby manipulacji algorytmami, przekształcając i dostosowując treści wyświetlane na poszczególnych platformach wedle określonych preferencji. Jak zauważają Xueying Wang i współpracownicy, tego typu przełączanie między platformami może być motywowane zarówno potrzebami komplementarnymi, polegającymi na wykorzystywaniu różnych platform do realizacji zbliżonych celów, jak i potrzebami suplementarnymi, wiążącymi się z przypisywaniem poszczególnym platformom odmiennych funkcji³¹⁷. Pozwala to uczynić z różnych platform kanały

³¹⁵ @Justindde, *How bro feels after saying „I uninstalled tiktok I have to lock in” just to watch instagram reels instead*, TikTok, 2024 <https://vm.tiktok.com/ZNRDhKAeW/> (20.01.2026).

³¹⁶ Koncepcja wprowadzona przez Tainę Bucher, a następnie rozwinięta m.in. przez Christiana Schulza. Dotyczy wyobrażeń o tym, czym algorytmy są, jak działają i jak powinny funkcjonować w tych platformach. „Wyobrażenia algorytmiczna” to więc sposób, w jaki użytkownicy postrzegają algorytmy w mediach społecznościowych, bazując na przekonaniach, doświadczeniach i oczekiwaniach. Zob. T. Bucher, *If... Then: Algorithmic Power and Politics*, „Oxford: Oxford University Press”, 2018. A także: C. Schulz, *A new algorithmic imaginary*, „Media, Culture & Society” 45(5), 2023, s. 797–814. Użytkownicy manipulują zatem algorytmami na podstawie wypracowanych wyobrażeń podczas procesu nabywania o nich wiedzy poprzez działanie. K. Cotter, B. C. Reisdorf, *Algorithmic Knowledge Gaps: A New Horizon of (Digital) Inequality*, „International Journal of Communication”, nr 14, 2020, s. 745–765.

³¹⁷ Badanie Wang i współpracowników dotyczy chińskiego środowiska medialnego, dlatego poniższe przykłady stanowią ostrożne przełożenie ich ustaleń na realia zachodnie. Potrzeby komplementarne oznaczają wykorzystywanie różnych platform w celu osiągnięcia podobnych celów, np. poszukiwania informacji na ten sam temat na wielu platformach, aby uzyskać pełniejszy obraz sytuacji lub różne perspektywy. Przykładem może być śledzenie wiadomości o wydarzeniach politycznych – użytkownik zaczyna od Twittera (aktualności), a potem sprawdza Reddit (szersza analiza) i YouTube (np. komentarze ekspertów z treściami audiowizualnymi). Potrzeby suplementarne dotyczą zaś sytuacji, w których użytkownik korzysta z różnych platform do realizacji różnych celów, np. Facebook służy do kontaktu z rodziną i znajomymi, a Instagram lub TikTok do śledzenia influencerów. Przeprowadzone w Chinach badanie przytaczanych autorów wykazało na przykład, że o ile w kwestii poszukiwania informacji użytkownicy kierują się głównie potrzebami komplementarnymi, korzystając z różnych platform, aby uzyskać pełniejszy obraz danego zagadnienia (w realiach zachodnich np. śledząc bieżące wydarzenia na Twitterze, analizując komentarze na Reddit i oglądając materiały eksperckie na YouTube), o tyle przy zarządzaniu wrażeniami dominują potrzeby suplementarne – użytkownicy wybierają różne platformy do prezentowania odmiennych aspektów swojej tożsamości (w realiach zachodnich byłoby to np. LinkedIn do budowania wizerunku zawodowego, Instagram do kreowania estetycznego życia prywatnego, a Facebook do kontaktów z rodziną i znajomymi). Zob. X. Wang, M. Chen, W. Jiang, *Why Is One Social Media...*, dz. cyt.

służące do odbioru odmiennych typów treści oraz realizacji różnych celów społecznych, poznawczych, emocjonalnych czy tożsamościowych.

Praktyka ta wykracza jednak poza samo przeglądanie treści i dotyczy również ich aktywnego zamieszczania. Aktywni twórcy mogą bowiem publikować odmienne treści na różnych platformach, podejmując w ten sposób próbę bardziej precyzyjnego zarządzania zarówno tym, jak są postrzegani przez różne grupy odbiorców, jak i tym, jaką część siebie chcą im prezentować. Praktyki te mogą również stanowić rodzaj zabezpieczenia dla twórców. Jak zauważa Bran Flakezz, posiadanie i rozwijanie kont na różnych platformach okazuje się użyteczne na przykład w sytuacji nałożenia bana na konto twórcy na jednej z nich, ponieważ umożliwia mu kontynuowanie działalności gdzie indziej³¹⁸. Wymieniane platformy mogą się więc nawzajem uzupełniać, a między nimi dokonywać się może przepływ treści³¹⁹, w tym ich remediacja³²⁰. Zjawisko to bywa również ujmowane w kategoriach trans-platformizacji, rozumianej jako procesualne przemieszczanie się artefaktów cyfrowych między platformami, w trakcie którego ulegają one nie tylko multiplikacji, lecz także częściowej dekontekstualizacji i przekształceniom znaczeń³²¹. Powyższe spostrzeżenia zdają się więc potwierdzać aktualność twierdzenia Paula Levinsona o katalitycznej relacji nowych nowych mediów, mimo ich rywalizacji³²².

Wymienione w niniejszym podrozdziale miejsca cyrkulacji lapidarnych form wideo są szeroko z nimi identyfikowane. W zakończeniu warto zwrócić uwagę na dużo dalej idącą ekspansję tych form i sposobów ich eksplorowania, które przedostały się również do innych, mniej oczywistych przestrzeni. Jednym z takich miejsc jest na przykład poświęcona budowaniu zawodowych sieci kontaktów i poszukiwaniu pracy

³¹⁸ Perspektywa ta jest jednocześnie dla wielu twórców treści niezwykle stresująca, Zob. @bran__flakezz, *honestly tiktok vs reels is wild*, TikTok, 2023, https://www.tiktok.com/@bran__flakezz/video/7214200757388594478 (20.01.2026).

³¹⁹ YouTuberzy nagrywają na przykład reakcje na popularne tiktoki i udostępniają je na swoich kanałach. Zob. np. *MULTI ogląda ŚMIESZNE TIKTOKI! #61*, YouTube, <https://www.youtube.com/watch?v=slygPNMXgww> (20.02.2025).

³²⁰ Jest to ważne zwłaszcza w kontekście zachowywania żywej pamięci o istotnych dla internautów treściach z przeszłości. Dzięki takiemu przepływowi starsi użytkownicy mogą na przykład podtrzymywać pamięć o nich nadając im nowe życie w nowszym medium, ale i zapoznają z ważnymi dla nich treściami – nierzadko reinterpretujące i przekształcające je – młodsze pokolenia. Mechanizmy pielęgnacji pamięci o treściach w mediach algorytmicznych opisałem w artykule „Mem nie może przecież wiecznie trwać? Nowe lapidarności a potrzeba pamięci”. Zob. Ł. Juda, *Mem nie może przecież wiecznie...*, dz. cyt., s. 67-70.

³²¹ M. Betlemidze, *Jalaiah Effect: A Story of a Stolen Dance on TikTok and Trans-Platformization of Ignorance*, „Social Media + Society”, nr 1, 2025, s. 1-12.

³²² P. Levinson, *Nowe nowe media...* dz. cyt., s. 13.

platforma LinkedIn, która niedawno zaczęła eksperymentować z nowymi formatami treści, przypominającymi te znane z TikToka³²³. Są one wykorzystywane do dzielenia się wiedzą zawodową, poradami dotyczącymi kariery, prezentowania swoich umiejętności oraz angażowania się w dyskusje branżowe w bardziej dynamiczny i przystępny sposób³²⁴.

Kolejnym przykładem są głównonurtowe media informacyjne. Pionierem w tym zakresie na gruncie polskim jest portal Onet. W 2023 wprowadził w ramach swojej strony internetowej zakładkę *Onet Watch*, w której znajdują się zarówno treści znane z innych programów Onetu sformatowane do lapidarnych form wideo, jak i powstałe specjalnie na jej potrzeby. Onet podkreśla nie tylko potrzebę dotarcia do młodej publiczności, której ten sposób obcowania z treścią oraz format komunikacji jest szczególnie bliski, lecz także na zapewnieniu rzetelności informacji – publikowane materiały są poddawane podwójnej weryfikacji, co ma minimalizować ryzyko dezinformacji. Dodatkowo platforma angażuje twórców znanych z TikToka, co może zwiększać jej atrakcyjność³²⁵. Choć koncepcja oddzielnego środowiska dla treści pochodzących tylko z Onetu może wydawać się dość zaskakująca, może też okazać się efektywna z perspektywy starannej selekcji treści, ograniczającej się do konkretnej tematyki i odpowiadającej na określone potrzeby.

Inną egzemplifikacją może być mobilna aplikacja sieci odzieżowej Pull&Bear, która wykorzystuje ten format pod nazwą *PBShuffle* w celu prezentowania dostępnych w sklepach kolekcji i stylizacji, zachęcając do dokonywania zakupów online. Jak można przeczytać w czasopiśmie „Cross-Border Magazine”:

[...] firma będzie oferować swoim użytkownikom dwa równoległe doświadczenia: zwykłą nawigację po stronie głównej, menu i siatkach produktów z rozrywką i innowacyjnym doświadczeniem zakupowym z krótkich filmów. Dzięki tej nowej usłudze Pull&Bear dąży do pozostania w kontakcie z pokoleniem Z, ponieważ mogą zobaczyć, jak ubrania dostosowują się do ruchu i różnych ciał modelek³²⁶.

³²³ Zob. D. Olszewski, *LinkedIn niczym TikTok? Portal testuje nowe formaty*, „Computerworld”, 2024, <https://www.computerworld.pl/article/2511789/linkedin-niczym-tiktok-portal-testuje-nowe-formaty.html> (17.03.2025).

³²⁴ Zob. *LinkedIn rozwija funkcje wideo*, „PProto”, 2025, <https://www.proto.pl/aktualnosci/linkedin-rozwija-funkcje-wideo/> (16.03.2025).

³²⁵ Zob. *Przedstawiamy Onet Watch. Nowe formaty, znani twórcy i materiały zza kulis*, „Onet”, 2023, <https://wiadomosci.onet.pl/tylko-w-onecie/onet-watch-nowy-sposob-na-ogladanie-wideo-w-rasp-co-tu-znajdziemy/y0dc2p9> (16.03.2025).

³²⁶ F. Calviño, *Pull&Bear is launching PBShuffle, a new video marketing strategy*, „Cross-Border Magazine”, 2024, <https://cross-border-magazine.com/pullandbear-launches-pbshuffle/> (17.04.2025).

Jeszcze bardziej od wymienionych zaskakującym obszarem zastosowania tego formatu mogą być strony pornograficzne, w tym bodaj najpopularniejsza – pornhub.com. W 2023 wprowadzono do niej funkcjonalność nazwaną *Shorties*. W sekcji „Help Center” można znaleźć informację: „Shorties to doświadczenie oparte na przewijaniu, które jest obecnie w fazie beta na naszej platformie. Promuje pionowo nagrywane filmy i oferuje widzom nowoczesny sposób interakcji z Twoimi treściami. Najlepiej oglądać je na urządzeniach mobilnych”³²⁷. Funkcjonalność ta jest pornograficznym odpowiednikiem formatu zaproponowanego przez aplikację TikTok. Co ciekawe, na platformie znacznie dłużej obecne są również pliki GIF z obecnym na stronie narzędziem do ich generowania³²⁸. Jak będzie można przekonać się po lekturze dalszej części rozprawy, nie odbiega to zbyt od wielu trendów w aplikacjach takich jak TikTok, w których elementy erotyki odgrywają niejednokrotnie istotną rolę, i sugeruje uogólnione preferencje odbiorców co do metrażu.

Przykłady te pozwalają zilustrować szerokie zastosowanie oraz próby asymilacji lapidarnych form wideo w różnych miejscach sieci. Ich mnożenie się wynika z potrzeby dopasowania mediów i platform do zmieniających się oczekiwań użytkowników. Tak szeroka asymilacja lapidarnych form wideo w przestrzeni online świadczy o ich potężnym potencjale jako narzędzi komunikacyjnych, zdolnych adaptować się do różnorodnych potrzeb użytkowników. Równocześnie zjawisko to stawia przed twórcami i użytkownikami przestrzeni medialnych nowe wyzwania, związane m.in. z etyką, odpowiedzialnością i granicami swobody ekspresji.

³²⁷ *What are Shorties?*, Pornhub HelpCenter, <https://help.pornhub.com/hc/en-us/articles/19695173119251-What-are-Shorties> (20.02.2025).

³²⁸ Pornografia przedstawiana jest jako zjawisko, które istotnie przyczyniało się do rozwoju technologii internetowych, w tym internetowych technologii płatniczych. Zob. G. Bortacka, *Sprośna historia Internetu*, „Ciekawostki Historyczne”, 2022, <https://ciekawostkihistoryczne.pl/2022/02/18/sproсна-historia-internetu/> (17.03.2025). Oraz C. Jackson, 2012, *From ASCII to streaming video: How the Internet created a multi-billion dollar porn industry*, <https://thenextweb.com/news/cybersex-ascii-pinups-celebrity-fakes-how-the-internet-created-a-97-billion-porn-industry> (15.03.2025).

2.4 Lapidarne formy wideo³²⁹

W krajobrazie współczesnych mediów cyfrowych funkcjonuje wiele form audiowizualnych, które w różnym stopniu wpisują się w kategorię lapidarnych form wideo. Przykładem mogą być formaty *MyStories* czy *Snap*. W ich ramach bowiem, również wykorzystuje się krótkie nagrania wideo. Cechą kluczową, wyróżniającą je na tle innych formuł, jest jednak afordancyjnie zakładana i konwencjonalnie przyjęta efemeryczność, która nawet jeśli łamana, staje się kontekstowo istotna w dalszym obiegu tak zapisanego medium (użytkownicy z łatwością bowiem mogą rozpoznać treści pochodzące z aplikacji Snapchat poprzez ich charakterystyki wizualne jak np. filtry czy czcionki). Innym przykładem mogą być omawiane na początku rozdziału internetowe GIF-y. Wyróżniają się one pod względem formalnym zapętleniem oraz lżejszą, w porównaniu z lapidarnymi formami wideo, strukturą wynikającą z braku ścieżki dźwiękowej. Dzięki tej lekkości oraz integracji z dedykowanymi klawiaturami smartfonów, główną rolą tego formatu jest wzmocnienie emocjonalnego przekazu nadrzędnego lub realizacja zadania reakcji kontekstowej. Choć więc formy te wykazują zbliżone cechy formalne, ich przeznaczenie, sposób wykorzystania oraz kontekstowo definiujące je właściwości nadrzędne pozwalają zachować ich odrębność.

Lapidarne formy wideo jako „nowe lapidarności” przejmują natomiast wszystkie ich cechy opisane w poprzednim rozdziale. Jako formy wysoce splatformizowane, dla ich definiowania istotne pozostają również omówione w poprzednich podrozdziałach cechy platformowe, takie jak określone funkcjonalności montażowe, a także algorytmiczne porządkowanie treści i powiązany z nim mechanizm *infinite scrolling*. Na poziomie formalnym zaś, pierwszą istotną i ujętą w samej nazwie cechą lapidarnych form wideo jest ich krótkometrażowość. W kontekście omawianych w pierwszym rozdziale najszerzej pojętych nowych lapidarności postulowałem, aby przy tak szerokich opisach, nie traktować metrażu jako wartości bezwzględnej, lecz jako intersubiektywnie odczuwane wrażenie krótkości. Równocześnie ograniczenie długości formatu wideo dokonuje się często przy jego maksymalnym skondensowaniu uzyskiwanym między innymi przez wykorzystanie dużej ilości komponentów i sposobów ekspresji w ramach jednego komunikatu.

³²⁹ W niniejszym podrozdziale wykorzystano fragmenty artykułu opublikowanego przez autora w czasopiśmie „Kultura Współczesna” pt. *Lapidarne formy wideo jako nowy obszar oddolnych praktyk muzycznych*. Ł. Juda, *Lapidarne formy wideo jako nowy obszar...*, dz. cyt.

W tym miejscu – po nadającym istotny kontekst omówieniu historii rozwoju lapidarnych form wideo oraz przestrzeni ich cyrkulacji – możliwe jest już pewne doprecyzowanie kategorii czasu trwania. W każdej z omawianych popularnych platform społecznościowych filmy umieszczone na dedykowanej im, porządkowanej algorytmicznie stronie trwają maksymalnie 3 minuty. Paradoksalnie wyjątkiem od tej reguły jest najsilniej kojarzona z tym formatem platforma, która nadała mu utrzymujący się do dziś kształt i go spopularyzowała, tj. aplikacja TikTok. ByteDance dostrzegło potencjał w konkurowaniu z YouTube i wydłużyło maksymalny czas trwania filmów publikowanych na głównej stronie. Nie stworzyło im dedykowanej zakładki, lecz włączyło we wspólny obieg te dwie różniące się od siebie formuły. TikTok ponadto zachęca użytkowników do dodawania dłuższych, trwających powyżej minuty treści. Czyni to poprzez premiowanie ich algorytmicznie, na co wskazuje opublikowany przez korporację ByteDance, kierowany do twórców raport *What's Next*³³⁰ oraz przez przyznawanie wyższych wynagrodzeń twórcom dłuższych treści w ramach *Creativity Program*³³¹. Choć zabieg ten istotnie może być finansowo dla ByteDance opłacalny, to rozszerzając dotychczasowe cechy funkcjonalne formatu i włączając do jego obiegu dłuższe formy, może również rozmywać poczucie odrębności aplikacji.

Kolejną z wyróżniających lapidarne formy wideo cech formalnych jest wertykalne ułożenie obrazu. Ponownie aplikacja TikTok zachowuje się tu niekonwencjonalnie, gdyż umożliwia użytkownikowi zamieszczanie treści horyzontalnych. Dodatkowo aplikuje narzędzia ułatwiając ich formatowanie do układu wertykalnego albo z możliwością stratnego wypełnienia ekranu, albo w sposób bezstratny – poprzez pojawienie się wypełniających ekran czarnych pasów. W tym ostatnim przypadku użytkownik po kliknięciu odpowiedniej ikony ma możliwość obrócenia całego ekranu i obejrzenia filmu w dostosowanym układzie horyzontalnym. Wówczas udostępnia się mu możliwość przeglądania wyłącznie horyzontalnych treści za pomocą charakterystycznego przewijania ich palcem. Ponownie można na tym przykładzie obserwować, jak ByteDance stara się przekraczać nałożone na początku przez siebie ograniczenia, tracąc równocześnie na specyfice wykreowanego przez TikToka formatu.

³³⁰ *Trends: What's Next*, „TikTok for Business”, 2025–2026, <https://ads.tiktok.com/business/en/trends-whats-next> (19.01.2026).

³³¹ Twórcy, którzy przechodzą na Creativity Program, zauważają większe zasięgi i zarobki z dłuższych filmów, co jest bezpośrednim efektem zmian w algorytmie. Zob. P. Wojnicz, *Jak zarabiać na TikToku w 2025 roku? Sprawdzone strategie monetyzacji*, 2025, <https://pawelwojnicz.pl/jak-zarabiac-na-tiktoku-w-2025-roku-sprawdzone-strategie-monetyzacji/> (20.01.2026).

Podobnie jak krótkość omawianych treści, na najbardziej podstawowym poziomie tautologicznym stwierdzeniem jest, że lapidarne formy wideo to treści, których cechą dystynktywną jest ich audiowizualność. Stanowią one formy, w których obraz wraz z dźwiękiem są podstawowymi środkami przekazu. Charakterystyka specyficznej dla nich postaci audiowizualności kładzie jednak szczególny nacisk na ten komponent audialny. Zostanie to wielokrotnie podkreślone w niniejszej rozprawie, jego znaczenie jest bowiem istotne w każdym z wymiarów tych form. Wagę tego komponentu wyrażają zarówno funkcjonalności platform, silne powiązania z branżą muzyczną, jak i charakterystyczne praktyki użytkowników. Aplikacja TikTok, a wraz z nią lapidarne formy wideo, doprowadziły więc do wykształcenia nowej formy komunikacji muzycznej, jednocześnie upraszczając sposoby ingerencji w jej strukturę. W tym kontekście obserwuje się procesy fragmentaryzacji i liberalizacji muzyki, która staje się komplementarna wobec innych komponentów medialnych oraz pełni funkcję wysoce kontekstualnego narzędzia komunikacyjnego.

To więc właśnie wspomniana już w pracy kompletność treści medialnych rozumiana jako suma możliwości niewerbalnego i emocjonalnego prezentowania wiadomości³³² zdaje się tu odgrywać kluczową rolę. Ilustrują to uwikłane we wzajemne relacje komponenty przekazu ze szczególnym naciskiem na kontaminację oddolnie tworzonego/zestawianego obrazu wideo z dźwiękiem, a zwłaszcza muzyką. Muzyka bowiem, rozumiana jako twór intersubiektywny³³³, pozwala na szczególne emocjonalne zaangażowanie uczestników komunikacji oraz w niezwykle efektywny sposób służyć może współczesnym internetowym taktykom autoprezentacyjnym³³⁴. Jak zauważa bowiem Magdalena Szpunar: „emocje muzyczne, a także muzyka *per se* stanowią potężny rezerwuar do kształtowania własnej tożsamości, kreowania własnego ja, dookreślania swojego miejsca w grupie rówieśniczej, ale i szeroko rozumianych procesów socjalizacyjnych”³³⁵.

W tym ujęciu lapidarne formy wideo nie stanowią ani odrębnego gatunku medialnego, ani jedynie skróconych materiałów audiowizualnych, lecz wysoce

³³² Zob. S. P. Morreale, B.H. Spitzberg, J.K. Barge, *Komunikacja między ludźmi...*, dz. cyt., s. 241.

³³³ Za: M. Szpunar, *Emotywny aspekt recepcji muzycznej*, „Kultura Współczesna” 3(96)/2017, s. 69.

³³⁴ Wysoki poziom znaczenia dźwięku w obrębie środowisk cyrkulacji lapidarnych form wideo bywa ujmowany jako tzw. zwrot audialny w memach internetowych. Zob. C. Abidin, D. B. V. Kaye, *Audio memes, earworms, and templatability: The ‘aural turn’ of memes on TikTok* [w:] *Critical Meme Reader: Global Mutations of the Viral Image*, Ch. Arkenbout, J. Wilson, D. de Zeeuw (red.), Institute of Network Cultures, Amsterdam 2021, s. 58–68.

³³⁵ Tamże.

splatformizowane formy komunikacyjne, których właściwości kształtują się w relacji pomiędzy komponentami wizualnymi, dźwiękowymi i tekstowymi, praktykami użytkowników, paratekstami oraz mechanizmami algorytmicznego porządkowania, selekcji i dystrybucji treści w obrębie platform. Ich krótkość nie ma charakteru wyłącznie metrycznego, lecz stanowi efekt kondensacji powstający w określonych kontekstach komunikacyjnych i sprzężony z dynamiką odbioru i selekcji treści. Formy te są silnie uzależnione od afordancji platformowych, które organizują sposoby ich tworzenia, przetwarzania i rozpowszechniania, także poprzez dostępne narzędzia montażowe oraz funkcje umożliwiające powtarzalność i naśladowictwo. Ich charakterystyczną cechą jest przy tym multimodalność, w której szczególną rolę odgrywa komponent audialny, zwłaszcza muzyka, współorganizująca rytm, strukturę i znaczenie przekazu. Na poziomie formalnym formy te pozostają powiązane z wertykalnym układem obrazu, choć jednocześnie – zwłaszcza w przypadku TikToka – podlegają stopniowemu rozszerzaniu i przekształceniom, które mogą prowadzić do rozmywania ich pierwotnych cech. Funkcjonują one w warunkach ciągłego przepływu i zmiennej widoczności, a ich znaczenie nie jest zawarte w pojedynczym materiale, lecz kształtuje się poprzez kolejne użycia, przekształcenia i odniesienia w tym również do innych nowych lapidarności. W konsekwencji lapidarne formy wideo należy ujmować nie jako stabilne jednostki tekstowe, lecz jako dynamiczne formy komunikacyjne, których znaczenie, funkcjonowanie i widoczność pozostają zależne od zmiennych konfiguracji platformowych oraz aktywności użytkowników. Opisana dynamika przekształceń i powtarzalności wskazuje na szczególną rolę praktyk opartych na ponownym użyciu i modyfikowaniu istniejących treści, w ramach których znaczenia kształtują się poprzez ich kolejne realizacje. W tym kontekście jednym z kluczowych sposobów organizowania tych działań jest remiks.

2.4.1 Remiks jako praktyka kulturowa w obrębie lapidarnych form wideo³³⁶

Anonsowana już w pierwszym dziesięcioleciu XXI wieku, zwłaszcza przez Lawrence'a Lessiga, kultura remiksu³³⁷ w lapidarnych formach wideo triumfuje na wiele sposobów. Z perspektywy muzycznej remiks dokonuje się zarówno na poziomie

³³⁶ Podrozdział ten stanowi zmodyfikowany fragment artykułu opublikowanego przez autora niniejszej rozprawy w czasopiśmie *Kultura Współczesna*. Ł. Juda, *Lapidarne formy wideo...*, dz. cyt.

³³⁷ L. Lessig, *Remiks. Aby sztuka i biznes rozkwitały w hybrydowej gospodarce*, Rafał Próchniak (tłum.), Wydawnictwo Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2009.

wewnątrzmuzycznym, jak i społecznego kontekstu muzyki. Oznacza to poddawanie remiksowi właściwości inherentnych fragmentowi muzycznemu (który sam w sobie jest już przetworzeniem – stanowi przecież paratekst pewnej całości, dostępnej do odsłuchu w innych mediach), ale też znaczeń muzycznych, poprzez dodanie elementów pozamuzycznych takich jak tekst czy rozmaite parateksty wpływające na odbiór (na przykład wyświetlany u dołu ekranu nick autora wideo, nazwa utworu muzycznego i informacje o jego autorze). Przede wszystkim tekst taki wzbogacony zostaje o nagrywany przez użytkowników obraz, w którym centralne miejsce zdaje się najczęściej zajmować ludzkie ciało. Trzeba także pamiętać, że umieszczenie utworu muzycznego w ramach aplikacji, jaką jest na przykład TikTok, nadaje jej różne znaczenia, samo medium – jak twierdził Marshall McLuhan – jest już bowiem przekazem³³⁸.

Remiks zasadza się na opisywanej przez Lessiga koncepcji kultury do zapisu i odczytu (RW – Read/Write) – można nawet powiedzieć, że jest on esencją tej kultury³³⁹. Jak zostało wspomniane, remiks jest też esencją kultury budowanej wokół lapidarnych form wideo: „[media RW – przyp. Ł.J.] składają się z remiksów lub cytatów wielu innych «tekstów», z których powstaje coś nowego. Cytaty funkcjonują jednak na innych poziomach. W przeciwieństwie do tekstu, gdzie cytowanie ma formę liniową [...] w remiksach multimedialnych dźwięk cytowany jest na tle obrazów, filmy na tle tekstu, a tekst na tle dźwięków. Cytaty mieszają się ze sobą. Mieszanka prowadzi do powstania nowego utworu – remiksu”³⁴⁰. Opis ten, mimo że pochodzący z książki wydanej prawie dwie dekady temu, wydaje się niezwykle trafny i użyteczny dla badacza próbującego zrozumieć, czym są współczesne lapidarne formy wideo. W aplikacjach takich jak TikTok możliwych jest co najmniej kilka sposobów mieszania się i nakładania różnego typu remiksów. Różnić się one będą również zależnie od perspektywy, z jakiej będziemy na nie patrzeć i od tego, jaki element syntaktyczny będziemy chcieli uwypuklić.

³³⁸ M. McLuhan, *Zrozumieć media*, [w:] tegoż, *Wybór tekstów*, Eric McLuhan, Frank Zingrone (red.), Jacek M. Stokłosa, Ewa Różalska (tłum.), Wydawnictwo Zysk i S-ka, Poznań 2001, s. 209. W ramach internetowych kultur muzycznych (preferencje muzyczne) widoczna jest więc ich korelacja z samymi platformami społecznościowymi (preferencje platformowe). Użytkownik, który chciałby wejść w muzyczną kulturę lapidarnych form wideo, może bowiem nie chcieć korzystać z konkretnej aplikacji, na przykład z TikToka, chociażby z powodu wykreowanych, silnych powiązań tejże marki z kulturą młodzieżową. Z chęcią z kolei może wypróbować ten format na przykład w ramach proponowanych przez aplikację Instagram „rolek”. Muzyka powiązana jest więc silnie z przestrzenią medialną, która nadaje jej wiele nowych, również niekoniecznie pożądanых przez niektóre środowiska, znaczeń. Istotne więc okazują się tu być identyfikacje platformowe.

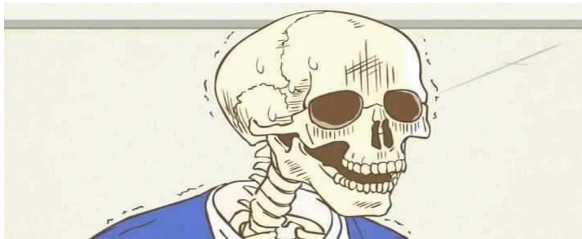
³³⁹ L. Lessig, *Remiks. Aby sztuka i biznes...*, dz. cyt., s. 64.

³⁴⁰ Tamże, s. 78.

That part of the song on TikTok:



Full song:



Rys. 3. Post ze strony „Anime Future” na Facebooku pt. *That part of the song on TikTok / Full song*, ok. 26 sierpnia 2022; udokumentowany 28 sierpnia 2022: post zgromadził ok. 200 tys. reakcji i 1,9 tys. komentarzy; treść usunięta lub niedostępna w pierwotnym źródle w momencie przygotowywania rozprawy. Zrzut ekranu autora pracy.

Według Grzegorza Piotrowskiego muzyka popularna jest tekstem wytwarzalnym. Owa wytwarzalność nie jest jej determinantą, lecz potencjałem. Autor książki *Muzyka popularna. Nasłuchy i namysły*, opisując współczesną muzykę popularną, odwołuje się oczywiście do pojęcia tekstów wytwarzanych Johna Fiske’a (który z kolei nawiązuje do pojęć tekstu czytelnego i pisalnego Rolanda Barthes’a). Jak pisze Piotrowski: „Tekst wytwarzalny nie musi być bardzo trudny w odbiorze, co wcale nie wyklucza, że może stymulować do kulturowej gry w kreowanie znaczeń, żonglowanie nimi, modyfikowanie

ich”³⁴¹. Takim stymulantem gry w kreowanie znaczeń staje się tu nie tylko muzyka, ale też narzucona jej w mediach społecznościowych forma, która wydobywa już i tak duży potencjał muzyki popularnej do bycia wytwarzalną. Angażując słuchacza w aktywny odbiór muzyki, zachęca go ona do aktywnego udziału w nieskończonym procesie semiozy współtworzonym przez wielu użytkowników. Przenosząc punkt ciężkości z technologicznego wymiaru współczesnej cyberkultury, można powiedzieć w sposób uprawniony, że to właśnie dzięki potencjałowi wytwarzalności tekstów popkultury miała szansę zaistnieć współczesna kultura RW, o której pisał Lessig. Piotrowski zilustrował wytwarzalność tekstów muzyki popularnej przykładem piosenki *Just the Way You Are* Billy’ego Joela, udowadniając, że realizuje się ona za pomocą „strategii wewnętrznych, czyli za pomocą precyzyjnie zaplanowanej i zrealizowanej struktury literackiej, komunikacyjnej, muzycznej, brzmieniowej”, dzięki czemu staje się „wehikułem dla różnorodnych znaczeń, umożliwia szeroką semiozę i powoduje otwarcie *popular song* na

³⁴¹ G. Piotrowski, *Muzyka popularna. Nasłuchy i namysły*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 2015, s. 58.

różne typy odbioru i rekontekstualizacji”³⁴². Wzmocnieniu potencjału wytwarzalności znacząco przysługuje się opisywana w niniejszej rozprawie forma, do której dostosowana zostaje muzyka, tworząc formę mikropiosenki³⁴³.

W takim układzie, jak zauważa Peter W. Stone, „wyzwaniem dla muzyka jest stworzenie dzieła, które z jednej strony może istnieć samodzielnie i być konsumowane w tradycyjny sposób, a z drugiej – przyciętej wersji, która przyciągnie słuchacza”³⁴⁴. Trudności w tego typu komponowaniu utworów dostrzegają słuchacze muzyki i użytkownicy sieci. Często obiektem krytyki jest bowiem sytuacja, w której popularny, doceniany przez użytkowników fragment utworu okazuje się być najlepszym, co ma do zaoferowania całość piosenki, a nawet całkowicie względem niej nieadekwatnym koncepcyjnie. Krytyka ta często zyskuje swój wyraz w powiązanych z danym utworem postach, komentarzach, a także zamieszczanych w mediach społecznościowych memach (zob. rys. 3).

Praktyki muzyczne użytkowników przypominają w pewnym sensie kulturę didżejską. Jak pisał cytowany przez Annę Nacher DJ Spooky: „Kultura didżejska – młodzieżowa kultura miejska – sprowadza się do potencjału rekombinowania. Jej najważniejszą cechą jest eugenika wyobraźni. Każde źródło próbek zostaje poddane odpowiedniej fragmentacji, a zatem pozbawione poprzedniego znaczenia – to swego rodzaju przyszłość bez przeszłości. Próbkę mają znaczenie tylko wtedy, gdy uobecnia się je na nowo w asamblażu, jakim jest miks”³⁴⁵. Gdyby nie uwikłanie tak „próbkowanej” muzyki w inne wizualne teksty i umieszczenie jej w kontekście aplikacji, ta pierwsza stałaby się niczym więcej, niż tym, co Jonathan Grey określa jako paratekst wejściowy,

³⁴² Tamże, s. 66.

³⁴³ Zob. P. W. Stone, *Rise of the microsong: the platformification of music on TikTok as an artform*, „IN-SAM Journal of Contemporary Music, Art and Technology”, nr 13, 2024, s. 69–84.

³⁴⁴ Jak spostrzega przy tym Stone, wyzwanie to jest o tyle bardziej skomplikowane, że to nie zawsze twórca całości decyduje o tym, który fragment zostanie z niego wycięty, oraz co warto dodać, jak zostanie on przetworzony i w jakich kontekstach osadzony, co oznacza, że nie jest on ani redaktorem, ani twórcą ów mikropiosenki. Tamże, s. 71.

³⁴⁵ P. D. Miller, *Algorytmy: wymazywanie i sztuka pamięci*, [w:] *Kultura dźwięku. Teksty o muzyce nowoczesnej*, red. Ch. Cox, D. Warner, tłum. J. Attali i in., Wydawnictwo Słowo/obraz terytoria, Gdańsk 2011, s. 433 [Cyt. za:] A. Nacher, *Remiks i mashup - o nietatwym współbrzmieniu dwóch cyberkulturowych metafor*, „Przegląd Kulturoznawczy” 1(9)/2011, s. 86. Na TikToku widoczna jest zresztą spora reprezentacja DJ-ów i producentów muzycznych, którzy prezentują swoje remiksy. Należy do nich na przykład użytkownik @tribbs_music, poza aplikacją znany po prostu jako Tribbs. Jedne z najpopularniejszych swoich remiksów znanych polskich piosenek takich jak *Bal wszystkich świętych* i *Smak słów* nieprzypadkowo zaprezentował on najpierw w postaci fragmentów opublikowanych w tej aplikacji.

czyli „wpływający na sposób wejścia odbiorcy w tekst”³⁴⁶ właściwy. W pewnym wymiarze muzyka na TikToku rzeczywiście odgrywa taką rolę. Podobnie jak filmowy zwiastun może bowiem promować pełne utwory muzyczne, nakłaniając użytkowników do odsłuchiwania całej piosenki, płyty, a nawet całej twórczości danego wykonawcy³⁴⁷. Jak pisze dalej Nacher:

A zatem materiał wyjściowy ulega ponownemu włączeniu w odmienną całość, której integralność ma wszak swoją cenę: utratę specyfiki materiału wyjściowego. Daje się tutaj wychwycić ton pewnego podskórnego lekceważenia dla wcześniejszych znaczeń, sample stają się nadającym się do niemal dowolnego kształtowania „budulcem”, a więc bierną materią, której „dotyk dłoni miksującego didżeja” nadaje kształt, żeby przywołać określenia odsyłające do podstaw myślenia kultury Zachodu. W tym układzie to czynnik ludzki zyskuje miejsce centralne i dominujące, a „śmierci autora” towarzyszy jego jednoczesna reinkarnacja – już nie w postaci tego, który tworzy od podstaw, ale tego, który uśmierca i wymazuje poprzednie znaczenia po to, żeby powołać do życia nowe³⁴⁸.

W aplikacjach takich jak TikTok tego rodzaju didżejem staje się każdy twórca „filmików”, już nie tylko zestawiający muzykę z muzyką, lecz także tworzący miksy muzyki z tekstem pisanim, tekstami kultury wizualnej i audiowizualnej, tańcem, mimiką, gestykulacją itd. Samo zestawianie muzyki z obrazem rozszerzającym znaczenia zawarte w utworze muzycznym, zwłaszcza w piosence pop, nie jest oczywiście niczym nowym. Jak w swojej rozprawie doktorskiej pisze Piotr Pierzchała: „Jednocześnie wykonawca pop powinien szafować bogatą wizualnością – w swojej ewolucji piosenka uzyskiwała

³⁴⁶ J. Grey, *Show Sold Separately: Promos, Spoilers, and other Media Paratexts*, New York University Press, New York 2010 [Za:] K. Kopecka-Piech, *Leksykon...*, dz. cyt., s. 42.

³⁴⁷ Jest to jednak tylko jedna i – jak uważam – wcale nie najważniejsza z jej funkcji. Zauważyć należy również, że same lapidarne formy wideo posiadają swoje własne parateksty. Są to parateksty typu, który Grey nazywa *in media res*, czyli „pojawiające się w trakcie odbioru tekstu lub tuż po nim”. Poza logo aplikacji są to przede wszystkim nazwa utworu i dane o jego twórcy/ wykonawcy pojawiające się u dołu ekranu. Współczesne przykłady to nagrania z protestów przeciw wojnie, która wybuchła w konsekwencji zbrojnej agresji Federacji Rosyjskiej na Ukrainę 24 lutego 2022 roku. Dobrze ilustrują one społeczne zastosowanie tych paratekstów. Na przykład na jednym z transparentów zaobserwować można było napis „do you get DEJAVU – huh?”, wizualnie odpowiadający temu z aplikacji TikTok. Napis ten nie tylko odnosił się do piosenki znanej zwłaszcza wśród nastolatków gwiazdy muzyki pop Olivii Rodrigo *deja vu*, ale też posiadał silne odwołania historyczne, na transparentie ukazany był bowiem w kontekście wydarzeń w Polsce z 1 września 1939 roku. Zapisany w konkretnym stylu, wskazywał, że jest głosem młodego pokolenia, którego reprezentacje we współczesnej przestrzeni medialnej najłatwiej jest znaleźć właśnie w aplikacji TikTok.

³⁴⁸ A. Nacher, *Remiks...*, dz. cyt., s. 86–87.

popularność poprzez wydobytą w teatrach rewiowych wizualność, co było zapowiedzią dzisiejszych wideoklipów i koncertów”³⁴⁹.

Teraz to zadanie spoczywa również na barkach słuchacza danego utworu muzycznego i użytkownika współczesnych mediów społecznościowych. Należy przy tym pamiętać, że takiego prosumenta nie ograniczają wysokie wymagania, jakie mamy wobec kultury profesjonalnej, tworzy on bowiem w ramach kultury wernakularnej, „przy użyciu prostych, dostępnych dla każdego środków”, a jego twórczość jest przez użytkowników odbierana w opozycji do kultury profesjonalnej³⁵⁰. Tak samo jednak jak w kulturze profesjonalnej, istotna jest tu rola wykonawcy, którą w tym przypadku również przyjmuje użytkownik.

Piosenka pop ulega w tym formacie rozbiciu i podporządkowaniu funkcji użytkowej, m.in. odpowiadającej potrzebie społecznej ekspresji i komunikacji użytkownika. Muzyczne fragmenty poddawane wewnętrznemu remiksowi nie są łatwo uchwytne (o ile w ogóle są możliwe do uchwycenia) ze względu na swój amorficzny i emergentny charakter. Kiedy jednak przyjrzymy się bibliotece utworów oryginalnych zamieszczonych w aplikacji przez wydawcę, zauważymy, że wśród najpopularniejszych w aplikacji, najczęściej wyodrębnianą częścią piosenki jest refren, niekiedy występujący samodzielnie, a niekiedy w połączeniu z poprzedzającym go przedrefrenem, co wskazuje na znaczenie krótkich sekwencji przejściowych intensyfikujących jego potencjał emocjonalny³⁵¹. Następnie na podstawie tych muzycznych fragmentów i tekstu, który

³⁴⁹ P. Pierzchała, *Polska piosenka pop jako tekst w tekście kultury: na przykładach z pierwszej dekady XXI wieku* [praca doktorska], Uniwersytet Śląski, Katowice 2014, s. 27.

³⁵⁰ M. Napiórkowski, A. Szarecki, P. Dobrosielski, P. Filipkowski, O. Kaczmarek, *Kultura wernakularna. Antropologia projektów nieudanych*, „Kultura Współczesna” 3(87)/2015, s. 18.

³⁵¹ Wniosek ten wyprowadzono z badania własnego autora przeprowadzonego na próbie 60 utworów pochodzących z oficjalnych zestawień „Year on TikTok”, publikowanych przez TikToka w latach 2020–2025. Pod uwagę brano zestawienia globalne. Analizie poddano strukturę muzyczną utworów oraz fragmenty wykorzystywane w obrębie popularnych w aplikacji trendów. W zdecydowanej większości przypadków analizowane utwory odpowiadały klasycznej strukturze piosenki popularnej (co oznacza, że w swojej budowie uwzględniały zwrotkę, często przedrefren, refren, niekiedy bridge i outro), z wyjątkiem pojedynczych form odbiegających od tego schematu (np. „Beat Automotivo Tan Tan Tan Viral” – WZ Beat). Wyniki wskazują, że w 42 przypadkach dominującym fragmentem wykorzystywanym w trendach był refren (w tym w 11 przypadkach połączony z przedrefrenem oraz w 5 przypadkach ze zwrotką). Rzadziej wykorzystywano samą zwrotkę (8 przypadków), zwrotkę z przedrefrenem (2 przypadki), introdukcję (4 przypadki, w tym raz w połączeniu z refrenem) oraz sam przedrefren (3 przypadki). W jednym przypadku wykorzystano fragment o odmiennej strukturze. *Year on TikTok: Music 2020*, „TikTok Newsroom”, 2020, <https://newsroom.tiktok.com/year-on-tiktok-music-2020> (20.02.2026); *Year on TikTok 2021 Music Report*, „TikTok Newsroom”, 2021, <https://newsroom.tiktok.com/year-on-tiktok-music-report-2021> (20.02.2026); *Podsumowanie roku na TikToku. Niezapomniane trendy, twórcy i filmy, które zawojowały*

zawierają, konstruowane są oddolne muzyczne uwizualnienia. Elementem muzycznym, który zdaje się mieć największy wpływ na ostateczny przekaz wizualny, jest rytm. Porządkuje on sposoby narracji oraz czas, w jakim rozmieszczone są kolejne gesty użytkownika, składające się często w całe choreografie. Wideo podporządkowane są więc przede wszystkim rytmowi, a ich wizualne aranżacje – co nie jest zaskakujące – odpowiadają emocjonalnie oraz pozostają w relacji do skal dur i moll, a także do warstwy znaczeniowej zawartej w tekście.

Dla zilustrowania drugiego z dostępnych muzycznie typów tekstu, czyli takiego, który ulega dodatkowym wewnętrznym przetworzeniom na potrzeby komunikacyjne aplikacji, posłużę się przykładem praktyk ogniskujących się wokół piosenki Dua Lipy *Levitating*, pochodzącej z wydanej w 2020 roku płyty *Future Nostalgia*. Przykład ten jest szczególnie trafny, ponieważ przetworzenie tej piosenki (inherentnych jej właściwości) dokonało się niejako pod presją tego, co oferuje aplikacja TikTok, ale także dlatego, że jest on niezwykle przejrzysty i prosty zarówno pod względem opisu, jak i zrozumienia mechanizmów działania w ramach opisywanych aplikacji. Fragmentem wyciętym i przetworzonym jest początek przedrefrenu piosenki. Usłyszeć w nim można fragment tekstu, który brzmi: „You want me, I want you, baby”³⁵². W aplikacji TikTok gra znaczeń odbywa się zarówno poprzez zestawienie muzyki z obrazem, jak i poprzez przekształcenie samego utworu muzycznego w warstwie tekstualnej (słownej i muzycznej). Cyrkujące w aplikacji fragmenty w kluczowym znaczeniowo momencie odpowiedzi („I want you, baby”) zostają tego tekstu pozbawione, a zamiast tego następuje wielokrotne powtórzenie motywu muzycznego bez tekstu. W miejsce odpowiedzi twierdzącej może też zostać wklejona przecząca, zaś ta zgodna z oryginałem pojawia się dopiero na końcu przeróbki, co współgra z obrazem i widocznymi emocjami osoby występującej w wideo³⁵³. Konkretyzowanie znaczenia rodzi się dopiero wraz z obrazem nałożonym przez danego wykonawcę, na którym widzimy kolejno wklejane przez niego przedmioty/osoby/stany odrzucane aż do finału, w którym pojawia się coś,

platformę w 2022, „TikTok Newsroom”, 2022, <https://newsroom.tiktok.com/pl-year-on-tiktok-2022-truly-foryou> (20.02.2026); *Year on TikTok 2023*, „TikTok Newsroom”, 2023, <https://newsroom.tiktok.com/year-on-tiktok-2023> (20.02.2026); *TikTok Reveals the Top Artists and Songs of 2025*, „TikTok Newsroom”, 2025, <https://newsroom.tiktok.com/tiktok-reveals-the-top-artists-and-songs-of-2025> (20.02.2026).

³⁵² Co ciekawe, w teledysku do jednej z zaproponowanych przez autorkę wersji piosenki znajdujemy odniesienia do aplikacji TikTok, jak na przykład pojawiające się w klipie logo tejże aplikacji (pierwszy raz w 32 sekundzie). Zob. D. Lipa, DaBaby, *Levitating Featuring*, YouTube, <https://www.youtube.com/watch?v=TUVcZfQe-Kw> (07.12.2025).

³⁵³ Np.: <https://vm.tiktok.com/ZMLyN5wNn/> (12.10.2024).

czego wykonawca rzeczywiście „pragnie”, a odbiorca usłyszeć może wyczekiwane „I want you, baby”.

Ten fragment muzyczny doczekał się również wielu innych interpretacji i przetworzeń, których mnogość nie pozwala na ich opisanie. Często stanowią one formę żartu, co w połączeniu z potencjalnie nieskończoną wariantywnością nadawanych jej znaczeń powoduje, że uprawnione może być porównanie tej muzyki nie tyle do wykorzystywanego przez inne medium sampla, co do memicznej wizualnej ramy, znanej w języku potocznym jako „templatka”. Przypomnijmy jednak, że jest to tylko jeden z wielu przykładów gry znaczeń prowadzonej w lapidarnych formach wideo na różnych poziomach. W aplikacji znaleźć można również trzeci typ tekstów muzycznych, które powstały specjalnie na jej użytek. Często zawierają one humorystyczny, łatwy do przedstawienia wizualnego, a więc i naśladowania, motyw tekstowy³⁵⁴.

W ramach przetworzeń dokonywanych przez użytkowników utwór nie tylko zostaje rozbity na fragmenty, ale także podlega swoistej diasporze w miksach, różnych zestawieniach, przetworzeniach, wariacjach na jego temat. Każdy poszczególny miks ma swój temat przewodni w warstwie wizualnej, która z kolei ulega rozproszeniu na wielu różnych użytkowników, oni zaś zgodnie z własną potrzebą, ekspresją czy (wy)kreowanym wizerunkiem nadają mu wiele kolejnych znaczeń. W tym sensie można powiedzieć, że dany trend czy wyzwanie (*challenge*) powiązane z konkretnym utworem muzycznym przypomina muzyczne *ostinato*, które „grane” (multiplikowane) jest w opisywanych tu formach przez wielu użytkowników aż do wyczerpania materiału audialnego i wizualnego (czy też raczej wyczerpania zainteresowania użytkowników) i wdrożenia kolejnej jego wariacji, a także do wyczerpania zbudowanej wokół materiału wyjściowego konwencji, w ramach której nawet remiks – ledwie już ewokujący ten materiał – zostanie wyeksploatowany do końca i się zużyje

Zapamiętane przez użytkowników zostają jednak niektóre gesty, choreografie czy idee, które kształtują dalszy rozwój kultury zbudowanej wokół tych form. O gestach tych w artykule *Hand signs for lipsyncing* pisała Jill Walker Rettberg. Odnosząc się do wykupionej przez ByteDance aplikacji Musical.ly zauważyła, że przynajmniej część ze stosowanych w ramach lapidarnych form wideo gestów, określonych przez nią jako piktogramy, stanowiła rozwinięcie obrazkowych emotikonów, które jako uniwersalne

³⁵⁴ Jak np.: @BULSJARZ, *Piesek*, YouTube, <https://youtu.be/6JF7cufCxrM> (03.05.2025).

mogą przecież pojawiać się przy okazji wielu następujących po sobie trendów³⁵⁵. Poza takim przeniesieniem wizualnym z zastanego już wcześniej w sieci języka obrazkowego pojawiają się również nowe elementy, których znaczenie zostało na nowo wykreowane w samej aplikacji. Niekiedy są one silnie powiązane z daną grupą społeczną i używane przez wykonawców wyrażają ich poczucie przynależności.

Taka sfragmentaryzowana, emergentna, zliberalizowana³⁵⁶ i proliferacyjna praktyka muzyczna w ramach lapidarnych form wideo podlega przy tym istotnej krytyce³⁵⁷. Niektóre osoby, np. wyrosłe w dobie dominacji platformy YouTube lub po prostu starsze, dają jej wyraz na forach internetowych, gdzie pełne konsternacji zauważają, że o fragmentach muzyki dobrze im znanej jeszcze z czasów adolescencji współczesna młodzież mówi jako o „muzyce z TikToka”³⁵⁸. W ich przekonaniu może być to jeden z wielu przykładów, w których – zwłaszcza młodzi – użytkownicy TikToka obnażają swoją ignorancję muzyczną (zob. rys. 4).

Z poziomu analizy praktyk okołotekstualnych to, co się dzieje wokół lapidarnych form wideo, jest więc kontekstualnie budowaną, społeczną sztuką zestawień i przetworzeń. Muzyka wyjęta ze swoich dotychczasowych ram i poddana fragmentaryzacji zostaje włączona w porządek nowego medium i osadzona w kontekście innych form wyrazu, czego ostatecznym efektem jest jej powtórna komercjalizacja, tym razem jednak wśród poddających ją przekształceniom społeczności cybermedialnych. Co jednak najważniejsze, dzięki temu również słuchacz, jego ciało i służące zestawieniu artefakty wizualne stają się nośnikiem muzyki. Biorący udział w tak zarysowanym procesie semiozy użytkownicy w ramach taktyk medialnych współtworzą współczesny obraz cyberpraktyki muzycznej.

³⁵⁵ J. W. Rettberg, *Hand signs for lipsyncing: The emergence of a gestural language on musical.ly as a video-based equivalent to emoji*, „Social Media + Society” 3(4), 2017, s. 1-11.

³⁵⁶ Przez cechę tę lapidarne formy wideo krytykowane mogą być zwłaszcza przez środowiska o bardziej konserwatywnej postawie światopoglądowej. Jak pisze Magdalena Szpunar, wszytkożerność muzyczna jest również rozumiana jako „określona postawa światopoglądowa, która wskazuje na liberalizm, a snobizm będący wyrazem jednożerności, elitaryzmu i pretensjonalności staje się symbolem konserwatyzmu”. Zob. M. Szpunar, *Muzyczna wszytkożerność*, „Kultura Współczesna” 3(96) / 2017, s. 30.

³⁵⁷ Obiektem krytyki staje się również przetwarzanie znaczeń dobrze już znanych utworów muzycznych na potrzeby aplikacji, zwłaszcza gdy silnie kontrastują z pierwotnymi. Temat wywołał w 2020 roku, szeroką dyskusję na facebookowej grupie „Jak będzie nigdy”. Zob. <https://www.facebook.com/groups/962418074105591/permalink/1294160327598029> (05.05.2025).

³⁵⁸ Stało się to również tematem memów internetowych.

*Rapper: *makes song about drugs and suicide**

13 y/o on tiktok:



Rys. 4. Mem internetowy *Rappers: *makes song about drugs and suicide. 13 yo on tiktok.*, <https://memy.jeja.pl/833985,kolko-graniaste.html> (26.01.2026).

Pojęcie remiksu pozwala uchwycić istotny wymiar praktyk związanych z lapidarnymi formami wideo, zwłaszcza w zakresie operacji na fragmentach tekstów kultury oraz ich rekontekstualizacji w nowych układach znaczeń. Okazuje się ono jednak niewystarczające do opisu całej złożoności relacji konstytuujących te formy, ponieważ koncentruje się przede wszystkim na przekształceniach treści. W mniejszym stopniu pozwala natomiast uchwycić współzależności między praktykami użytkowników, infrastrukturą platform, mechanizmami widzialności oraz szerszymi kontekstami cyrkulacji, w obrębie których formy te wyłaniają się dynamicznie i sytuacyjnie. W związku z tym zasadne staje się przesunięcie perspektywy analitycznej ku ujęciom silniej akcentującym te współzależności.

Rozdział III

Metodologiczna reorientacja. Ku ujęciu dyfrakcyjnemu³⁵⁹

3.1 Media społecznościowe w ujęciu performatywnym

Przedstawione w dwóch pierwszych rozdziałach ujęcia lapidarnych form wideo, choć pozwalają uchwycić istotne aspekty ich funkcjonowania, ujawniają jednocześnie ograniczenia podejść koncentrujących się na analizie treści i wyodrębnionych artefaktów medialnych. W niniejszym rozdziale przyjęta orientacja analityczna zostanie przeorganizowana w kierunku pogłębionej analizy zdecydowanie mocniej akcentującej współkonstruowanie zjawisk związanych z tymi formami w obrębie zróżnicowanych praktyk i układów relacyjnych.

Lapidarne formy wideo nie są wyłącznie tekstami gotowymi do mniej lub bardziej wiernego odczytania, a zjawiska pojawiające się w ich obrębie nie są jednostronnie determinowane ani przez projekty platform, ani przez takie układy, w których praktyki użytkowników byłyby apriorycznie ujmowane jako odgórnie organizowane i skutecznie dyscyplinowane. Problematyka związana z tym obszarem wykracza daleko poza możliwości analityczne wyznaczane przez te instancje. Do najważniejszych zagadnień związanych ze złożonością tych zjawisk należą m.in.:

- współtwórstwo badanych zjawisk przez byty ludzkie jak i nie-ludzkie oraz problem ujmowania ich sprawczości, w tym rola algorytmicznych mechanizmów rekomendacyjnych we współkształtowaniu widoczności treści, praktyk użytkowników oraz obiegu znaczeń w obrębie platformy;
- trudności z przyjmowaniem z góry założonych kategorii opartych na upraszczających dualizmach, szczególnie kategorii offline i online, a także

³⁵⁹ Punktem wyjścia do napisania tej części rozprawy był artykuł opublikowany przeze mnie w czasopiśmie „Media i Społeczeństwo”. Zawarty w nim materiał został przemyślany, sformułowany na nowo i zmodyfikowany, choć w niniejszym i następującym po nim rozdziale znajdują się również jego niezmienione fragmenty. W istocie więc niniejszy rozdział stanowi swego rodzaju dyfrakcyjne odczytanie własnego artykułu po wielu kolejnych lekturach i rozmowach, jakie jego autor odbył w czasie od publikacji. Ł. Juda, *Wyzwanie TikToka. Performatywny wymiar współczesnych mediów audiowizualnych*, „Media i Społeczeństwo” Tom: 20, Nr: 1/Zeszyt 2, 2024, s. 153–170.

m.in. kwestii rozróżnienia pomiędzy biernym korzystaniem z aplikacji a aktywną partycypacją użytkowników³⁶⁰;

- rozległość ekosystemów medialnych i zależności w nich zachodzących, co pociąga za sobą potrzebę ponownego przemyślenia problemu nierówności władzy, a także możliwości ujmowania poszczególnych platform medialnych w sugerującej ich neutralność kategorii „przestrzeni” dziania się zjawisk;
- pytanie o rodzaj, zakres i możliwość określenia lokalnego wymiaru badań tak rozległego przedmiotu oraz ich pola, a także kwestie oddziaływania prowadzonych badań na ich przedmiot.

Katalog owych problemów jest oczywiście szerszy³⁶¹. W tym rozdziale koncentruję się przede wszystkim na kwestiach sprawczości, relacyjności i metodologicznego ujęcia badanych zjawisk; ich dalsze konsekwencje analityczne rozwijam w kolejnych rozdziałach.

W kontekście tak rozumianego fenomenu nowych lapidarności wyraźnie ujawnia się teoretyczno-metodologiczna potrzeba sięgnięcia po dorobek badaczy, którzy od kilku dekad, a w odniesieniu do kultury cyfrowej szczególnie wyraźnie w ostatnich latach, kierują uwagę na praktyki obejmujące złożone i dynamiczne konfiguracje ludzkie i nie-ludzkie. Odpowiedzią mogą być więc propozycje wyrastające z zapoczątkowanej w drugiej połowie XX wieku w naukach humanistycznych i społecznych fali zwrotów – głosów wzywających, jak zauważa Mariola Kuszyk-Bytniewska, do rozumienia „poznania naukowego jako przedsięwzięcia z istoty wspólnotowego, a nie indywidualnego”³⁶², a ponadto etycznie i politycznie zaangażowanego, które uznaje uwikłania teorii naukowych w praktykę³⁶³.

³⁶⁰ Co zauważyć można na przykład podczas analizowania sposobów funkcjonowania akumulacji informacji o użytkownikach, które wprawiają w ruch algorytmy.

³⁶¹ Kwestie te generują oczywiście szereg istotnych wątpliwości badawczych. Już choćby fakt istnienia współkonstytuującej fenomen pracy algorytmów wskazuje na to, że zarówno aparat tekstocentryczny, jak i czysto humanistyczny należy w tym przypadku uznać za dalece niewystarczający.

³⁶² M. Kuszyk-Bytniewska, *Filozofia nauk społecznych - teoria i praktyka. Wprowadzenie do bloku tematycznego*, „Filozofia i nauka. Studia filozoficzne i interdyscyplinarne”, Tom 4, Warszawa 2016, s. 189–190.

³⁶³ Tamże.

Istotnym tropem w sprostaniu sygnalizowanym powyżej problemom jest skierowanie uwagi ku zwrotowi performatywnemu – wielowymiarowemu³⁶⁴, a zarazem szczególnie istotnemu z perspektywy cyberkulturoznawstwa, w każdym z wymiarów oferującemu istotne dlań wglądy. Ewa Domańska w artykule „*Zwrot performatywny*” we *współczesnej humanistyce* za główne cechy owego zwrotu uznaje:

nastawienie na sprawczość i zmiany wywoływane w rzeczywistości, rozszerzenie rozumienia sprawczości na byty nie-ludzkie (posthumanistyczne oblicze idiomu performatywnego), interdyscyplinarność czy antydyscyplinarność badań oraz wyjście poza metaforę świata rozumianego jako tekst w kierunku metafory rozumienia świata jako wielości performatywnych działań i jako performance'u, w którym się uczestniczy³⁶⁵.

Wglądy te pozwalają ujmować lapidarne formy wideo jako złożone zjawiska, będące efektem różnorodnych działań podejmowanych przez wielu aktorów. Anna Nacher – odwołując się do słów Karen Barad³⁶⁶ o przesunięciu z reprezentacjonizmu ku alternatywom performatywnym, które przekierowują uwagę z „zagadnień korespondencji między opisami i rzeczywistością [...] do problematyki praktyki, działań i aktywności”³⁶⁷ – podkreśla, że przejście od statycznego pojmowania tekstów kultury do analizy procesów ich produkcji i cyrkulacji stanowi w obszarze mediów zmianę o charakterze rewolucyjnym³⁶⁸. Jak zauważa, za Nickiem Couldrym, Jakub Nowak, badanie mediów z zasady powinno być badaniem praktyk społecznych, co uzasadnia

³⁶⁴ O różnych sposobach klasyfikacji podejść w obrębie zwrotu performatywnego pisze Małgorzata Sugiera; zob. M. Sugiera, *Performatywność jako postawa. Wstęp*, „Pamiętnik Teatralny” 71(4), Kraków 2022, s. 13–22.

³⁶⁵ Domańska zauważa, że w ujęciach tych performatywność staje się „obiektem zainteresowania właśnie jako szczególny rodzaj sprawczości”, natomiast performance ujmowany jest jako „specyficzny sposób jej wyrażania i egzekwowania”. W dalszym tekście dystansować się będę jednak od tego twierdzenia między innymi dlatego, że z góry zakłada ono, że w podejściach tych stosowany jest dający się uogólnić model postrzegania przyczynowości. Takie stanowisko odrzuca m.in. dynamiczne ich ujęcie proponowane przez sprawczy realizm, którego myśl stanowić będzie ważny element dalszego wywodu. E. Domańska, „*Zwrot performatywny*” we *współczesnej humanistyce*, „Teksty Drugie”, nr 5, 2007 s. 52; K. Barad, *Spotkanie z wszechświatem w pół drogi. Fizyka kwantowa a splątanie materii ze znaczeniem*, Sławomir Królak (tłum.), Wydawnictwo Wojewódzkiej Biblioteki Publicznej i Centrum Animacji Kultury w Poznaniu, Poznań 2024.

³⁶⁶ W odniesieniu do Karen Barad stosuję w tekście oznaczenie gwiazdką (*) przy formach językowych wskazujących na płęć, aby uniknąć ich jednoznacznego przypisywania.

³⁶⁷ K. Barad, *Meeting the Universe Halfway: Quantum Physics and the Entanglement of Matter and Meaning*, Duke University Press, Durham-London 2007, s. 135 [Za:] A. Nacher, *To nie sztuczna inteligencja jest naszym największym zagrożeniem: rozległe performanse technologii medialnych*, [w:] *Technopaideia. Zaawansowane technologie w edukacji humanistycznej*, Sebastian Borowicz, Joanna Hobot-Marcinek (red.), Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2024, s. 41–56.

³⁶⁸ A. Nacher, *To nie sztuczna inteligencja jest naszym największym zagrożeniem...*, dz. cyt., s. 49.

zmianą przedmiotu badań medioznawstwa, które powinno dziś odwzorowywać złożoność „kultur nasyconych mediami, w których nie da się już utrzymać założenia o dyskretności praktyk odbiorców”³⁶⁹. Couldry pisze o konieczności wprowadzenia nowego paradygmatu badania mediów, opartego na możliwie szerokim wyznaczeniu przedmiotu analiz, w którym media traktuje się jako „otwarty zbiór praktyk związanych z mediami czy wokół nich zorientowanych”³⁷⁰. Oczywiście tak rozumiana socjologia mediów nie jest nowa, stanowi raczej przesunięcie perspektywy z badania tekstów medialnych i struktury produkcji na rzecz badania praktyk skoncentrowanych wokół mediów. Jednocześnie Couldry podkreśla, że badania praktyk związanych z mediami nie oznaczają rezygnacji ze studiów nad medialnymi reprezentacjami [...]”³⁷¹.

Zwrot performatywny – na co zwraca uwagę Domańska – należy rozpatrywać ponadto w jego powiązaniu z szeregiem innych zwrotów, wśród których za kluczowo istotne badaczka uznaje zwłaszcza „zwrot ku sprawczości” i „zwrot ku materialności”³⁷², do których dołączyć z pewnością trzeba również ważny zwrot ontologiczny³⁷³. Propozycje te pozwalają na wyjście poza czysto przedstawieniowe ujęcie performansu, traktując performatywność nie jako atrybut przedstawienia/performance, lecz jako postawę³⁷⁴.

Jak zauważa Andrzej W. Nowak, stanowiska takie jak: zwrot ku rzeczom i materialności; filozofia/ontologia zorientowana na przedmioty; zwrot(y) ku ontologii oraz – szczególnie ważny w kontekście niniejszej rozprawy – zwrot performatywny łączy „porzucenie tekstocentrycznej i teoriocentrycznej perspektywy (dziedzictwa

³⁶⁹ N. Couldry, *Media w kontekście praktyk*, „Kultura Popularna” nr. 1(27), 2010, s. 98 i 110 [za:] J. Nowak, *Polityki sieciowej popkultury...*, dz. cyt., s. 86.

³⁷⁰ Tamże.

³⁷¹ Tamże.

³⁷² E. Domańska, „Zwrot performatywny”..., dz. cyt., s. 52.

³⁷³ Nabrał on szczególnej ważności w ramach zróżnicowanego, choć określanego wspólnym mianem nurtu badań, jakim są studia nad nauką i techniką (STS) oraz w ramach Teorii Aktora Sieci (ANT). Zob. B. Kamiński, *Zwrot ontologiczny w naukach społecznych jako próba pomyślenia nowego porządku społeczno-politycznego ludzi i rzeczy*, „Stan Rzeczy”, nr 1 (22), 2022, s. 335–355. Są to zróżnicowane podejścia, w obrębie których podejmowane są próby przezwyciężenia ograniczeń epistemologicznych, a także próby ich łączenia czy wręcz formułowania wniosków o od zawsze już będącym onto-etyko-epistemologicznym splątaniu. Zob. M. Kuszyk-Bytniewska, *Epistemocentryzm jako epistemologiczna przeszkoda nauk społecznych*, „Zagadnienia Naukoznawstwa”, t. 47, nr 2 (188), 2011, s. 165–182; K. Barad, *Spotkanie z wszechświatem...*, dz. cyt.

³⁷⁴ Zob. M. Sugiera, *Performatywność jako postawa...*, dz. cyt. Jak zauważa zaś Karen Barad: „Teoretycy i teoretyczki, którzy przyjmują podejście performatywne, zwykle spieszą z wyjaśnieniem, że performatywność to nie to samo, co performans, a mówienie o performansie nie musi przesadzać o performatywności podejścia”. K. Barad, *Spotkanie z wszechświatem...*, dz. cyt., s. 90.

nowożytnego)”³⁷⁵. Mariola Kuszyk-Bytniewska odczytuje zaś przywiązanie do teiocentrycznych perspektyw jako obawę przed rozumieniem nauki jako praktyki³⁷⁶.

W ujęciach nowego humanizmu praktyka ta może być rozumiana jako splot eksperymentu, zabawy i ryzyka, będący zarazem „poznawaniem przedmiotu, sprawdzaniem metody w działaniu i zdobywaniem samowiedzy”³⁷⁷. W takim rozumieniu praktyk naukowych – jak zauważa Piotr Czapliński – „w momencie początkowym jakiegoś badania nie ma pełnej listy pytań, które powinny pochwyć przedmiot – jest domysł ważności i praktyka, która pożyczca od samego przedmiotu część języka opisu”³⁷⁸. Performatywność w tych ujęciach podważa zatem zaufanie do mediacyjnej mocy języka „między poznającym podmiotem a tym, co uznaje on za rzeczywiste”³⁷⁹.

W niniejszym ujęciu proponuję rozumieć zjawiska związane z lapidarnymi formami wideo jako relacyjne praktyki (około)medialne, obejmujące splątane³⁸⁰ i (z)różnicowane konstelacje elementów, które nie poddają się łatwemu porządkowaniu ani redukcji do jednego uniwersalnego schematu przyczynowo-skutkowego. Zwracam przy tym uwagę na szczególne znaczenie aspektu przedstawieniowego, ujmowanego w

³⁷⁵ A. W. Nowak, *Wyobraźnia ontologiczna. Filozoficzna (re)konstrukcja fronetycznych nauk społecznych*, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań 2016, s. 212–213. To z kolei otwiera drogi do możliwości czerpania z tych propozycji jako inspiracji badawczych, nie zaś ramy teoretycznej *sensu stricto*.

³⁷⁶ M. Kuszyk-Bytniewska, *Epistemocentryzm...* dz. cyt. [za:] A. W. Nowak, K. Abriszewski, M. Wróblewski, *Czyje lęki? Czyja nauka? Struktury wiedzy wobec kontrowersji naukowo-społecznych*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Poznań 2016, s. 34.

³⁷⁷ P. Czapliński, *Sploty*, „Teksty Drugie”, nr 1, 2017, s. 15–16. Idąc tropem spostrzeżeń Piotra Czaplińskiego opisującego projekt nowej humanistyki, można tu również mówić o istotnym przesunięciu od poszukiwania „rozwiązań” ku praktykowaniu „wiązań”, rozumianych jako tworzenie relacji między niedomkniętymi metodami, obiektami i porządkami wiedzy.

³⁷⁸ Tamże.

³⁷⁹ Tamże. Jeszcze mocniej wybrzmiewa to w postulowanym przez Jon McKenzie uprawianiu tzw. „wiedzy radosnej” (nawiązującej do koncepcji Friedrich Nietzsche), określanej jako „przymierze myśli i śmiechu, rygoru i beztroski, głębi i śmieszności”, która – jak zauważa Jakub Papuczys – „nie wiadomo gdzie nas zaprowadzi, ale na pewno będzie myślową przygodą i aktem porzucenia nudnego, uniwersyteckiego sposobu prowadzenia badań, skupionego na szczegółowych metodologiach i spójnych, całościowych teoriach, zabijających poznawczą kreatywność i progres”. J. McKenzie, *Performuj albo...*, dz. cyt. s. 293; J. Papuczys, *Jaka piękna katastrofa*, „Performer”, nr 5, 2020, <https://grotowski.net/performer/performer-5/jaka-piekna-katastrofa> (20.02.2026).

³⁸⁰ Anna Krajewska wskazuje przy tym „splątanie” jako jedno z istotnych pojęć służących opisywaniu współczesnego świata, sytuując je obok takich kategorii, jak „wędrówka pojęć” i „pojęcie jako teoria” (Mieke Bal), „pojęcia operacyjne” (Wolfgang Welsch, Doris Bachmann-Medick), „pojęcia płynne” (Gilles Deleuze), „konstelacje” (Walter Benjamin, Theodor W. Adorno), „amalgamat” (Gilles Fauconnier, Mark Turner) czy „splątanie” (Roland Barthes, Gilles Deleuze, Bruno Latour, Tim Ingold). W tym kontekście „splątanie” – powiązane m.in. z myślą K. Barad i inspiracjami płynącymi z fizyki kwantowej – zyskuje status pojęcia „pracującego”, wykorzystywanego do opisu zjawisk społecznych, artystycznych i naukowych, a zarazem wskazującego na relacyjny, dynamiczny i niepodlegający binarnym podziałom charakter współczesnych procesów. A. Krajewska, *Teoria splątana*, „Przestrzenie Teorii” 34, 2020, s. 7–15.

perspektywie niereprezentacjonistycznej i posthumanistycznej³⁸¹. Prowadzenie badań ujmuję zaś nie tyle w kategoriach kumulacji pozyskanej wiedzy, ile raczej jako praktykowanie usytuowania i „ucieleśnione poznawanie/doświadczenie”³⁸².

Rozdziały pierwszy i drugi niniejszej dysertacji oferowały istotne przybliżenia kontekstów medialnych, umożliwiając ujmowanie lapidarnych form wideo w szerokiej perspektywie wielu platform. Podążanie za przedmiotem badań wymaga jednak kolejnych zawężeń. Nie oznacza to redukcji pola badania, lecz jego reorganizację: zawężeniu ulega perspektywa skoncentrowana na tekście oraz platformach istotnych dla jego cyrkulacji, poszerzeniu zaś – analiza praktyk (około)medialnych, w obrębie których dane zjawiska się wyłaniają. Jak za Michelelem Foucaultem spostrzega Bartosz Mroczkowski, znaczenia powstają poprzez wyodrębnienie elementów uznanych za kluczowe i jednoczesne pominięcie innych czynników. Jest to więc „proces zawężania, poprzez wyznaczanie granic i własności”, który „powoduje wyłonienie się ciała”³⁸³. Dlatego w dalszej części pracy przedmiotem szczególnego zainteresowania staną się zjawiska zachodzące w obrębie aplikacji TikTok przy jednoczesnym uwzględnianiu poczynionych wcześniej ustaleń. Zarówno sam obiekt, jak i wyartykułowany poniżej sposób percypowania domagać się będzie bowiem doń powrotów, uwzględniających istotne dla konkretnych zjawisk splątania³⁸⁴.

³⁸¹ A więc uwzględniając również rozumienie podejść performatywnych jako skoncentrowanych na „praktykach lub czynnościach reprezentowania, a także na wytwórczych skutkach tych praktyk oraz warunkach ich skuteczności”. W ten sposób rozwijała* swoją teorię Karen Barad, pisząc: „Na ogół ujęcia performatywne proponowane przez studia nad nauką z jednej strony oraz teorie społeczne i polityczne z drugiej wiodą żywoty równoległe, zaskakująco ograniczając wzajemną wymianę [...] rozwijam między nimi dialog, starając się [...] opracować takie ujęcie performatywne, które poważnie potraktowałoby oba zestawy spostrzeżeń”. K. Barad, *Spotkanie z wszechświatem...*, dz. cyt., s. 47–48.

³⁸² M. Sugiera, *Performatywność jako postawa...*, dz. cyt., s. 21. Nawiązując do epistemologicznych propozycji Janet Abu-Lughod, Andreas Schellewald ujmował swoje badania nad TikTokiem jako formę wiedzy usytuowanej, podkreślając, że „opis ten nie ma charakteru uniwersalnego, lecz stanowi prawdę usytuowaną”. L. Abu-Lughod, *Writing against culture* [w:] „Recapturing Anthropology. Working in the Present”, Richard Gabriel Fox (red.), School of American Research Press, Santa Fe 1991, s. 137–162; A. Schellewald, *Changing modes...*, dz. cyt.

³⁸³ B. Mroczkowski, *Schizofreniczna materia. O produkcji ciała, pojęć i podmiotowości*, „Praktyka teoretyczna” 3(25), 2017, s. 346.

³⁸⁴ Jak spostrzega Barad, różnorakie praktyki dyskursywne nie są bynajmniej oddzielne, lecz w szczególny sposób ze sobą splątane. Zob. K. Barad, *Spotkanie z wszechświatem...*, dz. cyt., s. 293.

3.2 Aparat onto-epistemologiczny

W analizie zaproponowanej w niniejszym opracowaniu kluczową rolę odegrają dwie propozycje teoretyczne: (1) ogólna teoria performansu Jona McKenziego oraz (2) wpisująca się w nurt nowego materializmu koncepcja sprawczego realizmu (*agential realism*) autorstwa Karen Barad. Teoria Jona McKenziego pomoże zwłaszcza uchwycić fenomen wyłaniający się wokół trzech typów dynamicznych konfiguracji; oferowana przez nią skrupulatna genealogia trzech głównych ujęć performansu stanowić będzie tym samym ważny element mapowania fenomenu TikToka. Koncepcja Karen Barad pozwoli natomiast uchwycić i zrozumieć tę dynamikę w kategoriach relacyjnej sprawczości. Umożliwia ona również zrozumienie „intra-akcyjnej” natury różnicowania się bytów w obrębie fenomenów i w ramach splątań ich (z)różnicowanych aparatów produkcji.

Z propozycji Karen Barad czerpię również metodologię dyfrakcyjnej lektury, która w niniejszym opracowaniu splata się z metodyką wywodzącą się z obszaru badań netnograficznych. W dalszym ciągu wykorzystywane będą więc również takie metody jak obserwacja uczestnicząca, autoetnografia, desk research oraz jakościowa analiza zawartości, choć w zmodyfikowanym rozumieniu. Tak konstytuowaną (n)etnografię dyfrakcyjną omawiam poniżej.

Postaram się teraz przedstawić najważniejsze pojęcia i założenia sprawczego realizmu oraz praktyki dyfrakcji. W pierwszej kolejności konieczne jest przybliżenie założeń fizyko-filozoficznych propozycji Nielsa Bohra, z których koncepcja Barad wyrasta. Biorąc pod uwagę utrzymującą się nieintuicyjność antyrepresentacjonistycznych propozycji oraz wciąż niewielką ich popularność, uznaję ten krok za niezbędny. Zgodnie jednak z założeniami perspektyw sprzeciwiających się teoriocentryzmowi niektóre z wykorzystywanych pojęć zyskają pełniejsze dookreślenia dopiero w obrębie analizowanego fenomenu w dalszej części wywodu.

Nie jest możliwe, aby w tym miejscu ująć całe bogactwo tych bardzo złożonych propozycji teoretycznych, a tym bardziej szczegółowo omówić kwestie dotyczące poruszanych zagadnień fizycznych. W tym zakresie odsyłam czytelnika do szerzej omawiających tę problematykę pozycji bibliograficznych wskazanych w przypisach, a także zachęcam do lektury głównego dzieła Karen Barad – *Spotkanie z wszechświatem w pół drogi. Fizyka kwantowa a splątanie materii ze znaczeniem*, zawierającym nie tylko szczegółowe wyjaśnienia zarówno przytoczanych ustaleń z zakresu nauk ścisłych

(fizycznych), jak i humanistycznych, ale też odsyła do kolejnych istotnych pozycji bibliograficznych.

3.2.1 Protoperformatywność fizyko-filozofii Nielsa Bohra w koncepcji sprawczego realizmu

Karen Barad opiera swoją koncepcję na interpretacji ustaleń fizyki kwantowej, koncentrując się zwłaszcza na stanowiskach rozwijanych w obrębie tzw. szkoły kopenhaskiej³⁸⁵. Jednym z kluczowych problemów podejmowanych w jej ramach były paradoksy mechaniki kwantowej, w szczególności zaś kwestia dualizmu korpuskularno-falowego³⁸⁶. Badania nad naturą obiektów kwantowych ujawniły bowiem, że w zależności od konfiguracji eksperymentalnej mogą one ujawniać zarówno właściwości falowe, jak i cząsteczkowe.

W standardowych ujęciach fizyki klasycznej właściwości te przypisywane są różnym typom bytów ontologicznych, co rodzi paradoks. Cząsteczki traktowane są bowiem jako byty materialne zajmujące określone miejsce w przestrzeni i czasie, podczas gdy fale rozumiane są jako zaburzenia lub oscylacje rozchodzące się w różnych ośrodkach bądź polach mogące nakładać się w tej samej lokalizacji przestrzennej³⁸⁷. Rozwiązaniem tego paradoksu, zaproponowanym przez Nielsa Bohra – kluczowego dla koncepcji Karen Barad – była zasada komplementarności, w ramach której nieokreśloność własności badanych zjawisk wynika z konkretnych konfiguracji pomiarowych. Bohr wyraźnie podkreślał tu sprawczość układu pomiarowego w określaniu właściwości obiektu³⁸⁸.

³⁸⁵ Bardzo często nazwiska badaczy takich jak Niels Bohr, Werner Heisenberg czy Erwin Schrödinger występują pod wspólnym „sztyldem” szkoły kopenhaskiej traktowanej jako synonim jednorodnej „interpretacji kopenhaskiej”. Należy mieć jednak na uwadze, że ich interpretacje są zasadniczo różne. Zob. K. Barad, *What Flashes Up: Theological-Political-Scientific Fragments*, s. 39. [w:] *Entangled Worlds: Religion, Science, and New Materialisms*, Catherine Keller i MaryJane Rubenstein (red.), Fordham University Press, Nowy Jork, 2017, s. 21–88.

³⁸⁶ F. Selleri, *Quantum Paradoxes and Physical Reality*, Alwyn van der Merwe (red.), Kluwer Academic Publishers, Dordrecht 1990, s. 73–122.

³⁸⁷ Karen Barad obszernie tłumaczy tę kwestię w 2 rozdziale swojej książki, do której odsyłam zainteresowanego tą kwestią czytelnika. Zob. K. Barad, *Spotkanie z wszechświatem...*, dz. cyt., s. 110–117.

³⁸⁸ Zob. np. N. Bohr, *The Quantum Postulate and the Recent Development of Atomic Theory*, „Nature”, nr 121, 1928, s. 580–590.

Należy w tym miejscu zaznaczyć, że nie chodzi tu o sformułowaną przez Wernera Heisenberga zasadę nieoznaczoności³⁸⁹. Ta bowiem przyjmuje charakter epistemiczny, interpretujący różnice w wynikach pomiarów jako efekt zaburzeń powodowanych przez aparaturę pomiarową³⁹⁰. Ujęcie Bohra ma natomiast charakter ontyczny i zakłada, że właściwości rzeczy mogą być określone jedynie w odniesieniu do konkretnych układów materialnych co – jak zauważa Barad – wynika w jego interpretacji z samej natury rzeczywistości³⁹¹. Bohrowi nie chodziło więc o żaden rodzaj niewiedzy dotyczącej jakiegś rzekomo niezależnie istniejącej natury rzeczy i jej zakłócania przez ograniczające interwencje badacza czy niedoskonałości aparatury pomiaru³⁹².

W tej propozycji badany obiekt nie posiada żadnych niezależnych właściwości przed dokonaniem pomiaru. Właściwości obiektu określają się natomiast relacyjnie w obrębie układu pomiarowego, czyli tego, co Bohr określa właśnie mianem fenomenu³⁹³. Jak podsumowuje Barad:

Ostatecznie Bohr rozwiązuje paradoks dualizmu korpuskularno-falowego następująco: „fala” i „cząstka” to klasyczne pojęcia (którym określone znaczenie nadają różne, w istocie wzajemnie się wykluczające urządzenia) odnoszące się do różnych, wzajemnie się wykluczających fenomenów, a nie do niezależnych obiektów fizycznych. Podkreśla on, że chroni to teorię przed popadnięciem w niespójność, ponieważ niemożliwe jest jednoczesne obserwowanie zachowań typowych dla cząstek i typowych dla fal – wymagałoby to użycia wzajemnie wykluczających się układów doświadczalnych³⁹⁴.

Propozycja ta prowadzi jednak do istotnych pytań o możliwości obiektywnego poznania naukowego, szczególnie istotnego z perspektywy realizmu naukowego,

³⁸⁹ Zob. K. Camilleri, *Heisenberg and the Wave-Particle Duality*, „Studies in History and Philosophy of Modern Physics”, nr 37, 2006, s. 298–315.

³⁹⁰ K. Barad, *Spotkanie z wszechświatem...*, dz. cyt., s. 361–362.

³⁹¹ Tamże, s. 361.

³⁹² Heisenberg przyznał ponadto Bohrowi rację, co znalazło wyraz w postscriptum jego pracy o nieoznaczoności, które, jak zauważa Barad, unieważnia w gruncie rzeczy całą jego analizę. Dopuszczenie do tej sytuacji rodzi według Barad pytania o praktyki recenzenckie i publikacyjne w ówczesnym momencie historycznym. Do tej pory, jak zauważa autorka*, naucza się o zasadzie nieoznaczoności oraz powołują się na nią badacze pomijając wkład Bohra. Zob. tamże, s. 413–414.

³⁹³ Choć kwestia ta nie jest powiązana bezpośrednio z problematyką niniejszej rozprawy, w 2018 roku ukazał się bardzo ciekawy artykuł dotyczący sposobów rozumienia dualizmu korpuskularno-falowego przez uczniów szkół średnich, niezaznajomionych jeszcze z różnorodnymi interpretacjami zjawiska. Zob. E. K. Henriksen, C. Angell, A. I. Vistnes, B. Bungum, *What Is Light? Students' Reflections on the Wave-Particle Duality of Light and the Nature of Physics*, „Science & Education, Volume” 27, Dordrecht 2018, s. 81–111.

³⁹⁴ K. Barad, *Spotkanie z wszechświatem...*, dz. cyt., s. 169.

zakładającego istnienie świata złożonego z konkretnych obiektów posiadających właściwe im cechy. W obrębie tak rozumianego świata rolą badacza było ich odkrywanie przy użyciu możliwie najmniej ingerującej procedury pomiarowej³⁹⁵. Obiektywizm opierał się tu zatem na uprzednio założonej separowalności, czyli na kartezjańskim wydzieleniu podmiotu poznającego ze świata oraz na uznawanym za niezmienny podziale na podmiot poznający, przedmiot poznawany i jego reprezentacje językowe.

W ujęciu Bohra takie zakładane z góry rozdzielanie staje się niemożliwe. Bohr opisuje bowiem sytuację badawczą jako „całość kwantową”, w której dopiero za pomocą odpowiedniego oprzyrządowania wyodrębnione zostają obiekty i „sprawcze instancje obserwujące”³⁹⁶. Kartezjańskie rozróżnienie nie jest więc istotowe, a uzyskiwane za pomocą „przygodnego cięcia”, którego dokonuje badacz za pomocą oprzyrządowania³⁹⁷. Co niebywale ważne, oprzyrządowanie to staje się również elementem fenomenu³⁹⁸, a pojęcia teoretyczne rozumiane są tu nie na sposób ideacyjny, a jako konkretne, „działające” układy fizyczne³⁹⁹.

Bohr odrzuca więc założenie o przejrzystości języka i sytuacji pomiarowej oraz ich roli pośredniczącej⁴⁰⁰. Wedle jego interpretacji nie istnieją jednostkowe, określone i niezależne od sytuacji pomiaru obiekty, które mogłyby być reprezentowane przez uniwersalne pojęcia. Obiektywizm gwarantowany jest natomiast przez możliwość wielokrotnego odtworzenia eksperymentu (zasada odtwarzalności), co powinno być zapewnione poprzez niepozostawiający dwuznaczności opis (zasada komunikowalności)⁴⁰¹. Punktem obiektywnego odniesienia staje się w ten sposób nie obiekt, a właśnie ów fenomen. Stąd pozornie sprzeczne, lecz uzyskane eksperymentalnie i mierzalne właściwości „tego samego” obiektu rozumiane są jako komplementarne, ujawniają się bowiem w wykluczających się konfiguracjach materialnych. Obiektywne odniesienie stanowi tu więc fenomen rozumiany jako złożony, materialny układ sytuacji pomiarowej, zaś spójność świata zapewniana jest przez zasadę komplementarności właściwości obiektów uzyskiwanych w konkretnych konfiguracjach.

³⁹⁵ Tamże, s. 149.

³⁹⁶ Tamże, s. 160.

³⁹⁷ Tamże.

³⁹⁸ Tamże, s. 166.

³⁹⁹ Tamże, s. 180.

⁴⁰⁰ Tamże, s. 193.

⁴⁰¹ H. Folse, *The Philosophy of Niels Bohr: The Framework of Complementarity*, North Physics Publishing, Nowy Jork 1985, s. 15. [Za] K. Barad, *Spotkanie z wszechświatem...*, dz. cyt., s. 167.

Ostatecznie Karen Barad interpretuje podejście Bohra jako realistyczne⁴⁰². Opiera się ono bowiem na swoście rozumianej korespondencyjnej teorii prawdy, która nie odnosi się do niezależnej rzeczywistości, lecz do specyficznym rozumianym fenomenów. U Bohra fenomeny stanowią „rzeczywiste fizyczne obiekty lub byty (choć nie raz na zawsze określone i wyraźnie wyodrębnione przedmioty)”⁴⁰³. Jak zauważa Barad, perspektywa ta przede wszystkim ujawnia ograniczenia reprezentacjonizmu⁴⁰⁴. Praktyka naukowa nie może być tu bowiem rozumiana jako polegająca na „przyklejaniu” odpowiednich słów do badanych obiektów, lecz stanowi „materialne, bezpośrednie zaangażowanie w świat”⁴⁰⁵. W tym też sensie Barad określa podejście Bohra jako „protoperformatywne”⁴⁰⁶.

3.2.2 Sprawczorealistyczne ujęcie rzeczywistości

Proponowana przez Karen Barad koncepcja sprawczego realizmu powstała w wyniku dyfrakcyjnego odczytania teorii feministycznej przez fizykę, a zwłaszcza zarysowanych powyżej fizyczno-filozoficznych pism Nielsa Bohra⁴⁰⁷. Barad idzie jednak w swojej propozycji dalej niż Bohr. Wykraczając poza sytuacje pomiarowe i epistemologiczne wnioski, formułuje twierdzenia dotyczące natury samej rzeczywistości, której podstawową jednostką czyni fenomeny⁴⁰⁸ stanowiące „ontologiczną nierozłączność/splątanie pozostających ze sobą w intra-akcji >>instancji sprawczych<<⁴⁰⁹”.

Relacyjność owej ontologii, jej oparcie na nierozdzielności idzie przy tym „w poprzek wszelkich kantowskich rozróżnień na noumeny i fenomeny”⁴¹⁰, bowiem, jak zauważa autorka*, „nie istnieją żadne definitywnie ograniczone lub posiadające

⁴⁰² Na ten temat zob. też A. Łukasik, *Niels Bohr i zagadnienie obiektywności poznania*, „Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska”, Sectio I, Vol. 23, 1998, s. 179–200.

⁴⁰³ K. Barad, *Spotkanie z wszechświatem...*, dz. cyt., s. 180.

⁴⁰⁴ Tamże.

⁴⁰⁵ Tamże, s. 75.

⁴⁰⁶ Tamże, s. 270.

⁴⁰⁷ Zob. *Wywiad z Karen Barad*, Jacqueline Czajka (tłum.) [w:] *Nowy materializm. Wywiady i kartografie*, R. Dolphijn, I. van der Tuin (red.), Fundacja Machina Myśli, Gdańsk-Poznań-Warszawa 2018, s. 52. O dyfrakcji jako metodologii piszę więcej w kolejnym podrozdziale.

⁴⁰⁸ Tamże, s. 54.

⁴⁰⁹ K. Barad, *Spotkanie z wszechświatem...*, dz. cyt., s. 194–195.

⁴¹⁰ Tamże, s. 178.

określone właściwości byty, które kryłyby się >>za<< fenomenami lub stanowiły ich przyczynę”⁴¹¹.

Rzeczywistość składa się w tym ujęciu z nierozdzieranych rzeczy-wewnętrz-fenomenu⁴¹². Wyłaniają się one przez relacje, które je poprzedzają i dookreślają jako byty. Jak pisze Barad: „[...] *relata* nie istnieją uprzednio wobec relacji; jest raczej tak, że *relata*-w-obrębie-fenomenów wyłaniają się na skutek konkretnych intra-akcji”⁴¹³. W ten sposób nie tylko następuje postulowane przez zwrot ontologiczny radykalne zerwanie z partykularyzmem⁴¹⁴, ale i ukazane zostaje, jak „od zawsze już”⁴¹⁵ świat postrzegany jest w kategoriach jego relacyjnego stawania się.

Dla podkreślenia tej myśli Karen Barad rezygnuje z sugerującego separację i uprzedniość niezależnych bytów pojęcia interakcji na rzecz określającego nierozdzielność obiektów w fenomenie pojęcia intra-akcji. Jak spostrzega Ewa Hyży, o ile przywoływani w pracach Karen Barad Félix Guattari i Gilles Deleuze przedstawiali obiekty jako zależne czy nawet nieistniejące bez relacji, w które wchodzi tworząc zróżnicowane asamblaże⁴¹⁶, o tyle w koncepcji sprawczego realizmu pojęcie intra-akcji wyklucza jakkolwiek wobec tych relacji uprzedniość⁴¹⁷. Intra-akcje oznaczają „[...] wzajemne konstytuowanie się splecionych instancji sprawczych”⁴¹⁸. W wyniku intra-akcji

⁴¹¹ Tamże, s. 179.

⁴¹² Choć brzmieć to może paradoksalnie, a przez to nieintuicyjnie, zrozumiałe staje się, gdy odniesiemy te spostrzeżenia do faktycznej, pozaabstrakcyjnej niepodzielności fenomenów.

⁴¹³ Tamże, s. 195.

⁴¹⁴ B. Kamiński, *Zwrot ontologiczny w naukach społecznych jako próba pomyślenia nowego porządku społeczno-politycznego ludzi i rzeczy*, „Stan Rzeczy”, nr 1 (22), 2022, s. 335–355.

⁴¹⁵ Określenie „od zawsze już” odwołuje się do rozumienia relacyjności jako warunku ontologicznego, a nie wtórnego efektu poznania. K. Barad, *Spotkanie z wszechświatem...*, dz. cyt., s. 212.

⁴¹⁶ Pojęcie asamblażu jest coraz częściej wykorzystywane w badaniach nad mediami cyfrowymi, w tym społecznościowymi. Jedną z najnowszych prac inspirowanych Deleuzem i Guattarim jest monografia *A Theory of Assembly: From Museums to Memes* Kyle’a Parry’ego. Autor, odwołując się do kategorii asamblażu (*assemblage*), proponuje jednak termin *assembly*, za pomocą którego stara się uchwycić zróżnicowane praktyki medialne oparte na podobnym mechanizmie. Umożliwia mu to anglosaska polisemantyczność pojęcia *assembly*, które można tłumaczyć jako zgromadzenie, montaż, skład, złożenie czy język programowania, obejmując jednocześnie zróżnicowane możliwości ich odniesienia. Parry proponuje więc własne ujęcie praktyki medialnej, której istotą jest dynamiczne łączenie autonomicznych, lecz interaktywnych składników. Tak rozumiana kategoria umożliwia wyjście poza redukcyjne opozycje i sprzyja rozpoznaniu praktyk medialnych jako relacyjnych, a nie wyłącznie reprezentacyjnych, narracyjnych czy bazodanowych. Zob. K. Parry, *Theory of Assembly...*, dz. cyt.

⁴¹⁷ E. Hyży, *Dzielenie się światem. Nowy feministyczny realizm w ujęciu Karen Barad*, [w:] *Feministyczne konteksty. Multidyscyplinarnie*, Ewa Hyży (red.), Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2017.

⁴¹⁸ Tamże, s. 54.

„wielu praktyk materialno-dyskursywnych i aparatów produkcji cielesnej⁴¹⁹” powstają ustanawiające rzeczywistość fenomeny rozumiane jako różnicowe wzory umaterioznaczenia⁴²⁰.

Tak rozumiana relacyjność każe autorce* koncepcji sprawczego realizmu przeformułować sposób rozumienia przyczynowości, która przyjmuje tu charakter intra-akcyjny. W toku rozmaitych intra-akcji dokonują się bowiem rozmaite umaterioznaczenia rozumiane jako materializujące się efekty różnicowania mające „znaczenie dla ponawialnego procesu wytwarzania różnorodnych różnic”⁴²¹. Zmienne wzory różnic zaś ustanawiają strukturę przyczynową, odróżniając przyczyny od skutków⁴²². Oznacza to, że same przyczyny i skutki dookreślone są w obrębie fenomenu w ramach ich intra-akcyjnego stawania się. Ani nie istnieje tu absolutna zewnętrżność, ani nie następuje zlewanie się przyczyny i skutku; „łączy je raczej nieustająca topologiczna dynamika wzajemnego sprzężenia, w wyniku której czasoprzestrzeniomaterioznaczeniowa różnorodność owija się wokół siebie”⁴²³.

Świat postrzegany jest tu więc jako otwarty proces umaterioznaczenia, gdzie „za sprawą poszczególnych intra-akcji fenomeny nabierają zarówno materii, jak i znaczenia”⁴²⁴. Jako takie, intra-akcje są więc również poszczególnymi przyczynowo-materialnymi działaniami. Pojęcia, byty, obiekty, fenomeny w fenomenach, a nawet przestrzeń i czas dookreślone są tu w toku ich intra-akcyjnego stawania się. W ten dynamiczny sposób „materializuje się materioznaczenie praktyk dyskursywnych”⁴²⁵.

Rozumienie praktyk materialno-dyskursywnych (zarówno tych, które zwykło określać się mianem naukowych, jak i społecznych) Barad wyprowadza poprzez dyfrakcyjną lekturę spostrzeżeń Bohra, Foucaulta, Butler oraz „pozostałych ważnych teoretyczek i teoretyków”⁴²⁶. Efektem owej interdyscyplinarnej lektury jest wypracowanie ich rozumienia jako praktyk różnicowania w rozmaitych aparatach

⁴¹⁹ Aparaty te zaś to „nie jedynie narzędzia obserwacyjne, lecz wytyczające granice praktyki – konkretne materialne (re)konfiguracje świata – które nabierają materioznaczenia”. Tamże, s. 196.

⁴²⁰ Tamże. Jedno z głównych pojęć Karen Barad opiera się na anglosaskiej polisemantyczności słowa, które oznacza zarówno materię, jak znaczenie (tu: materię w działaniu), co w sposób dość przewrotny, ale, jak uważam, dla samej koncepcji korzystny i w gruncie rzeczy osłabiający językowe predykaty, przetłumaczone zostało przez Sławomira Królaka jako „materioznaczenie”.

⁴²¹ K. Barad, *Spotkanie z wszechświatem...*, dz. cyt., s. 191.

⁴²² Tamże.

⁴²³ Tamże, s. 247.

⁴²⁴ Tamże, s. 196.

⁴²⁵ Tamże, s. 189.

⁴²⁶ Tamże, s. 203

produkcji cielesnej, w wyniku których dane elementy splatań zyskują materioznaczenie, a inne zostają wykluczone. Oznacza to, że praktyki dyskursywne jako praktyki wytwarzające granice mają decydujący udział w dynamice intra-aktywności, za sprawą której fenomeny nabierają materioznaczenia⁴²⁷. Barad nie pojmuje więc dyskursu jako synonimu języka, lecz jako materialne warunki wytwarzania znaczenia, które polega na „ciągłym wykonywaniu się świata w jego różnicowym dawaniu się do zrozumienia”⁴²⁸. Praktyki dyskursywne są więc w tym ujęciu „materialnymi (re)konfiguracjami świata, które w różnicujący sposób konstytuują granice, własności i znaczenia”⁴²⁹.

Jak wskazuje Marzena Adamiak, performatywność oznacza w tym kontekście uwzględnianie „czynników materialnych i dyskursywnych jednocześnie”⁴³⁰ bowiem „praktyki dyskursywne są już materialne a materia jest dyskursywna”⁴³¹. To więc właśnie praktyki materialno-dyskursywne, a nie słowa są dla Barad podstawowymi jednostkami semantycznymi, dzięki którym ustanawiają się granice zarówno ontyczne, jak i semantyczne⁴³². Jak pisze Barad, „poza sprawczymi intra-akcjami >>słowa<< i >>rzeczy<< cechuje nieokreśloność”⁴³³.

Oddając ponownie głos autorce*, praktyki materialno-dyskursywne są „materialnymi warunkami możliwości i niemożliwości umaterioznaczenia; ustanawiają to, co nabiera materioznaczenia, i to, co zostaje go pozbawione”⁴³⁴. Istotną kwestią jest więc pytanie o to, co i za sprawą jakich intra-akcyjnych zjawisk w aparaturach zyskuje materioznaczenie, a co pozostaje wykluczone. Wykluczenia przy tym nigdy nie są deterministyczne. Są one konstytutywnym elementem:

dynamicznej wzajemnej (a wręcz wewnętrznej) gry – intra-gry – określoności i nieokreśloności. Nieokreśloność nigdy nie podlega rozstrzygnięciu raz na zawsze. Wykluczenia stanowią otwartą przestrzeń sprawczości; są zmieniającymi się warunkami możliwości zmiany. Zmiana zaś nie jest ciągłym mutowaniem tego, co już było, ani

⁴²⁷ Tamże.

⁴²⁸ Jako taki nie wymaga udziału człowieka, zrozumiałość bowiem Barad pojmuje jako wrodzoną cechę świata, nie zaś ludzi. Zrozumiałość jest wyartykułowaną i rozliczalną różnicową responsywnością wobec tego, co obdarzone materioznaczeniem. Tamże, s. 457–458.

⁴²⁹ Tamże, s. 257,

⁴³⁰ M. Adamiak, *Materia w procesie. Metafizyka splątania Karen Barad wobec aporii dyskursu i wykluczeniach*, s. 175 [w:] *Feministyczne nowe materializmy: usytuowane kartografie*, Olga Cielmęcka, Monika Rogowska Stangret (red.), E-naukowiec, Lublin 2018.

⁴³¹ Tamże.

⁴³² K. Barad, *Spotkanie z wszechświatem...*, dz. cyt., s. 197.

⁴³³ Tamże, s. 208.

⁴³⁴ Tamże, s. 206.

rozwikływaniem się tego, co ma nadejść, ani też żadnym rodzajem ciągłego przekształcania się w czasie lub za pośrednictwem czasu, tylko ponawialnym różnicowaniem się czasoprzestrzenionaczeniomaterii⁴³⁵.

Wykluczenia więc, choć określone są tu jako nieuniknione, to w dynamicznej (re)konfiguracji spątań, podlegać mogą zmianom. Koncepcja Barad nie stanowi zatem propozycji ani deterministycznej, ani otwartej w nieograniczony sposób. Wykluczenia „odrzucają determinizm, warunkując otwartość przyszłości”⁴³⁶, która przyjmuje charakter ograniczonych potencjalności. Możliwości zmiany zostają określone intra-akcyjnie w sposób dynamiczny⁴³⁷, a więc nigdy nie przesądzony, lecz raczej zawsze przez nie (zmiennie) ograniczony. Jak pisze Barad: „urzeczywistnianie możliwości nie sprawia, że się one zawężają; nowe możliwości otwierają się w miarę tego, jak inne, które mogły się ziścić, zostają wykluczone. Możliwości są rekonfigurowane – i same także rekonfigurują”⁴³⁸.

Teorie określane wspólnym mianem jako nowomaterialistyczne zachęcają do poszerzenia rozumienia materii poza ramy codziennej percepcji zmysłowej. Krytykują ujęcia redukujące materialność do tego, co dostępne w bezpośrednim kontakcie fizycznym⁴³⁹, ujmując także nie będące ciałami stałymi „materie osobliwe”, jak na przykład „modulacje energii elektrycznej, magnetycznej i świetlnej, w których dziś osadzona jest władza”⁴⁴⁰. Karen Barad postrzega zaś materię jako aktywny element nieskończonego procesu materializacji. Materia nie jest dla Barad czymś biernym, na co nałożyć można nieograniczone znaczenia, którym ona biernie się poddaje. Jest nie tyle rzeczą, co działaniem i odnosi się zarówno do „materialności i materializacji

⁴³⁵ Tamże, s. 250.

⁴³⁶ Tamże, s. 247.

⁴³⁷ Zaznaczyć tu trzeba, że Barad proponuje zupełnie inny sposób rozumienia samej dynamiczności. Nie jest ona rozumiana jako coś co wydarza się liniowo i określa tempo i ilość zmian. Jest to raczej dynamika dziejąca się w obrębie fenomenu, w którym to również czas i przestrzeń stają się intra-akcyjnie. Jak pisze Barad: „[...] intra-akcje zachodzą nie w przestrzeni i czasie (nie są pojemnikami dla tego, co już istnieje, ani jego oznakami), ale w toku tworzenia/oznaczania czasoprzestrzeni. To zasadnicze przesunięcie wykracza poza zwykłe geometryczne ujęcia dynamiki, prowadzi bowiem do rewizji samego pojęcia *dynamiki* – nie zakłada ciągłości, za to przesunięcia topologiczne (np. zmiany w ciągłości, ograniczoność itp.) mogą nabrać w nim ogromnego znaczenia”. Tamże, s. 196–197.

⁴³⁸ Tamże, s. 247.

⁴³⁹ Zob. R. Reichert, A. Richterich, *Introduction: Digital Materialism*, „Digital Culture & Society”, nr 1, 2015, s. 5–6.

⁴⁴⁰ J. Parikka, *New Materialism as Media Theory: Medianatures and Dirty Matter*, „Communication and Critical/Cultural Studies”, nr 9(1), 2012, s. 96 [Za:] Tamże, s. 6.

fenomenów”⁴⁴¹. Jest więc „substancją w jej intra-aktywnym stawaniu się”⁴⁴², która stanowi ponadto „czynnik wykonawczy swoich ponawianych materializacji”⁴⁴³. Jak w tym kontekście zauważa Ewa Hyży, w sprawczym realizmie rzeczywistość jest wyłaniającą się materialnością, w której sama materia realizuje swoje zróżnicowane formy sprawczych możliwości⁴⁴⁴, a proces materializacji jest procesem nieskończonym.

Ostatnią, choć szczególnie ważną dla niniejszego wywodu kwestią, pozostaje pytanie o samą naturę sprawczości. Ujmowanie sprawczości w kategoriach procesualnych, dynamicznych, zależnych intra-akcyjnie wydaje się jednocześnie najmniej intuicyjne⁴⁴⁵. Sprawczość według Barad nie jest bowiem czymś, co mogłoby do czegośkolwiek przynależeć lub zostać pomiędzy cokolwiek rozdzielone. Ma ona naturę relacyjną i nie daje się określić jako atrybut podmiotów lub przedmiotów⁴⁴⁶, „ponieważ nie istnieją one uprzednio jako takie⁴⁴⁷”, lecz wyłaniają się w danym fenomenie. Sprawczość jest więc raczej czymś, co daje się określić jako możliwość wewnątrzświatowych rekonfiguracji⁴⁴⁸; jest „procesem ciągłego rekonfigurowania świata”⁴⁴⁹. Sprawczość jest dokonywaniem

ponawialnych zmian w poszczególnych praktykach – ponawialne rekonfigurowanie topologicznych rozmaitości relacji czasoprzestrzennieznaczonych materialnych – w wyniku dynamicznej intra-aktywności. W sprawczości chodzi o zmienne możliwości zmian, związane z rekonfigurowaniem materialno-dyskursywnych aparatów produkcji cielesnej, obejmujących wyznaczenie granic i wykluczeń, które są naznaczone przez te praktyki w działaniu struktury przyczynowej⁴⁵⁰.

W takim ujęciu, wykraczającym daleko poza rozważania nad podmiotowością, intencjonalnością i neoliberalnie rozumianą jednostkowością, sprawczość nie może być

⁴⁴¹ K. Barad, *Spotkanie z wszechświatem...*, dz. cyt., s. 291.

⁴⁴² Tamże.

⁴⁴³ Tamże, s. 248.

⁴⁴⁴ E. Hyży, *Dzielenie się światem...*, dz. cyt., s. 70.

⁴⁴⁵ Ze względu jednak na syntetyczny charakter niniejszego podrozdziału kategorię sprawczości przedstawiam tu jedynie w ogólnym zarysie; jej pełniejsze doprecyzowanie nastąpi w części analitycznej, w toku interpretacji konkretnych przykładów związanych z TikTokiem.

⁴⁴⁶ Przypisywanie sprawczości Barad rozważa zaś jako kwestię polityczną. Zob. K. Barad, *Spotkanie z wszechświatem...*, dz. cyt., s. 298-305.

⁴⁴⁷ Tamże, s. 248.

⁴⁴⁸ Zob. *Wywiad z Karen Barad...*, dz. cyt., s. 46.

⁴⁴⁹ K. Barad, *Spotkanie z wszechświatem...*, dz. cyt., s. 197.

⁴⁵⁰ Tamże, s. 248 i 325.

ujmowana jako atrybut uprzednio wyodrębnionych bytów ludzkich lub nie-ludzkich. Jej uchwycenie staje się możliwe dzięki analizie procesów różnicowania elementów intra-aktywnie uczestniczących w dynamicznym stawaniu się świata, w toku którego same zostają dookreślone.

3.2.3 Sprawczorealistyczna natura praktyk (nie tylko) naukowych

Tak rozumiana rzeczywistość implikuje istotne przekształcenia w rozumieniu praktyk naukowych, ujmując je w etyko-onto-epistemologicznym splątaniu. Opisane w poprzednim podrozdziale pojęcie intra-akcji pozwala ujmować praktyki naukowe w kategoriach ich dynamiczności, przeformułowując pewne założenia Bohra. W tym kontekście następuje przejście „od reprezentacji językowych do praktyk dyskursywnych”⁴⁵¹. Przeformułowaniu ulegają też sposoby rozumienia przyrządów, które nie stanowią tu „prefabrykowanych układów laboratoryjnych”⁴⁵². Jak zauważa Barad, przyrządów nie można postrzegać jako czegoś, co „zastygło w czasie, utraciło historyczność i giętkość” a więc nie wymaga wokół siebie działań⁴⁵³. W perspektywie sprawczorealistycznej przyrządy ujmowane są jako naukowe praktyki materialno-dyskursywne⁴⁵⁴. Barad zmianę tę określa jako przejście „od narzędzi obserwacji jako urządzeń fizyczno-pojęciowych ku ogólniejszemu pojęciu aparatów”⁴⁵⁵ rozumianych właśnie jako praktyki materialno-dyskursywne.

Jak zostało to przedstawione powyżej, realne oddzielenie elementów (instancji sprawczych) intra-aktywnie określanych w obrębie fenomenu jest niemożliwe z racji pojmowania owego fenomenu w kategoriach ontologicznych. Nie istnieje tu więc również realna forma zewnętrżności wobec świata, a zatem i badacza wobec badanego fenomenu. Jediną możliwą formą zewnątrzta jest ta, która dynamicznie wytwarzana jest w samym procesie poznania za sprawą tego, co w terminologii sprawczego realizmu określa się jako intra-akcyjnie ustanawiana separowalność sprawcza⁴⁵⁶. To, co pozostaje możliwe, Barad określa jako wewnętrżną-zewnętrżność czy też zewnętrżność-w-obrębie-fenomenu⁴⁵⁷. Sprawcza separowalność dokonuje się za pomocą cięć sprawczych. Każda

⁴⁵¹ Tamże, s. 197.

⁴⁵² Tamże.

⁴⁵³ Tamże, s. 200–201.

⁴⁵⁴ Tamże, s. 197.

⁴⁵⁵ Tamże, s. 286.

⁴⁵⁶ Tamże, s. 195.

⁴⁵⁷ Tamże, s. 195.

z tak uzyskanych „części” sama jest ponadto intra-aktywnie wytwarzanym fenomenem, z których składa się rzeczywistość. Określone „struktury przyczynowe, granice, własności, znaczenia i wzory oznak na ciałach” stanowią zaś efekt „dynamicznego intra-aktywnego procesu umaterioznaczenia”⁴⁵⁸.

Sprawczy realizm radykalnie odrzuca postawę badacza, który przedstawia statyczny obraz świata. Badacz dostarcza tu raczej czegoś w rodzaju mapy dla przyszłych możliwych intra-akcji i wskazuje, jak pewne procesy mogą się rozwijać. Innymi słowy, nie jest on w stanie opisać świata w tradycyjny sposób, ponieważ jego opis będzie zawsze częścią współtworzenia tego świata. Zamiast odmalowywać gotową rzeczywistość badacz wskazuje możliwości poprzez rozwijanie nowych sposobów intra-akcji, które mogą prowadzić do nowych kształtów rzeczywistości. Cięcia sprawcze w żadnym wypadku jednak nie stanowią arbitralnego wyboru badacza.

Badacz współkonstruuje tu dany fenomen i jest w nim konfiguracyjnie współkonstruowany. Ontologia relacyjna zmusza zatem do myślenia o badaczu i aparacie badawczym jako o nierozdzielalnym splątaniu z przedmiotem badania, które współtworzy dany fenomen. Taki sposób rozumienia badań rewiduje tradycyjne podejście nauki, w ramach którego badacz postrzegany jest jako nieinterweniujący, niezależny i zdystansowany obserwator, obiektywny deskryptor już ustalonego, wymagającego jedynie odkrycia świata. Należy przy tym podkreślić, że propozycja Barad nie ma charakteru relatywizującego, uznaje bowiem obiektywizm za możliwy, choć wymagający przeformułowania.

Tym natomiast, co radykalnie odrzuca sprawczy realizm, jest reprezentacjonizm, którego założenia uznaje się tu nie tyle za niewłaściwe, ile za niemożliwe do realizacji. To bowiem sama natura rzeczywistości pociąga za sobą potrzebę rezygnacji z okowów reprezentacjonizmu, w dalszym ciągu będącego najbardziej intuicyjnym i uważanym za zdroworozsądkowy sposób uprawiania nauki⁴⁵⁹. Karen Barad spostrzega, że utwierdził się on zarówno w myśli konstruktywistycznej, jak i realistycznej, czyniąc spór między nimi jałowym. Zarówno realistki bowiem, „jak i społeczne konstruktywistki wierzą, że wiedza naukowa – posługująca się różnymi formami reprezentacji, takimi jak pojęcia

⁴⁵⁸ Tamże, s. 196. Sam pomiar zaś określany jest tu jako przyczynowa intra-akcja. Tamże, s. 195.

⁴⁵⁹ Wydobyć się zeń stanowi ogromne wyzwanie nawet dla badaczy głęboko zanurzonych w pracę przełamywania czy też przekraczania reprezentacjonistycznych tendencji, co Barad pokazuje na przykładzie traktowanych przez nią z wielkim uznaniem, lecz postrzeganych jako nie do końca udane prób podjętych w tym zakresie przez Michela Foucaulta, a następnie przez Judith Butler.

teoretyczne, wykresy, tory cząstek czy obrazy fotograficzne – pośredniczy w dostępie do świata materialnego”⁴⁶⁰. Innymi słowy, obydwie postawy uznają pośredniczącą naturę wiedzy naukowej, traktując ją jako niezbędny element procesu poznania, w którym reprezentacje stanowią most łączący badacza z rzeczywistością. Spierają się zaś o to, czy pośrednictwo to ma charakter obiektywny, oraz o to, „w jaki sposób to, co kulturowo-społeczne, utożsamiane z językiem konstruuje obiekty”⁴⁶¹.

Realizm sprawczy natomiast odrzuca wszelkie określone z góry dualizmy, a więc odrzuca również arbitralny podział na podmiot i przedmiot, a także pojęcie separacji jako podstawy praktyki naukowej⁴⁶². Wiedza wytwarzana jest tu w intra-akcyjnym, nieustannie (re)konfigurowanym splątaniu, w obrębie dynamicznie zmieniających się możliwości. Praktyki naukowe zaś są w tym ujęciu „konkretnymi formami uczestnictwa” wyłaniającymi „konkretne fenomeny”⁴⁶³. Choć każde to przeformułować niejednokrotnie artykułowane roszczenia badawcze do głoszenia uniwersaliów o świecie, to jednocześnie, jak zostało wspomniane powyżej, nie zmusza do rezygnacji z kategorii obiektywności⁴⁶⁴.

Obiektywizm nie polega tu bowiem na rozplątywaniu czegokolwiek czy dystansowaniu się, lecz na „wzięciu odpowiedzialności za własne splątania”⁴⁶⁵ i możliwości rozliczeń za „oznaki pozostawione na ciałach”⁴⁶⁶. Obiektywizm ten uwzględniać musi przy tym odpowiedzialność za cały zestaw praktyk, będących częścią „badanego lub wytwarzanego fenomenu”⁴⁶⁷. Różnicowanie instancji sprawczych w fenomenie nie jest więc radykalnym oddzielaniem, a wręcz przeciwnie – tworzeniem „połączeń i zobowiązań”⁴⁶⁸. Barad podkreśla tym samym doniosłość naukowych praktyk

⁴⁶⁰ Tamże, s. 73.

⁴⁶¹ B. Mroczkowski, *Schizofreniczna materia...*, dz. cyt., s. 345.

⁴⁶² K. Barad, *Spotkanie z wszechświatem...* dz. cyt., s. 192

⁴⁶³ Tamże, s. 457–458.

⁴⁶⁴ Idąc wbrew przywoływanemu przez nią rozróżnieniu Iana Hackinga czynności ingerujących (eksperymentowanie) od reprezentujących (teoretyzowanie), praktykę teoretyzowania Barad postrzega jako praktykę materialną. Praktyka ta bowiem „nie porzuca świata materialnego ani nie wkracza w domenę czystych idei, gdzie wzniosła przestrzeń umysłu umożliwia obiektywną refleksję [...] Gdy pojmujemy teorię i doświadczenie nie jako urzeczowione byty, lecz jako dynamiczne praktyki materialnego zaangażowania w świat, dostrzegamy, że stanowią one ściśle i złożone splecione zbiory działań”. I. Hacking, *Representing and Intervening*, „Philosophical Topics” 13, 1982, s. 71–87; K. Barad, *Spotkanie z wszechświatem...*, dz. cyt., s. 83.

⁴⁶⁵ Tamże, s. 345.

⁴⁶⁶ Tamże, s. 297.

⁴⁶⁷ K. Barad, *Spotkanie z wszechświatem...*, dz. cyt., s. 533.

⁴⁶⁸ Tamże, s. 535.

materialno-dyskursywnych, których stawką nie są wyłącznie wyniki, a intra-akcyjny udział w przekształcających się dynamicznie możliwościach zmiany⁴⁶⁹.

Nie chodzi tu bynajmniej o relatywizującą arbitralność wyborów badacza, którego ograniczają jedynie wybory etyczne czy epistemologiczne. Odpowiedzialność owa bierze się z przynależności do świata rozumianego jako osad nagromadzony „w wyniku konkretnych praktyk, w których kształtowaniu mamy udział, ale poprzez które sami również jesteśmy kształtowani”⁴⁷⁰. Tym samym również, stanowisko to nie uprzywilejowuje „>człowieka<< jako specjalnego wysłannika mającego zagwarantować podstawy obiektywności”⁴⁷¹, a w pewnym sensie „przywraca” go do świata. Poznanie zaś jest kwestią etyko-onto-epistemologicznego splątania, które nie tyle odzwierciedla świat, ile go współtworzy.

Takie ujęcie otwiera możliwość realnej zmiany, a także nowe formy powiązanej z odpowiedzialnością zdolności odpowiedzi, które Barad ujmuje za pomocą neologizmu *response-ability*⁴⁷². Łączy on w sobie znaczenia zdolności do odpowiedzi i odpowiedzialności akcentując to, że sprawczość wiąże się nie tylko z możliwością działania, ale również z gotowością i obowiązkiem reagowania na to, co inne w relacjach intra-akcyjnych⁴⁷³. Tym samym każde poznanie jawi się jako praktyka odpowiedzialnego uczestnictwa w świecie, którego nie sposób już ujmować z zewnątrz. Poznanie jest efektem tytułowego „spotkania z wszechświatem w pół drogi”⁴⁷⁴.

3.3 Metodologia dyfrakcji

Jak zostało to przybliżone powyżej, Karen Barad wyprowadza propozycję sprawczego realizmu ze zdobyczy fizyki kwantowej. Uprzedzając niejako uwagi krytyczne dotyczące praktyki formułowania poszczególnych twierdzeń i teorii humanistycznych w oparciu o ustalenia dokonywane w obszarze nauk ścisłych⁴⁷⁵, Barad, sama* będąc fizyczką* i po

⁴⁶⁹ Tamże, s. 533.

⁴⁷⁰ Tamże, s. 532.

⁴⁷¹ Tamże, s. 451.

⁴⁷² V. Bozalek, M. Zembylas, *Responsibility, Privileged Irresponsibility...*, dz. cyt.

⁴⁷³ Tamże.

⁴⁷⁴ Frazę tę Barad zapożycza z wiersza Alice Fulton pt. *Eksperyment Kaskadowy*, który w polskojęzycznym wydaniu książki przetłumaczony został przez Julię Fiedorczyk. Zob. A. Fulton, *Eksperyment kaskadowy*, Julia Fiedorczyk (tłum.), s. 541-543 [w:] K. Barad, *Spotkanie z wszechświatem...*, dz. cyt., s. 61.

⁴⁷⁵ Czego najbardziej znanym pokłosiem, a obecnie wręcz symbolem owej krytyki stała się sprawa Sokala oraz wydana po raz pierwszy w 1997 roku książka, którą napisał wraz z Jeanem Bricmontem. Zob. A. Sokal, J. Bricmont, *Modne bzdury. O nadużywaniu pojęć z zakresu nauk ścisłych przez postmodernistycznych intelektualistów*, Piotr Amsterdamski (tłum.) Prószyński i S-ka, Warszawa 2004.

części przyznając formułowanym zarzutom słuszność, rozwiązanie problemu znajduje w porzuceniu praktyki rozumowania wyznaczanej przez analogię, na rzecz dyfrakcji, którą proponuje jako główną praktykę metodyczno-metodologiczną, wystarczająco silną, „by wytworzyć sensowny dialog między naukami ścisłymi a innymi dziedzinami badań, a przez to przyczynić do rozwoju badań naukowych jako takich”⁴⁷⁶.

Analogię Barad uważa zaś za ryzykowną. Spostrzega bowiem, że zbyt często prowadzi ona do „niezadowolającego rozumienia najistotniejszych zagadnień”⁴⁷⁷. Wnioskowanie przez analogie zakłada ponadto „istnienie odrębnych kategorii obiektów, rozważa jeden ich zestaw z punktu widzenia drugiego, a tym samym z konieczności, mocą własnych procedur, wyklucza badanie natury ich wzajemnej relacji”⁴⁷⁸. Alternatywa w postaci dyfrakcji nie odseparowuje poszczególnych elementów fenomenu, lecz umożliwia śledzenie wzorów różnic wyłaniających się w obrębie splątania.

Metaforę dyfrakcji Karen Barad zapożycza od Donny Haraway, która używa jej do określenia nowego rodzaju świadomości krytycznej. W odróżnieniu od refleksji, dyfrakcja dotyczyć ma „historii heterogenicznej, a nie oryginałów”⁴⁷⁹. Dokonuje się tu więc przejście od optyki geometrycznej, gdzie światło staje się narzędziem badania aparatury badawczej, do optyki fizycznej, pozwalającej uchwycić „zarówno naturę aparatury, jak i naturę przedmiotu”⁴⁸⁰. Barad wzbogaca metaforę Haraway o spostrzeżenia z zakresu fizyki kwantowej, wedle której „niezależne przedmioty”, jak i owe „oryginały”, są pojęciami abstrakcyjnymi, a właściwym desygnatem badań jest właśnie fenomen⁴⁸¹. Pozwala to wykroczyć poza falową naturę zjawiska dyfrakcji, na której koncentrowała się fizyka klasyczna, i uwzględnić kwestię splątania.

Wzory dyfrakcyjne w klasycznej fizyce wynikają z zasady superpozycji fal, tj. nakładania się ich wartości w danym punkcie przestrzeni. Wzór dyfrakcyjny stanowi więc efekt „różnic (względnej fazy i amplitudy) nakładających się fal”⁴⁸². W mechanice kwantowej pojęcie superpozycji odnosi się zaś do stanów układów kwantowych: stan układu może być kombinacją liniową różnych stanów bazowych, które z klasycznego punktu widzenia wydają się wzajemnie wykluczające. Bohr interpretował to zjawisko za

⁴⁷⁶ K. Barad, *Spotkanie z wszechświatem...*, dz. cyt., s. 45.

⁴⁷⁷ Tamże, s. 21.

⁴⁷⁸ Tamże, s. 42-43.

⁴⁷⁹ D. Haraway, *Modest_Witness@Second_Millennium. FemaleMan©_Meets_OncoMouse™*, Routledge, London–New York 1997, s. 273 [Za:] *Wywiad z Karen Barad...* dz. cyt., s. 44.

⁴⁸⁰ Tamże.

⁴⁸¹ Tamże, s. 51.

⁴⁸² Tamże.

pomocą zasady komplementarności, zgodnie z którą obiekt ujawnia różne właściwości w zależności od konkretnej konfiguracji aparatu pomiarowego, tj. w obrębie fenomenu. Stan układu przed dokonaniem pomiaru określa się zaś jako stan superpozycji – nie tyle gotowy zbiór właściwości, ile kombinację potencjalności, które ulegają różnicowaniu dopiero w akcie pomiaru⁴⁸³.

Fenomeny to więc właśnie wzory dyfrakcyjne rozumiane jako konfiguracje „różnic, które czynią różnicę”⁴⁸⁴. Wzór dyfrakcyjny uzyskuje się za pomocą siatki dyfrakcyjnej stanowiącej „przyrząd lub materialną konfigurację” prowadzącą do klasycznie rozumianej superpozycji fal⁴⁸⁵. Tego rodzaju narzędzia wytwarzają „wzory, które różnicują względne właściwości (tj. amplitudę i fazę) poszczególnych fal w miarę ich łączenia się”⁴⁸⁶.

Na tym tle Barad przekształca pojęcie dyfrakcji w propozycję metodologiczną. Metodologia dyfrakcyjna to „zobowiązanie, by zrozumieć, które różnice mają znaczenie, oraz jak i dla kogo znaczą”⁴⁸⁷. Służy „wzajemnemu naświetlaniu się wglądów rozmaitych teorii naukowych i społecznych”⁴⁸⁸, oraz śledzi „materialno-dyskursywne praktyki wyznaczania granic, które wytwarzają >>przedmioty<< i >>podmioty<< oraz pozostałe różnice w toku – i w kategoriach – zmiennych relacyjności”⁴⁸⁹.

Dyfrakcja, dotycząc analizy splątanych praktyk, „wymaga podejścia nieaddytywnego, które wykazuje dbałość o intra-akcje wielu aparatów produkcji cielesnej⁴⁹⁰. Jak spostrzega Barad:

Wszystko to oznacza, że proponujemy inny sposób myślenia o tym, co mogą zaoferować sobie nawzajem nauki ścisłe, humanistyka, sztuka, nauki społeczne i często pomijane stanowiska spoza środowiska akademickiego dzięki wzajemnej lekturze dyfrakcyjnej - jedno poprzez drugie - w swoich rozmaitych splątaniach, jak również dzięki zwróceniu uwagi na to, co zostaje wykluczone, ale także na to, co ma znaczenie [*comes to matter*]⁴⁹¹.

⁴⁸³ K. Barad, *Spotkanie z wszechświatem...*, dz. cyt., s. 117–123.

⁴⁸⁴ Tamże, s. 106.

⁴⁸⁵ Tamże, s. 117.

⁴⁸⁶ Tamże. Ponadto eksperymenty opierające się na zjawisku dyfrakcji wykonuje się zarówno w celu badania właściwości danej substancji, jak i do badania siatki dyfrakcyjnej. Zob. tamże, s. 120–121.

⁴⁸⁷ Tamże, s. 129.

⁴⁸⁸ Tamże, s. 131.

⁴⁸⁹ Tamże, s. 132.

⁴⁹⁰ Tamże, s. 134.

⁴⁹¹ *Wywiad z Karen Barad...*, dz. cyt., s. 44.

Dyfrakcyjna lektura jest więc czytaniem spostrzeżeń przez siebie – nie w kontrze, odniesieniu czy sumarycznie, lecz w sposób ujmujący relacyjną naturę różnicy⁴⁹². Jak zauważają przy tym Rick Dolphijn i Iris van der Tuin, teorie i teksty nie są tu traktowane jako gotowe byty, lecz jako siły, intra-akcje, „w wyniku działań których powstają inne teksty”⁴⁹³. Efektem uważnej dyfrakcyjnej lektury są więc „nowe wzorce myślenia-bycia [*thinking-being*]”⁴⁹⁴.

Barad podejmuje tym samym również próbę przewyciężenia praktyki określanej jako krytyka, która jest w jej* przekonaniu przeceniana i nie odpowiada już obecnym wyzwaniom. Zauważa przy tym, że krytyka bardzo często staje się „praktyką destrukcyjną mającą na celu odrzucenie, odwrócenie się od kogoś, dyskredytację kogoś lub czegoś”⁴⁹⁵, a więc zbyt często „polega na odejmowaniu, dystansowaniu i poróżnianiu”⁴⁹⁶. Dyfrakcja poszukuje zaś „wzorów różnic, które czynią różnicę”⁴⁹⁷. Umożliwia zwracanie uwagi zarówno na „istotne różnice między praktykami”, jak i na

ich specyficzne splątania, poprzez odczytywanie poszczególnych wniosków w odniesieniu do siebie nawzajem w sposób, który nie zakłada z góry fundamentalnych rozróżnień i separacji jeszcze przed rozpoczęciem analizy, a zarazem pozostaje wrażliwy na nasze intra-akcyjne zaangażowanie w badany temat, w tym na to, co zostaje wykluczone i jakie ma to znaczenie⁴⁹⁸.

Wrażliwość ta nie jest przy tym rozpatrywana w kategoriach (auto)refleksyjności⁴⁹⁹. Jest ona raczej kwestią poznawania świata od jego wnętrza. W procesie poznania badacz przekształca/rekonfiguruje dane i uczestniczy w ich

⁴⁹² K. Murris, V. Bozalek, *Diffractioning diffractive readings of texts as methodology: Some propositions*, „Educational Philosophy and Theory” 51(14), 2019, s. 10.

⁴⁹³ Tak też Barad ujmuje swoją relację z pracami Bohra, gdy konkluduje, że ani nie patrzy na nie jak na pismo święte, ani nie jest jego „nieposłuszną córką”. *Wywiad z Karen Barad...*, dz. cyt., s. 48.

⁴⁹⁴ Tamże, s. 49. Jak zauważa, „[k]rytyka jest zbyt łatwa, zwłaszcza gdy nie wydaje się już, by jej podstawowym elementem musiała być uważna lektura. Tak więc, jak objaśniam moim uczniom, czytanie i pisanie to praktyki etyczne, natomiast krytyka mija się z celem. Choć zdaję sobie sprawę z tego, że inaczej wartościuje się to pojęcie w Europie niż w Stanach Zjednoczonych, to uważam, iż takie doprecyzowanie jest ważne”. Tamże, s. 42.

⁴⁹⁵ Tamże.

⁴⁹⁶ Tamże.

⁴⁹⁷ Tamże.

⁴⁹⁸ K. Barad, *Erasers and Erasures: Pinch's Unfortunate 'Uncertainty Principle'*, „Social Studies of Science”, Vol. 41, No. 3, 2011, s. 452.

⁴⁹⁹ Szczegółowe różnice Barad ujęła* w formie tabeli w swojej książce *Spotkanie z wszechświatem w pół drogi*. Zob. K. Barad, *Spotkanie z wszechświatem...*, dz. cyt., s. 127–128.

performowaniu. Siłą dyfrakcji jest więc założenie o splątaniu badacza z danymi i o aktywnym uczestnictwie w procesie tworzenia wiedzy, w którym dane nie stanowią biernego materiału poddawanego analizie, lecz jawią się jako żywa, sprawcza materialność, współtworząca wraz z badaczem pole badawcze i kierunek samego poznania⁵⁰⁰.

Refleksyjność ponadto, stanowiąca metaforę odbić, wiąże się z reprezentacjonizmem i praktykami odzwierciedlania. Nie sprzyjają one wskazywaniu możliwości zmiany, gdyż oparta na nich praktyka polega na „ciągłym powtarzaniu tego samego w seriach lustrzanych odbić”⁵⁰¹. (Auto)refleksyjność, uwzględniająca arbitralny podział na podmiot, przedmiot i słowa, umieszcza w ten sposób podmiot badający w reprezentacji, a tym samym odzwierciedla odzwierciedlenie, podnosząc reprezentację do potęgi *n*-tej⁵⁰². Tymczasem w przypadku dyfrakcji wrażliwość na „zaangażowanie w badany temat” wynikać ma z samego faktu badania świata z jego wnętrza.

W tym sensie również, odzwierciedlanie wiąże się z ryzykiem utwierdzenia zastanych nierówności. Co jednak ciekawe, z takim zarzutem mierzyć się musiały również antyreprezentacjonistyczne, a nawet uznawane za fundujące dla zwrotu ontologicznego koncepcje, jak na przykład Teoria Aktora Sieci (ANT). Argument ten sformułował między innymi Steve Fuller, który zauważył, że teoria nie może zatrzymać się na czystym opisie i praktyce odtwarzania, bowiem wiąże się z ryzykiem „legitymizacji *status quo*”, a więc przyczyniać się może do „promocji światopoglądu karmicznego”⁵⁰³. Andrzej W. Nowak argumentuje jednak, że tak ważny dla ANT Brunon Latour odpierał te zarzuty samą swoją praktyką badawczą, w której ujmował nie tylko to, co zdolne okazało się być do utworzenia stabilnych wiązań, ale i „projekty nieudane”. W ujęciu tym bowiem „stabilna rzeczywistość, która nas otacza, skrywa tych aktorów, którzy byli zbyt słabi, nie potrafili stworzyć sieci, wiązań na tyle silnych, aby stworzyć rzeczywistość”⁵⁰⁴, co według Andrzeja W. Nowaka szczególnie wyraźnie widać w koncepcji „irredukcji”⁵⁰⁵. Latour podejmuje tu bowiem próbę pomyślenia rzeczywistości

⁵⁰⁰ S. Blom, A. Lasczik, A. Cutter-Mackenzie-Knowles, *Diffractional ethnography: a divergent methodology in educational research*, „The Australian Educational Researcher”, nr 52, 2025, s. 2764.

⁵⁰¹ J. Zimpel, *Przemysłość empatii w kontekście kryzysu miejskiej współobecności*, „Przegląd Kulturoznawczy”, nr 4 (46), 2020, s. 464.

⁵⁰² K. Barad, *Spotkanie z wszechświatem...*, dz. cyt., s. 126.

⁵⁰³ A. W. Nowak, *Wyobrażenia ontologiczne...*, dz. cyt., s. 226.

⁵⁰⁴ Tamże.

⁵⁰⁵ B. Latour, *Aramis, or the Love of Technology*, Harvard University Press, Cambridge, MA 1996 [za:] A. W. Nowak, *Wyobrażenia ontologiczne...*, dz. cyt., s. 226.

przed jej procesami splatania i stabilizacji. Ćwiczenie to pozwolić miało na „śmielsze śledzenie powiązań” oraz rozumienie rzeczywistości w kategoriach jej tymczasowości i otwartej potencjalności⁵⁰⁶.

Tymczasem w propozycji Barad relacje nie tylko poprzedzają aktorów analitycznie, lecz są wobec nich ontologicznie pierwotne. O ile Latour analizował procesy powstawania i stabilizacji sieci aktorów⁵⁰⁷, o tyle u Barad sam świat jest splątaniem relacji, z którego wyłaniają się kolejne fenomeny i w którego dynamicznych (re)konfiguracjach intra-akcyjnie wytwarzają się materio-znaczenia, wykluczenia oraz możliwości zmiany. Dyfrakcje „dostrajają się do różnic, które powstają na skutek naszych praktyk tworzenia wiedzy, które wywierają określone skutki w świecie”⁵⁰⁸. Metodologia ta uznaje więc sprawczą naturę praktyk naukowych i rozumie wiążącą się z nią odpowiedzialność. Tym samym praktyka ta to „kwestia etyczno-ontopistemologiczna”, a „posiadanie wiedzy [*knowing*] jest bezpośrednim materialnym zaangażowaniem, przecięciem razem-osobno, gdzie cięcia dokonują aktów przemocy, ale także otwierają i zmieniają sprawcze warunki możliwości”⁵⁰⁹.

3.3.1 (N)etnografia dyfrakcyjna

Metodologia dyfrakcyjna, zaadaptowana na potrzeby niniejszej rozprawy, spotyka się tu z podejściem badawczym opartym na perspektywie netnograficznej i wykorzystującym charakterystyczne dla niej metody. Jako nieaddytywny sposób ujmowania złożoności świata, dyfrakcja wyklucza możliwość prostej kombinacji tych podejść i wskazuje na konieczność ich wzajemnego przeformułowania⁵¹⁰. Oznacza bowiem odejście od traktowania podejść metodologicznych i metodycznych jako modułów, które można

⁵⁰⁶ A. W. Nowak, *Wyobraźnia ontologiczna...*, dz. cyt., s. 226.

⁵⁰⁷ Karen Barad starała* się unikać stosowania pojęć takich jak „aktor”, „agent” czy nawet „aktant”, zauważając, że „terminy te działają na niekorzyść” proponowanej przez nią ontologii relacyjnej. Zob. *Wywiad z Karen Barad...*, dz. cyt., s. 45.

⁵⁰⁸ Tamże, s. 106.

⁵⁰⁹ Tamże, s. 44.

⁵¹⁰ Podobne próby zastosowania perspektywy sprawczego realizmu oraz metodologii dyfrakcyjnej do analizy środowisk cyfrowych podejmowane są w nowszych pracach, m.in. przez Ellen Wynne, analizującą TikToka w ramach postjakościowego badania o charakterze autoetnograficznym, oraz Gwénaëlle André, rozwijającą ujęcie technologii jako współuczestników procesów stawania się podmiotów w obrębie relacyjnych ontologii. W odróżnieniu od tych ujęć, niniejsze opracowanie koncentruje się na analizie szerszych konfiguracji technologicznych, organizacyjnych i użytkowniczych konstytuujących funkcjonowanie platformy. E. Wynne, *What Can a Social Media App Do? Philosophosphpiritual Diffractions on TikTok*, rozprawa doktorska, University of Georgia, 2023; G. André, *Youth, Technologies and Becomings. Rethinking Digital Literacies Through Relational Ontologies*, Routledge, London–New York 2022.

zestawiać obok siebie, i pozwala na przejście do myślenia o ich relacyjnym, intra-aktywnym splątaniu. Splątanie netnografii z dyfrakcją wytwarza więc intra-akcyjnie nowy wzór badawczy, który wymaga dalszego rozwinięcia.

Jak spostrzegają redaktorzy numeru tematycznego czasopisma *Digital Culture & Society* dotyczącego nowomiedialnych podejść materialistycznych, motywacją tego typu podejść jest:

[...] chęć odejścia od traktowania mediów jako produktów (jako tego, co użytkownicy/konsumenci mają postrzegać) oraz przekroczenia problematyki reprezentacji. Zamiast skupiać się na tym, co dzieje się na ekranie - a więc na reprezentacyjnej, dostępnej stronie mediów cyfrowych - uwaga przesuwa się na to, co dzieje się „za ekranem” oraz na dynamiki poprzedzające i następujące po społecznej funkcji reprezentacyjnej mediów. Taka perspektywa pozwala rzucić światło na współdziałanie nie-ludzkich i ludzkich aktorów zaangażowanych w procesy produkcji i konsumpcji mediów. Podejścia te tworzą interdyscyplinarne pole badań z wkładami m.in. ze studiów nad nauką i technologią (STS), studiów genderowych, medioznawstwa i filozofii⁵¹¹.

Tym, co w kontekście badanego tu fenomenu jest dla mnie szczególnie istotne, jest splątanie wskazanych powyżej elementów, obejmujące intra-aktywnie treści i praktyki medialne. Istotne jest przy tym, że samo ich różnicowanie stanowi już gest sprawczy, który może prowadzić do analitycznego separowania elementów pozostających w splątaniu⁵¹², a tym samym utrudniać odpowiedzialne rozumienie podejmowanych problemów.

Dariusz Jemielniak zauważa, że założeniem klasycznie rozumianej etnografii jest stworzenie wiarygodnej, autentycznej opowieści „z pełnym naukowym rygorem”⁵¹³. W takim ujęciu celem badań jest przedstawienie subiektywnej interpretacji, świadomej usytuowania badacza i jego roli w konstruowaniu rzeczywistości. Perspektywa dyfrakcyjna umożliwi natomiast intra-akcyjne rozumienie splątań, co uznać należy za szczególnie przydatne w badaniach współczesnej sieci. Ponadto zamiast traktować praktykę badawczą jako subiektywną interpretację⁵¹⁴ - ujęcie to odchodzi bowiem od

⁵¹¹ R. Reichert, A. Richterich, *Introduction...*, dz. cyt., s. 7–8.

⁵¹² Chociażby oddzielając teksty, a także całe ich układy od praktyki społecznej, w której powstają.

⁵¹³ Przy czym Dariusz Jemielniak zauważa, że opowieść ta musi być wiarygodna przede wszystkim „także dla samego badacza czy badaczki”. Zob. D. Jemielniak, *Socjologia internetu*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2019, s. 73.

⁵¹⁴ Tamże.

interpretatywistycznych modeli analizy danych - proponuje rozumienie procesu badawczego jako współkonstytutywnego, w którym dane i teoria wyłaniają się we wzajemnym splątaniu⁵¹⁵. Samą (n)etnografię dyfrakcyjną rozumieć należałoby zaś jako odczytanie netnografii przez wglądy sprawczego realizmu, a zwłaszcza metodologię dyfrakcji⁵¹⁶.

Uwzględnienie propozycji Barad wymaga przekierowania uwagi z opisu ludzkich zachowań na „eksplorowanie zjawisk”⁵¹⁷ konstytuujących i konstytuowanych w relacyjnych konfiguracjach ludzi i nie-ludzi. (N)etnografia dyfrakcyjna pytałaby o naturę owych splątania⁵¹⁸. Dzięki przyjęciu tej perspektywy możliwe staje się czytanie „tekstów i doświadczeń przez siebie nawzajem, a tym samym *queerowanie* binarności teoria/praktyka⁵¹⁹”. (N)etnografia dyfrakcyjna musiałaby się wiązać również z odpowiedzialnością i dbałością badacza o splątania, jak postulowała* Barad. Umożliwiłaby też uwzględnienie kolejnego postulatu Barad, by przyrzędy „dostrajać do specyfiki badanych splątania”⁵²⁰.

Wykorzystywane przeze mnie metody, do których należą obserwacja uczestnicząca, autoetnografia, dziennik badawczy, analiza zawartości i *desk research*, muszą być więc rozumiane jako szczególny rodzaj splątania danych. Jessica Smartt Gullion w swojej propozycji etnografii dyfrakcyjnej zauważa, że „żadne z >>narzędzi<< badawczych [...] nie ma charakteru preskryptywnego [...]”⁵²¹. Istotnych spostrzeżeń w

⁵¹⁵ A. Y. Jackson, L. Mazzei, *Thinking with Theory in Qualitative Research: Viewing Data across Multiple Perspectives*, Routledge, London–New York 2011, s. 11. [Za:] S. Blom, A. Lasczik, A. Cutter-Mackenzie-Knowles, *Diffractional Ethnography: a divergent methodology ...*, dz. cyt., s. 2759.

⁵¹⁶ Podobny metadyfrakcyjny zabieg uczyniła* również sama Barad. Zob. K. Barad *Diffractional Ethnography...*, dz. cyt.

⁵¹⁷ Zob. J. S. Gullion, *Diffractional Ethnography: Social Sciences and the Ontological Turn*, Routledge, 2018 [Za:] S. Blom, A. Lasczik, A. Cutter-Mackenzie-Knowles, *Diffractional ethnography: a divergent methodology ...*, dz. cyt., s. 2756.

⁵¹⁸ J. S. Gullion, *Diffractional Ethnography...*, dz. cyt., s. 121.

⁵¹⁹ K. Murris, V. Bozalek, *Diffractional readings...*, dz. cyt., s. 10.

⁵²⁰ K. Barad, *Spotkanie z wszechświatem...*, dz. cyt., s. 109.

⁵²¹ Autorka, koncepcje dyfrakcyjnej etnografii wypracowuje w oparciu o ujęcia zaproponowane przez: Jane Bennett, Karen Barad, Donnę Haraway, Brunona Latoura oraz Gillesa Deleuze’a i Félixę Guattariego. J. S. Gullion, *Diffractional Ethnography...*, dz. cyt., s. 28 [Za:] S. Blom, A. Lasczik, A. Cutter-Mackenzie-Knowles, *Diffractional ethnography: a divergent methodology...*, dz. cyt., s. 2757. Gullion poddaje ponadto krytyce dominujące w naukach społecznych epistemologie oparte na pomiarze, obiektywności i relacjach przyczynowo-skutkowych, wskazując, że przenoszone na grunt badań jakościowych reprodukcją one logikę kwantyfikacyjną i redukują złożoność badanych zjawisk. W tym ujęciu problematyczne stają się również procedury walidacyjne, które zakładają możliwość zewnętrznej weryfikacji danych, ignorując ich relacyjny i współwytwarzany charakter. J. S. Gullion, *Diffractional Ethnography...*, dz. cyt., s. 24–25 i 72. Blom i współpracownicy z kolei, rozwijając etnografię dyfrakcyjną w oparciu o realizm sprawczy Karen

tym zakresie dostarczają Simone Blom i współpracownicy, którzy jako badacze z obszaru nauk edukacyjnych podjęli refleksję nad możliwością zastosowania etnografii dyfrakcyjnej w swoich badaniach. Rozważali oni między innymi, jak w tym kontekście powinna być rozumiana metoda obserwacji uczestniczącej⁵²². Idąc tropem tych spostrzeżeń i odczytując je przez specyfikę badań (n)etnograficznych można powiedzieć, że w (n)etnografii dyfrakcyjnej dokonuje się przesunięcie akcentu z obserwacji użytkowników na doświadczanie intra-akcyjnych splątań i procesów zachodzących w środowiskach (około)cyfrowych. Badacz staje się wówczas częścią badanego zjawiska – przepływów treści, interfejsów, algorytmów, praktyk użytkowników, publicystów, innych badaczy itd. – i sam ulega zmianie w trakcie tego uczestnictwa. Jego zadaniem jest dostrzeżenie relacyjności składających się na dany fenomen elementów – zarówno ludzkich (użytkowników, społeczności), jak i nie-ludzkich (kodów, platform, urządzeń) bytów. Nie wolno przy tym zapominać, że sam ten podział, na co zwraca uwagę Karen Barad, wymaga ostrożności i zwracania uwagi na złożone praktyki, w obrębie których granice te są wytwarzane⁵²³.

Barad, wskazując, że metody i wyniki badań mają charakter celowo niereplikowalny (*deliberately unreproducible*), co wynika z ich splątania z konkretną konfiguracją relacji materialno-dyskursywnych, w których wyłaniają się dane. Niereplikowalność nie stanowi tu ograniczenia metodologicznego, lecz konsekwencję relacyjnego i współwytwarzanego charakteru procesu badawczego. S. Blom, A. Lasczik, A. Cutter-Mackenzie-Knowles, *Diffractional ethnography...*, dz. cyt., s. 2763.

⁵²² Tamże, s. 2758. Metody obserwacyjne zostają ponadto przywołane w kontekście sprawczego realizmu przez samą jego autorkę*. W wywiadzie udzielonym Rickowi Dolphijnowi i Iris van der Tuin Barad, za Doną Haraway, przywołuje przykład amerykańskiej bioantropolożki Barbary Smuts, która – zgodnie z zaleceniami dominującymi w badaniach naczelnych – próbowała prowadzić „zdystansowaną” obserwację pawianów. Jej zachowanie zostało jednak przez zwierzęta rozpoznane jako anormalne, zakłócające ich codzienne praktyki. Dopiero zaangażowanie i wypracowanie relacyjnej wrażliwości – stanie się „dobrą pawianią obywatelką” – umożliwiło prowadzenie badań. Dla antropologii i kulturoznawstwa (w tym również badań etnograficznych) sytuacja ta nie stanowi niczego wyjątkowego, ponieważ podobne napięcia wielokrotnie opisywano w ramach obserwacji uczestniczącej. Kluczowe znaczenie ma jednak nie sam przykład, lecz to, czemu ma on służyć. Barad wykorzystuje go bowiem do przeformułowania pojęcia obiektywności, której nie można utożsamiać z dystansem. Jak podkreśla, nie istnieje żadne „zewnątrze”, z którego możliwe byłoby prowadzenie badań świata, do którego sami należymy. W tym sensie zasadnicze jest tu przesunięcie względem klasycznie rozumianej obserwacji uczestniczącej: nie chodzi o stopniowe „wchodzenie” badacza w badane środowisko ani o równoważenie zaangażowania i dystansu, lecz o uznanie, że badacz od początku funkcjonuje wewnątrz splątanych relacji, wyłaniając się wraz z badanym światem w procesie intra-akcyjnego różnicowania (m.in. poprzez sprawcze cięcia), w którym stawką nie są różnice jako takie, lecz to, gdzie i z jakimi konsekwencjami różnicowanie działa. Jednocześnie Barad wyraźnie dystansuje się od rozumienia tego stanowiska jako formy autorefleksyjności. Nie chodzi o „uwzględnianie własnej obecności” ani o jej dodatkowe problematyzowanie, lecz o uznanie, że badacz nigdy nie był zewnętrznym wobec badanego układu, a jego sprawczość jest od początku splątana z innymi praktykami materialno-dyskursywnymi. *Wywiad z Karen Barad...*, dz. cyt., s. 47–48.

⁵²³ K. Barad, *Spotkanie z wszechświatem...*, dz. cyt., s. 53 i 196. Zob. też: K. Barad, D. Gandorfer, *Political Desirings: Yearnings for Mattering (.) Differently*, „Theory, Culture & Society”, nr 38(6), 2021, s. 14–44.

Dane nie są więc w tym ujęciu bierne, lecz raczej aktywnie współtworzą fenomen. Kwestię tę zaznacza pojęcie „intra-akcji” wskazujące, że nie mamy tu do czynienia z oddzielnymi bytami (badacz-dane-metoda), które *wchodzą w interakcje*, lecz z dynamicznymi relacjami, w których te byty dopiero się konstytuują. Dlatego zbieranie danych i analiza nie są kolejnymi krokami w procesie badawczym, ale wzajemnie się kształtują i splatają. W tym sensie „rozróżnienie między zbieraniem danych a ich analizą przestaje mieć sens”⁵²⁴. To, z czym mamy tu do czynienia, to raczej „dyfrakcyjne splątania danych”⁵²⁵. Jak zauważają Blom i współpracownicy: „W etnografii dyfrakcyjnej materialność danych eksplorowana jest za pomocą dyfrakcji; zasady tej metody materializują dane, które >>zabierają głos<< w odpowiedzi na cele lub pytania, jakie stawia badanie”⁵²⁶.

Sam TikTok nie jest więc dla mnie jedynie „przedmiotem” analizy, ale uczestniczącym „elementem” odczytu, czyli intra-aktywnym komponentem mapowania⁵²⁷, który wpływa na to, jak teoria pracuje, jak się zakrzywia, jak (współ)generuje cięcia. Podważa przy tym „kulturowo ugruntowane zaufanie do języka i jego mocy mediowania między poznającym podmiotem a tym, co uznaje on za rzeczywiste”⁵²⁸. Takie podejście pozwala uniknąć ścisłych i z góry określonych podziałów między teorią a praktyką, podmiotem a przedmiotem, obserwatorem a zjawiskiem. Podążam tu zatem za propozycjami antyrepresentacjonistycznymi, uwzględniającymi złożoność i niemożność uniknięcia wpływu konfiguracji dyskursywno-materialnych w praktykach badawczych.

Wyjaśnienia domaga się tu również kwestia tego, jak korzystać z teorii posthumanistycznych w projekcie koncentrującym się na perspektywie ludzkiego użytkownika. Nie chodzi tu jednak o wykazanie sprzeczności, a o rozpoznanie ograniczeń wynikających z konkretnej konfiguracji, do których należy m.in. topologicznie rozumiane usytuowanie badacza jako użytkownika⁵²⁹. Badacze dokonujący takich odczytań metodologicznych zauważają, że „zdecentrowanie człowieka w metodologiach

⁵²⁴ S. Blom, A. Lasczik, A. Cutter-Mackenzie-Knowles, *Diffractional ethnography...*, dz. cyt., s. 2757.

⁵²⁵ Tamże.

⁵²⁶ Tamże, s. 2759.

⁵²⁷ Co m.in. postulowała ważna dla myśli sprawczorealistycznej Donna Haraway, formułując wezwanie do pogodzenia się ze sprawczością badanych obiektów. Jest to też jedno z głównych założeń antyrepresentacjonistycznej praktyki badawczej. Zob. D. Haraway, *Simians, Cyborgs, and Women. The Reinvention of Nature*, „Routledge”, New York, 1991.

⁵²⁸ M. Sugiera, *Performatywność jako postawa...*, dz. cyt., s. 21.

⁵²⁹ S. Blom, A. Lasczik, A. Cutter-Mackenzie-Knowles, *Diffractional ethnography...*, dz. cyt., s. 6.

jakościowych jest trudnym zadaniem, zwłaszcza że to właśnie ludzie są ich autorami i wykonawcami”⁵³⁰.

Perspektywa posthumanistyczna nie skupia się jednak bynajmniej wyłącznie na tym, co nie-ludzkie. Nie jest też perspektywą antyhumanistyczną, co wielokrotnie podkreśla Barad w swojej pracy ⁵³¹. Posthumanizm z charakterystycznym dlań szacunkiem i pokorą, wobec tego, co różnicowane jako „inne”, rozumie wielość splątanych elementów i wynikającą stąd różnorodność usytuowań. Jak pisze Barad: „sprawcze intra-akcje to poszczególne przyczynowo-materialne działania; >>ludzie<< mogą, ale nie muszą, w nich uczestniczyć. Pytanie brzmi: z czym wiąże się to >>uczestnictwo<<? ⁵³²”. Perspektywa posthumanistyczna ujmuje więc świat jako złożoność wykraczającą daleko poza ludzką perspektywę, a zarazem traktuje ludzkie uwikłanie jako wyłaniające się ze świata i wymagające odpowiedzialności wobec splątań.

Z pewnością ważną kwestią pozostaje w tym kontekście – często poruszana w obrębie badań nad mediami – problematyka algorytmu⁵³³. Niewątpliwie pozostają one elementem współkształtującym świat i w tym świecie zyskują swoje intra-akcyjne określenia. Możliwe są tu przynajmniej dwie istotne konfiguracje badawcze. Przypominając słowa Karen Barad: „[...] cięcie sprawcze w obrębie fenomenu dokonuje rozstrzygnięcia istotowej ontologicznej (i semantycznej) nieokreśloności [...] relata-w-obrębie-fenomenów wyłaniają się na skutek konkretnych intra-akcji⁵³⁴”. W niniejszych rozważaniach cięcie to będzie ustanawiane dynamicznie, z pełną świadomością kształtowanych w toku badania możliwości będących efektem konkretnej konfiguracji materialno-dyskursywnej. Jak zauważa Barad, dyfrakcyjna lektura

Nie przyjmuje za pewnik ograniczeń żadnego przedmiotu lub podmiotu tych badań, śledzi

⁵³⁰ Co istotne, Barad podkreśla, że w rozumieniu wiedzy usytuowanej sformułowanej przez Donę Haraway nie chodzi o usytuowanie zastygłe i raz na zawsze określone. Usytuowanie ujmowane jest w kategoriach jego dynamiczności i zmiennych, dookreślanych w splątanych możliwościach zmiany. Kwestia ta nie może więc być kojarzona wyłącznie z określoną perspektywą, z patrzeniem z określonego miejsca ani tym bardziej postrzegać czynności obserwacji jako postawy biernej, niezaangażowanej w świat. K. Barad, *Spotkanie z wszechświatem...*, dz. cyt., s. 512; D. Haraway, *Wiedze usytuowane. Kwestia nauki w feminizmie i przywilej ograniczonej/częściowej perspektywy*, A. Czarnecka (tłum.), „Think Thank Feministyczny”, 1988.

⁵³¹ Zob. np. K. Barad, *Spotkanie z wszechświatem...*, dz. cyt., s. 237.

⁵³² Tamże.

⁵³³ Na gruncie polskim interesujący jest zwłaszcza zbiór tekstów powstałych na potrzeby tematycznego numeru czasopisma „Kultura Współczesna” pt. „Algorytmiczna kultura”. Zob. *Algorytmiczna kultura*, Tomasz Bielak, Grzegorz Ptaszek (red. tem.), „Kultura Współczesna” 1(104), 2019.

⁵³⁴ K. Barad, *Spotkanie z wszechświatem...*, dz. cyt., s. 195.

raczej materialno-dyskursywne praktyki wyznaczania granic, które wytwarzają „przedmioty” i „podmioty” oraz pozostałe różnice w toku – i w kategoriach – zmiennych relacyjności⁵³⁵.

Wobec wyartykułowanych powyżej założeń niniejszej dysertacji, w konfiguracji zakładającej pytanie o to, „czym jest algorytm”, zdecydowanie bardziej niż techniczne określenia i próby uchwycenia jego określonej statycznie „istoty” (określonego kodu wdrożonego przez wydawcę) interesować mnie będzie pytanie o to, czym jest algorytm jako relacyjny fenomen platformowy w znaczeniu tego, jak jest wytwarzany i dookreślany w różnicujących go aparatach produkcji, a więc, jak dynamicznie wyłania się jako część konkretnego fenomenu. Nie chodzi tu o relacyjne ujmowanie odrębnych elementów, lecz o rozumienie ich jako splecionej konfiguracji intra-akcyjnej, w której poszczególne komponenty wyłaniają się dopiero w procesie współkonstytucji. W takim ujęciu kluczowe staje się uwzględnienie wzajemnego warunkowania wymienionych wyżej konfiguracji.

Jak zauważa Barad, „podejście sprawczo-realistyczne nie przyznaje podmiotom ludzkim statusu ani zewnętrznych obserwatorów przyrządów, ani niezależnych podmiotów ingerujących”⁵³⁶. Etnografia dyfrakcyjna natomiast „bada, w jaki sposób ludzkie ciała są splecione z materialno-dyskursywnymi siłami w ciągłym *stawaniu-się-wraz-z*”⁵³⁷. Daleki jestem więc od postrzegania algorytmu jedynie jako „kodu komputerowego opartego na zimnej logice”⁵³⁸, a praktyk użytkowników, w których np. algorytm ten podlega personalizacji, jako kwestii drugorzędnych i wtórnych wobec założeń esencji/kodu algorytmu. Praktyki te postrzegam jako materioznaczące i współkonstituujące algorytm jako pracujący / dynamiczny fenomen.

Reorientuję więc pytanie o to, jak „rzeczywiście” działają algorytmy. Wiedza, która powstaje w usytuowaniu nie ma bowiem za zadanie odkrywania jakiejś rzekomo niezależnej rzeczywistości, która czeka na odkrycie lub jest ukrywana⁵³⁹. W zamian,

⁵³⁵ Tamże, s. 132.

⁵³⁶ Tamże, s. 237.

⁵³⁷ S. Blom, A. Lasczik, A. Cutter-Mackenzie-Knowles, *Diffractional ethnography: a divergent methodology...*, dz. cyt., s. 6.

⁵³⁸ W ten sposób kwestię tę problematyzuje Chris Staller-Walker. Zob. C. Staller-Walker, *TikTok Boom...*, dz. cyt., s. 91–94.

⁵³⁹ Jak bowiem omawiając figurę wiedzy usytuowanej pisała Donna Haraway: „Nie szukamy wiedzy pod władzą fallogocentryzmu (tęsknoty za obecnością jednego prawdziwego Słowa) i odcieleśnionego spojrzenia, ale takiej, którą rządzi częściowa perspektywa i ograniczony głos. Nie szukamy stronniczości dla niej

organizują problem wokół praktyk materialno-dyskursywnych, sposobów wytwarzania rzeczywistości, w której udział biorą złożone praktyki, w tym praktyki intra-akcyjnego wytwarzania tego, co w danych układach stabilizuje się jako algorytmy. Interesuje mnie więc wgląd w to, jak dane konfiguracje materialno-dyskursywne określają algorytmy, jak rozstrzygają, czym są w relacji i jakie materioznaczenie współwytwarzają.

Platforma TikTok nie daje się uchwycić ani jako przestrzeń czysto indywidualistyczna, ani jako kolektywna w klasycznym sensie relacyjności społecznej. Jest raczej fenomenem – układem relacyjnym wyłaniającym się w splątaniu praktyk oraz bytów ludzkich i nie-ludzkich, które nie są redukowalne do jednego poziomu analizy. Dlatego należy uwzględnić cięcia dokonywane wobec tego fenomenu, współkształtujące rzeczywistość oraz zakres możliwych odpowiedzi na współczesne wyzwania.

Jest to konsekwencją przyjętego tu sposobu rozumienia świata. Jeżeli przyjmiemy bowiem, że nie ma w nim żadnego „zewnątrza”, a więc, że opis „dokonuje się zawsze od wewnątrz”, dojszć trzeba do konkluzji, że nie ma możliwości opisanie całego układu⁵⁴⁰, a jedynie poprzez poszczególne powiązania i dokonywane w konkretnych intra-akcjach cięcia, wyłaniające się fenomeny. Świat bowiem daje się poznać tylko w części, i to zawsze poprzez określone konfiguracje praktyk materialno-dyskursywnych⁵⁴¹.

Na koniec niniejszego podrozdziału wyjaśnić muszę, iż celowo biorę tu przedrostek „n-” określający etnografię wirtualną w nawias. Zabieg ten sygnalizować i uwzględniać ma fakt, że granice pomiędzy tym, co online a tym, co offline należy obecnie uznać za trudne do jednoznacznego określenia⁵⁴². Praktyki ich separowania niejednokrotnie służą bowiem wspieraniu podejść, które określić należy jako skrajne, a które obecne są zarówno w dyskursie naukowym, jak i splątany z nim dyskursie publicystycznym⁵⁴³. Stanowiska te ujmują zjawiska określane jako „online” w

samej, ale ze względu na połączenia i nieoczekiwane otwarcia, jakie umożliwia wiedza usytuowana. Jedy-
nym sposobem na szersze widzenie jest być w konkretnym miejscu”. D. Haraway, *Wiedze usytuowane. Kwestia nauki w feminizmie i przywilej ograniczonej/częściowej perspektywy*, Agata Czarnecka (tłum.), „Think Thank Feministyczny”, <http://www.ekologiasztuka.pl/pdf/f0062haraway1988.pdf> (17.08.2025), s. 22.

⁵⁴⁰ K. Barad, *Spotkanie z wszechświatem...*, dz. cyt., s. 467.

⁵⁴¹ Tamże.

⁵⁴² Problematykę tę podejmują m.in. podejścia określane jako postcyfrowe, które – mimo wewnętrznego zróżnicowania – podważają ujmowanie „cyfrowości” jako odrębnej domeny rzeczywistości. Zob. P. Jandrić, *Postdigital [w:] Encyclopedia of Postdigital Science and Education*, Petar Jandrić (red.), Springer, Cham 2023.

⁵⁴³ Barbara Szacka w artykule *Gender i płeć* spostrzegła, że publicystykę coraz częściej cechuje podchwytywanie pewnych wstępnych spostrzeżeń dokonywanych w artykułach naukowych i przedstawianie ich

kategoriach diagnozy wskazując na ich „patologizujący” wpływ, przy okazji paternalizując - zazwyczaj młodych - użytkowników. W perspektywie performatywności nauki należy uznać je za materioznaczące i potencjalnie szkodliwe. Odczytuję je właśnie jako efekt refleksji odseparowującej od siebie i dystansującej to, co online i offline⁵⁴⁴.

Rzeczywistość postrzegana jako splątanie fenomenów pozwala rozumieć to, co online, i to, co offline, jako kategorie będące wynikiem różnicowania, a więc jako efekt złożonych materialno-dyskursywnych praktyk. W dyfrakcji nie chodzi przy tym o to, gdzie takie różnice się pojawiają, ale o to, gdzie i w jaki sposób „skutkują”. Światy te, jakkolwiek intuicyjnie ujmowane jako odrębne lub przenikające się, proponuję rozumieć w ich dyfrakcji, doprowadzając tym samym do odwirtualizowania rzeczywistości tak bardzo domagającej się tego, a zarazem ponad potrzebę „poszatkowanej”. Takie założenie badawcze dookreśla właśnie zapis „(n)etnografia”.

3.3.2 *Performuj albo...* Podstawowe założenia ogólnej teorii performansu Jona McKenziego

Za punkt wyjścia dla wprowadzenia dyfrakcyjnego odczytania fenomenu, jakim jest TikTok, przyjmuję genealogiczne analizy performansu Jona McKenziego⁵⁴⁵. W przedstawiającej założenia jego ogólnej teorii performansu książce *Performuj albo...*, McKenzie ukazuje, jak ważna obecnie stała się kategoria performansu, która jest wszechobecna i - jak twierdzi McKenzie - „dla XX oraz XXI wieku znaczy tyle samo, co dla XVIII i XIX wieku znaczyła dyscyplina”⁵⁴⁶.

Na najbardziej ogólnym poziomie McKenzie postrzega performans jako onto-historyczną formację władzy / wiedzy⁵⁴⁷. Zauważa przy tym, na jak bardzo „rozległym obszarze rozciągają się kontrowersyjne paradygmaty badań performansu”⁵⁴⁸. Za

opinii publicznej jako niezbywalne prawdy. Zob. B. Szacka, *Gender i płeć*, [w:] *Gender w społeczeństwie Polskim*, K. Slany, J. Struzik, K. Wojnicka (red.), Zakład Wydawniczy „Nomos”, Kraków 2011, s. 24. Należy jednak zauważyć, że szeroka popularność pewnych silnie brzmiących tez oddziaływać może również na dyskurs naukowy (i być też może jego efektem). W ten sposób dane stanowisko umacniane być może przez wzajemne konstytucje tychże dyskursów.

⁵⁴⁴ Uważam, że również określenie hybrydyczności (podobnie jak splotu) nie jest tu najfortunniejsze, zakłada bowiem pierwotne odseparowanie tego, co *online* od tego, co *offline*.

⁵⁴⁵ Poniższa rekonstrukcja ma charakter selektywny i podporządkowana jest problemowi badawczemu niniejszej pracy; pomijam zatem te wątki propozycji McKenziego, które nie są bezpośrednio istotne dla dalszej analizy.

⁵⁴⁶ J. McKenzie, *Performuj albo...*, dz. cyt., s. 23.

⁵⁴⁷ Tamże.

⁵⁴⁸ Tamże, s. 249.

wieńczące uznaje trzy główne, określane kolejno jako paradygmat techniczny, kulturowy i organizacyjny⁵⁴⁹. Jak zauważa, „każdym z paradygmatów kieruje jego własna machina wykładowcza, jego własny zbiór założeń oraz infrastruktura, poprzez którą działa on nieustannie i powszechnie, archiwizując i klejąc ze sobą poszczególne zbiory dyskursów i praktyk”⁵⁵⁰. Wspólną im wszystkim cechą jest natomiast to, że w obrębie każdego z nich performans oznacza nade wszystko ruchomy cel, którego dookreślenia dokonuje się przez nieustanny pomiar i ocenę wyznaczaną przez trzy typy wyzwań: wydajności (performans organizacyjny), skuteczności (kulturowy) i sprawności (techniczny)⁵⁵¹.

Na poziomie najbardziej konkretnym poszczególne paradygmaty, których struktura – jak pisze cytowany autor – „rezonuje ze strukturą samego pokładu”⁵⁵², zbudowane są z bloków „dyskursywnych performatywów i cielesnych performansów; audiowizualnych form wiedzy, spajanych siłami normatywnymi i dzielonych siłami mutacji”⁵⁵³. Bloki te stanowią więc dlań konkretne formy wiedzy. Są to odpowiednio: jej „twierdzenia” (dyskursywne performatywy) i „praktyki” (cielesne performanse)⁵⁵⁴.

Jak wskazuje Dominika Łarionow, McKenzie uważa, że „zew pokładu performatywnego” jest polifoniczny w tym sensie, że choć nie istnieje jedna spójna logika performansu, jego gatunki przenikają się nawzajem⁵⁵⁵. Jak ujmuje to sam McKenzie:

W rzeczy samej: obsadzenie różnorodnych uczestników czy aktorów społecznych w każdym performansie technicznym, dramatyczne konflikty, powstające pomiędzy różnymi porządkami oceny, konieczność rozegrania i rozwiązania tych konfliktów - wszystko to zwiastuje rytualne i satysfalne powiązanie skuteczności, wydajności i sprawności⁵⁵⁶.

⁵⁴⁹ Tamże, s. 25.

⁵⁵⁰ Tamże, s. 249.

⁵⁵¹ Jak zauważa McKenzie, „Zdarzenia te – performanse – są przy tym względnie odrębne, to znaczy na ogół bierze się je za niepołączone ze sobą”. Tamże, s. 196. Jak spostrzega zaś Marcin Sanakiewicz, chociaż teoria McKenziego jest „wypadkową typowo modernistycznych kategorii, tj. wydajność, sprawność i skuteczność, to jednak stanowi ona nieskrępowany dyscyplinarnie namysł nad współczesnością”. Zob. M. Sanakiewicz, *Telewizja i performans...*, dz. cyt., s. 20.

⁵⁵² Tamże, s. 25.

⁵⁵³ Tamże.

⁵⁵⁴ Tamże.

⁵⁵⁵ D. Łarionow, *Wędrujące pojęcia. Liminalność, czyli pomiędzy antropologią kultury, performatyką a sztuką*, „Zeszyty Wiejskie. Rural Periodicals”, nr specjalny, 2024, s. 159.

⁵⁵⁶ J. McKenzie, *Performuj albo...*, dz. cyt., s. 166.

Dokonywane jest to jednak w obrębie spajania słów i działań w obszarze nieustannych „kontrowersji i walk”⁵⁵⁷. „Wezwanie” pokładu performatywnego rozpatrywane jest więc w obszarach ciągłych napięć, co McKenzie ujmuje w swojej książce w literacko rozbudowanym stylu. „Wezwanie” pokładu performatywnego jest dla niego skomponowane

z wielości wyzwań, rywalizacji i układów sił, wytwarzających różne performanse, różne machinacje performatywów i performansów, słów i ciał wyzywających, naśladowujących, zwodzących się nawzajem. Wyzywający wyzywa wyzywającego - *challenger challenger*. Wyzwania skuteczności, wydajności i sprawności należą do wezwań najtrwalej rozbrzmiewających w pokładzie performatywnym⁵⁵⁸.

W takiej właśnie, pełnej napięć praktyce powstaje owo uniwersum „globalnego performansu”, w którym cały świat w jego złożoności odpowiada na wielowymiarowe tytułowe wezwanie, zawieszony niczym miecz Damoklesa i zwiastujące to, co najgorsze: *Performuj albo...* W ten sposób przez praktykę nieredukcjonistyczną McKenzie buduje meta-model performansu⁵⁵⁹.

Jak zauważa Rafał Maciąg, konstrukcja książki Jona McKenziego jest „umyślna i kompletna”; praca ta podejmuje performans jako „uniwersalną figurę kultury”⁵⁶⁰. McKenzie nie formułuje jednak jednej definicji performansu. W najogólniejszym ujęciu stwierdza jedynie, że performans stanowi właśnie ów pokład władzy i wiedzy, a jego

⁵⁵⁷ Tamże, s. 219.

⁵⁵⁸ Tamże.

⁵⁵⁹ Co ciekawe, jeszcze zanim McKenzie sformułował ogólną teorię performansu w książce *Performuj albo...*, podobną próbę ujęcia wieloznaczności czy też, jak pisze Carlson, próbę „poszukiwań wspólnego pola semantycznego, które objęłoby tak rozmaite użycia słowa, jak gra aktorska szkolne wyniki ucznia czy osiągnięcia samochodu” podjął Richard Bauman, który koncyptował, że: „[...] każdy performans zakłada świadomość podwójności, z jaką faktycznie spełnioną czynność porównuje się w myślach z pewną potencją, ideałem czy z zapamiętanym pierwotnym wzorem tej czynności. To porównanie zwykle przeprowadza obserwator – publiczność teatralna, nauczyciel w szkole, naukowiec – ale kluczowe znaczenie ma tutaj podwójna świadomość, a nie zewnętrzna obserwacja. Sportowiec, na przykład, może być świadom własnego performansu, zestawiając swoje działania z myślowym wzorcem. Performans jest zawsze performansem dla kogoś, dla jakiejś publiczności, która go postrzega i ocenia jako performans – chociażby nawet, jak to się od czasu do czasu zdarza, publicznością była czyjaś własna osoba”. [Za:] M. Carlson, *Performans*, Edyta Kubikowska (tłum.), Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007, s. 29.

⁵⁶⁰ Jak w recenzji książki McKenziego zauważa Rafał Maciąg, książka przyjmuje kształt performansu, bowiem nic nie może przed nim uciec. „Eksperyment nie kończy się szczęśliwie, bo zanikiem, zamilknięciem; groźba „performuj lub...” nie zwiastuje także, jako manifestacja władzy, nic przyjemnego. Dopowiedzenie tego rozpoczętego w tytule zdania rysuje się wyraźnie: to >>...nie istnieje<<, ale performowanie samo także luksusu istnienia na zawsze nie daje”. R. Maciąg, *Performuj albo... w poszukiwaniu pełni*, „Didaskalia”, Kraków 2012, s. 198–200.

powstanie daje się prześledzić „badając przynajmniej trzy wieńczące go paradygmaty badawcze”⁵⁶¹. W szczegółowych ujęciach rozwarstwia więc definicję na pola badań kultury, organizacji i techniki. Ten pierwszy definiuje przez mechanizmy skuteczności w obrębie – z jednej strony – transgresji i oporu działań liminalnych, (które to ujęcia zdominowały w przekonaniu McKenziego dyskurs kulturowych badań nad performansem⁵⁶²), zaś z drugiej – performansów podtrzymujących normy⁵⁶³. Performans kulturowy staje się tu więc pewną „operacją na normach społecznych [...], zespół działań zdolnych podtrzymywać społeczne uzgodnienia albo też, alternatywnie, zmieniać ludzi i społeczeństwa”⁵⁶⁴.

Performans organizacyjny definiuje McKenzie w odniesieniu do jego wydajności/produktywności. W ujęciu performatywnym odchodzi więc od ugruntowanych wówczas organizacji opartych o twierdzenia naukowe Friedricha Winstona Taylora. Zamiast tego ważne stają się serie „pętli sprzężeń zwrotnych”, w których istotne jest m.in. pytanie dotyczące nie tylko tego, jak wydajnie pracownik przyczynia się do performansu organizacji, ale i jak organizacja przyczynia się do performansu pracownika⁵⁶⁵. W ten sposób dostosowuje się „performans całego systemu do jego części składowych i do jego otoczenia”⁵⁶⁶. W przeciwieństwie do podejścia wyznaczanego przez Taylora zarządzanie performatywne czerpie więc z modelu „opartego na stosunkach międzyludzkich i ceni intuicję na równi z intelektem, czynniki twórcze zaś - na równi z naukowymi”⁵⁶⁷.

Performanse sprawności technologicznej cytowany autor definiuje z kolei jako „sprawność w realizacji danego zadania”⁵⁶⁸. W kontekście technologicznym McKenzie

⁵⁶¹ J. McKenzie, *Performuj albo...*, dz. cyt., s. 25.

⁵⁶² Tamże, s. 40. Wśród przełamujących tę kwestię teoretyków „normatywnej władzy performansu”, McKenzie wymienia zwłaszcza Jeana-François Lyotarda, Judith Butler i Herberta Marcusego. Zob. tamże, s. 19–20.

⁵⁶³ Jak zauważa McKenzie: „Liminalność, dezintegracja, zróżnicowanie, fragmentacja: skoro mogą one kryć w sobie siły oporu i mutacji, mogą też nieść siły reakcji i normalizacji. Dlatego właśnie ich studiowanie wiąże się z takim ryzykiem, najbardziej bowiem wnikliwe eksperymenty zachodzą właśnie w miejscu, gdzie normy stają się mutacją – i jest to także punkt, w którym mutacje stają się normatywne. J. McKenzie, *Performuj albo...*, dz. cyt., s. 325.

⁵⁶⁴ Tamże, s. 39.

⁵⁶⁵ Tamże, s. 89.

⁵⁶⁶ Tamże.

⁵⁶⁷ Tamże, s. 84.

⁵⁶⁸ Tamże, s. 123–124.

postrzega świat jako pole testu⁵⁶⁹. Jest to poddana performatyzacji codzienność⁵⁷⁰. W jej obrębie dokonuje się nieustanny pomiar⁵⁷¹ dotyczący wielości aktorów, wykraczając dalece poza możliwości inżynierów, naukowców, projektantów i testerów⁵⁷². Zarówno performans technologiczny, jak i organizacyjny mają w ujęciu McKenziego charakter „wagi państwowej”⁵⁷³.

W ujęciu tym funkcjonowanie podmiotów ludzkich we współczesnym świecie mediów społecznościowych rozpatrywane może być przez pryzmat coraz częstszej regulacji ich działań przez wielość komunikatów wskazujących na potrzebę ciągłego pościgu za społeczną, kulturową i technologiczną adekwatnością. Z drugiej zaś strony performujące technologie odpowiadają na wyzwanie, które McKenzie sformułował następująco: „performuj alboś przestarzały, przeceniony, wycofany z użytku czy upchnięty na ubogich rynkach zewnętrznych”⁵⁷⁴. Wybrzmiewające z wielu stron wyzwania do performowania poszerzają ponadto sieć o coraz większą ilość działających w niej aktorów, pogłębiając jej złożoność i tworząc świat zglobalizowanego performansu.

Dwadzieścia lat po premierze książki McKenziego świat ów, by zachować specyfikę języka autora, „zmutował”. O ile meta-model performansu stanowił dla McKenziego punkt dojścia, o tyle w proponowanym tu splątaniu będzie on pełnić funkcję punktu wyjścia, przekształcanego przez sprawczo-realistyczne wglądy. Separacja performansów ma więc charakter tymczasowy i dokonuje się za pomocą Baradiańskiego „cięcia-razem-osobno”⁵⁷⁵. Namysł nad ową separacją pozostaje jednak poznawczo owocny. Jak zauważa McKenzie, choć różnice pomiędzy poszczególnymi

⁵⁶⁹ J. McKenzie, *Performuj albo...*, dz. cyt., s. 45.

⁵⁷⁰ Zob. M. Sanakiewicz, *Telewizja i performans...*, dz. cyt., s. 244.

⁵⁷¹ Współcześnie wskazać można na pogłębianie się procesu, w którym każdy aspekt codzienności podlega przeliczalności umożliwiającej ocenę i prognozę. Wyrazem tej sytuacji jest nowy „paradygmat technologiczny” określany jako *digital twins*. „Cyfrowe bliźniaki” postrzegane są jako „emblematiczne i paradygmatyczne dla technokratycznego sposobu postrzegania świata, opartego na przekonaniu, że wszystko można wyliczyć i kontrolować, co oznacza, że cyfrowe bliźniaki reaktywizują ideały cybernetyczne”. Jak zauważają autorzy artykułu *Make Everything Ac-count-able*, nie są jedynie kopiami czy odbiciami rzeczywistości, lecz „aktywnymi agentami performatywnymi w sieci sprzężeń zwrotnych pomiędzy ludźmi, maszynami, środowiskami i algorytmami”. C. Borbach, W. H. K. Chun, T. Thielmann, *Making Everything ac-count-able: The Digital Twinning Paradigm*, „New Media & Society”, nr 27(8), 2025, s. 4369–4384.

⁵⁷² J. McKenzie, *Performuj albo...*, dz. cyt., s. 145–146.

⁵⁷³ Tamże, s. 125. Co zauważa również Karen Barad, kiedy opisuje sposoby funkcjonowania komputerów kwantowych używanych do szyfrowania transmisji kryptograficznych. Zob. K. Barad, *Spotkanie z wszechświatem...*, dz. cyt., s. 528–529.

⁵⁷⁴ J. McKenzie, *Performuj albo...*, dz. cyt., s. 15.

⁵⁷⁵ *Wywiad z Karen Barad...*, dz. cyt., s. 44.

paradygmatami „nie są w granicznych przypadkach tak ostre”, pozostają produktywne teoretycznie ⁵⁷⁶ . Po tym długim, lecz niezbędnym wprowadzeniu teoretyczno-metodologicznym czas przejść do dyfrakcyjnego odczytania fenomenu TikToka.

⁵⁷⁶ J. McKenzie, *Performuj albo...*, dz. cyt., s. 125.

Rozdział IV

Intra-akcyjny fenomen TikToka

4.1 Aparat dyfrakcyjny

W świetle powyższych ustaleń punktem odniesienia dalszej analizy czynię intra-akcyjny fenomen aplikacji TikTok, wyłaniający się w relacyjnych splątaniach i funkcjonujący jako element szerszych splątań⁵⁷⁷. W toku dalszej analizy fenomen ten zostanie odczytany w trybie dyfrakcyjnym. W ramach tego odczytu kolejne pojęcia i kategorie uzyskają relacyjnie wyłaniające się dookreślenia. W tym sensie same pojęcia podlegają stopniowej redefinicji, a więc - w toku wywodu - są intra-akcyjnie performowane. W takim ujęciu TikTok nie stanowi stabilnego obiektu badawczego, lecz funkcjonuje jako fenomen współkonstituowany w obrębie złożonych aparatów produkcji.

Aby uchwycić tę złożoność, za porządkujący aparat analityczny posłuży mi przybliżona powyżej ogólna teoria performansu Jona McKenziego. Organizacja dalszego wywodu wyznaczana będzie więc przez zastosowanie analitycznych cięć porządkujących, w wyniku których wyłaniane są trzy grupy elementów. Należą do nich:

- (1) technologie: urządzenia techniczne (laptopy, smartfony, ich aparaty itp.), algorytmy, filtry itd.;
- (2) organizacje: korporacja ByteDance, profesjonalni dostawcy treści („stare” przemysły kultury, a zwłaszcza wytwórnie muzyczne⁵⁷⁸), reklamodawcy, media informacyjne, formacje narodowe i ponadnarodowe (w tym również obowiązujące w nich regulacje prawne), inni cyfrowi pośrednicy itd⁵⁷⁹.;
- (3) użytkownicy (różnicowani w potencjalnie nieskończony sposób).

⁵⁷⁷ Na przykład szerszych układów obejmujących opisane w poprzednim rozdziale aplikacje. Układy te stanowią konkretne konfiguracje dyskursywno-materialne.

⁵⁷⁸ B. Radovanović, *TikTok and Sound: Changing the ways of Creating, Promoting, Distributing and Listening to Music*, „INSAM Journal of Contemporary Music, Art and Technology”, No. 9, 2022, s. 51–73.

⁵⁷⁹ Ale także mniej oczywiste organizacje, jak chociażby sportowe. Zob. R. Petersen-Wagner, J. A. L. Ludvigsen, *Challenging (platformisation) invisibilities through humour: The Paralympics, TikTok and social change?*, „Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies”, nr 31(1), 2024, s. 225–241.

Idąc za Karen Barad, przyjmuję zarazem, że „ontologiczna baza” nie składa się z „oddzielnych rzeczy, ale jest raczej siecią relacji, w których i poprzez które wyłaniają się różnorodne obiekty”⁵⁸⁰.

4.1.1 Dyfrakcyjna lektura TikToka

Fenomen aplikacji TikTok wyłania się w splątaniu praktyk relacyjnych, których dyfrakcyjny odczyt stanowi punkt wyjścia niniejszego podrozdziału. Praktyki te w proponowanym ujęciu – rozumiem jako organizowane wokół trzech splątanych aparatów produkcji i ich wyzwań: kulturowej skuteczności, technologicznej sprawności i organizacyjnej wydajności⁵⁸¹. Punktem otwierającym odczyt będzie aparat produkcji formowany wokół performansu kulturowego, którego przestrzeń w obrębie platform społecznościowych wiązana jest z reguły z (wy)twórczymi działaniami użytkowników.

Umożliwienie takiego odczytu wymaga przyjęcia szerokiego ujęcia performansu kulturowego. Na poziomie wstępnym analizy, proponuję definiować go więc jako relacyjną „codzienn[ą] praktyk[ę] życia społecznego”⁵⁸². W przestrzeniach cyrkulacji

⁵⁸⁰ E. Hyży, *Dzielenie się światem...* dz. cyt., s. 11.

⁵⁸¹ Podczas prób rozumienia TikToka poprzez kategorię wyzwania, pojawiają się naturalnie pytania o to, kto dane wyzwanie formułuje, do kogo jest ono kierowane oraz co mogłoby świadczyć o powodzeniu jego realizacji bądź o jego braku. Odpowiedź na te pytania wymaga jednak wcześniejszego zakwestionowania samej ich formy, opartej na binarności i z góry zakładanym, normatywnym rozumieniu wyzwania. Tego rodzaju ujęcie byłoby problematyczne w perspektywie sprawczego realizmu, w której rzeczywistość nie składa się z uprzednio danych, oddzielnych bytów ani relacji zachodzących pomiędzy nimi, lecz wyłania się w intra-akcyjnych konfiguracjach. Znaczenia, granice i własności obiektów nie poprzedzają w nich relacji, lecz są w ich obrębie wytwarzane. Nie oznacza to rezygnacji z formułowania takich pytań, lecz przesunięcie ich statusu: wszelkie dookreślenia mogą ujawniać się wyłącznie w obrębie konkretnych, chwilowych konfiguracji intra-akcyjnych, a nie jako uniwersalne ramy opisu. Wyzwania nie mają tu zatem ani charakteru teleologicznego, ani deterministycznego. Funkcjonują raczej jako intra-akcyjnie określone siły mutujące, współuczestniczące w wyłanianiu się wzorów interferencyjnych w obrębie danego fenomenu. Warto podkreślić, że sama metodologia dyfrakcyjna, za pomocą której dokonywany jest niniejszy odczyt, stanowi aparat w sensie Karen Barad: intra-akcyjnie uczestniczy w wytwarzaniu różnic i wzorów, które są tu opisywane. Nie istnieje bowiem czysty, neutralny punkt widzenia poza splątaniem relacji.

⁵⁸² E. Domańska, *Zwrot performatywny...*, dz. cyt., s. 49. W kontekście mediów społecznościowych, w rozlicznych klasyfikacjach treści i praktyk korzystających z różnorodnych kategorii, szczególnie interesującą propozycję stanowi ta sformowana przez Tommasa Trillò i współpracowników. Dokonali oni klasyfikacji szesnastu zróżnicowanych wzorców komunikacji wykorzystując kategorię rytuału, rozumianego przez nich jako „typowe praktyki komunikacyjne, które formalizują i wyrażają wspólne wartości”. Autorzy odchodzą od gatunkowej klasyfikacji treści w mediach społecznościowych ze względu na utrudniającą badania ich liczbę i efemeryczność. Kategorię rytuału traktują jako „narzędzie analityczne wyższego rzędu, które potencjalnie obejmuje wiele konkretnych gatunków”. Zob. T. Trillò, B. Hallinan, L. Shifman, *A typology of social media rituals*, „Journal of Computer-Mediated Communication”, 2022 s. 1.

lapidarnych form wideo można bowiem zaryzykować tezę, że trudno byłoby wskazać taki rodzaj performansu kulturowego, którego nie dałoby się w nich odnaleźć, niezależnie od przyjętej klasyfikacji⁵⁸³. Świadczy o tym między innymi wielość treści, tempo ich przyrostu czy transnarodowy charakter mediów społecznościowych⁵⁸⁴.

Praktyki te podlegają więc różnicowaniu, które okazuje się niezbędne między innymi po to, by w stale narastającym gąszczu przekazów nie wywoływać u użytkowników wrażenia przypadkowego przeskakiwania między treściami. Proces ten przypisuje się z reguły działaniom algorytmów⁵⁸⁵ i określa mianem personalizacji treści⁵⁸⁶. Z jednej strony porządkują one dostępny w aplikacji kontent w sposób możliwie

Aby zrozumieć dynamikę praktyk w obrębie współczesnych mediów społecznościowych, należy w mojej opinii zwrócić większą uwagę na same praktyki różnicowania w fenomenie niż na użycie konkretnych klasyfikacji. Za Haraway i Barad interesuje mnie tym samym „ujęcie >>różnicy<< jako >>krytycznej różnicy<< wewnątrz”, nie zaś „szczególnej klasyfikującej oznaki ugruntowującej separację”. D. Haraway, *The Promises of Monsters: A Regenerative Politics for Inappropriate/d Others* [w:] „Cultural Studies”, Lawrence Grossberg, Cary Nelson, Paula Treichler (red.), Routledge, New York 1992, s. 299 [Za] K. Barad *Spotkanie z wszechświatem...*, dz. cyt., s. 106.

⁵⁸³ Trzeba jednak mieć na uwadze szersze ograniczenia kulturowe i społeczne, które materializują się w obrębie konkretnego miejsca cyrkulacji treści, w splątaniu ze swoistymi ograniczeniami nakładanymi przez wydawcę. To również one znajdują swój wyraz m.in. w poszczególnych regulaminach platform i przekładają się na konkretne możliwości działania. Nie jest więc tak, że w obrębie konkretnego fenomenu (np. aplikacji TikTok) możliwe jest wszystko to, co w innych materialno-dyskursywnych konfiguracjach. Zmiana układu materialno-dyskursywnego jest bowiem równoznaczna z innym aparatem różnicującym, a więc i z innymi, intra-akcyjnie określanymi możliwościami.

⁵⁸⁴ Badanie przeprowadzone przez Benjaminą Steela wskazuje, że w aplikacji TikTok dziennie zamieszczanych jest 117 milionów nowych tiktoków. B. Steel, M. Schirmer, D. Ruths, J. Pfeffer, *Just Another Hour on TikTok: Reverse-engineering unique identifiers to obtain a complete slice of TikTok*, CoRR (arXiv preprint), 2025.

⁵⁸⁵ W tym procesie przypisywania bardzo często pomijani zostają ludzcy moderatorzy treści zatrudnieni przez wydawcę. Bardzo często ponoszą oni poważne koszty psychiczne, wynikające z intensywnego kontaktu z treściami o charakterze przemocowym. Jednocześnie zobowiązani są wobec wydawcy rygorystycznymi umowami poufności, które dodatkowo ograniczają możliwość dzielenia się tymi doświadczeniami z bliskimi. Problem ten stał się przedmiotem sporów prawnych, czego przykładem jest sprawa z 2020 roku zakończona ugodą, na mocy której Facebook zobowiązał się wypłacić 52 mln dolarów moderatorom treści doświadczającym szkód psychicznych związanych z wykonywaną pracą. Postępowanie zostało zainicjowane przez byłą moderatorkę Selenę Scołę, która wskazywała na traumatyczne skutki wieloletniego kontaktu z drastycznymi materiałami. Problematykę tę szerzej podejmuje artykuł Amita Pinchevskiego. Wychoząc od pozwów dotyczących PTSD składanych przez moderatorów zatrudnionych przez firmy technologiczne, Pinchevski interpretuje to zjawisko w szerszym kontekście relacji między pracą cyfrową, kulturą algorytmiczną i historycznie zmiennym rozumieniem traumy medialnej. Zob. A. Pinchevski, *Social media's canaries: content moderators between digital labor and mediated trauma*, „Media, Culture & Society”, nr 1, 2023, s. 212–221.

⁵⁸⁶ Pojęcie „personalizacji” wymaga jednak szczególnej ostrożności interpretacyjnej, ponieważ łatwo przesuwając uwagę ku wyobrażeniu jednostkowego użytkownika jako centrum działania aplikacji. W perspektywie sprawczego realizmu nie oznacza ono dostosowania treści do uprzednio istniejącego „ja”, lecz stanowi

najbardziej atrakcyjny dla poszczególnych odbiorców, z drugiej zaś – zachęcają ich do aktywnego uczestnictwa w środowisku platformy. W obu przypadkach ich rola wyłania się jako współreżyserowanie życia społecznego w aplikacji.

Proces ten nie dokonuje się jednak bez udziału użytkowników. Nick Seaver w artykule *Algorithms as culture: Some tactics for the ethnography of algorithmic systems* zauważa, że algorytmy stanowią niestabilne obiekty wprowadzane w życie poprzez praktyki kulturowe⁵⁸⁷. Algorytmy w ujęciu Seavera działają dlatego, że wdrażane są przez działania konkretnej organizacji⁵⁸⁸, jak również dlatego, że poprzez praktyki technokulturowe operują na nich użytkownicy. Są one „wdrażane przez praktyki, które nie uwzględniają silnego rozróżnienia między kwestiami technicznymi i nietechnicznymi, lecz raczej dokonują ich połączenia”⁵⁸⁹. W podejściu tym algorytmy są więc kulturą, a są nią dlatego, że „składają się na nie kolektywne ludzkie praktyki”⁵⁹⁰.

Przeformułując powyższe wątki poprzez propozycję sprawczego realizmu, można powiedzieć, że algorytmy stanowią nie tyle odrębne byty, ile dynamiczne obiekty/fenomeny, których określoność ustanawiana jest poprzez ich usytuowanie w intra-akcjach. Są one „sprawczo powoływane do istnienia, skutkiem czego zostają wyodrębnione w fenomenach i wyposażone w określone właściwości”⁵⁹¹. Splątanie aparatów generuje w ten sposób intra-akcyjnie zadania, których realizacja podlega ocenie przede wszystkim przez pryzmat tego, w jakim stopniu działania algorytmów przyczyniają się do skutecznego performowania użytkowników w obrębie danej konfiguracji materialno-dyskursywnej⁵⁹². Aby to osiągnąć, algorytmy (współ)wytwarzają doświadczenie oparte na mutującej kategorii swojskości i personalizowanej spójności –

efekt intra-akcyjnego różnicowania w obrębie danego fenomenu. Tym samym nie odnosi się ono do jednostki w liberalno-humanistycznym rozumieniu, lecz do konkretnej konfiguracji relacji. Zostanie to szerzej problematyzowane w dalszej części rozprawy.

⁵⁸⁷ N. Seaver, *Algorithms as culture: Some tactics for the ethnography of algorithmic systems*, „Big Data & Society” 4(2), 2017, s. 1–12.

⁵⁸⁸ Przedsiębiorstwo ByteDance pozostawia sobie ogromną władzę w zakresie kształtowania porządków treści cyrkulujących w przestrzeni aplikacji TikTok poprzez „ręczne” sterowanie ich widzialnością. Zob. E. Baker-White, *TikTok’s Secret ‘Heating’ Button Can Make Anyone Go Viral*, Forebs, 2023, <https://www.forbes.com/sites/emilybaker-white/2023/01/20/tiktoks-secret-heating-button-can-make-anyone-go-viral/?sh=5a2e041b6bfd> (28.02.2025).

⁵⁸⁹ N. Seaver, *Algorithms as culture...*, dz. cyt., s. 5.

⁵⁹⁰ Tamże.

⁵⁹¹ K. Barad, *Spotkanie z wszechświatem...*, dz. cyt., s. 208.

⁵⁹² Obejmuje to również wymiar organizacyjno-ekonomiczny, w którym skuteczność tych zadań oceniana jest poprzez ich udział w procesach generowania i reprodukcji wartości ekonomicznej w obrębie platformy.

wyświetlając treści, które nie raziłyby swoją nieadekwatnością wobec dynamicznie ustanawianych i „personalizowanych” konwencji kulturowych.

W takiej konfiguracji wydawca aplikacji przyjmuje rolę, którą określić można jako producencką. Naczelnym wyzwaniem przypisywanym w tym zakresie przedsiębiorstwu ByteDance jest wyzwanie organizacyjnej wydajności. Przyjmując logikę funkcjonowania aktorów w ramach kapitalizmu kognitywnego TikTok jawi się jako wielka organizacja, złożona nie tylko z personelu zatrudnionego w przedsiębiorstwie, lecz także rozszerzająca tę rolę na użytkowników. To bowiem działania podejmowane przez nich w znacznej mierze przyczyniają się do zysku korporacji, przy czym w przeważającej części ich wykonawcy nie uzyskują za to żadnej gratyfikacji finansowej⁵⁹³. Ich „korzyścią” pozostaje możliwość korzystania z produktu oraz czerpanie z niego określonych – nie zawsze pozytywnie waloryzowanych – doświadczeń. Ponoszą przy tym zróżnicowane koszty, gdyż TikTok wynagradza jedynie nielicznych, najbardziej przyczyniających się do realizacji wyzwania organizacyjnej wydajności użytkowników, którzy przystąpić mogą do programu *TikTok Creator Rewards* (do 2023 roku – *TikTok Creator Found*)⁵⁹⁴. Nawet w tym wypadku użytkownik spełnić musi jednak szereg dodatkowych wymagań, a sama możliwość uczestnictwa w programie została ograniczona do nielicznych lokalizacji. Wśród nich znalazły się Stany Zjednoczone, Wielka Brytania, Niemcy, Japonia, Korea Południowa, Francja, Meksyk i Brazylia⁵⁹⁵.

⁵⁹³ Jako lider pod względem możliwości monetyzacji treści generowanych przez użytkowników oraz względnej uczciwości w podziale zysków wskazywana jest platforma YouTube. Jak zauważają jednak Prajit T. Rajendran i współpracownicy, pojawienie się platform oraz sekcji dedykowanych lapidarnym formom wideo zaburzyło ten model, prowadząc do zmian w sposobach zarabiania na treściach. Twórcy, którzy wcześniej korzystali z wielokrotnych wstawek reklamowych w dłuższych materiałach, muszą teraz dostosować się do nowych warunków, w których krótkie treści oferują ograniczone możliwości monetyzacji. Zob. P. T. Rajendran, K. Creusy, V. Garnes, *Shorts on the Rise: Assessing the Effects of YouTube Shorts on Long-Form Video Content*, „arXiv preprint arXiv:2402.18208”, 2024, s. 1–15.

⁵⁹⁴ Zob. *Creator Rewards Program*, TikTok, 2025, <https://support.tiktok.com/pl/business-and-creator/creator-rewards-program/creator-rewards-program> (20.02.2025).

⁵⁹⁵ Tamże. Wykluczenia konkretnych krajów powstają w złożonych aparatach różnicujących dane lokalizacje i społeczności jako opłacalne i nieopłacalne strategicznie, ekonomicznie czy organizacyjnie i stają się obiektem żywej debaty użytkowników TikToka. Zob. np.: https://www.reddit.com/r/Tiktokhelp/comments/1bd2di5/when_will_the_creator_rewards_program_come_to/(14.08.2025). Warto dodać, że TikTok utworzył program dla twórców „angażujących efektów” implementowanych do aplikacji. W tym przypadku rozszerzył jednak zakres objętych programem krajów, wśród których znalazły się: Austria, Australia, Białoruś, Belgia, Brazylia, Kanada, Chorwacja, Cypr, Czechy, Dania, Estonia, Finlandia, Francja, Niemcy, Grecja, Węgry, Indonezja, Irlandia, Włochy, Japonia, Korea, Łotwa, Litwa, Luksemburg, Malezja, Malta, Meksyk, Holandia, Filipiny, Polska, Portugalia, Rumunia, Słowacja,

Dla szczególnie „wydajnych” użytkowników określanych mianem *influencerów*⁵⁹⁶ alternatywną drogą zarobku pozostają współprace reklamowe z konkretnymi markami⁵⁹⁷. Przez długi czas formy tej współpracy nie były normowane przez podmiot zarządzający platformą. Od 2024 roku ByteDance powołał jednak w tym zakresie „kompleksową platformę kreacji” *TikTok One*⁵⁹⁸. Celem jej utworzenia była centralizacja ekosystemu współpracy między twórcami, markami i partnerami kreatywnymi.

Narzędzie to ma ułatwiać twórcom dostęp do płatnych zleceń, zapewniając możliwość monetyzacji treści w ramach zunifikowanego środowiska. TikTok One integruje tym samym wcześniejsze rozwiązania, takie jak *TikTok Creator Marketplace*⁵⁹⁹, *Creative Challenge*⁶⁰⁰, *Marketing Partner Program*⁶⁰¹ czy *Creative Exchange*⁶⁰². Za dostęp do tych narzędzi marki uiszczają opłaty na rzecz platformy. Ponadto TikTok generuje przychody z prowizji od kampanii reklamowych oraz sprzedaży powiązanej z

Słowenia, Hiszpania, Szwecja, Tajwan, Turcja, Zjednoczone Emiraty Arabskie, Wielka Brytania, Stany Zjednoczone i Wietnam. Zob. *FAQ: Effect Creator Rewards*, TikTok, 2025, <https://effecthouse.tiktok.com/learn/guides/support/faq-effect-creator-rewards#about-effect-creator-rewards> (28.07.2025).

⁵⁹⁶ Pojęcie to tłumaczone jest często jako „wpływowy lider opinii”. Ciekawe rozważania na temat pojęcia *influencera* przedstawiła Karolina Sęczkowska. Zob. K. Sęczkowska, *Influence marketing, czyli współczesna metoda promocji produktów – podejście psychologiczne*, [w:] *Badania i rozwój młodych naukowców w Polsce: nauki humanistyczne i społeczne*, red. Jędrzej Nyćkowiak, Jacek Leśny (red.), Młodzi Naukowcy, Poznań 2021. O dewaluacji figury influencer’a. Zob. M. Soyudoğan, R. H. Abdalli, *Sympathizing with Gen-Z: Reflections of Social Media Culture in TikTok*, „Gaziantep University Journal of Social Sciences”, nr 22(4), 2023, s. 1113–1136.

⁵⁹⁷ Alternatywną nawet w krajach z dostępem do programu. Poza warunkami uczestnictwa regulamin określa bowiem również warunki kwalifikacji danych treści, wśród których wyklucza się między innymi reklamy i płatne współprace. Zob. D. Lim, *6 Ways to Cash in With TikTok’s Creator Rewards Program*, „Backstage”, 2025, <https://www.backstage.com/magazine/article/how-to-join-tiktoks-creator-rewards-program-79061/> (20.01.2026).

⁵⁹⁸ Zob. *TikTok One*, TikTok, 2025, <https://support.tiktok.com/pl/business-and-creator/tiktok-one> (20.01.2026).

⁵⁹⁹ Zob. N. Kilen, *TikTok Creator Marketplace – co to jest i dlaczego zmieni marketing?*, „OBTK - On Board Think Kong”, 2021, <https://obtk.pl/tiktok-creator-marketplace/>, (20.01.2026).

⁶⁰⁰ Zob. *How TikTok’s “Creative Challenge” Works for Brands and Creators*, „Dooley Social Studio Blog”, 2023, <https://www.dooleysocial.studio/blog/tiktok-creative-challenge> (20.01.2026).

⁶⁰¹ *TikTok Introduces Marketing Partner Program For Advertisers*, „Hello Partner!”, 2020, <https://hellopartner.com/2020/09/04/tiktok-introduces-marketing-partner-program-for-advertisers/> (20.01.2026).

⁶⁰² A. Hutchinson, *TikTok Launches ‘Creative Exchange’ Platform to Connect Brands with Top Creators*, „Social Media Today”, 2021, <https://www.socialmediatoday.com/news/tiktok-launches-creative-exchange-platform-to-connect-brands-with-top-creators/609922/> (20.01.2026).

usługą *TikTok Shop*⁶⁰³. Jest to przykład tego, w jaki sposób podmiot zarządzający platformą, „usprawniając” relacje, jednocześnie dokonuje ich monetyzacji. Czyni to poprzez przyjęcie roli pozornie neutralnego „pośrednika”, w ramach której dąży do objęcia organizacyjnym performansem jak najszerszego zakresu fenomenów/aparatów produkcji⁶⁰⁴.

Kolejnym przykładem tego mechanizmu jest monetyzacja relacji zachodzących między samymi użytkownikami. We wszystkich krajach, w których aplikacja TikTok jest dostępna, platforma zachęca użytkowników do wzajemnego wynagradzania się za pomocą obowiązującej w aplikacji waluty, tj. „tiktokowych monet”⁶⁰⁵ (określanych w społeczności aplikacji mianem „napiwków”), a także poprzez subskrypcję kanałów, która umożliwia dostęp do dodatkowych funkcji i treści⁶⁰⁶. Od mikrotransakcji dokonywanych przez użytkowników platforma pobiera jednak prowizję. Chociaż brakuje oficjalnych danych dotyczących jej wielkości, szacunki pism branżowych wskazują, że jest to aż 70% kwoty wydanej na zakup „prezentów”⁶⁰⁷. Oznacza to, że użytkownicy – nawet wspierając się nawzajem – ponoszą równocześnie koszty finansowe na rzecz podmiotu zarządzającego platformą⁶⁰⁸.

Raport finansowy opracowany i opublikowany przez firmę Data.ai na koniec 2023 roku wskazywał, że użytkownicy TikToka wydali na napiwki aż 10 miliardów dolarów⁶⁰⁹. Porównywalne poziomy transakcji w ramach tzw. *consumer spending* notują

⁶⁰³ TikTok Shop to uruchomiona w 2023 funkcja e-commerce wbudowana bezpośrednio w aplikację TikTok, umożliwiająca użytkownikom przeglądanie i kupowanie produktów bez opuszczania platformy. *How TikTok Shop Recommends Content*, TikTok, Zob. <https://support.tiktok.com/pl/using-tiktok/exploring-videos/how-tiktok-shop-recommends-content> (27.08.2025).

⁶⁰⁴ Zagadnienie pośrednictwa jest szczególnie problematyczne ze względu na jego udział w procesach naturalizacji platform cyfrowych, polegających na maskowaniu ich rynkowego statusu poprzez umacnianie wizerunku „neutralnego” pośrednika bądź „dostawcy narzędzi”. Szczegółowej analizy tego mechanizmu dokonuje Jakub Nowak w pracy *Polityki sieciowej popkultury*. Zob. J. Nowak, *Polityki...*, dz. cyt. s. 155–172.

⁶⁰⁵ Zob. *Zdobądź Monety*, „TikTok”, 2025, https://www.tiktok.com/coin?enter_from=web_recharge_referral (20.01.2026).

⁶⁰⁶ *Oglądanie filmów w pakiecie*, „TikTok”, 2025, <https://support.tiktok.com/pl/using-tiktok/exploring-videos/watch-videos-in-a-tiktok-series#1> (20.01.2026).

⁶⁰⁷ *TikTok LIVE Gifts: How They Work and How Creators Get Paid*, „Influencer Marketing Hub”, 2025, <https://influencermarketinghub.com/tiktok-live-gifts/> (24.08.2025).

⁶⁰⁸ Kwestia ta jest poruszana przez samych twórców; niektórzy z nich wskazywali, że otrzymują jedynie 20% wartości napiwku. Zob. np. @natpicking, 2021, <https://www.tiktok.com/@natpicking/video/6927925170048863490?lang=en> (24.08.2025).

⁶⁰⁹ S. Perez, *TikTok becomes first non-game app to reach \$10B in consumer spending*, „Tech crash”, 2023, <https://techcrunch.com/2023/12/11/tiktok-becomes-first-non-game-app-to-reach-10b-in-consumer-spending/> (24.09.2025).

jedynie aplikacje klasyfikowane jako gry⁶¹⁰. Jeżeli ByteDance potraktować jako nowy typ pracodawcy, otwiera to wnioski wskazujące na współczesne formy wyzysku użytkowników-pracowników⁶¹¹.

Użytkownicy ponoszą również inne koszty, między innymi poprzez udostępnianie swoich danych osobowych⁶¹². Dane te stanowią wytwarzany w toku działań użytkowników surowiec, który następnie podlega monetyzacji przez podmiot zarządzający platformą⁶¹³. System ekonomiczny oparty na utowarowieniu masowo gromadzonych danych o zachowaniach jednostek Shoshana Zuboff określa mianem „kapitalizmu inwigilacji” (*surveillance capitalism*). Autorka podkreśla, że dane te

⁶¹⁰TikTok jest równocześnie pierwszą platformą nie związaną z grami, która osiągnęła ten wynik. Wspiera to tezę, że finansowe sukcesy TikToka wynikają z wielości stosowanych strategii zarobkowych oraz z towarzyszącej im różnorodności sposobów definiowania aplikacji w odniesieniu do całego spektrum typów programów, które zazwyczaj można stosunkowo łatwo zaklasyfikować, takich jak gry, platformy streamingowe, aplikacje muzyczne czy media społecznościowe. Zob. tamże. Według cytowanych badaczy ekonomiczny sukces TikToka wynika w dużej mierze ze skutecznej rekombinacji i połączenia w kreatywny sposób udanych modeli biznesowych i opracowania nowego, który „pozycjonuje aplikację jako hybrydę platformy społecznościowej i platformy udostępniania wideo”. Y. Ma and Y. Hu, *Business...*, dz. cyt., s. 382.

⁶¹¹Co istotne, platformy cyfrowe rzadko postrzegane są przez samych użytkowników w kategoriach pracodawców, co samo w sobie stanowi ważny efekt tej konfiguracji dyskursywno-materialnej. Trudno bowiem wyobrazić sobie sytuację w ramach organizacji pracy, w której pracodawca zabiera większą część „napiwków”, które otrzymuje pracownik. Praca użytkowników platform cyfrowych może być ujmowana w ramach różnych perspektyw analitycznych, między innymi jako praca relacyjna, intelektualna czy emocjonalna. Zob. J. Denegri-Knott, R. Jenkins, M. Molesworth, G. Grigore, *Platformised possessions and relational labour*, „Marketing Theory”, vol. 1, nr. 1, 2024, s. 23–44.

⁶¹²Jednocześnie wydawcy poprzez rozmaite praktyki zniechęcają użytkownika do wyłączenia opcji zbierania danych. Zob. C. Entrena-Serrano, *Watch, Scroll, Repeat: How Interface Design Shapes Consumptive Curation Affordances on TikTok*, „Social media + Society” Vol. 11, Nr. 3, 2025, s. 1–16.

⁶¹³Do koncepcji Karen Barad w kontekście danych cyfrowych odnosi się Yuk Hui, który – korzystając z pojęcia konkretyzacji Gilberta Simondona – proponuje rozumienie relacji w kategoriach procesu, w którym to, co „niematerialne staje się materialne”. Uważa on, że choć zrozumiałym, to istotnym ograniczeniem podejścia Barad jest brak szerszej refleksji nad specyfiką zagadnień dotyczących technologii, w których relacje się materializują. Jak pisze: „Każda epoka ma własne media technologiczne konkretyzacji. Epoka cyfrowa to epoka konkretyzacji relacji w postaci danych i metadanych (czyli danych o danych). Dane – które, moim zdaniem, są kluczowe dla zrozumienia cyfrowości – stają się nowym materialnym medium operacyjnym”. Takie ujęcie jest wartościowe w analizie technicznego wymiaru cyfrowości, jednak w niniejszej pracy relacje interesują mnie przede wszystkim jako dynamiczne fenomeny intra-akcyjne, w których materializacja i przetwarzanie danych zachodzą jednocześnie i są nierozzerwalnym elementem performatywnego procesu. Zob. Y. Hui, *Towards a Relational Materialism: A Reflection on Language, Relations and the Digital*, „Digital Culture & Society”, nr 1, 2015, s. 131–148. Natomiast w ujęciu Matthew Kirschenbauma materialność cyfrowa przybiera formę warstwową. Materialność działań użytkownika przejawia się w pozostawianych przezeń śladach forensycznych (*forensic trace*) – materialnych zapisach aktywności, które choć niewidoczne na poziomie interfejsu, istnieją fizycznie w infrastrukturze cyfrowej. W mediach społecznościowych ślady te stanowią podstawę operacyjności algorytmów i dowodzą, że cyfrowość jest głęboko materialna, także w sensie techniczno-forensycznym. Zob. M. G. Kirschenbaum, *Mechanisms: New Media and the Forensic Imagination*, MIT Press, Cambridge–London 2008.

wykorzystywane są do wytwarzania produktów prognostycznych (*predictive products*), sprzedawanych następnie na rynkach przewidywań (*prediction markets*)⁶¹⁴.

Jon McKenzie podkreśla, że pokładu performatywnego „nie daje się pomyśleć w oddzieleniu od ponowoczesnego kapitalizmu informatycznego”⁶¹⁵. W podobnym duchu, za Christianem Fuchsem, pisze Jan J. Zygmuntowski:

[I]nternet, powstały w warunkach światowej dominacji kapitalizmu, jest [...] połączony z siłą kontrolującą społeczny proces produkcji i przepływu informacji, a co za tym idzie – rozwija się w kierunku akumulacji kapitału między innymi przez wyzyskiwanie użytkowników⁶¹⁶.

Z kolei Tiziana Terranova wskazuje, że:

[W]arunkiem kapitalistycznego procesu wytwarzania wartości dodatkowej w nowej ekonomii jest marginalizacja pracy najemnej oraz waloryzacja darmowej pracy użytkownika, a więc pracy nieopłacanej i nienadzorowanej, co nie znaczy, że niekontrolowanej⁶¹⁷.

W tym sensie omawiany fenomen włącza użytkowników w performans organizacyjny, w ramach którego – wykonując zadania bez bezpośredniego wynagrodzenia – odpowiadają na wyzwanie: „>>pracować lepiej, kosztować mniej<<”, czyli maksymalizować wyniki przy minimalizacji wkładu⁶¹⁸. W tak ustanowionym

⁶¹⁴ Sh. Zuboff, *Wiek kapitalizmu inwigilacji. Walka o przyszłość ludzkości na nowej granicy władzy*, Alicja Unterschuetz (tłum.), Wydawnictwo Zysk i S-ka, Poznań 2025. Jako inicjatorów tej formy kapitalizmu wskazuje się najczęściej firmę Google Inc. (obecnie Google LLC jako część holdingu Alphabet Inc.), a w drugiej kolejności Facebook Inc., (obecnie część konglomeratu Meta Platforms, Inc.). Zob. np. Z. W. Puślecki, *Od kapitalizmu informacyjnego do kapitalizmu inwigilacyjnego*, „Humaniora. Czasopismo Internetowe”, nr 36(4), 2021, s. 43–59.

⁶¹⁵ J. McKenzie, *Performuj albo...*, dz. cyt., s. 232. Warto zauważyć, że współczesne analizy relacji między technologiami cyfrowymi a porządkiem ekonomicznym idą jeszcze dalej niż diagnozy ponowoczesnego kapitalizmu informatycznego. W obliczu narastających problemów regulacyjnych platform cyfrowych, koncentracji władzy infrastrukturalnej oraz „podporządkowania użytkowników logice algorytmicznej kontroli”, Yanis Varoufakis zaproponował pojęcie technofeudalizmu, opisujące system, w którym dominujące korporacje technologiczne funkcjonują jako nowi feudałowie cyfrowej gospodarki, a kapitalizm w jego klasycznej postaci ulega erozji. Zob. Y. Varoufakis, *Technofeudalizm: co zabiło kapitalizm?*, Paweł Szadkowski (tłum.), Wydawnictwo GlowBook, Sieradz 2024.

⁶¹⁶ Ch. Fuchs, *Social Media: a Critical Introduction*, wyd., 2. SAGE Publications, Thousand Oaks 2017 [Za:] J. J. Zygmuntowski, *Kapitalizm sieci*, Wydawnictwo Rozruch, Warszawa 2020, s. 114.

⁶¹⁷ T. Terranova, *New Economy, Financialization and Social Production in Web 2.0*, [w:] *Crisis In the Global Economy: Financial Markets, Social Struggles, and New Political Scenarios*, A. Fumagalli, S. Mezzadra (red.), przeł. J.F., McGimsey, Semiotext(e), Los Angeles 2010, [za:] J.J. Zygmuntowski, *Kapitalizm sieci...*, dz. cyt., s. 116.

⁶¹⁸ J. McKenzie, *Performuj albo...*, dz. cyt., s. 70.

fenomenie szczególnie problematyczna okazuje się – często implementowana do analiz praktyk cyfrowych – kategoria dzielenia się⁶¹⁹. Jak pokazuje Nicholas A. John, taki sposób określania praktyki przesyłania treści, bywa wykorzystywany bowiem przez wydawców platform do maskowania relacji władzy oraz utrwalania relacji wyzysku poprzez kierowanie uwagi na działania oddolnej integracji⁶²⁰.

Podobny wniosek – odwołując się do analiz Alisa Hearn – formułują Aparajita Bhandari i Sara Bimo w kontekście aplikacji TikTok:

„ta nowa forma >>efektywnego<< kapitalizmu bierze za surowiec >>pragnienia, emocje i formy ekspresji<<, jakie użytkownicy prezentują w przestrzeniach cyfrowych; w ten sposób praktyki związane z autokreacją online stają się częścią szerszej infrastruktury gospodarczej”⁶²¹.

W obrębie tego modelu organizacji (aparatu produkcji) „obiektem troski”⁶²² wydawcy, staje się nieustanne przechwytywanie i rozwijanie „twórczej energii”⁶²³ użytkowników.

Dzieje się to ponownie za sprawą kontroli algorytmicznej ustanowionej przez praktyki organizacyjne przedsiębiorstwa, w których algorytm przyjmuje rolę działu określanego w korporacyjnych strukturach organizacyjnych jako *Human Resources*. Aktywni użytkownicy funkcjonują wobec algorytmicznie ustanawianej dyscypliny podporządkowanej wyzwaniu organizacyjnej wydajności, które warunkuje konfigurowanie (nie)widoczności⁶²⁴ w obrębie tablicy „Dla Ciebie”. Dla wielu z nich określone sposoby (nie)widoczności stanowią z kolei warunek osiągnięcia kulturowej skuteczności. Aby więc jak najlepiej osiągnąć własne cele, użytkownicy ci kierować

⁶¹⁹ Zob. M. Severo, A. Romele, *The economy of the digital gift: From socialism to sociality online*, „Theory, Culture & Society” 5(33) /2016, s. 43–63.

⁶²⁰ N. A. John, *The Age of Sharing*, Polity Press, Cambridge 2016.

⁶²¹ A. Hearn, *Verified: Self-presentation, identity management, and selfhood in the age of big data*, „Popular Communication”, 15(2), 2017, s. 63, [za:] A. Bhandari, S. Bimo, *Why’s Everyone on TikTok Now? The Algorithmized Self and the Future of Self-Making on Social Media*, „Social media & Society”, 8(1), 2022, s. 3.

⁶²² Tamże, s. 83.

⁶²³ Tamże.

⁶²⁴ Określenie (nie)widoczności treści ma zwracać uwagę na fakt, że użytkownicy operują algorytmem nie tylko po to, by zwiększać ekspozycję określonych materiałów, lecz również w celu określonego nią kierowania. Zob. E. Pilipets, J. Chao, *Noise in Sonic Social Media: Memetic Soundscapes of Deep TikTok*, „New Media & Society”, 2025, s. 1–20.

muszą swoimi działaniami w odniesieniu do celów organizacji⁶²⁵, biorąc udział w najbardziej rozprzestrzenialnych trendach i dostosowując się do niejawnych zasad porządkowania i nadzoru algorytmicznego⁶²⁶. Czyniąc to, jednocześnie produkują i dostarczają dane algorytmom, przyczyniając się do spełniania wyzwania technologicznej sprawności. Użytkownicy nie tylko więc performują, lecz także są performowani⁶²⁷.

Opisaną powyżej praktykę uznaję za podstawową dla fenomenu TikToka – a w szerszym ujęciu także dla wielu mediów społecznościowych – oraz za punkt odniesienia dla dalszych analiz prowadzonych w niniejszej dysertacji. Proponuję więc ujęcie podstawowej praktyki mediów społecznościowych jako praktyki materialno-dyskursywnej, w której splątane aparaty produkcji intra-akcyjnie współwytwarzają różnice, współokreślają granice, współkonstruuja podmioty i przedmioty oraz dynamicznie współokreślają, co może pojawić się jako fenomen⁶²⁸.

W takim ujęciu nie sposób omawiać różnych aspektów współczesnych mediów społecznościowych jako odseparowanych od siebie „elementów”, ani też w obrębie oddzielnych paradygmatów czy aparatów. Ich wewnątrz-różnicowanie prowadzi do wytwarzania określonych fenomenów,

które ulegają wzajemnemu spleceni i przetworzeniu w toku ciągłego rekonfigurowania aparatów i rekonstruowania granic, a to, co definiowane jako przedmiot (lub podmiot), oraz to, co definiowane jako aparat, intra-aktywnie konstytuuje się w określonych praktykach⁶²⁹.

Dana konfiguracja dyskursywno-materialna konstytuuje zatem - choć nie determinuje – określone fenomeny „użytkownika”, „pracownika”, „reklamodawcy”,

⁶²⁵ D. MacGregor, *Leadership and Motivation: Essays of Douglas McGregor*, W. G. Dennis, E. H. Schein przy współpracy Caroline Mc.Gregor [red.], MIT Press, Cambridge 1966, s. 4, [za] J. McKenzie, *Performuj albo...*, dz. cyt., s. 84.

⁶²⁶ Jak zauważa Cristal Abidin, „użytkownicy TikToka muszą polegać na wielokrotnych próbach, obserwowaniu wzorców i na przeczuciach, aby rozgryźć, jak działa algorytm i jak zadowolić platformę, aby być widocznymi i móc zwiększać popularność”. C. Abidin, *Mapping Internet Celebrity on TikTok: Exploring Attention Economies and Visibility Labours*, Cultural Science Journal, 12(1), 2020, s. 85.

⁶²⁷ W skrajnych swoich odsłonach w ramach pola negocjacji organizacja-technika-kultura wyznaczone mogą być nawet miejsca wykonywania działań przez użytkowników. Pokazują to doniesienia z Chin, w których odpowiednik przeznaczonego na zachodnie rynki produktu przedsiębiorstwa ByteDance funkcjonuje pod nazwą Douyin. Jak na Facebooku komentuje Wojciech Kardys, użytkownicy licząc na większy zarobek zaczęli gromadzić się pod mostem znajdującym się w pobliżu bogatej dzielnicy, aby z większym prawdopodobieństwem trafić z generowanymi przez siebie treściami do jej mieszkańców. Zob. <https://fb.watch/iRMowRfjbP/> (20.01.2026).

⁶²⁸ K. Barad, *Spotkanie z wszechświatem...* dz. cyt., s. 287-288.

⁶²⁹ Tamże, s. 287.

„pracodawcy”, „algorytmu”, „organizacji” itd., i czyni to w sposób dynamiczny. Efektem jest złożony wzór dyfrakcyjny. O ile więc w perspektywie Jona McKenziego paradygmaty performansu organizowane są wokół odmiennych wyzwań, o tyle w proponowanym tu ujęciu aparaty różnicują się intra-akcyjnie w konkretnych konfiguracjach dyskursywno-materialnych, w których potencjalności poszczególnych wyzwań są już zawarte i wzajemnie na siebie oddziałują.

4.1.2 Splątanie aparatów produkcji na przykładzie figury użytkownika

Z perspektywy reprezentacji zakładającej istotową jednostkową naturę bytów, poszczególne obiekty mogą ujawniać sprzeczne właściwości, generując tym samym paradoksy interpretacyjne. Za przykład posłużyć może figura użytkownika. Z jednej strony ujmowany jest on jako podmiot korzystający z platformy w celach rozrywkowych, na przykład w celu odpoczynku po pracy; z drugiej zaś przypisywane są mu cechy pracownika, nierzadko wyzyskiwanego przez „odległego”⁶³⁰, korporacyjnego pracodawcę. Obydwie te role pozornie wymagają funkcjonowania w odmiennych, często sprzecznych porządkach normatywnych i dyrektywalnych, a zarazem generują rozbieżne stany afektywne.

Problem ten w interesujący sposób naświetlają wglądy ogólnej teorii performansu Jona McKenziego, który przemiany współczesnych form performansu opisuje za pomocą pojęcia liminautyczności. Pojęcie to rozwija zaproponowany przez Victora Turnera podział na formy liminalne, charakterystyczne dla społeczeństw przednowoczesnych, w których nie występuje wyraźne rozróżnienie między pracą a czasem wolnym, oraz formy liminoidalne, właściwe społeczeństwom przemysłowym, gdzie podział ten zostaje wyraźnie ustanowiony⁶³¹. Zaproponowana przez McKenziego liminautyczność odnosi się natomiast do warunków społeczeństw cyfrowych, w których - jak zauważa autor - następuje wspomagane komputerowo zacieranie się granicy między pracą i zabawą, a działania performatywne rozgrywają się w sieci wielorakich i nakładających się przejść⁶³². Jak pisze:

⁶³⁰ W rozumieniu geometrii euklidesowej.

⁶³¹ V. W. Turner, *Od rytuału do teatru. Powaga zabawy*, Małgorzata Dziekan, Jacek Dziekan (tłum.), Oficyna Wydawnicza Volumen, Warszawa 2005.

⁶³² J. McKenzie, *Performuj albo...* dz. cyt., s. 118-120.

Liminautyka oznacza ucyfrowienie zarówno kulturowego, jak i organizacyjnego performansu. Pomiędzy teatrem a zarządzaniem, wspomagane komputerowo zatarcie sfer pracy i wypoczynku prowadzi do sfery sprzężeń zwrotnych i zawrotnych. Formy i siły normatywnej wydajności zawłaszczają formy i siły mutacyjnej skuteczności z zadziwiającą prędkością, zarazem jednak otwierają się na gwałtowne i radykalne wywłaszczenia⁶³³.

Jak więc w dalszej części pracy zauważa McKenzie, każdy z trzech omawianych przez niego paradygmatów

[...] ma swą niepowtarzalną trajektorię, niemniej jednak są one splątane. Szlaki, na których owe paradygmaty stawały się sobą, zwijają się wokół siebie, czasem w przeciwieństwie, czasem zaś w przymierzu⁶³⁴.

W tej perspektywie paradygmaty – wraz z odpowiadającymi im wyzwaniem – niejednokrotnie na siebie nachodzą, uniemożliwiając proste porządkowanie. Jon McKenzie za Douglasem Hofstadterem określa ten układ jako „hierarchię zagmatwaną [...] niestabilny układ o przenikających się poziomach performatywnej poszczególności i ogólności”⁶³⁵.

Przypomnijmy, że autor ogólnej teorii performansu proponuje, by każdy z paradygmatów performansu pojmować jako złożony z dwóch bloków: dyskursywnych performatywów oraz cielesnych performansów. Tworzą one układ, w obrębie którego dyskursy określają, jakie performanse cielesne mają zostać wykonane, a cielesne

⁶³³ Tamże, s. 120. W literaturze przedmiotu zwraca się uwagę, że mimo wprowadzenia przez Jona McKenziego pojęcia liminautyki oraz wcześniejszego rozróżnienia Victora Turnera między liminalnością i liminoidalnością, wielu badaczy w dalszym ciągu używa pojęcia liminalności jako szerokiej kategorii analitycznej obejmującej różne formy doświadczeń przejścia. Jak zauważa Magdalena Skrzyńska, terminy „liminoidalny” i „liminautyki” funkcjonują często jako doprecyzowania, lecz w praktyce badawczej bywają włączane do ogólnej kategorii liminalności, która pełni dziś raczej rolę heurystycznego narzędzia analizy stanów „pomiędzy” niż ściśle określonej kategorii antropologicznej. M. Skrzyńska, *From Threshold to Network: Theoretical Overview of the Transformation of Liminality Across Contexts*, „Heteroglossia”, nr 19, 2025.

⁶³⁴ J. McKenzie, *Performuj albo...*, dz. cyt., s. 168.

⁶³⁵ D. H. Hofstadter, *Gödel, Escher, Bach: An Eternal Golden Braid*, Vintage Books, New York 1979, s. 10, [za:], Tamże, s. 173. Warto zauważyć, że sam Jon McKenzie sygnalizuje osobliwość relacji między performansem kulturowym a organizacyjnym, wskazując na ich odmienną pragmatykę oraz potencjalnie nieswoje nachodzenie na siebie. Jak pisze: „Powstanie pojęć performansu kulturowego i organizacyjnego odnosi się do różnej pragmatyki (nie tylko semiotyki); ich użycie obejmuje odmiennie podmioty i przedmioty, jak również alternatywne zestawy metod, dyskursów i warunków materialnych. Jeżeli zatem performans kulturowy zachodzi w obrębie performansu organizacyjnego, jest to co najmniej osobliwe – nieswojo swojskie, nieobco obce – a nade wszystko intrygujące”. J. McKenzie, *Performuj albo...*, dz. cyt., s. 106–107.

performanse wytwarzają i stabilizują dyskursywne ramy lub je naruszają. Jak pisze McKenzie: „Performanse terytorializują przepływy i nieuformowane treści w czujące świadome ciała, natomiast performatywy kodują te ciała w artykułowane podmioty i przedmioty”⁶³⁶.

Uwzględniając to spostrzeżenie i splatając je z potocznymi określeniami, z perspektywy użytkownika powiedzieć można, że dyskursywne performatywy w aplikacji TikTok stanowią trendy rozumiane jako normatywne wzory działania, zaś ucieleśnione praktyki to właśnie tiktoki⁶³⁷. W ramach takiego dookreślenia splatają one poszczególne paradygmaty i ich performatywy oraz performanse w ową „hierarchicznie zagmatwaną” całość.

U McKenziego w toku splatania się paradygmatów w „sieci ich odniesień, odpowiadające im performatywy i performanse dzielą się i łączą ze sobą w aurze wysokiego napięcia i ciśnienia”⁶³⁸. Autor ten, mimo podkreślenia wzajemnych powiązań analizowanych paradygmatów, podtrzymuje jednak myślenie o tych aparatach jako zasadniczo rozłącznych. W konsekwencji sploty te ujmowane są jako addytywnie koncipowana maszyna performatywna, w obrębie której – przykładowa tu – kategoria użytkownika, choć spojona, jawi się jako odzewnie rozrywana przez sprzeczne praktyki dyscyplinujące.

Wglądy sprawczego realizmu pozwalają w tym miejscu ujmować omawiane fenomeny – w tym fenomen aplikacji TikTok – jako nierozzerwalnie splecione już w samym punkcie wyjścia. Odrębności nie poprzedzają bowiem splątania, lecz są efektem intra-akcyjnych cięć, rozumianych jako „jeden ruch”⁶³⁹, który zarówno „dokonuje przemocy”⁶⁴⁰, jak i otwiera oraz przekształca „warunki sprawczych możliwości”⁶⁴¹. Za odrębności danych elementów odpowiadają niosące materioznaczenie cięcia. Cięcia te dokonywane są zaś przez: „[...] układ materialny, do którego >>my<< sami i same przynależymy”, i za które współodpowiadamy⁶⁴².

⁶³⁶ Tamże, s. 226

⁶³⁷ Biorąc pod uwagę specyfikę cyberkulturowej komunikacji, trend (performatyw) realizowany jest przez użytkownika/nadawcę (performans), który ucieleśniony zostaje w postaci tiktoka i w tej formie odebrany zostaje przez użytkownika/odbiorcę. TikToki w tym ujęciu to realizacja trendu i zarazem jego chwilowa materializacja.

⁶³⁸ Tamże, s. 249.

⁶³⁹ K. Murriss, V. Bozalek, *Diffractioning Diffraction...*, dz. cyt., s. 6.

⁶⁴⁰ *Wywiad z Karen Barad...*, dz. cyt., s. 44.

⁶⁴¹ Tamże.

⁶⁴² K. Barad, *Spotkanie z wszechświatem...*, dz. cyt., s. 249.

Paradygmaty – ujmowane jako aparaty produkcji – można zatem rozumieć również jako efekty takich cięć. Konfiguracje aparatów produkcji dają się odczytywać w sposób dyfrakcyjny, ujawniający nowe, splątane rozumienie figury użytkownika. Jak zauważa Barad:

Urządzeń nie da się od siebie oddzielić ani ujednostkować, ponieważ zawsze już są one uwikłane w trwające intra-akcje i procesy splątania. Tradycyjnie jednak traktuje się je jako odrębne, np. niektóre z nich określa się mianem „ekonomicznych”, a inne (błędnie) jako „czysto kulturowe” (czyli związane z „polityką uznania”, w przeciwieństwie do „polityki redystrybucji”)643.

Zamiast więc ujmować figury „użytkownika” i „pracownika” jako byty wchodzące ze sobą w konflikt, proponuję, by czytać je w ich przecięciu i rozumieć je jako efekty splątań aparatów produkcji, które – różnicując – wyznaczają granice i konstytuują byty. Ta perspektywa pozwala dostrzec, że nawet jeśli pomiar wydajności, skuteczności i sprawności w obrębie fenomenu dokonuje się komplementarnie644 i różnicująco, to jego „wynik” należy ujmować jako efekt ich splątania. Uzyskiwany jest bowiem w sposób relacyjno-topologiczny, intra-akcyjnie wpływający na siebie645, a nie rozrywający, jak sugerował to McKenzie646.

Ma to znaczenie również z perspektywy pragmatyki działań regulacyjnych. Interwencje wymierzone formalnie w technologiczne i ekonomiczne struktury funkcjonowania platform cyfrowych często w praktyce przybierają bowiem postać restrykcyjnych regulacji praktyk kulturowych i komunikacyjnych użytkowników. W tym sensie perspektywa ta pozwala wskazać skutki tego różnicowania i podnosić kwestie odpowiedzialności w odniesieniu do całego układu – ujawniając m.in., że role użytkownika i pracownika nie tyle wchodzą ze sobą w konflikt, ile współkonstytuują się w splątaniu aparatów produkcji.

⁶⁴³ Tamże, s. 328.

⁶⁴⁴ Każdy z nich wymaga bowiem innego układu pomiarowego.

⁶⁴⁵ Jak zauważa Karen Barad przywołując twierdzenie Bella–Kochen–Speckera (BKS), brak jest „ukrytych zmiennych”, które pozwalałyby na spójne przypisanie wartości wszystkim właściwościom niezależnie od aparatu. Podobnie w analizowanym fenomenie „użytkownik” i „pracownik” nie istnieją jako gotowe byty, lecz konstytuują się kontekstowo w splątaniu aparatów. Zob. K. Barad, *Spotkanie z wszechświatem...*, dz. cyt., s. 402–425.

⁶⁴⁶ J. McKenzie, *Performuj albo...*, dz. cyt., s. 120.

W tej optyce „użytkownik” i „pracownik” nie są więc oddzielnymi bytami, które można mierzyć niezależnie i potem „połączyć”, lecz nierozzerwalnymi wytworami tego samego splątanego procesu. W tym sensie pozornie „sprzeczne właściwości” nie są anomalią ani wynikiem zderzeń aparatów, lecz materialno-dyskursywnym skutkiem ciągłego ich wewnątrz-(re)konfigurowania. Choć więc z pewnej perspektywy wyglądać to może, jakby ten sam obiekt wykazywał inne właściwości czy stawał się czymś, czym przed chwilą nie był, to nie przechodzi on transformacji ani nie zmienia ról. Nie może tego zrobić, bowiem nie istnieje przed intra-akcjami⁶⁴⁷. Nie chodzi zatem o to, że oba te fenomeny stanowią dwie połowy „tej samej prawdy”, ani że pozostają w relacji dysjunkcji, lecz o to, że choć każdy z nich pojawia się w określonych warunkach i konfiguracjach, żaden nie istnieje w „czystej postaci”. Już w punkcie wyjścia fenomen stanowi bowiem nierozzerwalną całość – splątanie, wzór dyfrakcyjny powstały w wyniku lektury różnic przez różnicę, w obrębie którego konstytuują się relacje niemożliwe do pomyślenia w ujęciu zakładającym separację.

W ślad za Karen Barad klasyfikacje i kategorie takie jak użytkownik, algorytm, organizacja czy aplikacja traktować należy w sposób otwarty, nieprzesądzający i dookreślany intra-akcyjnie w fenomenach⁶⁴⁸. Elementy te różnicują się w splątaniach aparatów produkcji generujących ich określoność⁶⁴⁹. Kategorie te odnoszą się więc do konkretnych fenomenów materialno-dyskursywnych i nie istnieją w oderwaniu jako oznaczenia esencjalne, lecz są aktywnie rozmontowywane i kwestionowane w fenomenach⁶⁵⁰.

⁶⁴⁷ Zob. *Wywiad z Karen Barad...*, dz. cyt., s. 51–52.

⁶⁴⁸ Nie są one bowiem gotowymi pojęciami opisowymi, które da się „przykleić” do danego elementu splątania. Jak spostrzega Barad: „Przekonanie, że istnieją dwie odrębne klasy bytów lub dwie odrębne sfery praktyk wpływających na siebie w określonych obszarach, w których się wzajemnie nakładają, opiera się na newtonowskich koncepcjach przyczynowości, dynamiki, przestrzeni i czasu oraz na newtonowskiej wierze w uprzednie istnienie odrębnie określonych, ograniczonych i uwłasnościowanych bytów i praktyk”. K. Barad, *Spotkanie z wszechświatem...*, dz. cyt., s. 320.

⁶⁴⁹ W tym sensie „zamęt poprzedza zjawisko”, jak za Darshaną Jayemanne pisała Sonia Fizek. Zob. D. Jayemanne, *Performativity in Art, Literature and Video Games*, Palgrave MacMillan, Londyn, 2027, s. 2 [Za:] S. Fizek, *Gra w intraaktywność. Zarys performatywnej teorii gier komputerowych na podstawie filozofii Karen Barad*, „Teksty Drugie: teoria literatury, krytyka, interpretacja”, nr 1(1), 2025, s. 185.

⁶⁵⁰ Podobnych spostrzeżeń Barad dokonuje odczytując dyfrakcyjnie pracę Leeli Fernandes, w której dokonuje analizy strukturalnych stosunków władzy na hali produkcyjnej. Jak zauważa Barad: „[...] nie byłoby właściwe postrzeganie osób robotniczych jako pionków zajmujących różne, lecz równoważne miejsca na szachownicy jakiejś nadrzędnej, statycznej struktury zwanej kapitalizmem. Przestrzenność kapitalizmu sama bowiem jest nieustannie podważaną i ciągle przeobrażającą się topologią, która ponawialnie się wytwarza i odtwarza dzięki dynamice intra-aktywności i splątania”. L. Fernandes, *Producing Workers: The Politics of Gender, Class, and Culture in the Calcutta Jute Mills*, University of Pennsylvania Press, Philadelphia 1997 [Za:] K. Barad, *Spotkanie z wszechświatem...*, dz. cyt., s. 337.

Nie oznacza to jednak, że w takim splątaniu nie konstytuują się napięcia. Ujęcie to nie neguje ani nierówności władzy, ani tego, że splątane aparaty produkcji wytwarzają różne wymagania i logiki działania, które nie zawsze są ze sobą zgodne. Wyzysk użytkowników nie przebiega tu na prostej linii „pracodawca” – „pracownik”, ale jest efektem konfiguracji warunków, w których działania użytkownika – niezależnie od intencji – stają się surowcem dla wartości ekonomicznej. „Praca” użytkownika jest nierozdzielna od jego „rozrywki”; oba te aspekty są współwylaniającymi się materializacjami tego samego fenomenu. Wyzysk jawi się zatem jako efekt asymetrii władzy w splątaniu: użytkownik posiada zdolność działania, jednak warunki jej realizacji określone są przez splątany aparat, który strukturalnie faworyzuje zyski organizacji kosztem podmiotowości użytkownika.

Niezliczone konfiguracje i (re)materializacje obejmują zatem także zróżnicowane napięcia, które – jako efekty konkretnych zjawisk – niosą dla nich określone materioznaczenie. Do zjawisk tych mogą należeć między innymi: firmy technologiczne i napędzające się między sobą starcia wielkich korporacji; starcia między narodami i trwający wyścig technologiczny, w tym wyścig o wiedzę; regulacje między „nowymi” i „starymi” przemysłami kultury; żerowanie cyfrowych pośredników na działaniach użytkowników bez wynagradzania ich; dyskursywne praktyki mediów masowych; działania twórcze i odtwórcze użytkowników; wreszcie splątana z kulturą technologia, w tym ta oparta o działanie algorytmów intra-akcyjnie faworyzujących jednych uczestników sieciowych relacji kosztem drugich.

Tym, co staram się tu zaakcentować, jest to, że owe napięcia nie wynikają z niezgodności cech istotowych ani z jednostkowo konstruowanych właściwości obiektów czy zjawisk. W takim rejestrze teoretycznym problematykę tę ujmowała Judith Butler, która kwestię sprawczości wiązała z napięciami powstającymi między normami. Butler spostrzegła, że wykluczające się normy nie dają się w pełni ucieleśnić, przez co powodują „pęknięcia”, które umożliwiają zmianę, opór czy przekształcenie norm⁶⁵¹. W tej perspektywie przestrzeń dla sprawczości konstytuuje się w obrębie sprzeczności między „gotowymi normami”. W pokrewnym kierunku zmierza również myśl Jona McKenziego, który pisze:

⁶⁵¹ Kwestie te Butler porusza zwłaszcza w: J. Butler, *Uwikłani w pleć. Feminizm i polityka tożsamości*, Karolina Krasuska (tłum.), Wydawnictwo Krytyki Politycznej, Warszawa 2024.

Zespół dyskursów i praktyk, wziętych z różnych paradygmatów performansu, tworzy niezliczone niestosowności, letliwe paradoksy, a nawet wyraźne absurdy - a z ich zebrania od czasu do czasu wynika jakiś nonsensowny sens, non-sens, który może wybuchnąć w śmiechu⁶⁵².

Wglądy sprawczego realizmu pozwalają na przeformułowanie dwóch z poruszonych tu kwestii. Po pierwsze pozwalają uznać, że napięcia te nie są prostą konsekwencją gotowych interpelacji ideologicznych, nawet jeśli rozumiemy je jako performatywy otwierające możliwość niepełnego przyjęcia normy, oporu wobec niej lub jej przeinaczenia⁶⁵³. Jak zauważa Barad:

Aparaty produkcji same podlegają wytwarzaniu i ponawialnemu przetwarzaniu, podobnie jak natura produkcji jako takiej. Realizm sprawczy odrzuca zatem pogląd, że struktury są althusserowskimi aparatami – usztywnionymi społecznymi formacjami władzy, pozbawiającymi mocy sprawczej i deterministycznie wytwarzającymi podmioty formacji ideologicznych. Przeciwnie, struktury należy rozumieć jako materialno-dyskursywne fenomeny, które ponawialnie się (re)produkują i (re)konfigurują w wyniku nieustannych materialno-dyskursywnych intra-akcji. Maszyna ta nie jest urządzeniem złożonym z pojedynczych przekładni. Nie da się jej wpasować w ramy geometrii euklidesowej. To topologiczna bestia, mutująca w wyniku otwartej dynamiki intra-aktywności. Kwestie spójności, tworzenia granic i wykluczania (kwestie topologiczne) muszą uzupełniać i wzbogacać zagadnienia związane z położeniem i umiejscowieniem (zbyt często ujmowane w kategoriach czysto geometrycznych)⁶⁵⁴.

Po drugie zaś, umożliwiają pojmowanie sprawstwa jako możliwego nie tylko poprzez zderzenia aparatów. Zasadniczo bowiem „intra-akcje nie mają charakteru

⁶⁵² J. McKenzie, *Performuj albo...*, dz. cyt., s. 293.

⁶⁵³ W ten właśnie sposób Judith Butler odnosi się do koncepcji interpelacji Louisa Althussera i krytycznie ją rozwija w eseju *Conscience Doth Make Subjects of Us All* (ujęty również jako rozdział w monografii *The Psychic Life of Power*). Zgadza się, że ideologia, interpelując, (współ)tworzy podmiot i odgrywa w tym procesie rolę dominującą. Wskazuje jednak, że w ujęciu Althussera interpelacja jawi się jako nieuchronna i całkowicie skuteczna, a tym samym nie pozostawia miejsca na opór. Butler podkreśla natomiast, iż dokonuje się ona w i poprzez język, a jej skuteczność wynika z przywiązania jednostek do własnej podmiotowości. Tak rozumiany mechanizm otwiera według Butler możliwość niepełnego przyjęcia, przeinaczenia czy resignifikacji. Zob. J. Butler, *Conscience Doth Make Subjects of Us All*, „Yale French Studies”, nr 88, 1995, s. 6–26; też, *The Psychic Life of Power*, Stanford University Press, Stanford 1997, ss. 106–114. Do propozycji takiego odczytania koncepcji Althussera przez Butler, krytycznie odnosi się z kolei Matthew Lampert. Zob. M. Lampert, *Resisting Ideology: On Butler's Critique of Althusser*, „Diacritics”, 43 (2), 2015, ss. 124–147.

⁶⁵⁴ K. Barad, *Spotkanie z wszechświatem...* dz. cyt., s. 332–333.

determinującego”, i to „nawet wtedy, gdy aparaty się wzmacniają”⁶⁵⁵. Sprawstwo w rozumieniu Barad opiera się na powiązanej z odpowiedzialnością zdolności wzajemnej odpowiedzi (*response-ability*⁶⁵⁶), która zwraca uwagę na nierównowagę władzy i jest cechą samego procesu intra-akcyjnego, a nie właściwością jednostki⁶⁵⁷. W tym też sensie

[...] przyszłość pozostaje w każdym momencie radykalnie otwarta, a otwarte poczucie przyszłości nie zależy od zderzenia czy kolizji wymogów kulturowych. Wpisuje się raczej w samą naturę intra-aktywności - nawet jeśli aparaty mają przede wszystkim funkcję wymuszającą, nie wyklucza to mocy sprawczej⁶⁵⁸.

Dlatego proponuję, by przybliżonych powyżej praktyk jako efektów splątania aparatów nie traktować jako trwałej, niezmiennej, narzuconej struktury, lecz raczej ujmować je w kategoriach ich przygodnych materializacji. Ich wyłanianie należy wiązać z topologiczną dynamiką materii, w której aparaty produkcji cielesnej – same będące efektem intra-akcyjnych konfiguracji – stanowią integralną część fenomenów, które współkonstytuują. W tej perspektywie zarówno aparaty, jak i fenomeny pozostają w stanie ciągłego wzajemnego wewnątrz-przeformułowywania⁶⁵⁹. Materialno-dyskursywne praktyki należy zatem postrzegać w ich potencjalnie nieograniczonym wzajemnym uwikłaniu, określanym i chwilowo stabilizowanym jedynie w obrębie materializacji konkretnych fenomenów.

Taka perspektywa nie znosi więc napięć pomiędzy różnymi logikami performatywnymi. Pozwala natomiast rozumieć je jako efekt określonych konfiguracji aparatów produkcji, które – różnicując fenomen – wytwarzają zarazem pola odpowiedzialności oraz możliwości jego rekonfiguracji. W tym sensie odpowiedzialność nie polega na indywidualnym posiadaniu władzy, lecz na zdolności wzajemnej odpowiedzi wpisanej w sam proces intra-akcyjny⁶⁶⁰.

⁶⁵⁵ Zob. Wywiad z Karen Barad..., dz. cyt., s. 46.

⁶⁵⁶ V. Bozalek, M. Zembylas, *Responsibility, Privileged Irresponsibility and Response-Ability*. *Palgrave Critical University Studies*, „Palgrave Macmillan”, Cham 2023, s. 63–81.

⁶⁵⁷ Wywiad z Karen Barad..., dz. cyt., s. 47.

⁶⁵⁸ K. Barad, *Spotkanie z wszechświatem...* dz. cyt., s. 248–249.

⁶⁵⁹ Tamże, s. 247.

⁶⁶⁰ V. Bozalek, M. Zembylas, *Responsibility, Privileged Irresponsibility...* dz. cyt.

4.1.3 Algorytm i użytkownicy: relacyjna dynamika rekomendacji na TikToku

Jedną z najczęściej omawianych relacji w obrębie fenomenu TikToka jest ta, która wyłania się na styku algorytmu i użytkowników. Istotnych wglądów dostarczają tu zwłaszcza analizy Aparajitaji Bhandari i Sary Bimo. Zdaniem autorek tym, co odróżnia aplikację TikTok od innych mediów społecznościowych, jest to, że granice między użytkownikiem a platformą są w niej celowo zacierane. Ten pierwszy bowiem negocjuje⁶⁶¹ swoją tożsamość w wyniku zaangażowania w „wyselekcjonowany algorytm [który ma – przyp. Ł. J.] tyle samo >>życia<<, co jej ludzki użytkownik”⁶⁶². Bhandari i Bimo zwracają przy tym uwagę zwłaszcza na problem konstruowania przez użytkowników w ramach aplikacji „algorytmicznego ja”, które – jak piszą – powstaje raczej w wyniku „refleksyjnego zaangażowania w poprzednie reprezentacje siebie, niż poprzez powiązania społeczne”⁶⁶³.

Na podstawie pogłębionych wywiadów z użytkownikami, Bhandari i Bimo dowodzą, że relacja użytkownik-algorytm jest w aplikacji TikTok specyficzna⁶⁶⁴. Ekspozowanie przez platformę strony „Dla Ciebie” jako domyślnej oraz niezwykle trafna rekomendacja treści sprawiają bowiem, że użytkownicy zaczynają używać wobec algorytmu języka personifikującego. Jak uważają cytowane autorki, algorytm w postrzeganiu użytkowników znajduje się gdzieś pomiędzy „niezależnym ego, z którym mogą wchodzić w interakcję”, a „elementem lub blokiem konstrukcyjnym infrastruktury

⁶⁶¹ Ów proces negocjacji Andreas Schellewald analizuje jako oparty na zaufaniu użytkownika do maszynowego procesu „uczenia się” jego preferencji. Zaufanie autor rozumie jako zjawisko relacyjne oraz „społecznie zapośredniczone”. Relacja pomiędzy użytkownikiem a algorytmem opiera się na dwóch typach wrażliwości: po pierwsze na ryzyku nudy i marnowania czasu związanym z obawą, że algorytm nie spełni obietnicy dostarczania satysfakcjonujących treści, a więc obawy, że algorytm nie sprostą metakomunikacyjnej obietnicy dostarczania angażujących i satysfakcjonujących treści w warunkach chronicznej presji czasowej; po drugie, na wrażliwości dotyczącej prywatności danych, obejmującej lęk przed ich ujawnieniem, instrumentalnym wykorzystaniem oraz potencjalnym wpływem algorytmicznej selekcji na dostęp do informacji i dobrostan psychiczny użytkownika. Jak pisze Schellewald: „Z tej perspektywy doświadczenia ludzi z algorytmami są zakorzenione w ocenie prawdziwości w poczuciu, że algorytm jest >>uczciwy<< wobec obietnic składanych w sposób metakomunikacyjny co do jego skuteczności”. Zob. A. Schellewald, *Putting Trust to the Test: Making Sense of Human–Machine Interactions on TikTok*, „Social Media + Society”, 11(3), 2025, s. 5.

⁶⁶² A. Bhandari, S. Bimo, *TikTok and the algorithmized self: A new model of online interaction*, „Paper presented at AoIR 2020: The 21st Annual Conference of the Association of Internet Researchers”, Virtual Event: AoIR, 2020, s. 3.

⁶⁶³ Tamże.

⁶⁶⁴ A. Bhandari, S. Bimo, *Why’s Everyone...*, dz. cyt.

platformy”⁶⁶⁵, gdzie – jak zauważają z kolei Ignacio Siles i współpracownicy – nawigacja po treściach stanowi formę quasi-dialogu⁶⁶⁶.

Analizy Bhandari i Bimo sytuują się zarazem w obrębie jednego z dominujących sposobów opisywania TikToka w literaturze przedmiotu i dyskursie medialnym. Ujęcie to przedstawia aplikację jako platformę skoncentrowaną na algorytmicznie porządkowanych treściach, w której mechanizmy rekomendacyjne stają się głównym organizatorem obiegu, przesuając na dalszy plan znaczenie relacji między użytkownikami⁶⁶⁷. Problem z takim opozycyjnym definiowaniem platform jako z jednej strony skoncentrowanych na treści, a z drugiej – jako mediów określanych przez relacje społeczne, polega jednak na tym, że treści nie cyrkulują poza kontekstami społecznymi, które wykraczają dalece poza samą aplikację, a także poza środowisko cyfrowe. Ten sposób porównania prowadzić więc może zarówno do reifikacji samej kategorii treści, jak i do zatarcia tych jej wymiarów, które ujawniają się dopiero w praktykach współdzielenia, a w konsekwencji – do redukcji jej społecznego znaczenia.

Jak zauważają Diana Zulli i David Jones Zulli „choć powiązania międzyludzkie są [w aplikacji - Ł.J] bagatelizowane, użytkownicy nadal wchodzą ze sobą w interakcje podczas przeglądania i udostępniania treści, powielania TikTokowych wyzwań i tworzenia filmów w duetach z (nie)znajomymi⁶⁶⁸. Ważnym w tym kontekście przykładem mogą też stanowić omawiane w dalszej części rozprawy praktyki seniorów w aplikacji, gdzie tworzenie treści opiera się na współpracy z młodszymi użytkownikami. Praktyki te zaś otwierają przestrzeń dla pogłębiania więzi – w tym relacji z wnukami – a zarazem włączają seniorów w szerszy proces międzygeneracyjnego dialogu.

Szczególnie interesujący przykład wagi społecznych powiązań w aplikacji opisała Jacqueline Ryan Vickery, wprowadzając koncepcję „zabawowego ciała memicznego” jako ramy pozwalającej uchwycić ucieleśnione, performatywne i kolektywne praktyki młodych użytkowników TikToka. Autorka omawiając przykład tiktoków odnoszących się do strzelanin w szkołach wskazuje, że memiczne performanse nie są jedynie indywidualnymi aktami ekspresji, lecz stanowią przestrzeń wspólnego przeżywania i

⁶⁶⁵ Tamże, s. 6.

⁶⁶⁶ I. Siles, L. Valerio-Alfaro, A. Meléndez-Moran, *Learning to like TikTok... and not: Algorithm awareness as process*, „New Media & Society”, 26(10), 2024, s. 5702–5718. Kwestie te dostrzegają również respondenci Andreasa Schellewolda. Zob. A. Schellewald, *Putting Trust...*, dz. cyt., s. 5 i 8.

⁶⁶⁷ Zob. F. Rayan, *Why TikTok isn't really a social media app*, „The Strategist” (blog Australian Strategic Policy Institute), 2021, <https://www.aspistrategist.org.au/why-tiktok-isnt-really-a-social-media-app/> (20.01.2026).

⁶⁶⁸ Zob. D. Zulli, D. J. Zulli, *Extending...*, dz. cyt., s. 11.

przetwarzania traumy, w której doświadczenia przemocy zostają oswojane poprzez powtarzalne, rozpoznawalne formy humoru, ironii i zabawy. Poprzez naśladowanie, adaptowanie i kolektywne uczestnictwo młodzi ludzie budują afektywne wspólnoty. Ciało staje się w tym ujęciu miejscem pracy kulturowej i afektywnej, w którym młodzi ludzie – poprzez humor, ironię i stylizowaną grę – wspólnie przetwarzają doświadczenia przemocy i traumy, jednocześnie konstruując kolektywne słowniki znaczeń oraz formy solidarności⁶⁶⁹.

Istotnych wglądów w tym zakresie dostarczają również autoetnograficzne analizy Josepha Hewlett-Halla, powstałe w ramach projektu TikTok Ethnography Collective, w których autor – odwołując się do własnych doświadczeń korzystania z aplikacji – proponuje przesunięcie akcentu z indywidualnej autoprezentacji ku praktykom relacyjnym wyłaniającym się w obrębie platformy⁶⁷⁰. Autor wskazuje, że pomimo częstych diagnoz przedstawiających TikToka jako środowisko fragmentaryczne i informacyjnie przeładowane, użytkownicy nie funkcjonują w nim jako odizolowane jednostki. Przeciwnie – poprzez powtarzalne formy ekspresji, takie jak trendy, duety, stitch czy popularne formaty narracyjne w rodzaju „story time”, wytwarzają oni dynamiczne wzory odniesień kulturowych przypominające procesy charakterystyczne dla folkloru⁶⁷¹. Poszczególne nagrania nie funkcjonują wówczas jako praktyki iteracji, rozwijania i przekształcania wspólnych repertuarów znaczeń. Perspektywa ta pozwala dostrzec, że nawet w warunkach silnego zapośredniczenia algorytmicznego praktyki użytkowników pozostają zakorzenione w relacyjnych procesach wytwarzania sensu.

Na potrzebę dostrzegania szerszych kontekstów społecznych, w których dokonują się współczesne praktyki medialne, zwracały uwagę również Bhandari i Bimo, choć

⁶⁶⁹ J. R. Vickery, *Playing Dead: TikTok, #Darkhumor Memes, and the Absurdity of School Shootings in the United States*, „International Journal of Communication”, 2025, nr 24885, s. 3286–3312.

⁶⁷⁰ J. Hewlett-Hall, *Folklore, Storytelling and Coping with the Internet on TikTok*, „Teaching Anthropology”, nr 12(1), 2023, s. 48–60.

⁶⁷¹ Jak pisze autor: „Celem tekstu nie jest zanegowanie >>tradycyjnych<<, ucieleśnionych form opowiadania historii czy folkloru na rzecz komunikacji online poprzez TikToka. Nie chodzi również o twierdzenie, że cyfrowa społecznościowość stanowi pełne lub satysfakcjonujące zastępstwo dla interakcji twarzą w twarz [...] Pragnę jednak wskazać, że w wyniku tych kryzysów wyłoniły się praktyki spełniające kryteria opisane w teoriach społecznych dotyczących folkloru i opowiadania historii – nawet jeśli na pierwszy rzut oka wydają się one nieprzystające do tak >>nowoczesnej<< przestrzeni. W artykule przedstawiłem/-am sposoby, w jakie użytkownicy Internetu poprzez TikToka znaleźli miejsce do dzielenia się opowieściami o życiu w pandemii oraz o szerszych lękach, których doświadczają, a także do budowania poczucia przynależności”. Tamże, s. 56–57.

wątek ten pozostaje nieco na uboczu ich rozważań⁶⁷². Jak piszą autorki, zamiast zaangażowania społecznego opartego o obserwowanie bliskich znajomych i zamieszczanie komentarzy, TikTok sprzyja praktykom samokreacji wykraczającym poza przestrzeń cyfrową: dostarczając kulturowo istotnych informacji, umożliwia uczestnictwo w innych przestrzeniach, zarówno online, jak i offline⁶⁷³. Udostępniane w gronie znajomych treści zostają przekształcone w artefakty kulturowe o znaczeniu wewnętrznym, funkcjonujące już nie jako element obiegu masowego, lecz w obrębie konkretnych relacji społecznych⁶⁷⁴. W tym sensie praktyki udostępniania ujawniają twórczy charakter konsumpcji rozumianej jako nawykowy, lecz zarazem refleksyjny proces rekontekstualizacji⁶⁷⁵, poprzez który TikTok – mimo zakładanej logiki rozłącznej towarzyskości – realnie współkształtuje więzi społeczne użytkowników⁶⁷⁶. Wskazuje to na problematyczność badań skoncentrowanych na projektach platformy, zwłaszcza, gdy wiążą się z tendencją do ujmowania szerszych kontekstów jedynie na marginesie rozważań.

Mimo formułowania wniosków o społecznych konsekwencjach algorytmicznego porządkowania treści ujęcie zaproponowane przez Bhandari i Bimo zachowuje liberalno-indywidualistyczny punkt ciężkości, koncentrując się na odrębnych bytach – użytkownika i algorytmie – ujmowanych w relacji konfrontacji. Perspektywa intraakcyjna, która nie zakłada pierwotnej separacji użytkownika i infrastruktury platformy, pozwala natomiast ujmować je jako współkonstytuujące się w relacyjnych układach praktyk medialnych. Z tej perspektywy społecznościowy charakter aplikacji ujawnia się wówczas, gdy spojrzymy na algorytmy jako na relacyjne obiekty kształtowane w intraakcjach. Dostrzec można wtedy, że w konstytuowaniu tak rozumianego fenomenu uczestniczy również społeczność aplikacji, w tym każdy użytkownik z osobna. Wnioskować można więc, że użytkownik, angażując się „w algorytm”, angażuje się również w społeczność (nie)znajomych⁶⁷⁷, która o tym pierwszym współstanowi i w

⁶⁷² Uznanie przez autorki szerszych kontekstów społecznych nie zmienia jednak tego, że ich zasadniczy model doświadczenia TikToka pozostaje skoncentrowany na relacji użytkownika z algorytmem.

⁶⁷³ A. Bhandari, S. Bimo, *Why's Everyone...*, dz. cyt., s. 9.

⁶⁷⁴ Tamże.

⁶⁷⁵ Kontekst społeczny nie jest bowiem wyłącznie kwestią załączonego do danej treści komentarza.

⁶⁷⁶ Tamże.

⁶⁷⁷ W podobny sposób kwestie te ujmuje Andreas Schellewald analizując relacje między nieznanymi użytkownikami na TikToku w kategorii towarzyskości (rozumianej za Georgem Simmelem). Jak zauważa Schellewald, „relacje pośredniczone przez stronę >>Dla Ciebie<< współbrzmiały z tym, co Simmel określał mianem >>idealnego świata socjologicznego<<”. Relacje z nieznanymi cechowałyby się tu lekkością,

intra-akcjach jest współstanowiona, nawet jeżeli sama platforma kwestię połączeń międzyludzkich traktowałaby marginalnie. W tym sensie, perspektywa intra-akcyjna pozwala dostrzec społeczne współkonstyтуowanie doświadczenia także tam, gdzie nie przyjmuje ono postaci bezpośrednich interakcji międzyludzkich.

Na rzecz intra-akcyjnego ujęcia środowiska aplikacji TikTok przemawiają również dokonane przeze mnie w toku autoetnograficznych badań obserwacje dotyczące wpływu zaangażowania użytkowników w relacje z bliskimi na kształt algorytmicznie porządkowanej strony „Dla Ciebie”. Treści, z którymi znajomi „wchodzą w interakcje”, w szczególności te przesyłane w prywatnych wiadomościach, zdają się oddziaływać na to, jakie materiały są następnie wyświetlane odbiorcy. Zależność ta była wielokrotnie sygnalizowana przez moich interlokutorów w prywatnych wiadomościach, stając się niekiedy źródłem irytacji – zwłaszcza wówczas, gdy przesyłanie określonych treści prowadziło do niepożądanych dla danego użytkownika zmian w zestawie materiałów wyświetlanych na platformie. Chociaż zmienny charakter wyświetlanych treści jest przez użytkowników pożądanym⁶⁷⁸, równie istotne pozostaje poczucie sprawczości w kształtowaniu tego, co zostaje im zaproponowane⁶⁷⁹.

Rozmowy te, przeprowadzane głównie na Instagramie, najczęściej dotyczyły przesyłania treści określanych jako *AI slop*, czyli niskiej jakości, powtarzalnych materiałów generowanych przez sztuczną inteligencję i masowo zamieszczanych w sieci⁶⁸⁰. Jak wskazywali ich odbiorcy, treści te w łatwy sposób „infekowały” ich

przyjemnością oraz wolnością od trwałych zobowiązań. Towarzystwo na TikToku Schellewald określa mianem „rozłącznej towarzyskości”, która sprzyja autentycznemu zaangażowaniu, nie przytłaczając jednocześnie uczestników nadmiarem zobowiązań. A. Schellewald, *Changing modes of public connection: an essay on TikTok and the social affordances of personalized social media*, „Frontiers in Computer Science”, 7, 2025, s. 2–3; G. Simmel, *The sociology of sociability*, „American Journal of Sociology”, nr 55, 1949, s. 254–261.

⁶⁷⁸ M. Masood, S. Kannan, Z. Liu, D. Vasisht, I. Gupta, *Counting How the Seconds Count...*, dz. cyt., s. 13–14 i 18–19.

⁶⁷⁹ Zob. np. C. Felaco, *Making Sense of Algorithm...*, dz. cyt.

⁶⁸⁰ Kwestia platformy może być tu bardzo istotna. Jak wskazują bowiem badania Masood i współpracowników, na platformie TikTok powszechna obawa użytkowników o to, że pojedyncza interakcja z danym wideo trwale zmieni zestaw wyświetlanych treści i „wciągnie” ich w niepożądane tematy, nie znajduje empirycznego potwierdzenia. Autorzy pokazują, że interakcje te są raczej konsekwencją wcześniejszych rekomendacji niż ich przyczyną, a algorytm TikToka reaguje względnie powoli i zarazem dynamicznie, pozostawiając użytkownikom przestrzeń do regulowania własnych praktyk odbiorczych i wpływu na wyświetlane treści. Kwestie te zdają się potwierdzać również moje doświadczenia autoetnograficzne, które wskazują, że problem zbyt szybkiej reakcji algorytmu oraz poczucia „uwięzienia” w określonych tematach dotyczył przede wszystkim platformy Instagram. Zob. M. Masood, S. Kannan, Z. Liu, D. Vasisht, I. Gupta, *Counting How the Seconds Count: Understanding Algorithm-User Interplay in TikTok via ML-driven Analysis of Video Content*, arXiv preprint, 2025, s. 22–23.

przestrzeń >>Dla Ciebie<< i wymagały znacznych nakładów pracy, aby pozbyć się ich z proponowanych materiałów. Takim momentem irytacji było często pojawienie się *AI slopów* o charakterze religijnym (charakterystycznych dla portalu Facebook⁶⁸¹), które w nachalny sposób zachęcały interlokutorów do pozostawienia komentarza, polubienia lub udostępnienia⁶⁸². Choć jako pojedyncze przykłady mogły one funkcjonować jako element humorystyczny w wymianie treści, to sposób, w jaki potencjalnie mogą współkształtować późniejsze wyświetlanie materiałów na platformie, okazywał się dla moich interlokutorów problematyczny⁶⁸³. Użytkownicy więc starają się aktywnie moderować stronę „Dla Ciebie”, lecz splątania współkształtujące wyświetlane treści okazują się zdecydowanie szersze niż ich bezpośrednie zaangażowanie w algorytm czy wcześniejsze reprezentacje użytkownika, wykraczając także poza samą aplikację. Wiele z tych nieporozumień interpretacyjnych dotyczących współczesnych zjawisk medialnych można uznać za efekt przywiązania do rozumienia rzeczywistości rozdzielającego wymiary online i offline, podczas gdy dla użytkowników są one nierozdzielnie splątane. Dlatego nie jest możliwa ich interpretacja w separacji.

Nawet jednak, gdyby skoncentrować analizę na projekcie platformy, trzeba zauważyć, że wydawca aplikacji wdraża rozwiązania wzmacniające klasycznie rozumiany społecznościowy wymiar platformy. Wzorując się na rozwiązaniach znanych z aplikacji Snapchat, TikTok w 2025 roku wprowadził bowiem funkcję *TikTok Streak*, inspirowaną mechanizmem tzw. „snapów na dni”, która ma zachęcać użytkowników do codziennej wymiany wiadomości i podtrzymywania w ten sposób relacji ze znajomymi. Po trzech dniach nieprzerwanej interakcji użytkownicy mogą zobaczyć tzw. *Streak Pet* – cyfrową animację płomyka, który reaguje na potencjalne (nie)podtrzymywanie danej relacji. Animacja zatem “zamarza”, gdy przez co najmniej jeden dzień nie dojdzie do wymiany wiadomości. Gdy wymiana wiadomości nie zdarza się dłużej, animacja znika.

⁶⁸¹ Zob. A. Yang, *Facebook users say 'amen' to bizarre AI-generated images of Jesus*, „NBC News”, 2024, <https://www.nbcnews.com/tech/tech-news/facebook-users-say-amen-bizarre-ai-generated-images-jesus-rcna143965> (29.12.2025).

⁶⁸² Zob. np. M. Mikulasi, *Shrimp Jesus and AI Slop*, „Medium”, 2025, <https://medium.com/@michalmikuli/shrimp-jesus-and-ai-slop-0ccf8169f744> (29.12.2025).

⁶⁸³ Nadmiar treści generowanych przez sztuczną inteligencję sygnalizowali m.in. użytkownicy portalu „Know Your Meme”, zwracając uwagę na dużą liczbę materiałów AI w zestawieniu najlepszych memów 2025 roku. Zob. Z. Sweat, *Know Your Meme's Top Internet Trends And Memes Of 2025 Roundup*, „Know Your Meme”, 2025, <https://knowyourmeme.com/editorials/meme-review/know-your-memes-top-internet-trends-and-memes-of-2025-roundup> (29.12.2025).

Towarzysząca mu cyfra wskazuje liczbę dni ciągłej wymiany treści, zachęcając do utrzymywania kontaktu ze znajomymi⁶⁸⁴.

Chociaż platformy takie jak TikTok przekształcają sposoby rozumienia i organizowania relacji społecznych, społeczność odgrywa w nich nadal równie istotną rolę. Ani relacje użytkowników z algorytmem, ani „projekt platformy” i wiązana z nim koncentracja na treściach nie zastępują (ani nie muszą osłabiać) powiązań społecznych. Choć tożsamość użytkownika jest negocjowana w tych splątaniach i w pewnym stopniu w ich obrębie dookreślana, trzeba zarazem zauważyć, że także tiktokowe treści podlegają negocjacjom ze strony użytkowników. Mamy tu bowiem do czynienia z układem relacyjnym, w którym performanse użytkowników stanowią swoiste pole testowe dla kolejno pojawiających się treści.

W splątaniu omawianych powyżej aparatów produkcji wyłaniają się kolejne zjawiska, którym teraz chcę się przyjrzeć. Jednym z nich jest fenomen trendu, ujmowany tu jako efekt ich dyfrakcji. To materialno-dyskursywna konfiguracja, która zarówno ujawnia, jak i intensyfikuje różnice generowane przez splątane aparaty produkcji. Trend stanowi moment intensyfikacji splątania i rekonfiguracji aparatów, a jego performans sprzyja optymalizacji splątanej wydajności, skuteczności i sprawności. Proces ten dokonuje się poprzez intra-aktywne nadawanie materioznaczenia jednym praktykom oraz równoczesne wykluczanie innych.

4.2 Fenomen trendu

Do jednych z najważniejszych materioznaczących praktyk internetowych oraz do osobnych gatunków medialnych zaliczyć można wyzwania (*challenges*). Praktyki te definiowane są w publicystyce jako „rodzaj zmodyfikowanej i przystosowanej do współczesnych realiów gry towarzyskiej, która polega na wyznaczeniu konkretnego zadania, do którego realizacji przystępują internauci”⁶⁸⁵. Następnie nagrywają oni efekty swoich starań i publikują je na profilach w mediach społecznościowych⁶⁸⁶. Jako odrębny

⁶⁸⁴ Zob. *Streaks*, „TikTok Support”, 2025, <https://support.tiktok.com/en/using-tiktok/messaging-and-notifications/streaks> (29.12.2025).

⁶⁸⁵ B. Charzyński, *Internet challenge, czyli internetowe wyzwanie – co to jest, na czym polega, czy jest bezpieczne?*, <https://scroll.morele.net/rozrywka/internet-challenge-czyli-internetowe-wyzwanie-co-to-jest-na-czym-polega-czy-jest-bezpieczne/> (28.05.2023).

⁶⁸⁶ *aagata*, *Internetowe wyzwania. Czy każdy challenge ma sens i jest bezpieczny?*, „Onet”, 2022, <https://kobieta.onet.pl/dziecko/internetowe-wyzwania-czy-kazdy-challenge-ma-sens-i-jestbezpieczny/c0bgqwm> (28.05.2023).

gatunek medialny wyzwania zyskały popularność na portalu YouTube. Argumentować jednakże będę, że to właśnie fenomen TikToka uczynił z wyzwań centralną praktykę użytkowników poprzez przekształcenie jej w tzw. trendy⁶⁸⁷.

W proponowanej perspektywie nawet nienazwane wyzwaniem (gdymby uznać je za szczególny gatunek treści cyrkulujących w sieci) lapidarne formy wideo, poprzez ogniskowanie społeczności wokół emergentnych trendów same stają się wyzwaniem. Jak pisał McKenzie, „wyzwania czynią coś: wszczynają, żądają, utwierdzają, oskarżają i przeciwstawiają się”⁶⁸⁸, uznając za Johnem Austinem, że obdarzone są one mocą illokucyjną⁶⁸⁹.

4.2.1 Materialno-dyskursywna praktyka trendu

W perspektywie semiotycznej trendy wykazują pewne podobieństwo do memów w ujęciu Limor Shifman, która rozumie je jako grupy tekstów dzielących wspólny cel, powstających „ze świadomością istnienia siebie nawzajem” i tworzących „wspólne doświadczenie kulturowe”⁶⁹⁰. Diana Zulli i David James Zulli zwracają przy tym uwagę, że „imitacja i replikacja – siły napędowe *mimesis* – są ukryte w projekcie platformy TikTok”, a w związku z tym, że „TikTok może być odczytywany jako tekst mimetyczny sam w sobie”⁶⁹¹. Autorzy dokonują więc istotnego rozszerzenia koncepcji memu internetowego⁶⁹² na infrastrukturalny poziom platformy⁶⁹³. W tej perspektywie TikTok jawi się jako swego rodzaju przestrzeń odbić, niekończących się refleksji treści i auto(re)prezentacji, do których wykonywania nakłaniany są systemowo użytkownicy. Trendy stanowią tu jeden z najważniejszych budulców systemu znaczeń uwikłanej w aplikację „społeczności imitacji” (*imitation publics*)⁶⁹⁴.

⁶⁸⁷ Kategorię wyzwań coraz częściej rozumie się zresztą jako centralną dla większości platform. Wobec tego pojawiają się również interesujące propozycje badawcze, by analizować je w kategoriach gamifikacji. Zob. M. Fuchs, S. Fizek, P. Ruffino, N. Schrape (red.), *Rethinking Gamification...*, dz. cyt.

⁶⁸⁸ J. McKenzie, *Performuj albo...*, dz. cyt., s. 41.

⁶⁸⁹ J. L. Austin, *Mówienie i poznawanie. Rozprawy i wykłady filozoficzne*, B. Chwedeńczuk (tłum.), PAN, Warszawa 1993, s. 704-705, [za:] J. McKenzie, *Performuj albo...*, dz. cyt., s. 41.

⁶⁹⁰ L. Shifman, *Memes in Digital...*, dz. cyt., s. 42-43.

⁶⁹¹ D. Zulli, D. J. Zulli, *Extending...*, dz. cyt., s. 5-6.

⁶⁹² Zob. L. Shifman, *Memes in...*, dz. cyt., s. 362-377.

⁶⁹³ Tamże.

⁶⁹⁴ Autorzy artykułu definiują społeczność imitacji jako „zbiór ludzi, których cyfrowa łączność jest tworzona poprzez wspólny rytuał imitacji i replikacji treści”. D. Zulli, D. J. Zulli, *Extending the Internet meme...*, dz. cyt., s. 1.

Proponowane przeze mnie podejście nie odrzuca tych propozycji, lecz – wychodząc od złożoności codziennych doświadczeń użytkowników mediów społecznościowych – dokonuje ich rozszerzenia poza zakresy przedstawień i praktyk reprezentowania oraz afordancyjnych determinacji zakodowanych w projekcie. W celu doprecyzowania tej kwestii za narzędzie dyfrakcji posłuży mi „przechodnia”, łącząca powyższe wglądy z proponowaną przez mnie perspektywą badawczą, figura asamblażu. Umożliwi ona zilustrowanie przejścia od opisu doświadczenia konstytuowanego w obrębie wspólnych kodów znaczeniowych do analizy relacyjnych fenomenów, w których doświadczenie wyłania się w sposób dynamiczny.

Gdy przyjmiemy, że dany asamblaż to składowa poszczególnych performansów kulturowych, wtedy poszczególne pojawiające się przed nami treści tworzą skończony układ składający się na konkretne, jednorazowe wrażenie użytkownika wynikające z kontaktu z przedstawieniami. Różne zestawienia treści pojawiające się u różnych użytkowników w obrębie konkretnego użycia aplikacji, można łączyć za pomocą kodów semiotycznych, a więc poprzez określanie ich różnic i podobieństw grupować je w tzw. mempleksy⁶⁹⁵. Podejście to koncentruje się zwłaszcza na językowych aspektach kształtujących wspólne doświadczenia.

Gdy zaś pomyśleć o asamblażach w sposób, jaki proponuje Manuel DeLanda (współtwórca tzw. nowego materializmu), a więc jako o „bytach, których tożsamość określana jest przez relacje, w które wchodzi ze światem zewnętrznym”⁶⁹⁶, a równocześnie uwzględnić spostrzeżenia Karen Barad, dostrzec można, że konkretne konfiguracje fenomenów – dalece wykraczające poza granice rysowane przez tradycyjnie

⁶⁹⁵ M. Kamińska, *Niečne memy...*, dz. cyt., s. 61–62.

⁶⁹⁶ M. DeLanda, *A New Philosophy of Society. Assemblage Theory and Social Complexity*, Bloomsbury Academic, London/New York 2006, s. 10, [za:] M. Chaberski, *Performans jako asamblaż*, „Didaskalia”, nr 133/134 (2016), s. 86.

pojmowaną przestrzeń aplikacji – relacyjnie współtworzą „asamblaże”⁶⁹⁷ bycia (ze) świata składające się na ciągłe (re)konfigurowane doświadczanie⁶⁹⁸.

Treści wyświetlane kolejno na tablicy „Dla Ciebie” należałoby więc raczej ujmować jako współtworzone przy udziale wielu relacyjnie ustanawianych elementów przyczyniających się do ciągłej (re)konfiguracji specyficznego asamblażu wytwarzającego „na żywo” doświadczanie aplikacji przez poszczególnych jej użytkowników. Użytkownicy nie są przy tym zewnętrznymi odbiorcami tego procesu, lecz elementami fenomenu podlegającego dynamicznym przekształceniom w kolejnych intra-akcjach⁶⁹⁹.

Uwzględniając te spostrzeżenia powiedzieć można, że splątane aparaty produkcji intra-akcyjnie wytwarzają również wyzwania dla użytkowników (którzy sami też znajdują się w owym formułującym splątaniu) poprzez zachętę do „naśladowczego” udzielania się w społeczności aplikacji w ramach dynamiki trendów. Trendy zaś w takim ujęciu przedstawiają się jako pewne dyskursywno-materialne konfiguracje (intra)aktywności, wyznaczone dynamicznie przez splątane aparaty produkcji i wyzywające jej (i poprzez jej) członków (tu: użytkowników) do iterowania, remiksowania, zestawiania i twórczego rekombinowania w dynamicznych splątaniach.

⁶⁹⁷ Propozycję rozumienia takich zestawień przez bliską asamblażowi kategorię *assembly* proponował Kyle Parry. Rozumiał on poszczególne elementy asamblażu jako pierwotnie oddzielone od siebie. W tym sensie bliższa jego propozycji była kategoria interakcji. Jak pisze autor: „Poszczególne elementy (*constituents*) zestawienia (*assembly*) funkcjonują jak obywatele: pozostają od siebie odrębne, rozpoznawalne składniki (np. jako jeden z wielu obrazów albo jeden z wielu przykładów memu), zachowują własne znaczenie i pozycję, ale także wchodzą w rozmowę, współpracę, a czasem konflikt ze składnikami, które je poprzedzają, przekraczają lub otaczają”. Moja propozycja promuje zaś w ślad za Barad relacyjną nierozdzielność obiektów w fenomenach, relacje ujmując w kategoriach intra-akcji. Grupowanie zaś zjawisk na podstawie ich podobieństw i różnic za pomocą kodów semiotycznych – takich jak mempleksy – choć niejednokrotnie stanowi użyteczny punkt odniesienia, to przy pominięciu układów, w jakie wchodzą konkretne materializacje, może okazać się ryzykowne. Zob. K. Parry, *Theory of assembly...*, dz. cyt., s. 9.

⁶⁹⁸ Mateusz Chaberski spostrzega: „Choć rekursywne oddziaływania między różnymi elementami asamblaży sprawiają, że DeLanda dostrzega zależności między różnymi poziomami organizacji rzeczywistości, zupełnie pomija on fakt, że badane zjawiska zawsze wytwarzają określone ludzkie doświadczenie”. Jednocześnie, zamiast „doświadczenia”, które jest nominalizacją rezultata, preferuje w opisanym kontekście użycie określenia „doświadczanie” jako nominalizacji procesowej, wzmacniając tym samym dokonane przez Chaberskiego spostrzeżenie o dynamicznym charakterze owych asamblaży. M. Chaberski, *Asamblaże, asamblaże. Doświadczenie w zamglonym antropocenie*, Księgarnia Akademicka i Wydział Polonistyki Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2019, s. 23–25.

⁶⁹⁹ Należy przy tym dostrzec, że „aktorami” performance’ów w aplikacji są nie tylko podmioty ludzkie, lecz również rośliny, zwierzęta, miasta etc., które nie tylko są w niej przedstawiane, ale posiadają w niej swoje konta. Są więc uwikłane w aplikacje, współtworząc konkretne materialno-dyskursywne konfiguracje. Dołączyć do tego trzeba stosunkowo nowe zjawisko fauny, flory i innych bytów generowanych przez AI.

Jak wspomniałem wyżej, w ujęciu McKenziego trendy rozumieć można jako dyskursywne performatywy, zaś tiktoki jako ucieleśnione performanse. W perspektywie użytkowników trend może być więc postrzegany jako forma normy performatywnej⁷⁰⁰. Trendy stanowiłyby dla użytkowników złożoną instrukcję działania, wzorce normatywne umożliwiające iteracje; tiktoki zaś – ich konkretne, ucieleśnione realizacje.

Wglądy sprawczego realizmu, proponujące pojmowanie materii jako niekończący się proces materializacji, pozwalają dostrzec, że podział ten nie jest jednak tak prosty⁷⁰¹. Karen Barad reorientuje bowiem pojmowanie materii jako substancji, rzeczy czy też ucieleśnienia podporządkowanego danemu z góry dyskursowi. Materia nie jest tu czymś, co po prostu istnieje i przyjmuje określoną formę. Jest natomiast „substancją w jej intra-aktywnym stawaniu się – nie rzeczą, lecz działaniem, krzepnięciem sprawczości. Materia to stabilizujący i destabilizujący proces ponawianej intra-aktywności”⁷⁰², w którym fenomeny nabierają materioznaczenia.

Propozycja Barad omija tym samym problem odrębności między niematerialnym dyskursem a materialnym ciałem, co w odniesieniu do badanego tu fenomenu odczytać można jako odrębność między „niematerialnym trendem” a „zmaterializowanym filmem” tak, jakby były to dwa różne porządki. Stąd trendy i tiktoki należy czytać raczej jako splątane momenty tego samego procesu różnicowania i materializacji: trend wyłania się i trwa dzięki powtarzalnym intra-akcjom konkretnych filmów, algorytmicznych aparatów, praktyk użytkowników itd., a pojedyncze tiktoki, a więc konkretne performanse, nie tyle realizują trend, co go współkonstytuują i (współ)różnicują.

W takim ujęciu dyskursywne performatywy nie są realizowane w performansach, lecz współwytwarzane performatywnie w splątaniu materialnych i dyskursywnych, społecznych i naukowych, ludzkich i nie-ludzkich oraz naturalnych i kulturowych czynników, wyłaniających się w ich intra-akcyjnym, różnicowym stawaniu się. Jak zauważa Barad, relacyjna ontologia odrzuca:

reprezentacjonistyczne przywiązanie do słów i rzeczy oraz skupienie na problematyce natury relacji między nimi, opowiadając się za relacyjnymi związkami między *konkretnymi materialnymi (re)konfiguracjami świata*, za *pośrednictwem których różnicująco urzeczywistniają się granice, tożsamości i znaczenia* (tj. praktykami dyskursywnymi w moim

⁷⁰⁰ J. McKenzie, *Performuj albo...*, dz. cyt., s. 210–212.

⁷⁰¹ K. Barad, *Spotkanie z wszechświatem...*, dz. cyt., s. 291.

⁷⁰² Tamże.

posthumanistycznym rozumieniu), a *konkretnymi materialnymi fenomenami* (tj. różnicującymi wzorami umaterializowania). Związek przyczynowy między aparatami produkcji cielesnej a wytwarzanymi fenomenami ma charakter sprawczej intra-akcji⁷⁰³.

Kategorie trendu oraz performansu – zarówno materializowanego, jak i wykluczanego – należy więc rozumieć w perspektywie ich wzajemnej intra-aktywności.

Konkretny trend, ujmowany w perspektywie jego performansu (tu: dynamiki), rozumiem również jako dyskursywno-materialną konfigurację możliwości. Jest to dynamiczna konfiguracja różnicowanych tiktoków, gestów, algorytmów, dźwięków, regulacji, tekstów, lokalizacji, ciał, instytucji itd., a więc konfiguracja ludzi i nie-ludzi, która intra-akcyjnie organizuje pole aktywności.

Jak pisze Barad, koncepcja sprawczego realizmu dokonuje „takiego przetworzenia pojęcia performatywności Judith Butler, w którym miejsce ponawialnej cytowalności zajmie ponawialna intra-aktywność”⁷⁰⁴. Normę performatywną ująć tu więc można jako efekt materialno-dyskursywnego splątania, który wyłania się w powtarzających się intra-akcjach fenomenów (użytkowników, technologii i organizacji). Z tej perspektywy trend nie jest ani zewnętrzną, narzuconą strukturą, ani prostym bodźcem do imitacji, lecz elementem współkonfigurowanego krajobrazu praktyk medialnych. Jednocześnie, perspektywa ta nie odrzuca, lecz obejmuje w splątaniu rozmaite praktyki reprezentacji w obrębie których użytkownicy mogą podtrzymywać „rytmy memiczne” lub wprowadzać doń dysonans⁷⁰⁵. Praktyki te, nie są więc autonomicznymi aktami znaczącymi, lecz momentami materialno-dyskursywnych konfiguracji.

W tym kontekście ilustratywny przykład stanowić mogą praktyki użytkowników wobec wyzwania wokalnego związanego z piosenką Gnarlisa Barkleya *Crazy*, której *cover* wraz z inną tiktokerką wykonała i zamieściła w aplikacji TikTok użytkowniczka posługująca się nazwą *@nataliejanesing*⁷⁰⁶. Nagranie to wprawiło użytkowników w zdumienie ze względu na zdolności wokalne wykonawczyń, w tym umiejętność do błyskawicznego i precyzyjnego przechodzenia między głosem pełnym a falsetem. Użytkownicy posiadający zbliżone umiejętności wokalne bardzo szybko zaczęli

⁷⁰³ Tamże, s. 193.

⁷⁰⁴ Tamże, s. 290.

⁷⁰⁵ E. Pilipets, J. Chao, *Noise in Sonic Social Media...*, dz. cyt., s. 2.

⁷⁰⁶ *@nataliejanskings*, TikTok, <https://vm.tiktok.com/ZMYAqSgcJ/> (28.02.2023).

odpowiadać na wyzwanie wykonania własnego performansu, iterując go czy przetwarzając na wiele różnych sposobów⁷⁰⁷, intra-akcyjnie doprowadzając tym samym do uformowania z niego bardzo szybko rozprzestrzeniającego się w społeczności wzorca działania. Pozostała część użytkowników również zaczęła brać udział w tym wyzwaniu, lecz nie posiadając tak wysoce rozwiniętych kompetencji wokalnych, odpowiedzieli na nie parodią⁷⁰⁸. Przyjętą przez nich taktyką była tu więc swoista “ucieczka do przodu”, wyrażająca się w zaakcentowaniu pewnego braku⁷⁰⁹. Wyzwanie do imitacji popularnej w aplikacji treści było więc przez nich negocjowane i poprzez rekombinacje doczekało się odpowiedzi w postaci serii konkretnych performansów⁷¹⁰.

Co szczególnie interesujące w tym kontekście, ten typ parodii odnoszący się do niezwykle wysoko zawieszanej poprzeczki umiejętności muzycznych wytworzył kolejny trend, przewrotnie nazwany *Once you learn how to harmonize... you can't stop* (*Gdy raz nauczysz się harmonizować... nie sposób przestać*)⁷¹¹. Użytkownicy przyjmując zupełnie poważne wyrazy twarzy celowo śpiewali tu rozmaite piosenki w dysonansach, modulując przy tym często barwą, dynamiką i pozostałymi elementami dzieła muzycznego⁷¹², tak by uzyskać efekt zupełnej odwrotności względem przyjętych w obrębie piosenki popularnej norm estetycznych oraz technik wokalnych. W ten sposób praktyki użytkowników sytuujących się „poza progiem” wymagań trendu – parodie, hiperbolizacje braków i inne taktyki unieważniania niemożliwości – wytworzyły własną regularność działania. Ta z kolei, poprzez powtarzanie i rekombinacje, ustabilizowała się jako nowy fenomen trendowy. A więc to, co w danym momencie doświadczane jest jako „wykluczenie z trendu”, może samo stać się źródłem nowych praktyk różnicujących, a w konsekwencji – nowego fenomenu.

⁷⁰⁷ Na przykład: <https://vm.tiktok.com/ZMYUX5QoB/>, <https://vm.tiktok.com/ZMYUXDkoR/>, <https://vm.tiktok.com/ZMYUXu5am/> (28.02.2023).

⁷⁰⁸ Warto za Ewelina Twardoch Raś nadmienić, że parodia tworzy w mediach kreatywnych niezwykle istotny metaformat realizujący zarówno funkcję prześmiewczą, jak i wskazaną przez Simon Denith funkcję krytyczną będącą „elementem relacyjnego procesu medialnego składającego się na całość serii (tu fenomenowi tego konkretnego trendu - Ł.J)”. S. Dentith, *Parody: The New Critical Idiom*, London–New York: Routledge 2000/2002. [Za:] E. Twardoch-Raś, *Praktyki fanowskie jako performatywny wymiar postmedialnej telewizji*, „Tematy z Szewskiej”, nr 1(11)/2014, s. 78.

⁷⁰⁹ Zob. np. <https://vm.tiktok.com/ZMYUXbuHq/>, <https://vm.tiktok.com/ZMYUXxo7E/>, <https://vm.tiktok.com/ZMYUXsUQS/> (28.02.2023).

⁷¹⁰ Ciekawe odpowiedzi na wyzwanie przynosiły również te realizowane przy użyciu innych instrumentów, takich jak na przykład flet poprzeczny: <https://vm.tiktok.com/ZMYUX9m13/> (28.02.2023).

⁷¹¹ Zob. np. @gizass, TikTok, 2025, <https://vm.tiktok.com/ZNRDFvpUN/> (20.01.2026).

⁷¹² Tj. melodykę, rytmikę, harmonikę, dynamikę, agogikę, artykulację i kolorystykę.

Przykład ten pokazuje, że dynamika trendów nie polega jedynie na reprodukowaniu określonych wzorców działania, lecz także na ujawnianiu granic uczestnictwa w danym fenomenie. To właśnie w napięciu między wymaganiami trendu a zróżnicowanymi kompetencjami użytkowników pojawiają się praktyki jego przekształcania – od imitacji po parodię czy hiperbolizację braków. Kwestia tych ograniczeń – a więc granic możliwości działania użytkowników aplikacji TikTok – była również podejmowana przez cytowanych w niniejszej rozprawie D. Bondy Valdovinoso Kaye'a i współpracowników, którzy zaproponowali ujęcie praktyk twórczych użytkowników w kategoriach „kreatywności ograniczonej”⁷¹³.

Obok wernakularności, społecznościowości i rozproszenia, ograniczenie kreatywności stanowiło jedną z kluczowych cech współczesnych form twórczości sieciowej⁷¹⁴. Kaye i współpracownicy odnieśli swoją propozycję do pojęcia „ograniczonej sprawczości”, rozumianej jako forma „autonomii przyznawanej jednostkom w zazwyczaj sztywnych strukturach organizacyjnych, umożliwiającej produkcję kultury o charakterze twórczym”⁷¹⁵, które rozszerzyli o propozycje z zakresu badań nad szablonowością⁷¹⁶ oraz – przywoływaną już przeze mnie – koncepcję „publiczności imitacji” Diany Zulli i Davida Jamesa Zulli⁷¹⁷.

Według tych autorów, aktywne wyznaczanie ograniczeń kreatywności dokonuje się poprzez konkretne regulacje, funkcje platformy i mechanizmy algorytmiczne⁷¹⁸. Jak wskazują, TikTok rozwija szablonowość (wzorem wcześniejszej aplikacji Vine) jako „zasadę projektową”, w której ogranicza się oryginalność treści generowanych przez użytkowników poprzez nakłanianie ich do wybierania określonych dźwięków lub efektów by – jak to określają autorzy – „zadowolić algorytm”⁷¹⁹. Na ten fakt naprowadzać mają funkcje samej platformy, takie jak „Duet”⁷²⁰, „Stitch”⁷²¹, „Video Replay”⁷²² i „Use

⁷¹³ D. B. V. Kaye, J. Zeng, P. Wikström, *TikTok: Creativity...* dz. cyt.; D. B. V. Kaye, X. Chen, J. Zeng, *The Co-Evolution of Two Chinese Mobile Short Video Apps: Parallel Platformization of Douyin and TikTok*, „Mobile Media & Communication”, 9, 2021, s. 229–253.

⁷¹⁴ Tamże.

⁷¹⁵ Tamże, s. 15.

⁷¹⁶ T. Leaver, T. Highfield, C. Abidin, *Instagram: Visual Social Media Cultures*, Polity Press, 2019.

⁷¹⁷ D. Zulli, D. J. Zulli, *Extending the Internet meme...*, dz. cyt.

⁷¹⁸ D. B. V. Kaye, J. Zeng, P. Wikström, *TikTok: Creativity and Culture...*, dz. cyt., s. 15.

⁷¹⁹ Tamże, s. 32–35.

⁷²⁰ Tamże, s. 65.

⁷²¹ Tamże, s. 66–67.

⁷²² Tamże, s. 67–68.

This Sound”⁷²³, które strukturalizują sytuację społeczną w aplikacji⁷²⁴. Podważanie lub obchodzenie od zakładanych sposobów użycia tych funkcji prowadzi zaś w tym ujęciu do ujawniania „polityki, relacji i kultury użycia”⁷²⁵.

Jak zauważają Paula Helm i Tobias Matzner, odwołując się do koncepcji sprawczości jako zdolności do odpowiedzi (*response-ability*) rozwijanej przez Barad, różne perspektywy badawcze można rozumieć jako szczególne „cięcia” w obrębie bardziej pierwotnych relacji intra-akcyjnych, które zarazem umożliwiają określone odpowiedzi i wykluczają inne⁷²⁶. Oznacza to, że każda z nich ujawnia jedynie określony zakres fenomenów, pozostawiając inne poza polem widzenia. Przytaczane powyżej spojrzenie Kaye’a i współpracowników można zaś wpisać w szerszy nurt badań nad TikTokiem (a szerzej – mediami społecznościowymi), który łączy analizę afordancji platformy z badaniami nad algorytmicznym porządkowaniem widoczności treści. Można je więc sytuować na pograniczu studiów skoncentrowanych na architekturze interfejsów oraz krytycznych studiów nad algorytmami. Przedmiotem zainteresowania prowadzonych w ich ramach badań są zazwyczaj te elementy, które użytkownicy doświadczają bezpośrednio w samej aplikacji.

Ponadto, chociaż podejścia te pozwalają uchwycić rolę projektowych i algorytmicznych elementów platformy w kształtowaniu praktyk użytkowników, ich interpretacja pozostaje zazwyczaj osadzona w modelu relacji hierarchicznej, w którym ograniczenia generowane są odgórnie, a działania użytkowników ujmowane są przede wszystkim jako reakcje na te ograniczenia – ich akceptacja, negocjowanie lub opór. Tego rodzaju ujęcie okazuje się jednak niewystarczające do uchwycenia złożoności omawianych tu fenomenów, gdyż zakłada stosunkowo stabilny układ zależności ograniczany do interakcyjnej relacji wywiązującej się pomiędzy platformą a użytkownikami.

Proponowane powyżej dynamiczne rozumienie fenomenów pozwala natomiast dyfrakcyjnie odczytywać (z)różnicowane podziały w horyzoncie konkretnych praktyk

⁷²³ Tamże, s. 69–70.

⁷²⁴ Autorzy podążają tu za myślą przedstawioną pierwotnie przez Alexandra R. Gallowaya. Zob. A. R. Galloway, *Protocol: How Control Exists after Decentralization*, Cambridge–London: The MIT Press 2004. [Za:] tamże, s. 64.

⁷²⁵ T. Bucher, *Objects of intense feeling: The case of the Twitter API*, "Computational Culture", nr 3, 2013. [Za:] tamże.

⁷²⁶ P. Helm, T. Matzner, *Co-addictive human–machine configurations: Relating critical design and algorithm studies to medical-psychiatric research on “problematic Internet use”*, „New Media & Society”, t. 26, nr 12, 2024, s. 7303.

materialno-dyskursywnych. Z tego względu ograniczeń kreatywności nie należy traktować wyłącznie jako efektów stymulowanych przez funkcje i politykę platformy. Proponuję rozumieć tę sytuację jako znacznie bardziej złożoną, możliwą do określenia jedynie w obrębie konkretnych fenomenów, które intra-akcyjnie otwierają określone możliwości odpowiedzi. Stąd trendy nie funkcjonują wyłącznie jako gotowe zestawy instrukcji do naśladowania, lecz raczej jako praktyki współwyznaczające zmienne możliwości działania w konkretnych układach intra-akcyjnych. Obejmują one różnorodne czynniki, także te wykraczające poza przestrzeń aplikacji (jak na przykład zdolności poszczególnych użytkowników), a także same praktyki ich pomiaru i opisu. Oznacza to, że dopiero w obrębie potencjalnie nieskończonego fenomenu otwierają się określone możliwości działania. W jego obrębie ustanawiane są również zarówno ramy rozpoznawalności praktyk, jak i granice ich legitymizowanej transformacji. Przestrzenność TikToka konstytuuje się zaś „za sprawą dynamiki intra-aktywności oraz rekonfigurowania i splatania relacji strukturalnych”⁷²⁷.

Trend proponuję więc postrzegać w duchu sprawczego realizmu nie tylko jako iterowane praktyki (re)prezentacji, lecz przede wszystkim jako splątanie „rozmaitych praktyk lokalnych obejmujących niezliczone konfiguracje materialne i formacje dyskursywne”⁷²⁸. Zakładam również, że dany „tekst”, jak na przykład konkretny tiktok, (re)materializuje się „z mnogością innych praktyk”⁷²⁹, intra-aktywnie wytwarzających układy napięć i rozluźnień; kulturę, w której dostrzec można wielość splatających się dynamik, gdzie „obszary porządku są jedynie wyspami lokalnej i tymczasowej stabilizacji”⁷³⁰. W szerokim sensie więc, trend stanowi materioznaczący efekt różnicowania zachodzącego w splątaniu (ponad)platformowych aparatów produkcji.

Takie ujęcie problemu pozwala zorganizować dyskurs dotyczący trendów i samego TikToka w innym układzie niż dominujący, a niejednokrotnie opierający się na schemacie walki pomiędzy ograniczającymi kreatywność korporacjami i ich produktami (choć tego nie wyklucza), a użytkownikami walczącymi z tymi ograniczeniami lub podporządkowującymi się im. Stanowi więc próbę wyjścia poza ujęcie, w którym „ocena

⁷²⁷ K. Barad, *Spotkanie z wszechświatem...*, dz. cyt., s. 328.

⁷²⁸ Tamże, s. 283.

⁷²⁹ Tamże.

⁷³⁰ K. Abriszewski, *Uczestnictwo jednostek w kulturze. Uwagi na temat nowej dynamiki kultury na przykładzie melomanów i ewolucji nośników muzyki*, „Kultura i Społeczeństwo”, rok LV, nr.1, 2011, s. 49.

afordancji wymaga [...] odpowiedzi na pytanie o władzę społeczną”⁷³¹. Proponuję również odejście od silnie zakorzonego w humanistyce liberalnego rozumienia autonomii jednostek, w obrębie którego praktyka przeciwstawiania się uznawana jest za naturalny model działania podmiotu na rzecz przedstawionych powyżej ujęć relacyjnych. Problematykę tę, postaram się teraz rozwinąć na przykładzie trendu określanego przez społeczność aplikacji TikTok jako „Taniec Wednesday”.

4.2.2 Praktyki użytkowników w ramach trendu „Taniec Wednesday”

W listopadzie 2022 roku na platformie Netflix zadebiutował długo wyczekiwany przez fanów świata *The Addams Family* serial *Wednesday*⁷³². W krótkim czasie produkcja ta została włączona w obieg praktyk użytkowniczych w mediach społecznościowych, w szczególności na TikToku, stając się w tamtym czasie jednym z najszerzej cyrkulujących tekstów kultury popularnej na styku przemysłów audiowizualnych i środowisk platformowych.

Jednym z najbardziej widocznych punktów krystalizacji tego splątania był trend taneczny związany z postacią Wednesday, odsyłający do sceny tańca tytułowej bohaterki podczas szkolnego balu do piosenki *Go Go Muck* zespołu The Cramps⁷³³. Użytkownicy TikToka zaczęli nagrywać swoje interpretacje choreografii, jednak do zupełnie innego utworu - *Bloody Mary*⁷³⁴ Lady Gagi⁷³⁵. Dodatkowo utwór ten został przez użytkowników

⁷³¹ A. Schellewald, *Changing modes of public connection...*, dz. cyt., s. 4. Andreas Schellewald, przyjmując za Raymondem Williamsem zauważa, iż władza to właśnie „proces wyznaczania >>granic i wywierania presji, w obrębie których zmienne praktyki społeczne są głęboko kształtowane, lecz nigdy całkowicie kontrolowane<<”. R. Williams, *Television: Technology and Cultural Form*, Routledge, Londyn 1974, s. 133, [za:] tamże.

⁷³² *Wednesday*, Tim Burton, James Marshall, Gandja Monteiro (reż.), Netflix, 2022.

⁷³³ Netflix, *Wednesday Addams | Dance Scene | Netflix*, YouTube, https://www.youtube.com/watch?v=NakTu_VZxJ0 (24.08.2025).

⁷³⁴ Zob. <https://www.tiktok.com/@darkymayhem/video/7169664338431577350?q=BloodyMary&t=1677845338888> (24.08.2025).

⁷³⁵ Persona Lady Gagi wydaje się być wręcz idealnie dostrojona do aplikacji TikTok, co tłumaczyć może fakt, iż jej praktyka artystyczna od początku opiera się na performatywnej multiplikacji wizerunków, niestabilności tożsamości oraz logice symultanicznej transformacji, które pozostają strukturalnie zbieżne z dynamiką aparatu produkcji platformy. W tym sensie Lady Gaga jawi się jako postać, która od dawna performuje logikę, którą TikTok dopiero technologicznie stabilizuje. Istotnych tropów dostarcza tu artykuł Philippe’a Auslandera, w którym twórczość Gagi zostaje osadzona w tradycji estetyki glamu – afirmującej powierzchnię, teatralność, sztuczność oraz tożsamość jako konstrukt performatywny – lecz zarazem ukazana jako jej radykalna reartykulacja. O ile *glam* lat 70. operował sekwencyjną zmianą person i ambiwalencją tożsamości, o tyle praktyka Gagi przesuwą tę logikę ku symultanicznej multiplikacji wizerunków, procesualnej transformacji oraz nadmiarowi obrazów funkcjonujących równolegle w obiegu

przetworzony. Jego remiks ma zwiększony *pitch* i tempo⁷³⁶ i to właśnie w tej wersji trafił do zwiastuna drugiego sezonu serialu, w którym tytułowa bohaterka wspomina, że przez ostatnie kilka dni naśladowano ją „miliony razy w Internecie”⁷³⁷. Utwór zyskał niezwykle dużą popularność, zapewniając jego autorce ponowne wspięcie się na szczyty list przebojów⁷³⁸ z piosenką pochodzącą z płyty wydanej jedenaście lat wcześniej⁷³⁹ i nigdy nie będącej singlem⁷⁴⁰. Piosenka ta stała się również utworem otwierającym trasę koncertową promującą kolejny album Lady Gagi „Mayhem”⁷⁴¹. Artystka wystąpiła ponadto w drugim sezonie serialu w podwójnej roli – jako aktorka oraz autorka nowego utworu wykorzystanego w tej odsłonie produkcji⁷⁴², czyli „Dead Dance”⁷⁴³.

Utwór ten miał przyczynić się do wytworzenia kolejnego choreograficznego trendu, który mógłby promować serial poprzez działania użytkowników mediów społecznościowych⁷⁴⁴. Praktyka ta nie przyniosła jednak oczekiwanych rezultatów. Sukces poprzedniego trendu wynikał bowiem z jego „oddolności” i spontaniczności kreacji, a więc także z wyłaniającego się w toku praktyk poczucia sprawstwa, które nie było uprzednio zaprojektowane ani narzucone w obrębie fenomenu. W pierwszym

medialnym. Zob.: P. Auslander, *Twenty-First-Century Girl: Lady Gaga, Performance Art, and Glam*, [w:] *Global Glam and Popular Music: Style and Spectacle from the 1970s to the 2000s*, Ian Chapman, Henry Johnson (red.), Routledge, 2016, s. 182–198.

⁷³⁶ Tak zwane *speed upy* są niezwykle popularne w lapiadrynych formach wideo. Por.: A. Lalka, *Muzyka na speedzie. Dlaczego internet pokochał przyspieszone wersje utworów?*, <https://rytmy.pl/muzyka-na-speedzie-dlaczego-internet-pokochal-przyspieszone-wersje-utworow/> (28.05.2023), J. Caramanica, P. Rosado *On TikTok, Pop Music Speeds Up*, „New York Times”, <https://www.nytimes.com/2023/05/24/arts/music/popcast-sped-up-tiktok-remixes.html> (28.05.2023).

⁷³⁷ Netflix Polska, *Wednesday | Zapowiedź sezonu 2 | Netflix*, YouTube, <https://www.youtube.com/watch?v=LdHp3QjkUhQ> (28.07.2023).

⁷³⁸ H. McIntyre, *Lady Gaga's 'Bloody Mary' Is Finally a Top 40 Hit. It's taken a decade, but Lady Gaga's 'Bloody Mary' is a top 40 hit thanks to Netflix's 'Wednesday'*, „MetroWeekly”, <https://www.metroweekly.com/2023/01/lady-gagas-bloody-mary-is-finally-a-top-40-hit/> (28.07.2023).

⁷³⁹ Lady Gaga, *Born This Way*, Interscope Records / Streamline, 2011.

⁷⁴⁰ Podobne zjawisko rekonfiguracji czasu i popularności opisuje autorka analizy listy „TikTok Billboard Hot 50”, wskazując, że starsze utwory, które w momencie swojej premiery odniosły jedynie umiarkowany sukces, trafiają na listy przebojów jako wiralne dźwięki poprzez TikTok. W tym ujęciu to nie sprzedaż ani pobrania, lecz praktyki memiczne użytkowników – użycie piosenki jako elementu struktury wideo w połączeniu z wariacyjnością łączonych treści – stają się głównym źródłem uwagi i widzialności. Zob. I. Otto, »TikTok Billboard Top 50«. *Memes, Plattformökonomien und die Popularisierung zweiter Ordnung*, „Kulturwissenschaftliche Zeitschrift”, nr 2, 2024, s. 136–159.

⁷⁴¹ Lady Gaga, *MAYHEM*, Interscope Records / Streamline, 2025.

⁷⁴² Zob. | *Wednesday: Season 2 | Netflix*, Youtube, 2025, <https://www.youtube.com/watch?v=xlrj36cAzj4> (28.11.2025)

⁷⁴³ Lady Gaga, *The Dead Dance* [singiel], Interscope Records / Streamline, 2025

⁷⁴⁴ W samym teledysku Lady Gaga subtelnie odnosi się natomiast do wybranych gestów zaczerpniętych z wcześniejszego trendu. Zob. np. Lady Gaga, *Lady Gaga – The Dead Dance (Official Music Video)*, [od 4:15], YouTube, 2025, <https://www.youtube.com/watch?v=xGaZBfJOyAc> (29.11.2025).

przypadku choreografia, dobór utworu oraz sposób jego przetworzenia krystalizowały się w serii rozproszonych, wzajemnie na siebie reagujących, intra-aktywnych działań, co sprzyjało doświadczeniu aktywnego współuczestnictwa w procesie (współ)tworzenia fenomenu. W drugim zaś użytkownicy, w tym fani serialu, mieli do czynienia z gotową propozycją, wpisaną w ramy promocyjnej strategii produkcyjnej, która – zamiast otwierać możliwości do wernakularnych negocjacji znaczeń – od początku starała się określać pożądany sposób reprodukcji. W konsekwencji performans pozbawiony został elementu nieprzewidywalności, który wcześniej stanowił jeden z głównych źródeł jego atrakcyjności.

Przypomnijmy jednak, że w przyjętej perspektywie nie sposób mówić o prostym „oddziaływaniu” serialu na praktyki sieciowe ani o jednoznacznym kierunku przepływu sprawczości; mamy raczej do czynienia z dynamiczną konfiguracją intra-akcji, w której sensory, formy ekspresji oraz afekty wyłaniają się w procesach współkonstytucji. W takim ujęciu dostrzec można pewne napięcie w obrębie omawianych praktyk, ujawniające problematyczny i splątany charakter tego, co zwyczajowo rozróżniane jest jako hegemoniczne i kontrhegemoniczne. To bowiem, co użytkownicy spontanicznie i oddolnie konstruowali jako wyraz wernakularnego oporu przed narzucanym odgórnie sposobem odczytania fragmentu serialu, weszło następnie w jego skład, służąc wzmocnieniu władzy korporacji medialnych (zarówno starych przemysłów kultury, jak i cyfrowych platform medialnych), które ów oddolny ruch zmonetyzowały.

W miarę jak sieci relacji się zacieśniają, opór przekształca się w normę. Wynika to również z faktu, że uczestnicy sieciowych, wernakularnych performansów korzystają z dostępnych im w ramach działań narzędzi, które znajdują się w ich zasięgu ekonomicznym, kulturowym i społecznym. Narzędzia te zaś najczęściej dostarczane są przez wydawców aplikacji lub profesjonalnych dostawców treści, czyli stare przemysły kultury, które starają się nie tylko kontrolować możliwości oporu, ale również je – z mniejszym lub większym powodzeniem – współkształtować.

Tak rozumiana dynamika oporu i jego normalizacji wpisuje się w szerszą tradycję krytycznej refleksji nad relacjami władzy, której istotnym punktem odniesienia pozostaje myśl Michela Foucaulta. W jego ujęciu sprzeciw naznaczony jest tragizmem podmiotu, którego transgresja nigdy nie prowadzi do trwałego wyjścia poza relacje władzy⁷⁴⁵. Jak zauważa Marzena Adamiak, przekroczenie „umieszcza podmiot w nowych ramach,

⁷⁴⁵ M. Adamiak, *Materia w procesie...*, dz. cyt., s. 167–168.

nakłada nowe kategorie”, ponieważ „transgresja zastanych podmiototwórczych systemów władzy-wiedzy nie jest nigdy ostateczna”⁷⁴⁶. Ujęcie to zakłada nieusuwalność relacji władzy, przy czym opór nie prowadzi do ich zniesienia, lecz do kolejnych przekształceń dyskursów i pozycji podmiotowych, w ramach których władza się realizuje⁷⁴⁷.

Wglądy sprawczego realizmu pozwalają przesunąć analizę z pytania o możliwość przekroczenia relacji władzy na badanie praktyk rekonfigurujących aparaty, w ramach których relacje te oraz formy oporu i sprawczości dopiero się wyłaniają⁷⁴⁸. W podobnym duchu Philip Auslander proponuje odróżnienie skuteczności transgresji od skuteczności oporu, sytuując tę drugą immanentnie wobec relacji władzy. Jak za Auslanderem pisze McKenzie:

Skuteczność transgresji polega na obecności poza alienującą władzą, określa się w opozycji do dominujących struktur i form społecznych. Prawem kontrastu, skuteczność oporu trzeba budować od wewnątrz, nieodzownie wpisując ją w siły władzy – te same, których definicje obecności i nieobecności pragnie się podważyć⁷⁴⁹.

Auslander uważa przy tym, że w ponowoczesnym świecie możliwa jest tylko skuteczność oporu, ponieważ „podmiot społeczny nie może dłużej aspirować do roli w dramacie społecznym, zawsze bowiem okazuje się już wchłonięty przez społeczeństwo rozumiane jako system elektronicznej komunikacji”⁷⁵⁰. Myśl ta dobrze wpisuje się w sprawczo-realistyczny sposób rozumienia rzeczywistości, w którym nie sposób ustanowić zewnętrznej pozycji wobec świata. Intra-aktywne ujęcie praktyk pozwala uchwycić tę dynamikę jeszcze precyzyjniej i zarazem przeorientować sposób rozumienia opisanego tu przykładu.

Czytana dyfrakcyjnie przez tę perspektywę propozycja Auslandera ulega subtelnemu, lecz istotnemu przesunięciu. W odczycie tym skuteczność oporu nie jawi się już wyłącznie jako historycznie uwarunkowana reakcja na ponowoczesne warunki

⁷⁴⁶ Tamże.

⁷⁴⁷ Tamże.

⁷⁴⁸ Różnica nie dotyczy więc analizy praktyk jako takich, lecz statusu ontologicznego relacji władzy, które u Foucaulta stanowią punkt wyjścia, a w realizmie sprawczym – efekt.

⁷⁴⁹ P. Auslander, *Presence and Resistance: Postmodernism and Cultural Politics in Contemporary American Performance*, University of Michigan Press, Ann Arbor 1992, [za:] J. McKenzie, *Performuj albo...*, dz. cyt., s. 5455.

⁷⁵⁰ Tamże, s. 51.

komunikacyjne, lecz jako efekt zawsze już relacyjnego układu sprawczości, w którym nie istnieje żadne „zewnątrze” wobec splątań. Nie ma bowiem oddzielnych, samodzielnych bytów, które mogłyby sytuować się poza układami władzy, by dokonać transgresji. Otwarte pozostają jednak zmienne możliwości rekonfiguracji splątań, a każda forma działania wywrotowego zawiera zarazem elementy destabilizujące i stabilizujące aparaty, wobec których jest wymierzona⁷⁵¹.

W tym sensie działania użytkowników TikToka związane z trendem „Wednesday” nie były ani czysto emancypacyjne, ani w pełni podporządkowane logikom platformowego kapitału. Z jednej strony ujawniały kulturową skuteczność w postaci oddolnej rekonfiguracji sensów, afektów i praktyk performatywnych; z drugiej jednak strony, jako intra-akcyjnie splątane z infrastrukturami platformy, przemysłem muzycznym i aparatem promocyjnym serialu – podtrzymywały i wzmacniały organizacyjną wydajność całego układu. Opór funkcjonował tu więc jako (de)stabilizujący efekt wewnętrznej dynamiki splątania.

Ujęcie to pozwala uniknąć zarówno naiwnej wiary w nieograniczony potencjał emancypacyjny oddolnych praktyk, jak i upraszczającej tezy o ich pełnym podporządkowaniu logikom władzy i kapitału. Zamiast tego warto spróbować uchwycić sprawczość jako efekt napięć i przesunięć zachodzących wewnątrz relacyjnych splątań, w których opór i hegemonia nie funkcjonują jako przeciwstawne bieguny, lecz jako współzależne wymiary tego samego układu intra-akcyjnego. W odniesieniu do analizowanego trendu tiktokowego oznacza to, że oddolna kreatywność użytkowników nie znika w procesach platformowej monetyzacji, lecz zostaje w nie włączona w sposób, który zarazem ją wzmacnia, jak i strukturalnie ogranicza. To właśnie ta ambiwalentna dynamika stanowi klucz do zrozumienia współczesnych form kulturowej sprawczości w środowiskach platformowych.

Cytując Karen Barad:

Istnieją różne możliwości przekształcenia materialno-dyskursywnych aparatów produkcji cielesnej, w tym (choć nie tylko) akty wywrotowe, stawianie oporu, zgłaszanie sprzeciwu czy rewolucja. Dokonanie zmian zależy od specyficznej natury intra-akcji (nie wszystkie bowiem sposobności są w danej chwili dostępne), które mogą obejmować rozdzielenie sprawczości

⁷⁵¹ K. Barad, *Spotkanie z wszechświatem...*, dz. cyt., s. 305

między formy ludzkie, nie-ludzkie i cyborgiczne, a raczej ponawialne (re)konstruowanie ludzi i czynników nie-ludzkich na drodze nieustannych działań sprawczych⁷⁵².

Powyższe spostrzeżenie ujawnia więc nie tyle porażkę oddolnej sprawczości, ile sposób, w jaki sprawczość ta zostaje wytworzona, rozpoznawalna i zarazem przechwycona w ramach splątanych relacji technologicznych, organizacyjnych oraz kulturowych w procesie ponawianej intra-akcyjności. To właśnie na tym poziomie – rekonfiguracji aparatu, a nie intencji sytuowanych w abstrakcyjnym zewnątrz podmiotów – lokuje się dziś realne pole odpowiedzialności i możliwości zmiany. W tym sensie sama sprawczość również pozostaje kwestią konkretnych, chwilowych splątań.

⁷⁵² Tamże, s. 303.

Rozdział V

Granice aparatu produkcji TikToka

5.1 Problematyka procesów włączania

W myśl sprawczego realizmu fenomen TikToka ma potencjał „generowania” praktycznie nieskończonych splątań. Nie wszystkie ich „elementy” mają jednak takie samo materioznaczenie; niektóre zyskują większą wagę w procesie intra-akcyjnego wyłaniania, inne zaś zostają chwilowo wyciszone lub wykluczone⁷⁵³.

Wśród wielu możliwych konfiguracji omawianego fenomenu można zaobserwować takie, w których określone intra-akcje otwierają szczególne możliwości intensyfikacji wybranych powiązań. W efekcie możliwe staje się wyłonienie „nowych” jakości relacji z „elementami”, które wcześniej nie funkcjonowały w oczywisty sposób jako część fenomenu TikToka: instytucjami publicznymi, markami, mediami, organizacjami, osobami czy zwierzętami, a także całymi zjawiskami – a więc, szerzej, z fenomenami dotąd niezwiązanymi z rytмами platformowego uczestnictwa. W zależności od konfiguracji, jej elementy mogą zostać umocowane w nowych pozycjach relacyjnych, obejmujących zarówno zwiększenie możliwości działania w ramach układu, jak i ich ograniczenie⁷⁵⁴.

Proces ten określam mianem włączania. Rozumiem je nie jako efekt oddziaływania jednego aktora na innego, lecz jako materialno-dyskursywną rekonfigurację splątań konstytuujących granice fenomenów. W ramach procesu włączania aparat produkcji ustanawia intra-akcyjnie nowe możliwości współobecności, oddziaływania i relacyjnego współkonstituowania. Nie jest to więc ani rodzaj „przyciągania”, ani jednostronnego „wywierania wpływu”, lecz (re)konfiguracja aparatu, która umożliwia pojawienie się określonych rytmów obecności i sposobów widzialności. Owo włączanie stanowi więc nie tyle odrębną kategorię albo cechę TikToka czy danego trendu, ile lokalną praktykę danego aparatu, w której wyłaniają się określone konfiguracje granic, różnic i możliwości.

Włączenie dokonywać się może w obrębie różnych poziomów poszczególności np. trendy, konkretne tiktoki i ogólności – np. fenomen lapidarnych form wideo⁷⁵⁵ czy

⁷⁵³ K. Barad, *Spotkanie z wszechświatem...*, dz. cyt., s. 536.

⁷⁵⁴ Są to jednak zawsze różnice relacyjno-konfiguracyjne, a nie cechy jednostkowe.

⁷⁵⁵ Czego przykład stanowić może opisany w drugim rozdziale proces poszerzania ich obecności – wraz z charakterystycznymi dla nich wzorcami komunikacyjnymi – na kolejne platformy.

fenomen TikToka. W fenomenach tego rodzaju różnice między tym co określane jako „będące w nim” i „pozostające poza nim”, nie są stanami uprzednimi, lecz również efektami aparatu - wytwarzanymi poprzez zróżnicowane i złożone praktyki intra-akcyjne. Praktyki włączania konstytuują się w konkretnych układach materialno-dyskursywnych poprzez intra-akcyjnie dokonywane cięcia, które wytwarzają „lokalną relację przyczynową między <<składnikami>> fenomenu”⁷⁵⁶. Przytaczając słowa Karen Barad:

Granice, własności i znaczenia ustanawiają się różnicowo w wyniku intra-aktywnego umaterioznaczeniowienia. W różnicowaniu nie chodzi o radykalną zewnętrżność, ale raczej o sprawczą separowalność. Oznacza to, że różnicowanie nie polega na czynieniu innym ani na wyodrębnianiu i oddzielaniu, ale – przeciwnie – na tworzeniu połączeń i zobowiązań. Materialność jest ze swej natury splątaniem. Materię zawsze już cechuje otwartość na to, co inne – albo raczej: splatanie z nim. Intra-aktywnie wyłaniające się „części” fenomenów wzajemnie się konstytuują⁷⁵⁷.

Przypomnijmy, że konfiguracji materialno-dyskursywnych oraz procesów produkcji w obrębie fenomenów TikToka czy trendu nie należy postrzegać jako niezmiennych zestawów, a także że nie należy ich uznawać za coś w pełni ustabilizowanego, co można w ten czy inny sposób niezależnie odwzorować. Jest to raczej przygodny proces materializacji, w którym materializacja nigdy nie oznacza końca procesu i nie może być postrzegana jako „wynik” splątania, ani też nie powinna być w ten sposób interpretowana. Tak rozumiana materia bowiem bierze aktywny udział w kolejnych procesach materializacji, a więc pozostaje ich intra-aktywnym (a więc przekształcającym i przekształcanym) elementem. Jak pisze Barad:

Materia nie jest po prostu >>rodzajem cytatowatości<<⁷⁵⁸, cielesnym efektem powierzchniowym lub końcowym produktem czynności językowych czy dyskursywnych. Nie stanowi konstruktu językowego, lecz dyskursywną wytwórczość w sensie posthumanistycznym – praktyki dyskursywne same w sobie są materialnymi (re)konfiguracjami świata, w toku których w różnicujący sposób ustanawiają się granice, właściwości i znaczenia. Oznacza to, że praktyki dyskursywne jako praktyki wytwarzające granice mają decydujący udział w dynamice intra-aktywności, za sprawą której fenomeny

⁷⁵⁶ K. Barad, *Posthumanistyczna performatywność...*, dz. cyt., s. 340.

⁷⁵⁷ K. Barad, *Spotkanie z wszechświatem...*, dz. cyt., s. 535.

⁷⁵⁸ J. Butler, *Bodies That Matter: On the Discursive Limits of „Sex”*, „Routledge”, Nowy Jork 1993, s. 15, [za:] tamże, s. 210.

nabierają materioznaczenia. Dynamika intra-aktywności wymaga aktywnego „podmiotu sprawczego”, czyli materii w jej ustawicznej materializacji⁷⁵⁹.

Proces włączania – w zależności od dokonanych cięć – czytany może być na wiele różnych sposobów. Jego realizacje stanowią mogą na przykład element wspólnotowej performatywności, wzmacniając praktyki cyfrowej inkluzji⁷⁶⁰ i przeciwdziałając wykluczeniu⁷⁶¹ poprzez zróżnicowane formy zachęt do współuczestnictwa. W takich przypadkach fenomen konfiguruje lokalne splątania relacyjne w sposób, który intensyfikuje współuczestnictwo i tworzy warunki do wzajemnego dostrajania praktyk. Z drugiej zaś strony może być interpretowany jako przejaw materialno-dyskursywnego poszerzania pola oddziaływania korporacji, ukierunkowanej na pozyskiwanie jak największej liczby aktywnych użytkowników oraz generowanych przez nich danych⁷⁶².

Choć może brzmieć to paradoksalnie, włączanie może stanowić ponadto element szerszego procesu wykluczającego, zwłaszcza wtedy, gdy opiera się na akcentowaniu lub instrumentalizowaniu istniejących wyłączeń oraz splątanych z nimi asymetrii. Dzieje się tak m.in. w konfiguracjach, w których obecność nowych obiektów zostaje intra-tworzona wbrew ich woli, lub gdy prowadzi do realnych szkód dla „elementów” oznaczanych jako włączane. W takich przypadkach praktyki włączania mogą skutkować na przykład ekspozycją przypadkowych osób, marek czy organizacji, intra-akcyjnie pozbawiając je kontroli nad własną widzialnością i wizerunkiem. Aparat produkcji może wówczas stabilizować asymetryczne układy relacyjne, w których niektóre elementy dysponują ograniczonymi możliwościami oddziaływania, a niekiedy nawet rozpoznania, że zostały wytworzone jako elementy platformowych splątań.

Mechanizmy te mogą dotyczyć procesów włączania zarówno nie-ludzi – na przykład wtedy, gdy trendy intensyfikują praktyki negatywnie oddziałujące na

⁷⁵⁹ K. Barad, *Spotkanie z wszechświatem...*, dz. cyt., s. 210.

⁷⁶⁰ C. I. Martínez-Alcalá, A. Rosales-Lagarde, Y. M. Pérez-Pérez, J. S. Lopez-Noguerola, M. L. Bautista-Díaz, R. A. Agis-Juarez, *The Effects of Covid-19 on the Digital Literacy of the Elderly: Norms for Digital Inclusion*, „Frontiers in Education”, vol. 6, 2021, s. 1–19.

⁷⁶¹ D. Bednarczyk, *Przeciwdziałanie cyfrowemu wykluczeniu (e-integracja) w Polsce*, „Biuletyn EBIB” 2014, nr 9 (154), s. 1–12.

⁷⁶² Problematyczne splątanie tych sposobów interpretacji zjawiska włączania widoczny jest między innymi w praktykach angażowania zmarłych artystów. Realizuje się on bardzo często za pośrednictwem zróżnicowanych programów opartych na generatywnej sztucznej inteligencji. Jednym z częstszych przykładów tego typu treści jest włączanie nieżyjących wokalistów w wyzwania oparte na coverowaniu współczesnych utworów muzycznych, jak na przykład materiał wygenerowany na podstawie próbki głosu zmarłego w 1991 roku Freddiego Mercury, w którym wykonuje on niezwykle popularną w 2025 roku na platformie piosenkę *Golden* z filmu „KPop, Demon Hunters”. Zob. <https://vm.tiktok.com/ZNdWeBs9g/> (20.01.2026).

środowisko naturalne – jak i ludzi⁷⁶³. Jednym z częściej analizowanych w literaturze przedmiotu przypadków takiego procesu byłoby zjawisko *(over)sharentingu*, które Magdalena Kamińska definiuje jako „udostępnianie w sieci – zwłaszcza w mediach społecznościowych – prywatnych i/lub intymnych informacji dotyczących dzieci przez rodziców”⁷⁶⁴.

Granice dotyczące praktyki włączania nie muszą jednak odnosić się wyłącznie do procesu różnicowania tego, co obecne i nieobecne w przestrzeni aplikacji. Włączanie należałoby raczej rozumieć jako element nieustannej, dynamicznej „gry intraaktywności”⁷⁶⁵ – ciągłych modyfikacji zachodzących w obrębie zróżnicowanych układów intensyfikowania i osłabiania konfiguracji. W tym sensie efektem procesu włączania nie jest jedynie pojawienie się bądź zanik określonych elementów, lecz przekształcanie sposobów ich obecności. Przykładem tak rozumianej dynamiki mogą być zjawiska tzw. przypadkowych wirali. Choć bywają one waloryzowane pozytywnie, mogą jednocześnie okazywać się dotkliwe dla tych użytkowników, którzy publikując określone

⁷⁶³ W szerszym sensie środowisko naturalne włączane jest przez samo funkcjonowanie aplikacji, m.in. poprzez zużycie energii i wody, generowanie elektroodpadów oraz eksploatację infrastruktury cyfrowej. Aspekty te pozostają zazwyczaj wyciszone w dominujących dyskursach „niematerialności” i „lekkości” komunikacji sieciowej, choć stanowią nieodłączny element funkcjonowania urządzeń, centrów danych i globalnych łańcuchów produkcji technologicznej. Zob. np. R. Istrate, V. Tulus, R. N. Grass, L. Vanbever, W. J. Stark, G. Guillén-Gosálbez, *The environmental sustainability of digital content consumption*, „Nature Communications”, 15(1), 2024, s. 1–11; G. Samuel, F. Lucivero, L. Somavilla, *The Environmental Sustainability of Digital Technologies: Stakeholder Practices and Perspectives*, „Sustainability”, 14(7), 2022. Dostrzeżenie tych kwestii ułatwiają podejścia, w których cyfrowa materialność rozumiana jest nie tyle jako „nie/materialna”, co raczej jako „wewnątrz-materialna”. Zob. M. van den Boomen, S. Lammes, A. S. Lehmann, J. Raessens, M. T. Schäfer, *Digital Material: Tracing New Media in Everyday Life and Technology*, Amsterdam University Press, Amsterdam 2009, s. 9.

⁷⁶⁴ M. Kamińska, „*Madki*” kontra trolle. *Użytkownicy mediów społecznościowych przeciwko oversharentingowi*, „Media i Społeczeństwo”, nr 11, 2019, s. 251-269. W szczególnie problematycznych konfiguracjach takiego splątania dochodzić może m.in. do instrumentalnego wytwarzania dziecięcych person medialnych. Na gruncie polskim głośnym medialnie przykładem powiązaniem z lapidarnymi formami wideo był przypadek konta „Perspektywa Sary”, na którym publikowano krótkie materiały wideo z udziałem kilku-, a następnie kilkunastoletniej dziewczynki z Gdańska. Nagrania przedstawiały ją m.in. w roli osoby zadającej pytania politykom i komentującej bieżące wydarzenia publiczne. Profil prowadzony był przez jej ojca i szybko zyskał dużą widzialność oraz zasięgi, zarówno na platformach społecznościowych, jak i w mediach informacyjnych. Zob. A. Golus, „*Perspektywa Sary*”. *Kolejna burza w mediach, ochrony dziecka nadal brak*, „Tygodnik Powszechny”, 2025, <https://www.tygodnik-powszechny.pl/perspektywa-sary-kolejna-burza-w-mediach-ochrony-dziecka-nadal-brak-191975> (20.01.2026).

⁷⁶⁵ Określenia takiego w kontekście praktyk gameingowych użyła Sonia Fizek. W zarysowanej przez nią, a czerpiącej z wglądów sprawczego realizmu perspektywie gra wideo jest „ludycznym aparatem ukształtowanym przez ludzkie i nieludzkie otwarte praktyki”, rozgrywka zaś, „odbywa się w sieci relacji”. Zob. S. Fizek, *Gra w intraaktywność...* dz. cyt., s. 192.

treści w obrębie trendu nie byli motywowani dążeniem do widzialności czy zyskania popularności, a niekiedy wręcz starali się jej unikać.

Motywacje stojące za decyzją o dołączeniu do danego trendu bywają bowiem złożone i wielowarstwowe⁷⁶⁶. Jedną z najczęściej przytaczanych jest chęć zdobycia popularności, ale za równie istotne uznać trzeba motywacje związane z realizacją potrzeb takich jak poczucie przynależności, pozyskiwanie informacji czy potrzeba rozrywki⁷⁶⁷. W prowadzonych badaniach nad zarządzaniem widocznością w aplikacji TikTok, poza często omawianymi taktykami użytkowników mającymi na celu zwiększanie zasięgów kont i treści, pojawia się przy tym również wątek celowego ograniczania ich widoczności⁷⁶⁸. Dotyczyć on może m.in. starań użytkowników, by ich treści nie trafiły na stronę „Dla Ciebie” u określonych grup odbiorców, takich jak na przykład trolle internetowe czy osoby o radykalnie odmiennych poglądach społecznych czy politycznych, którzy mogliby zostawiać większą ilość negatywnych komentarzy⁷⁶⁹. Jak przy tym zwracają uwagę Muhsin Soyudoğan i Rime Hanane Abdalli, typologie motywacji wywodzące się z teorii użyć i gratyfikacji generują poważne problemy interpretacyjne, ponieważ sama motywacja może mieć charakter „względny i ambiwalentny”⁷⁷⁰.

Jeden z przykładów przypadkowego uzyskania popularności na platformie, stanowić może historia Zary Koromy, która w 2021 roku na łamach „The Daily Californian” opublikowała artykuł zatytułowany *How I went viral on TikTok and why I hated it*⁷⁷¹. Autorka postanowiła opisać w nim swoją przygodę z popularnością w tej aplikacji i związaną z nią perspektywę dotyczącą tik-tokowych trendów. Autorka pisze,

⁷⁶⁶ Należy zauważyć, że badacz, próbujący nazwać motywacje użytkowników, znajduje się w pozycji uprzywilejowanej wobec użytkownika. Kwestia ta wymaga więc szczególnych ostrożności bowiem prowadzić może do niezamierzonych, generujących uprzedzenia uproszczeń. Co więcej, część motywacji może być ukrywana, nieświadomiona lub trudna do zaklasyfikowania w ramach tradycyjnych kategorii. Zob. M. Soyudoğan, R. H. Abdalli, *Sympathizing with Gen-Z...*, dz. cyt.

⁷⁶⁷ G. Falgoust, E. Winterlind, P. Moon, A. Parker, H. Zinzow, K. C. Madathil, *Applying the uses and gratifications theory to identify motivational factors behind young adult's participation in viral social media challenges on TikTok*, „Human Factors in Healthcare”, nr 2(100014), 2022, s. 1–14; M. Soyudoğan, R. H. Abdalli, *Sympathizing with Gen-Z...*, dz. cyt.

⁷⁶⁸ J. Zeng, D. B. V. Kaye, *From content moderation to visibility moderation: A case study of platform governance on TikTok*, *Policy & Internet*, 14(1), 2021, s. 79–95.

⁷⁶⁹ Tamże, s. 88.

⁷⁷⁰ M. Soyudoğan, R. H. Abdalli, *Sympathizing with Gen-Z...*, dz. cyt., s. 1118–1119.

⁷⁷¹ Z. Koroma, *How I went viral on TikTok and why I hated it*, *The Daily Californian*, https://www.dailycal.org/archives/how-i-went-viral-on-tiktok-and-why-i-hated-it/article_58ae25d9-5987-5bd6-8b24-6accbcc9f2f4.html (29.12.2025).

że jako nastolatka będąca fanką internetowych sław potajemnie marzyła o zdobyciu podobnej do nich popularności i że taki też cel wyznaczyła sobie, kiedy pobrała aplikację TikTok. Jak uważa, nie posiadała przy tym cech charakteru, które pozwoliłyby jej to osiągnąć. Sytuacja zmieniła się jednak, gdy latem 2020 roku w aplikacji zapanowała estetyka *indie*. Wtedy to właśnie jej pierwszy film w błyskawicznym czasie zdobył ogromną popularność. Wykorzystując moment korzystnego dla niej trendu, kontynuowała nagrywanie filmików w tej estetyce. Gdy jeden z jej filmów osiągnął poziom miliona wyświetleń, tiktokerka zaczęła odczuwać niechęć do aplikacji z powodu dużej liczby negatywnych komentarzy, które pojawiły się wraz z rosnącą popularnością. Dla zachowania komfortu psychicznego postanowiła zrobić sobie kilkutygodniową przerwę. Po jej powrocie szybko okazało się, że w aplikacji panują zupełnie inne trendy, a algorytm nie promuje już filmów zgodnych z jej stylem.

„Przypadkowość”, nieprzewidywalność oraz chwilowość wiralowości wyznaczają specyfikę doświadczenia relacjonowanego przez wielu użytkowników platformy⁷⁷². W perspektywie procesu włączania cechy te wskazują, że nie jest ono prostym rezultatem intencjonalnego działania poszczególnych aktorów ani realizacją zaplanowanej strategii widzialności. Włączanie jawi się raczej jako efekt nagłej rekonfiguracji relacji w splątaniu – intra-akcyjnego przeobrażenia układu, w którym określone praktyki, treści i ciała tymczasowo zyskują materioznaczenie. W tym też sensie „wiralowość” nie tyle „wydarza się” komuś, ile wyłania się jako lokalny efekt zmiany warunków relacyjnych, który może równie szybko ulec osłabieniu lub zanikowi wraz z „kolejną” rekonfiguracją aparatu.

Rozważania nad konfiguracjami aplikacji TikTok oraz procesami, które można określić jako włączające, rozpocznę od analizy relacji platformy z przemysłem muzycznym. Skupię się przy tym na zróżnicowanych reakcjach wywoływanych przez rekonfiguracje generowane w obrębie tego aparatu produkcji. Następnie przejdę do omówienia wybranych przykładów trendów (w szczególności przywoływanego już w poprzednim rozdziale trendu powiązanego z serialem *Wednesday*) stopniowo poszerzając

⁷⁷² Zob. np. K. Pickhardt, *People Are Sharing How They Accidentally Went Viral Online, And The Stories Are Wild*, „BuzzFeed”, 2021, <https://www.buzzfeed.com/katherinpickhardt/going-viral-horror-stories> (20.01.2026); A. Grajales, *I accidentally went viral on TikTok. I learned we failed our youngest generation*, „World Economic Forum”, 2020, <https://www.weforum.org/stories/2020/01/tiktok-viral-social-media-millennials-centennials-internet/> (20.01.2026); @ivyleagueguide, *I went viral on TikTok and... What happened and what you can learn from it*, „Medium”, 2020, <https://ivyleagueguide.medium.com/i-went-viral-on-tiktok-and-108d1665280d> (20.01.2026).

pole analizy poza obszary wyznaczone przez popkulturę i kierując uwagę ku mniej oczywistym, splątanim fenomenom. Na zakończenie podejmę namysł nad niezwykle istotnym, choć wciąż niedostatecznie rozpoznany zjawiskiem włączania fenomenu starości w obszar aplikacji TikTok, w tym nad obecnością i aktywnością seniorów na platformie.

5.1.1 Splątane fenomeny muzyczne⁷⁷³

Jednym ze szczególnie istotnych dla fenomenu TikToka splątań jest to ze „starymi” przemysłami kultury, a zwłaszcza z przemysłem muzycznym. Jak zauważają Arantxa Vizcaino-Verdu i Crystal Abidin, „TikTok to przestrzeń zakotwiczona w rozpowszechnianiu narracji i punktów widzenia za pomocą szablonów audio”⁷⁷⁴. Kwestia ważności muzyki dla lapidarnych form wideo została już po części przybliżona czytelnikowi niniejszej pracy w drugim jej rozdziale, w którym opisałem, w jaki sposób muzyka poddawana jest w obrębie lapidarnych form wideo procesom fragmentaryzacji, remiksu i osadzania w asamblażach obrazu, ciała oraz praktyk użytkowników.

Wglądy sprawczego realizmu umożliwiają uchwycenie omówionych procesów i praktyk jako wyłaniających się w splątanych układach relacji. Fragmentaryzacja, remiks oraz performatywne osadzanie muzyki w lapidarnych formach wideo intra-akcyjnie splatają się m.in. z aparatami organizacyjnymi przemysłu muzycznego, algorytmicznymi mechanizmami dystrybucji oraz ekonomicznymi strategiami platform. W rezultacie muzyka funkcjonująca w obrębie TikToka nie jest jedynie zasobem kulturowym poddawany twórczym praktykom, lecz elementem szerszego układu produkcji, w którym nieustannie rekonfigurują się relacje między artystami, wytwórniami, użytkownikami i technologiami.

W podobny sposób ujmowała tę kwestię Ewelina Twardoch-Raś analizując praktyki fanowskie w obszarze telewizji postmedialnej, nawiązując do propozycji Joanny Zylinskiej i Sary Kember⁷⁷⁵. Zwraca ona uwagę, że propozycja takiej analizy pozwala na

[...] dostrzeżenie po pierwsze – relacji jaka łączy obie role (medialnego świata i jego

⁷⁷³ Rozdział ten zawiera fragmenty opublikowanego przeze mnie wcześniej artykułu: Ł. Juda, *Lapidarne formy wideo...*, dz. cyt.

⁷⁷⁴ C. Abidin, A. Vizcaino-Verdú, *Music Challenge Memes on TikTok...* dz. cyt., s. 885.

⁷⁷⁵ S. Kember, J. Zylinska, *Life After New Media: Mediation as a Vital Process*, MIT Press, Cambridge 2012.

odbiorców - przyp. Ł.J.), polegającej nie tyle na znoszeniu granic między nimi, co wzajemnym się ich przenikaniu, ale przede wszystkim o zdanie sprawy z tego, że wszelkiego rodzaju odbiorcy telewizji to aktorzy w sieciach relacji uniwersum medialnego, którzy są jego elementem składowym - obok czynników ekonomicznych, społeczno-politycznych oraz technologicznych. Inaczej jeszcze mówiąc, praktyki medialne (w tym telewizyjne praktyki odbiorcze) wynikają oczywiście ze kształtu współczesnej medialności, ale mamy też do czynienia z procesem odwrotnym: kreowaniem medialności poprzez szeroko rozumianą działalność odbiorczą. Warto jeszcze dodać, że działania te nie polegają jedynie na „wyrażaniu swojej opinii” wobec zewnętrznego świata, ale także na kształtowaniu go od wewnątrz – i nie na zasadzie takiej, że media stanowią nasze protezy – jak postulował McLuhan, ale poprzez współistnienie tego, co medialne z odbiorcą [...]”⁷⁷⁶.

W splątaniu takim użytkownicy z jednej strony zapożyczają dany fragment tekstu kultury profesjonalnej cytując go czy też parafrazując, z drugiej zaś użyczają mu samych siebie, ze swoimi wizerunkami, historiami i wszystkim tym, co się z nimi łączy. Jako wykonawcy nadają mu kolejne warstwy znaczeniowe, „wstawiając” siebie w ramy danego utworu muzycznego cyrkulującego w przestrzeni aplikacji. Czasami znaczenia te zrozumiałe są tylko dla sieci bliskich znajomych, a czasami znacznie szerzej, w zależności od konkretnej konfiguracji. Zauważalne jest to m.in. w praktykach *lip syncu* (poruszania ustami do oryginalnego utworu słowno-muzycznego) i *coveru*. Praktyki te przywodzą na myśl mogą opisaną przez Lawrence’a Lessiga wystawę, zorganizowaną w 2007 roku w White Cube w centrum Londynu, na której znajdowała się instalacja *Working Class Hero (A Portrait of John Lennon)*⁷⁷⁷. W czarnym pokoju na jednej ścianie wisiało 25 ustawionych pionowo ekranów plazmowych. Na ekranach tych zobaczyć i usłyszeć można było 25 fanów Johna Lennona, którzy zgłosili się, żeby „odśpiewać hołd swojemu ulubionemu artyście”⁷⁷⁸. Jak wyjaśniała autorka instalacji, Candice: „cała idea polega na tym, żeby przenieść ciężar z ludzi, których zwykle postrzega się jako twórców, po to, żeby zrobić trochę przestrzeni, trochę miejsca dla ludzi, którzy odbierają produkty kultury [...]. I o to, żeby pomyśleć trochę o tym, co się dzieje po rozpowszechnieniu

⁷⁷⁶ E. Twardoch, *Praktyki fanowskie...*, dz. cyt., s. 72.

⁷⁷⁷ C. Breitz, *Working Class Hero (A Portrait of John Lennon)*, White Cube, Londyn 2007.

⁷⁷⁸ L. Lessig, *Remiks...*, dz. cyt., s. 19.

muzyki lub filmów: jak mogą zostać wchłonięte w życie ludzi, którzy słuchają tej muzyki lub oglądają te filmy”⁷⁷⁹.

Aparat produkcji TikToka i znaczenie trendu rekonfigurują jednak sposób problematyzowania relacji użytkownika, odbiorcy, prosumenta z tekstem, artystą czy – szerzej – organizacjami związanymi z przemysłem muzycznym. Komplikacjom ulega chociażby niezwykle ważna od lat 80. XX wieku⁷⁸⁰ w analizach popkulturowych figura fana. We wspomnianym powyżej artykule Ewelina Twardoch-Raś przybliżyła zwyczajowy sposób rozumienia ów figury w ten sposób:

Fani z reguły są postrzegani z przymrużeniem oka jako ci, którzy tak mocno dali się wciągnąć w wymyślony w telewizji świat, że nie posiadają już wobec niego pełnego dystansu odbiorczego. Fanem można nazwać kogoś, kto nie tylko od niechcenia czy przez przypadek śledzi dany program, ale wkłada w jego odbiór choć trochę swojego zaangażowania, wie więcej niż osoba, która go nie ogląda. Są oczywiście także antyfani – często tak samo silnie wpływający na istnienie danej produkcji, jak jej wielbicie, a istnieje również grupa fanów ukrywających się, którzy czują winę z powodu swojej przyjemności odbiorczej (tzw. guilty pleasures), albo śledzą dany program i znają go bardzo dobrze, a jednak nie uznają się za fanów – czasami ze względu na wstyd wynikający z upodobań, a czasami z powodu dość neutralnego stosunku do produkcji – oglądania dla tak zwanego zabicia czasu⁷⁸¹.

⁷⁷⁹ Tamże, s. 20. Próby zwrócenia uwagi na praktyki odbiorców muzyki w pierwszej dekadzie XXI wieku były podejmowane również przez samych artystów. Przykładem może być Beyoncé Knowles, która podczas trasy koncertowej *I Am... World Tour* w 2008 roku, przed wykonaniem utworu *Single Ladies (Put a Ring on It)*, wyświetlała na telebimach znalezione w sieci lub przesłane do niej fragmenty nagrań wideo, na których fani oraz osoby publicznie znane (m.in. Tom Cruise i Barack Obama) próbowali odtworzyć charakterystyczną choreografię z teledysku lub używając konkretnych gestów dłonią do niej nawiązywały. Zob. *Beyoncé: I Am... World Tour*, Beyoncé Knowles, Ed Burke (reż.), Parkwood Pictures / Sony Music Entertainment, USA 2010, 1:17:15, <https://tv.apple.com/pl/movie/beyonce---i-amworld-tour/umc.cmc.5549sc8swnozk4usxj16o2f93> (20.01.2026). Powyższy akapit stanowi zmodyfikowany fragment artykułu opublikowanego przez autora niniejszej pracy w czasopiśmie „Kultura Współczesna”. Ł. Juda, *Lapidarne formy wideo...* dz. cyt., s. 210-211.

⁷⁸⁰ Słowo „fan” upowszechniło się w języku angielskim pod koniec XIX wieku, początkowo w dyskursie sportowym i rozrywkowym. Wczesne refleksje nad publicznością kultury masowej, często o wyraznie krytycznym zabarwieniu, pojawiają się w pracach Theodora W. Adorno dotyczących przemysłu kulturowego; dopiero jednak późniejsze badania kulturowe przesunęły akcent z patologizacji na praktyki uczestnictwa, akcentując sprawczość odbiorców popkultury. Kategoria „fana” jako przedmiot systematycznych badań kulturowych wyłania się na przełomie lat 80. i 90. XX wieku w ramach *fan studies*. Za moment konstytutywny dla jej ujęcia jako aktywnej praktyki kulturowej uznaje się prace Henry’ego Jenkinsa, zwłaszcza *Textual Poachers. Television Fans and Participatory Culture*, Routledge, New York-London 1992; zob. także M. Hills, *Fan Cultures*, Routledge, London–New York 2002.

⁷⁸¹ E. Twardoch, *Praktyki fanowskie jako performatywny wymiar...*, dz. cyt., s. 73.

Mając na uwadze splątany charakter zjawisk medialnych, problem stanowić może jednak ustalenie czy zaangażowanie w dany produkt kultury każdorazowo należy określać w kategoriach fanowskich. Nagrywanie treści do bardzo popularnej piosenki nie musi bynajmniej oznaczać, że autor filmiku jest fanem danego utworu, a tym bardziej fanem artysty. W niektórych przypadkach użytkownik może w ogóle nie utożsamiać się z daną piosenką, a nawet jej nie lubić, traktując ją instrumentalnie jako element strategii zarządzania własną (nie)widzialnością w obrębie platformy. W ramach stosowanych przez użytkowników taktyk spotkać się można np. z wyciszaniem dołączonej do wideo muzyki, która w takiej sytuacji pełni jedynie funkcję internetowego tagu. Zaangażowanie w dany produkt niekoniecznie musi więc wynikać z sympatii czy antypatii do danej produkcji. Zamiast tego może być efektem szerszego zaangażowania komunikacyjnego, w którym dany produkt kultury splata się z mniej oczywistymi praktykami, obejmującymi np. pracę aparatu produkcji jakim jest trend.

W kontekście aplikacji TikTok na tę kwestię zwraca uwagę Benjamin Toscher w artykule *Resource Integration, Value Co-Creation, and Service-dominant Logic in Music Marketing: The Case of the TikTok Platform*. Autor zauważa, że dzisiejszą muzykę pojmować trzeba raczej jako pewien rodzaj zasobu wykorzystywanego przez „platformy usługowe takie jak TikTok”⁷⁸². W ujęciu Toschera platformy te dostarczają ów zasób użytkownikom, którzy współtworzą cyrkulujący na platformie контент. Jak pisze, „dostawcy (wytwórnie muzyczne) składają użytkownikom na TikToku propozycje wartości poprzez swoją muzykę. Z kolei użytkownicy odpowiadają na propozycje dostawców, integrując ich muzykę z filmami, a integracja ta może zachodzić w wielu kombinacjach ograniczonych głównie przez kreatywność użytkowników oraz funkcje i funkcjonalności oferowane przez aplikację TikTok”⁷⁸³.

Mariaże popkultury z cyberprzestrzenią, w tym także z mediami społecznościowymi, wielokrotnie omawiane były w literaturze przedmiotu. W tym kontekście bardzo często opisywano, w jaki sposób głos zyskują „konsumenci” popkultury, istotnie znajdujący się w czasach sprzed możliwości komunikowania w sieci w znacznie bardziej nierównym układzie sił, w którym tzw. „stare przemysły kultury” przyjmowały praktycznie jednoznacznie hegemoniczny charakter. Wielokrotnie

⁷⁸² B. Toscher, *Resource Integration, Value Co-Creation, and Service-dominant Logic in Music Marketing: The Case of the TikTok Platform*, „International Journal of Music Business Research”, vol. 10, 2010, s. 1–18.

⁷⁸³ Tamże, s. 6.

pozytywnie waloryzowane w badaniach możliwości, jakie przyniósł w tym zakresie internet ⁷⁸⁴ podkreślać miało określenie „prosument” ⁷⁸⁵, wskazujące na istotne przesunięcie pozwalające potencjalnie każdemu aktywnie współuczestniczyć w procesach produkcyjnych w obszarze kultury popularnej, a tym samym umożliwić bardziej sprawiedliwy rozkład sił.

Splątane cyberkulturowe praktyki użytkowników mogą dziś przesądzać o sukcesie danego utworu lub o potencjale komercyjnym artysty. W takim ujęciu TikTok jawić się może również jako swoiste pole testowe, wskazujące wytwórciom muzycznym owe potencjały, obniżając jednocześnie ryzyko porażki danego artysty/ utworu, a tym samym ograniczając ryzyko poniesienia straty finansowej. Należy jednak zauważyć, że taka perspektywa może ponownie prowadzić do niebezpieczeństwa uznania TikToka za bierną przestrzeń działań, a nie złożony intra-aktywnie fenomen, który jednocześnie sam jest intra-aktywnym elementem kolejnych fenomenów. W tym kontekście odmienną perspektywę przedstawiała m.in. Jose van Dijck, ujmując działania odbiorców popkultury nie tyle w kategoriach osłabienia władzy korporacji medialnych, co lokując je w obszarze konstytuowania się nowych struktur hegemonicznych i reguł kontroli⁷⁸⁶.

Bojana Radovanović w artykule *TikTok and Sound: Changing the ways of Creating, Promoting, Distributing and Listening to Music* przytacza doniesienia dziennikarzy Estelle Caswell i Matta Danielsa, którzy ustalili, że jedna czwarta nowych gwiazd z listy *Spotify 200 new artists* pochodziła z TikToka, z czego 46% z nich podpisało duży kontrakt płytowy z wytwórnią muzyczną. Istotnym, choć symbolicznym momentem docenienia znaczenia platformy TikTok przez branżę muzyczną było powstanie w 2023 roku specjalnej, publikowanej co tydzień playlisty TikTok *Billboard Top 50*, tworzonej na podstawie statystyk dźwięków wykorzystywanych na platformie⁷⁸⁷. *Billboard* uzasadniający potrzebę powstania tego zestawienia wskazywał, że TikTok stał

⁷⁸⁴ Jak chociażby w propozycji Henrego Jenkinsa w jego słynnej książce *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów* czy też w koncepcji mediów kreatywnych Joanny Zylinskiej i Sary Kember. Zob. H. Jenkins, *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, Marzena Bernatowicz, Mirosław Filiciak (tłum.), Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2007.; Zob. S. Kember, J. Zylinska, *Life after New Media...* dz. cyt.

⁷⁸⁵ M. McLuhan, B. Nevitt, *Take Today: The Executive as Dropout*, B.J. Harcourt, Boston 1972.

⁷⁸⁶ Zob. J. van Dijck, *Telewizja 2.0: YouTube i narodziny nadawania domowego (homecasting)*, [w:] *Zmierzch telewizji? Przemiany medium*, Tomasz Bielak, Mirosław Filiciak, Grzegorz Ptaszek (red.), Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa, s. 313–340.

⁷⁸⁷ I. Otto, »TikTok Billboard Top 50«..., dz. cyt.

się „najpotężniejszą na świecie platformą do odkrywania i promocji muzyki [...]”⁷⁸⁸. Wpływy aplikacji TikTok na branżę muzyczną dostrzegano również w 2022 roku na gruncie polskim, gdzie podkreślano, że co dziesiąty utwór z listy przebojów został wypromowany właśnie za jej pośrednictwem⁷⁸⁹.

Interesujących wglądów dostarczają tu wyniki quasi-eksperymentu przeprowadzonego przez Daniela Winklera i współpracowników, wskazujące, że usunięcie katalogu *Universal Music Group* z TikToka w lutym 2024 roku – w następstwie braku porozumienia dotyczącego warunków licencyjnych i zasad wynagradzania za wykorzystanie muzyki – doprowadziło do wzrostu liczby odtworzeń objętych tym działaniem utworów na platformach streamingowych o około 2–3%⁷⁹⁰. Zjawisko to sugeruje występowanie efektów substytucyjnych między TikTokiem a serwisami audio. Efekt ten nie ma jednak charakteru jednorodnego. Starsze utwory oraz nagrania o ograniczonym wsparciu promocyjnym poza TikTokiem odnotowały bowiem spadek konsumpcji streamingowej po usunięciu ich z platformy. Wynik ten wskazuje, że TikTok pełni istotną funkcję odkrywania i ponownego uaktywniania treści, które nie znajdują się w centrum bieżącej uwagi odbiorców⁷⁹¹.

Splątanie TikToka ze starymi przemysłami kultury stanowi wyzwanie zarówno dla użytkowników, jak i przemysłu muzycznego, a nawet konstruuje nowy wymiar ich bycia. Poprzez niezwykle silne powiązanie mediów społecznościowych z muzyką wyłaniają się m.in. również wyraźne powiązania branży muzycznej z influencerami, którzy stają się coraz istotniejszym elementem promocji nowych utworów muzycznych, np. poprzez zapoczątkowanie powiązanych z fragmentami muzycznymi trendów⁷⁹².

⁷⁸⁸ Lista została zamknięta w 2025. K. Atkinson, *TikTok & Billboard partner to launch TikTok Billboard Top 50*, Billboard 2023, <https://www.billboard.com/music/chart-beat/tiktok-billboard-top-50-chart-launch-1235412993/> (20.09.2025).

⁷⁸⁹ Zob. A. Bednarek, *Jiggle Jiggle albo śmierć. Co dziesiąty kawałek z polskich list przebojów wybił się dzięki TikTokowi*, Spider’s Web, 2022, <https://spidersweb.pl/plus/2022/06/tik-tok-muzyka-rewolucja-przeboje> (20.09.2025).

⁷⁹⁰ D. Winkler, C. Hotz-Behofsits, N. Wlömert, D. Papies, J. Liaukonytė, *The Impact of Social Media on Music Demand: Evidence from a Quasi-Natural Experiment*, arXiv, 2024.

⁷⁹¹ Tamże.

⁷⁹² Czego przykładem może być historia sukcesu piosenki „Say So” Doji Cat, zapoczątkowanego przez tiktokerkę Haley Sharpe. Zob. C. Zhang, *The Mystery of Doja Cat’s Unimpeachable TikTok Reign*, „Pitchfork”, 2020, <https://pitchfork.com/thepitch/the-mystery-of-doja-cats-unimpeachable-tiktok-reign/> (20.08.2025). Szerzej problematykę tę opisuje np. B. Toscher, *Resource Integration...*, dz. cyt., s. 8–9.

Ponadto powiązania te dotyczą zarówno influencerów ludzkich, jak i nie-ludzkich „influencerów wirtualnych”⁷⁹³.

W 2024 roku niezwykle popularne stało się nagranie Billie Eilish, która podczas gali rozdania nagród „People’s Choice Awards” zwróciła się do siedzącej obok niej Kylie Minogue „There’s some, like, tiktokers here” (*Jest tu kilku tiktokerów*). Zdanie to Eilish wypowiedziała w tonie dezaprobaty, co wywołało dyskusję w mediach społecznościowych⁷⁹⁴ (głównie zresztą przychylną gwiazdzie), dotyczącą udziału influencerów w tego typu galach oraz rosnącego znaczenia tych postaci w wielu branżach kreatywnych⁷⁹⁵.

Przekształcenia wynikające z coraz silniejszego związania starych przemysłów kultury z mediami społecznościowymi w zróżnicowany sposób oceniają więc sami artyści. Część z nich adaptuje się do nowych konfiguracji i aktywnie je wykorzystuje w swojej działalności twórczej i promocyjnej. Do tej grupy można zaliczyć chociażby Lady

⁷⁹³ Jak w swojej rozprawie doktorskiej dotyczącej strategii promocji i dystrybucji muzyki w środowisku platformowym wykazuje Andrae Alexander, wirtualni influencerzy nie funkcjonują na marginesie przemysłu muzycznego, lecz uczestniczą w tych samych układach widzialności, zaangażowania i cyrkulacji treści co influencerzy ludzcy. Analizy ilościowe przeprowadzone przez tego autora pokazują, że choć średnie wartości większości wskaźników są wyższe dla artystów ludzkich, to istotne statystycznie różnice między obiema grupami ujawniają się jedynie w wybranych obszarach: liczbie playlist redakcyjnych i fanowskich, miesięcznych wyświetleniach na YouTube oraz liczbie obserwujących na platformach takich jak Spotify, Facebook, X i YouTube. Zob. A. Alexander, *Musicians, Virtual Influencers, and Fandom: A Comparative Analysis of the Influence Majors, Independents, and Non-human Social Media Influencers Have on Spotify Monthly Listener Numbers and Popularity Scores Based on Social Media Data*, rozprawa doktorska, University of the Cumberland, 2024, s. 41–57.

⁷⁹⁴ P. Haasch, *Like it or not, influencers are probably here to stay on the red carpet*, „Business insider”, 2024, <https://www.businessinsider.com/billie-eilish-influencers-tiktokers-red-carpet-peoples-choice-awards-2024-2?IR=T> (28.10.2025). Eilish wywołała równocześnie oburzenie w Polsce, gdy grupa influencerów otrzymała darmowe zaproszenia na jej koncert. Zob. K. Woźniak, *Darmowe wejściówki na koncert Billie Eilish? Fani są wściekli*, 4FUN, 2025, <https://4fun.tv/news/billie-eilish-krakow-koncert-influencerzy-bilety-darmowe-komentarze> (28.10.2025).

⁷⁹⁵ Oprócz wpływu na branżę muzyczną coraz częściej podkreśla się także znaczenie influencerów dla przemysłu kinematograficznego oraz wydawniczego. Zob. np. M. Le Viet-Błaszczuk, *Znaczenie mediów społecznościowych na rynku kinematografii*, rozprawa doktorska, Wydział Zarządzania, Uniwersytet Łódzki, 2023; M. Ridzuan, N. Ahmadrashidi, *The Phenomenon of BookTok and Its Impact on the Transformation of Literary Culture and the Publishing Industry*, „Forum Komunikasi”, nr 18(2), 2023, s. 74–83.

Gagę⁷⁹⁶, Doja'ę Cat⁷⁹⁷ czy Meghan Trainor⁷⁹⁸. Wpisuje się w nią również wspomniany wcześniej CeeLo Green, który pozytywnie odniósł się do trendu powiązanego z utworem *Crazy* na platformie TikTok⁷⁹⁹. Natalie Jane zaś, która go zapoczątkowała, podpisała kontrakt z wytwórnią Capitol Records i wydała odnoszące sukcesy single takie jak *AVA* czy *I'm Her*⁸⁰⁰.

Zwolennikami TikToka wśród artystów są w dużej mierze ci, którzy tak jak Jane, zyskali popularność na tej platformie. Znajdują się tu m.in.: Bella Poarch⁸⁰¹, GAYLE⁸⁰²

⁷⁹⁶ Zauważyć to można było zarówno przy omówionym w poprzednim rozdziale sukcesie trendu „Taniec Wednesday”, w którym wykorzystana została jej piosenka *y* ale także np. w momencie debiutu płyty „Mayhem” w 2025 roku, kiedy to artystka przeglądała ogromne ilości treści tworzonych przez użytkowników aplikacji TikTok, wiele z nich komentując, oraz nagrywając swoje reakcje na nie. Jeden z jej tiktoków reakcyjnych, w którym Gaga przyjmuje dość specyficzny wyraz twarzy przypominający ten znany z mema „Side Eye Dog” wykorzystano ponadto jako „templatkę” do wielu kolejnych treści, Zob. @ladygaga, 2024, <https://www.tiktok.com/@ladygaga/video/7432819652079734046?lang=pl-PL>, (27.11.2025). Ponadto w 2025 roku w wywiadzie z Hugo Décrypte Gaga, zapytana o współczesne sposoby słuchania muzyki, a także możliwości nawiązywania kontaktu z fanami, pozytywnie odniosła się do kwestii przekształceń spowodowanych m.in. popularnością i znaczeniem platformy TikTok. Jak stwierdziła, TikTok w pewnym sensie, przez ogromne znaczenie warstwy audialnej, przypomina jej MTV. Dodała również, że cieszy ją, że ludzie mają możliwość posiadania własnej sceny, związane z jej twórczością treści użytkowników postrzega zaś jako swego rodzaju rozmowę z nimi. Jednocześnie podkreślała, że nie uważa, aby TikTok zmienił sposób, w jaki tworzy ona muzykę. Postrzega TikToka raczej jako coś co dodało jej kolejną, inną możliwość wyrazu. Zob. HugoDécrypte, *Grands formats, Ma discussion sans filtre, avec Lady Gaga (VF et VO dispo)*, YouTube, 2025, https://www.youtube.com/watch?v=cKRX6dd_6dM (25.09.2025). W wywiadzie dla „Despierta América!”, artystka zgodziła się z kolei z określeniem jej przez prowadzącą jako „TikTok Girl”. Zob. @despiertamericatiktok, TikTok, 2025, <https://www.tiktok.com/@despiertamericatiktok/video/7480216698440650015> (25.09.2025).

⁷⁹⁷ Zob. C. Zhang, *The Mystery Of Doja Cat's...*, dz. cyt.

⁷⁹⁸ Zob. K. Gallimore, *What We Can Learn From Meghan Trainor's TikTok Strategy*, „Medium”, 2022, <https://medium.com/@belangerkathryn/what-we-can-learn-from-meghan-trainors-tiktok-strategy-2d1c8b377bce> (20.09.2025).

⁷⁹⁹ Co ciekawe, młodszych użytkowników zszokował fakt, że utwór *Crazy* wykonuje w oryginale dobrze im znany CeeLo Green, który współpracował niegdyś z producentem o pseudonimie Danger Mouse tworząc właśnie duet znany jako Gnarls Barkley. Zob. S. Thompson, *People are just realising Gnarls Barkley and CeeLo Green are the same person*, „Independent”, 2022, <https://www.indy100.com/viral/gnarls-barkley-riff-challenge-tiktok> (20.09.2025).

⁸⁰⁰ N. Jane, *I'm Her*, Capitol Records, 2023; N. Jane, *AVA*, Capitol Records, 2022.

⁸⁰¹ B. Spanos, *Bella Poarch Conquered Her Past, the Navy, and TikTok. Now She's Coming for Pop Music*, „Rolling Stone”, 2022, <https://www.rollingstone.com/culture/culture-features/bella-poarch-tik-tok-build-bitch-1334626/> (27.11.2025).

⁸⁰² Zob. S. Pittman, *From TikTok To Hard Tickets: The ABC's Of GAYLE's Success*, „Pollstar”, 2022, <https://news.pollstar.com/2022/02/08/from-tiktok-to-hard-tickets-the-abcs-of-gayles-success/> (29.09.2025).

Lil Nas X⁸⁰³ czy Benson Boone⁸⁰⁴. Autorzy pracy *TikTok: Creativity and Culture in Short Video* wyróżniają w tym kontekście dwie podgrupy użytkowników. Z jednej strony wskazują na „profesjonalnych artystów na początku kariery”, jako przykłady podając Lil Nas X czy Olivię Rodrigo⁸⁰⁵. Obydwoje bowiem posiadali doświadczenie w branży muzycznej przed dołączeniem do platformy, która stanowiła tu tylko kanał promocji umożliwiający szerszą rozpoznawalności.

Drugą grupę stanowią użytkownicy wykorzystujący moment uzyskania „sławy przez przypadek” w wyniku procesów memicznych⁸⁰⁶. Przykładem jest tu Nathan Evans, publikujący w aplikacji wykonania XIX-wiecznych szant. Popularność przyniosło mu nagranie utworu *Soon May the Wellerman Come*. Krótco po tym Evans również podpisał kontrakt płytowy⁸⁰⁷. Jak zwracają uwagę Kaye i współpracownicy katalizatorem rozprzestrzeniania się tego fenomenu nie było wykonanie Evansa, lecz – podobnie jak w przypadku Natalie Jane – sam utwór jako taki, który stał się szablonem kolejnych interpretacji wokalnych zamieszczanych przez użytkowników.

Z drugiej jednak strony można wymienić równie wielu artystów, którzy dystansują lub też otwarcie negatywnie odnoszą się do tych przemian. Za znamieny przykład posłużyć może postawa amerykańskiej piosenkarki Halsey. W 2022 roku autorka hitu *Without Me*⁸⁰⁸ (skądinąd za pośrednictwem platformy TikTok) poinformowała społeczność swoich fanów, że wytwórnia muzyczna *Capitol Records* postawiła jej wyraźne ultimatum związane z przygotowaną przez nią nową muzyką:

Jestem w tej branży od ośmiu lat, sprzedałam ponad 165 milionów płyt, a moja wytwórnia mówi mi, że nie mogę wydać nowej piosenki, jeśli nie będą w stanie sztucznie wykreować viralowego momentu na TikToku⁸⁰⁹.

⁸⁰³ Zob. M. Avdeeff, *Lil Nas X, TikTok, and the Evolution of Music Engagement on Social Networking Sites*, [w:] *Virtual Identities and Digital Culture*, Victoria Kannen, Aaron Langille (red.), 2023, s.221-230.

⁸⁰⁴ Zob. D. Aildasani, *From American Idol dropout to TikTok-viral tunes, Benson Boone on his rise to fame and 'finding my real sound'*, „Young Post Club”, 2023, <https://www.youngpostclub.com/yp/discover/entertainment/music/article/3230364/american-idol-dropout-tiktok-viral-tunes-benson-boone-his-rise-fame-and-finding-my-real-sound> (23.10.2025).

⁸⁰⁵ D. B. V. Kaye, J. Zeng, P. Wikström, *TikTok: Creativity...*, dz. cyt., s. 164.

⁸⁰⁶ Tamże, s. 164–165.

⁸⁰⁷ Tamże.

⁸⁰⁸ Halsey, *Without Me*, Capitol Records, USA 2018.

⁸⁰⁹ Tiktoki starsze niż z 2024 roku zniknęły z profilu Halsey. Materiał dostępny jest jednak w dalszym ciągu na profilach fanowskich. Zob. @HalseyTikToks, 2023, <https://vm.tiktok.com/ZNRdYf492/> (30.10.2025).

Halsey zauważa przy tym, że sytuacja ta stanowi kolejny przykład ograniczania przez wytwórnie muzyczne wolności artystycznej⁸¹⁰. W swoich nagraniach na TikToku oraz późniejszych komentarzach podkreślała również, że działania jej wytwórni nie są jedynie zwykłą strategią marketingową, lecz przejawem realnej presji, której doświadcza coraz większa liczba artystów. Współczesny przemysł muzyczny opisywała jako przestrzeń, w której coraz większe znaczenie mają „absurdalne wręcz liczby”⁸¹¹. Oprócz Halsey silnym związkiem branży muzycznej z TikTokiem sprzeciwiali się m.in.: FKA twigs⁸¹², Florence Welch⁸¹³, Lorde⁸¹⁴ czy Adele⁸¹⁵.

Należy jednak zaznaczyć, że splątanie branży muzycznej z mediami społecznościowymi jest znacznie szersze niż tylko to obejmujące aplikację TikTok, a nawet – ogólniej – współczesne lapidarne formy wideo. Jak wykazuje Andrae Alexander, procesy te mają charakter długofalowy i opierają się na współzależnościach pomiędzy różnymi serwisami społecznościowymi i platformami streamingowymi, mierzonych za

⁸¹⁰ Zob. T. Garcia, *Halsey's Label Responds to Singer's TikTok Claim That They Won't Release New Song*, „Variety”, 2022, <https://variety.com/2022/music/news/halsey-tiktok-label-responds-1235275187/> (29.11.2025).

⁸¹¹ W wywiadzie z Zanem Lowem Halsey zauważyła jej ostatni album sprzedał się w nakładzie stu tysięcy kopii w pierwszym tygodniu, co odnosząc te liczby do sukcesów jakie Halsey odnosiła kilka lat wcześniej, jej wytwórnia uznała za porażkę. Zob. Apple Music, *Halsey: BADLANDS, Tour & Pop Stardom | Zane Lowe Interview*, Youtube, 2025, <https://youtu.be/LMDAcg6r4-M> (29.11.2025).

⁸¹² I. Lewis, *FKA twigs says 'all record labels ask for are TikToks': 'I got told off for not making enough effort'*, „Independent”, 2022, <https://www.independent.co.uk/arts-entertainment/music/news/fka-twigs-tiktok-instagram-label-b2082496.html> (22.10.2025).

⁸¹³ Choć Welch początkowo czuła frustrację wymuszaniem na niej przez wytwórnie nagrywania przez nią filmików na platformę TikTok, ostatecznie przekonała się do niej argumentując, że społeczność TikToka jest „anarchiczna, zabawna i dziwaczna” w sposób, który jej odpowiada. W. Richards, *Florence Welch explains why she now uses "anarchic and hilarious" TikTok*, „NME”, 2022, <https://www.nme.com/news/music/florence-welch-explains-why-she-now-uses-anarchic-and-hilarious-tiktok-3362224> (20.12.2025).

⁸¹⁴ Zob. B. Showbiz, *Lorde could feel her 'brain degrading' when she used TikTok*, NZME, 2023, <https://www.nzherald.co.nz/entertainment/lorde-could-feel-her-brain-degrading-when-she-used-tiktok/ZOE4DAAUFVG2XGFO2R254MLNWQ/> (22.10.2025).

⁸¹⁵ Adele zwracała uwagę na kwestie pokoleniowe związane z promocją swojej twórczości. Wytwórnia zachęcała ją do promowania albumu *30* na TikToku, tak aby mógł on dotrzeć również do młodszych odbiorców, w tym nastolatków. Artystka sprzeciwiła się jednak tej strategii, argumentując, że docelową publiczność płyty stanowią osoby o zbliżonym do jej własnego bagażu doświadczeń życiowych, a więc przede wszystkim jej rówieśnicy, których – w jej przekonaniu – nie ma wśród użytkowników TikToka. Co znamienne, mimo braku oficjalnego konta w aplikacji Adele w 2021 roku deklarowała regularne przeglądanie treści publikowanych na TikToku za pośrednictwem anonimowego profilu, co ujawnia napięcie między wyobrażeniem demografii platformy a jej faktycznymi praktykami użytkownika. L. Dodgson, *Adele explained why she won't make songs for TikTok, despite her team wanting her to appeal to teens*, „Business Insider”, 2021, <https://www.businessinsider.com/adele-30-tiktok-music-gen-z-teenagers-millennials-2021-11?IR=T> (29.11.2025).

pomocą metryk widoczności, zaangażowania i kuracji algorytmicznej⁸¹⁶. Alexander pokazuje, że TikTok nie stanowi jakościowego „zerwania” z wcześniejszymi modelami, lecz raczej intensyfikację wykształconych uprzednio mechanizmów platformizacji promocji muzyki, rozwijanych sukcesywnie na takich platformach jak YouTube, Facebook czy Instagram⁸¹⁷.

Można przy tym wskazać moment, w którym relacje te uległy znacznemu zacieśnieniu. Był nim okres pandemii koronawirusa, kiedy ze względów bezpieczeństwa zauważalna stała się potrzeba zmiany sposobów komunikowania się muzyków ze słuchaczami⁸¹⁸. W odniesieniu do aplikacji TikTok szczególnie wyraźnie proces ten ujawnił się w przejściu od koncertowania na żywo do form transmisji online⁸¹⁹. Jednym z najistotniejszych wydarzeń byłby tu transmitowany przez TikToka koncert Eda Sheerana z okazji UEFA EURO 2020, który śledziło na żywo 5,5 miliona użytkowników i który zaowocował stałą współpracą artysty z platformą⁸²⁰. Jak wskazują badania przeprowadzone przez Femke Vandenberg i Michaela Berghmana, uczestnicy takich wydarzeń online próbowali odtwarzać charakterystyczne dla koncertów zachowania i konwencje w przestrzeni wirtualnej⁸²¹. Wykorzystywali więc swoją wiedzę na temat fizycznych koncertów do wysiłku aktywnego zarządzania załamaniem kontekstu.

Jak piszą cytowani autorzy, to właśnie zbiorowe zaangażowanie na dużą skalę sprawia, że koncerty są zawsze tak atrakcyjne. Idąc za Emilem Durkheimem wskazują, że wytwarza się wtedy pewna energia emocjonalna wśród uczestników. Randall Collins uważa, że do udanej i intensywnej emocjonalnie interakcji potrzebny jest szereg czynników, z których najważniejsze to współobecność cielesna i koordynacja zachowań między uczestnikami, która prowadzi do synchronizacji poznawczej i emocjonalnej. Celeste Campos-Castillo i Steven Hitlin spostrzegli jednak, że współobecność nie musi

⁸¹⁶ A. Alexander, *Musicians, Virtual Influencers, and Fandom...*, dz. cyt., s. 104-111.

⁸¹⁷ Tamże.

⁸¹⁸ Szerzej tę problematykę omawia m.in. Maria Małanicz-Przybylska. Zob. M. Małanicz-Przybylska, *Muzyczne rytuały w czasach zarazy*, „LUD”, nr. 104, 2020, s. 299-319.

⁸¹⁹ Choć zasadniczym polem zainteresowania pozostają lapidarne formy wideo, odniesienie do transmisji online pozwala uchwycić szersze układy intra-akcyjne, w których wyłaniają się praktyki komunikacji muzycznej na platformach społecznościowych, a które następnie znajdują swoje skondensowane realizacje w lapidarnych formach wideo.

⁸²⁰ *Ed Sheeran TikTok Show Breaks Records With 5.5 Million Viewers*, „TikTok newsroom”, 2021, <https://newsroom.tiktok.com/ed-sheeran-tiktok-show-breaks-records?lang=en-GB> (20.10.2025); *Ed Sheeran's Play LIVE in New York breaks records for biggest artist LIVE of the year with 2.3 million viewers*, „TikTok newsroom”, 2025, <https://newsroom.tiktok.com/ed-recap?lang=en> (20.10.2025).

⁸²¹ F. Vandenberg, M. Berghman, *The show must go on(line): Livestreamed concerts and the hyper-ritualisation of genre conventions*, „Poetics”, 103:101782, 2024, s. 1-13.

być postrzegana jako dzielenie tej samej przestrzeni fizycznej, ale też jako osiągnięcie specyficznego stanu, który zależy jest od skutecznego sygnalizowania sygnałów emocjonalnych i behawioralnych, bez konieczności fizycznej bliskości. Jak piszą: „Współobecność to postrzeganie wzajemnego porywania między aktorami, gdzie porywanie jest wzajemną synchronizacją trzech komponentów: uwagi, emocji i zachowania”⁸²².

Reasumując, wyniki badań przeprowadzonych przez Vandenbergę i Berghmana pokazują, że podobnie jak koncerty muzyki klasycznej transmitowane online okazują się dla uczestników porównywalnie satysfakcjonujące do koncertów offline⁸²³, tak w przypadku muzyki popularnej – gdzie kluczowe staje się kolektywne doświadczanie bycia w grupie – uczestnictwo online nie przynosi już tak wysokiego poziomu satysfakcji⁸²⁴.

Co ciekawe, w 2025 roku TikTok stał się jednym z nadawców na żywo XIX Międzynarodowego Konkursu Pianistycznego im. Fryderyka Chopina (NIFC). Partnerstwo z NIFC platforma określała mianem „nowego brzmienia tradycji”. Transmisje odbywały się za pośrednictwem profilu Narodowego Instytutu Fryderyka Chopina i wygenerowały w aplikacji ponad 91-milionowy zasięg. Jak zauważa wydawca, w tym czasie profil NIFC na TikToku podwoił liczbę obserwujących. Interesujący jest też sposób, w jaki platforma interpretowała zebrane przez siebie dane w trakcie trwania koncertu, jak bowiem informuje:

Publiczność TikToka z całego świata żywo reagowała na występy uczestników, a komentarze pod transmisjami tworzyły globalną dyskusję o muzyce. Użytkownicy aktywnie komentowali transmisje z Konkursu Chopinowskiego, dzieląc się emocjami i wrażeniami z występów. W wielu komentarzach podkreślano radość z możliwości śledzenia wydarzenia online i dostępności polskiej kultury dla globalnej publiczności. Pojawiały się zarówno emocjonalne reakcje i pytania o utwory, jak i żartobliwe porównania do kultury popularnej, np. Marsza żałobnego Chopina do muzyki Nirvany. Największe emocje wśród widzów wzbudziły transmisje z 5 października, które zgromadziły najwięcej komentarzy. Z kolei

⁸²² C. Campos-Castillo, S. Hitlin, *Copresence: Revisiting a building block for social interaction theories*, „Sociological Theory”, nr 31(2), 2013, s. 169, [za:] tamże, s. 3

⁸²³ F. Vandenberg, M. Berghman, *The show must go on(line)...*, dz. cyt., s. 10. Przypomnieć należy, że podział na te domeny rzeczywistości (online/offline) dokonuje się tu za pomocą sprawczego cięcia w obrębie fenomenu. Nie stanowi on istotowej cechy rzeczywistości.

⁸²⁴ Tamże.

koncerty finalistów podczas 19. dnia Konkursu zebrały rekordową liczbę reakcji i stały się najchętniej oglądanym momentem z całego wydarzenia⁸²⁵.

Platforma zorganizowała również konkurs „Szepty Chopina”, w którym użytkownicy aplikacji prezentowali swoje umiejętności muzyczne „wykonując utwory inspirowane twórczością Chopina”⁸²⁶. Nagrodą był wyjazd do Warszawy na jeden z koncertów konkursowych i możliwość występu na żywo podczas ogólnoeuropejskiego wydarzenia TikToka. Jak konkluduje wydawca:

Popularność Konkursu na TikToku doskonale wpisuje się w rosnące zainteresowanie muzyką klasyczną na platformie. Hashtag #Chopin zgromadził już ponad 108 tysięcy postów, a #ClassicalMusic wzrósł o 60% w ciągu ostatnich 12 miesięcy, tworząc jedną z najbardziej dynamicznych społeczności wokół kultury i sztuki⁸²⁷.

Relacyjne konfiguracje muzyki z TikTokiem dalece wykraczają poza – najczęściej kojarzoną z tym medium – szeroko pojętą muzykę popularną⁸²⁸. Obejmują też coraz więcej obszarów w obrębie przemysłu muzycznego. W ciągu ostatnich lat powstała między innymi „komercyjna biblioteka muzyczna”, dzięki której „firmy każdej wielkości mogą wykorzystać moc dźwięku na TikToku w celach promocyjnych”⁸²⁹. Na TikToku pojawiają się ekskluzywne zapowiedzi singli; organizowane są koncerty na żywo, które biją rekordy oglądalności; w 2022 roku powstała platforma dystrybucji muzyki SoundOn, wiążąca – zwłaszcza wschodzące gwiazdy – z aplikacją. ByteDance

⁸²⁵ *Chopin na nowej scenie. Konkurs z wielomilionową publicznością na TikTok LIVE*, „TikTok newsroom”, 2025, <https://newsroom.tiktok.com/chopin-on-tiktok-live?lang=pl-PL> (21.10.2025).

⁸²⁶ Tamże.

⁸²⁷ Tamże.

⁸²⁸ Jednym z równie interesujących przykładów był trend utworzony po odnalezieniu zaginionego utworu Amadeusza Mozarta. Użytkownicy masowo udostępniali jego wykonania, opatrując je żartobliwymi podpisami informującymi, że cieszą się, iż żyją w czasach, w których Mozart „dropnął nowy utwór” (jak na przykład treść „POV Mozart casually dripping a new single after 233 years” [*POV: Mozart tak po prostu dropi nowy singiel po 233 latach*]), bądź zakładając konta stylizowane na profile kompozytora i publikując z nich treści z komentarzami: „Just Released chy new song on soundcloud. GO STREAM IT!!!!” (*Właśnie wypuściłem nową piosenkę na SoundCloudzie. Idźcie słuchać!!!*) Zob. @frikintoast, 2024, TikTok, <https://vm.tiktok.com/ZNRDUdXFp/> (20.01.2026); @mozart, TikTok, 2024, <https://vm.tiktok.com/ZNRDU2RND/> (20.01.2026); A. Chojnowska, *Odnaleziono nieznanego utworu Mozarta. „Wydaj muzykę szybciej niż Rihanna”*, „K MAG”, 2024, <https://kmag.pl/article/odnaleziono-nieznanego-utworu-mozarta-tworzyl-go-bedac-nastolatkiem-wideo> (20.01.2026).

⁸²⁹ Zob. *Turning up the volume on the TikTok Commercial Music Library with the Artist Impact Program*, „TikTok Newsroom”, 2023, <https://newsroom.tiktok.com/turning-up-the-volume-on-the-tiktok-commercial-music-library-with-the-artist-impact-program-ca?lang=en-CA> (20.01.2026).

zbudowało zatem aktywną sieć wpływów, dzięki czemu zdecydowanie łatwiej było mu chociażby (re)negocjować umowy z dużymi wytwórniami muzycznymi⁸³⁰.

Muzyka na TikToku nie funkcjonuje jako stabilny obiekt estetyczny przekazywany między danymi podmiotami, lecz jako fenomen (nie)ludzki wyłaniający się w splątaniu technologii, organizacji przemysłu muzycznego, algorytmów, zróżnicowanych użytkowników oraz ich praktyk. Jego „znaczenia” i formy nie są prostymi reprezentacjami, lecz efektami materialno-dyskursywnych intra-akcji, w których zróżnicowane aparaty produkcji pozostają ze sobą nierozdzielnie powiązane. Coraz istotniejszy staje się w tych układach performans trendów, organizujących cyrkulację muzyki i umożliwiających jej materializowanie się w zróżnicowanych, często zaskakujących konfiguracjach dyskursywno-materialnych, niejednokrotnie włączających kolejne fenomeny.

5.1.2 Trend jako włączający aparat produkcji

Opisany w poprzednim rozdziale rozprawy trend określany jako „Taniec Wednesday” wykracza dalece poza granice samej aplikacji TikTok. Sploty obejmowały tu na przykład rozgłoszenie radiowe, które zaczęły puszczać podstawioną przez użytkowników piosenkę. Do trendu wykonała taniec sama autorka piosenki – Lady Gaga⁸³¹, której nagranie krążyło w wielu różnych mediach. Motywy związane z tym trendem wraz z połączonymi utworami – zarówno z serialu, jak i z tiktokowym przetworzeniem – włączyła do swojego występu łyżwiarka figurowa Kamila Valieva⁸³². Elementy choreografii zostały wplecione w wykonanie piosenki Gagi przez Julię Kamińską w popularnym w Polsce programie telewizyjnym „Twoja twarz brzmi znajomo”⁸³³. Jak zostało już wspomniane, tiktokowy remiks wykorzystwała również platforma Netflix przy okazji zapowiedzi drugiego sezonu serialu, a także przy promocji niepowiązanej fabularnie, polskiej produkcji pt. „1670”.

⁸³⁰ Tego typu „starcie”, obserwować można było w 2024 roku przy okazji renegotjacji umowy z Universal Music Group. Zob. S. Nover, *What Happened When TikTok Songs Went Silent for Three Months*, „Harvard Business School Working Knowledge” <https://www.library.hbs.edu/working-knowledge/what-happened-when-tiktok-songs-went-silent-for-three-months> (10.01.2026); S. Casey, *TikTok and Universal Music Group’s Licensing Battle*, „Cardozo Arts & Entertainment Law Journal Blog”, 2024, <https://larc.cardozo.yu.edu/aelj-blog/377/> (10.01.2026).

⁸³¹ Zob. <https://vm.tiktok.com/ZNRSe8u1k/> (28.07.2025).

⁸³² Zob. https://www.youtube.com/watch?v=_qIjey2Bx_M (28.07.2025).

⁸³³ Zob. Polsat, *Julia Kamińska – Bloody Mary (Lady Gaga) | Twoja twarz brzmi znajomo*, YouTube, <https://www.youtube.com/watch?v=DOX7pFiw9xM> (21.07.2025).

gdy na jednym ze spotów ów taniec wykonała serialowa Zofia, grana przez Zofię Hermaszewską⁸³⁴.

Trend ten rekonfigurował więc całą serię splatań, obejmując także odbiorców kultury niezwiązanych bezpośrednio z TikTokiem. Podobny scenariusz nie byłby zresztą wykluczony nawet wtedy, gdyby w ten schemat nie angażować innych mediów (jak na przykład wspomnianych rozgłośni radiowych). Przykładem mogą być rejestrowane na filmie działania, dokonywane w przestrzeniach publicznych takich jak galeria handlowa⁸³⁵, parki czy przestrzenie sal kinowych, które niejednokrotnie wzbudzały konsternację wśród obserwatorów niezaznajomionych z TikTokiem.

Przykładem takiego trendu wywołującego zdziwienie, niezrozumienie, a nawet lęk u osób postronnych był popularny w 2022 roku trend #gentleminions. Na dostępnych w aplikacji nagraniach widać duże grupy nastolatków, którzy zachowując nieprzystającą do charakteru filmu, na który się wybierają, lecz wymalowaną na twarzach i w przyjętej postawie powagą, korespondującą z ubranymi strojami wieczorowymi, nierzadko również z bananami w dłoniach⁸³⁶, zmierzają w stronę sal kinowych⁸³⁷. Postronni obserwatorzy zupełnie nie wiedzieli, jak się w tej sytuacji odnaleźć, obsługa odmawiała nawet performerom sprzedaży biletów i wstępu na salę, co tłumaczyła obawą przed niestosownym zachowaniem podczas seansu. Jak relacjonował „Telemagazyn”:

W wielu kinach, w których pojawiają się grupy nastolatków, dochodzi do nieprzyjemnych sytuacji. Młodzież bardzo emocjonalnie podchodzi do sprawy trendu, dlatego w salach kinowych potrafi szaleć, rozsypywać popcorn. Takie zachowanie często powoduje strach u młodszych widzów. Z tego powodu część kin ogranicza liczbę dostępnych miejsc na seansach lub nie wpuszcza osób, które ubrane są w charakterystyczny dla trendu sposób⁸³⁸.

⁸³⁴ Zob. M. Walma, *Pierwszy taniec Wednesday zatańczyła ona – dewotka Zofia z "1670". "Mów mi Łensdej"*, „gazeta.pl”, 2024, https://kultura.gazeta.pl/kultura/7,127222,30561939,pierwszy-taniec-wednesday-zatanczyla-ona-dewotka-zofia-z-1670.html?utm_source=facebook.com&utm_medium=SM&utm_campaign=FB_Niezwykle&fbclid=IwAR1IFnAzvM9qQ73A7yumuPBEMWrLUXd6pcrOWe3CgffECfe3_Ly66gG7cw_aem_AU-MiBsURKyTGMIEJMZVG_ny11Wi2tGbdi4D8Fn_cCbE5FQkaMBdfEf2DqCflc2L3U (08.10.2025).

⁸³⁵ Jak na przykład trend polegający na chodzeniu na czworaka po sklepach w galeriach handlowych. Zob. *Na czworaka przez galerie handlowe. Polski trend podbija TikToka*, „Rozrywka Wprost”, 2023, <https://rozrywka.wprost.pl/11507062/na-czworaka-przez-galerie-handlowe-polski-trend-podbija-tiktoka.html> (20.01.2026).

⁸³⁶ Stanowiło to nawiązanie do ulubionego posiłku tytułowych bohaterów animacji.

⁸³⁷ Zob. np.: <https://vm.tiktok.com/ZMYuMV9D4/> (28.07.2025).

⁸³⁸ „*Minionki: Wejście Gru*”. *Film animowany stał się trendem na TikToku. Widzowie ubrani w garnitury wnoszą na sale kinowe banany*, „Telemagazyn”, <https://www.telemagazyn.pl/artykuly/minionki-wejscie-gru-film-animowany-stal-sie-trendem-na-tiktoku-widzowie-ubrani-w-garnitury-wnosza-na-sale-kinowe-banany-100199.html> (28.07.2023).

W niektórych miejscach na świecie kina decydowały się nawet na tymczasowe wycofanie filmu z repertuaru, tłumacząc, że młodzi dorośli „wiwatowali, klaskali i wstawali z foteli przez cały seans”⁸³⁹. Jak opisuje Interia, „w sali kinowej zajmują cały rząd i oklaskują film od początku do końca. Skandują przy tym: >>Pięć lat czekania się skończyło!<< - nawiązując do czasu, który upłynął od ostatniej premiery filmu z tej serii”⁸⁴⁰. Z drugiej strony jednak tiktokerzy zdobyli uznanie wytwórni odpowiedzialnej za film, która zamieściła na Twitterze post skierowany do nich: „to everyone showing up to @Minions in suits: we see you and we love you” (Do wszystkich, którzy przyszli na *Minionki* w garniturach: widzimy was i kochamy was)⁸⁴¹.

Takie docenienie działań użytkowników przez wytwórnię filmową, a zarazem krytyka ze strony części osób postronnych i sieci kin ujawniają kolejne złożoności splątań wyłaniających się w obrębie aplikacji TikTok. Wskazują one również na brak możliwości jednoznacznego przypisania splątanych praktyk do działań hegemonicznych lub kontrhegemonicznych.

Trend *#gentleminions* nie był jedynym zjawiskiem opartym na swoistym happeningu organizowanym przez użytkowników aplikacji w przestrzeni kinowej. Maja Mikołajczyk, dziennikarka portalu „NaTemat”, dostrzegła podobny wzorzec zachowań przy okazji premier filmów „Barbie”⁸⁴² i „Oppenheimer”⁸⁴³, które trafiły na ekrany kin tego samego dnia⁸⁴⁴. Doprowadziło to do wykształcenia konfiguracji praktyk, którego efektem był trend określony przez użytkowników mianem „Barbenheimer”. Fenomen ten w warstwie semiotycznej opierał się na często spotykanej w cyberkulturowych praktykach zasadzie kontrastu. Uczestnicy trendu przebierali się w charakterystyczny sposób, sygnalizując, na który z filmów się wybierają. Jak zauważa Mikołajczyk, tego typu *eventy* mogą przyczynić się do „uratowania kina”, które od czasu pandemii

⁸³⁹ N. Borzuta, *Wandalizm w brytyjskich kinach na filmie dla dzieci. Wszystko przez trend z TikToka*, „Interia”, <https://wydarzenia.interia.pl/zagranica/news-wandalizm-w-brytyjskich-kinach-na-filmie-dla-dzieci-wszystko,nId,6137396> (28.07.2023).

⁸⁴⁰ Tamże.

⁸⁴¹ Universal Pictures, X, 2022, <https://x.com/UniversalPics/status/1542910345982902279> (20.01.2026).

⁸⁴² *Barbie*, Greta Gerwig (reż.), Warner Bros. Pictures, USA/Kanada 2023.

⁸⁴³ *Oppenheimer*, Christopher Nolan (reż.), Universal Pictures, USA 2023.

⁸⁴⁴ Zob. M. Mikołajczyk, *Ludzie planują, jak się ubrać na "Barbie" i "Oppenheimera". To może uratować kino*, „NaTemat”, 2023, <https://natemat.pl/499832,ludzie-planuja-jak-sie-ubrac-na-barbie-i-oppenheimera-to-moze-uratowa> (20.10.2025). Najnowszym zbliżonym do powyżej wskazanych i opisanym już w literaturze przedmiotu fenomenem był zaś związany z filmem *Minecraft* trend określany jako „chicken jockey”. Zob. D. Ø. Madsen, *Memetic performance and participatory spectacle: audience ritual in the 2025 Minecraft movie*, „Frontiers in Communication”, 10:1699245, 2025, s. 1–9.

koronawirusa mierzy się z kryzysem. Dzięki nim bowiem indywidualne doświadczenie oglądania filmu – łatwo osiągalne również w warunkach domowych – zostaje przekształcone w „zbiorowe doświadczenie”⁸⁴⁵.

Trendy wykraczają więc poza granice TikToka, funkcjonują w szerszych konfiguracjach medialnych i docierają do odbiorców kultury popularnej niepowiązanych bezpośrednio z aplikacją. TikTokowe trendy obejmują jednak znacznie bardziej zróżnicowane elementy i procesy, rekonfigurując całe „szeregi” fenomenów wykraczających poza obszary tradycyjnie kojarzone z popkulturą.

Za przykład może posłużyć kulinarny trend związany z przepisem na zapiekany makaron z serem feta i pomidorami, określany później (co przeniosło się na inne podobne zjawiska) mianem *The TikTok Feta Effect*⁸⁴⁶. ByteDance, dostrzegając skalę tego zjawiska i jego potencjał do pobudzania aktywności użytkowników oraz współpracy międzysektorowej, ogłosił w 2023 roku konkurs „Wielka Feta na TikToku”⁸⁴⁷, wzmacniając i częściowo instytucjonalizując obieg tego typu treści⁸⁴⁸.

Popularność przepisu była na tyle duża, że doprowadziła do przejściowych problemów z dostępnością produktu w sklepach i restauracjach w wielu miejscach na świecie, co sygnalizowali przedstawiciele sieci handlowych i lokalne media⁸⁴⁹. Biorąc pod uwagę specyfikę produktu i jego usytuowanie w złożonym ekosystemie przemysłów spożywczych powiedzieć można, że trend ten obejmował więc przekształcenia również w branży mleczarskiej: wytwórcy i importerzy fety mogli być bowiem zmuszeni do korekt krótkoterminowych planów produkcyjnych, a hurtownie i dystrybutorzy – do reorganizacji dostaw i adaptacji łańcuchów logistycznych do gwałtownego wzrostu popytu. Z przesłanek dotyczących dynamiki obiegu treści wnioskować można również, że praktyki konsumenckie uległy tymczasowym przekształceniom, gdy użytkownicy masowo odtwarzali przepis, tworzyli własne warianty i budowali wspólnoty wokół jednej

⁸⁴⁵ M. Mikołajczyk, *Ludzie planują...*, dz. cyt.

⁸⁴⁶ Jako jeden z przykładów oddziaływania mediów społecznościowych na gospodarkę żywności i napojów fenomen ten opisują Sean B. Cash i współpracownicy. Zob. S. B. Cash, S. Alhabash G. Fretes M. Ma, *Food, beverages and social media: trends and tools for economic research* [w:] *A Modern Guide to Food Economics*, J. Lusk (red.), „Edward Elgar Publishing”, Cheltenham-Northampton 2021, s. 297-314.

⁸⁴⁷ Zob. „Wielka Feta na TikToku”. *Startuje nowy konkurs kulinarny*, „Pyszności”, 2023, <https://pyszności.pl/wielka-feta-na-tiktoku-startuje-nowy-konkurs-kulinarny,6952076412554176a> (09.11.2025).

⁸⁴⁸ W 2022 wydana została również książka z najpopularniejszymi przepisami z aplikacji TikTok. Wstęp do książki napisali zaś Gordon Ramsey wraz ze swoją córką Tilly. Zob. *Tak gotuje TikTok*, E. Stephenson (red.), Warszawa 2022.

⁸⁴⁹ Zob. R. Wharton, *The TikTok Feta Effect*, „New York Times”, 2021, <https://www.moneycontrol.com/news/world/the-tiktok-feta-effect-6585911.html> (09.11.2025).

potrawy, zaś media tradycyjne amplifikowały zjawisko, produkując materiały poradnikowe, komentarze i doniesienia o niedoborach produktu. Stąd trend ten stawał się nie tylko zbiorem materiałów audiowizualnych powiązanych z popularnym przepisem, lecz układem splecionych reakcji rozciągających się od algorytmów i rekomendacji po praktyki zakupowe, logistyczne i medialne, a pośrednio także po relacje obejmujące hodowlę zwierząt i produkcję mleka.

W kontekście fenomenu trendu i procesów włączania na gruncie polskim przykładem może być trend związany z plażą w nadbałtyckiej miejscowości Stegna. Jego źródłem był krótki film opublikowany przez jedną z tiktokerów znaną jako Sarusia55 (lub też Gosia Dziedzic), na którym autorka – opalając się – wielokrotnie powtarza frazę „jestem w Stegnie na plaży”⁸⁵⁰. Nagranie to zostało następnie podchwyczone zarówno przez innych użytkowników TikToka, jak i influencerów oraz osoby funkcjonujące w odmiennych środowiskach medialnych, którzy tworzyli własne pozdrowienia z kurortu⁸⁵¹, a także liczne *mash-upy* i remiksy oparte na pierwotnym materiale⁸⁵².

Splątanie praktyk i okoliczności współkonstytuujących ten trend przełożyło się na wyraźny wzrost widoczności i rozpoznawalności miejscowości w analizowanym okresie. Jednym z pośrednich wskaźników tej zmiany jest częstotliwość wyszukiwania hasła „Stegna” w wyszukiwarce Google. Dane z narzędzia Google Trends pokazują wyraźny wzrost liczby wyszukiwań tej frazy w lipcu i sierpniu 2022 roku w porównaniu z analogicznymi okresami zarówno w latach poprzedzających, jak i następujących po kulminacji trendu⁸⁵³. Na korelację wzrostu widoczności miejscowości z intensyfikacją

⁸⁵⁰ Oryginalny film opublikowany przez autorkę na TikToku, od którego rozpoczęła się cyrkulacja omawianego trendu, nie jest obecnie dostępny na jej profilu. Kopie nagrania oraz jego remiksy funkcjonują jednak w dalszym ciągu w obiegu wtórnym na innych kontach użytkowników serwisu.

⁸⁵¹ Zob. SGK, *Gwiazdy kręcą własne "pозdrowienia ze Stegny". Zobacz najlepsze przeróbki z TikToka!*, Onet, 2022, <https://plejada.pl/tiktok/jestem-w-stegnie-gwiazdy-pokochaly-trend-z-tiktoka-najlepsze-przerobki/y84jmeb> (12.12.2025). Trend ten stanowił również przyczynek do dyskusji na temat praw autorskich do nagrywanych na platformie treści. Jego autorka bowiem zażądała pieniędzy za wykorzystanie opisywanej treści przez jednego z najpopularniejszych w Polsce influencerów, jakim jest Friz, a także popularnego producenta muzycznego i DJ'a Tribbsa, który fragment audio wykorzystał w remiksie piosenki. Niedługo potem Gosia Dziedzic przeproszała Friza w jednym ze swoich filmików. Zob. S. Kobuszewska, *„Jestem w Stegnie na plaży”. Autorka wakacyjnego hitu chce pieniędzy od Friza i Tribbsa*, „Onet”, 2022, <https://noizz.pl/informacyjne/jestem-w-stegnie-na-plazy-autorka-chce-pieniedzy-od-friza-i-tribbsa/ylj9j05> (09.10.2025).

⁸⁵² Gosia Dziedzic nagrała i zamieściła na swoim tiktokowym profilu również piosenkę o Stegnie, do której powstało dużo remixów i mash upów łączących ją m.in. z całą gamą znanych piosenek. Znaleźć je można m.in. na portalu YouTube wpisując frazę „Stegna Remix”.

⁸⁵³ Zob. *Stegna*, „Google Trends”, 2025, <https://trends.google.com/trends/explore?date=all&geo=PL&q=Stegna&hl=pl> (09.12.2025).

praktyk turystycznych wskazuje ponadto powiązana z trendem praktyka fotografowania się użytkowników mediów społecznościowych na tle tabliczki z napisem „Stegna Kąpielisko Morskie”⁸⁵⁴.

Wskazują na to również relacje medialne, w których Stegna bywała określana mianem „stolicy wakacji 2022”⁸⁵⁵, a także wypowiedzi turystów, wedle których część osób odwiedzała miejscowość choćby jednodniowo, mimo spędzania urlopu w innych nadmorskich lokalizacjach⁸⁵⁶.

Udostępnione przez GUS dane dotyczące powiatu nowodworskiego wskazują na wyraźny wzrost wskaźników związanych z ruchem turystycznym w 2022 roku w porównaniu z rokiem poprzednim⁸⁵⁷. Zjawisko to można odczytywać jako współwystępujące z intensywną cyrkulacją omawianego trendu w mediach społecznościowych oraz zwiększoną obecnością miejscowości w przekazach mediów głównego nurtu. Przy uwzględnieniu ograniczonego zakresu dostępnych danych oraz równoczesnego otwierania się sektora turystycznego po okresie pandemii COVID-19 można zatem z ostrożnością przyjąć, że trend ten współwystępował z nasileniem ruchu turystycznego w Stegnie latem 2022 roku, a pośrednio także z ożywieniem lokalnej aktywności gospodarczej⁸⁵⁸.

Znamienne jest przy tym, że omawiane praktyki nie znajdują odzwierciedlenia w oficjalnych raportach i materiałach promocyjnych publikowanych przez lokalne władze. Równocześnie, w przekazach prasowych pojawiały się komentarze wskazujące na znaczenie tego fenomenu dla rozpoznawalności miejscowości, w tym ironiczne sugestie,

⁸⁵⁴ Zob. M. Szefer, *Szaleństwo w Steganie*. „Niech pan nie udaje, że pan nie wie”, „Wirtualna Polska”, 2022, <https://jedziemywpolske.wp.pl/cala-polska-pozdrawia-ze-stegny-bylem-tam-na-plazy-w-stegnie-nad-morzem-baltyckim> (22.11.2025).

⁸⁵⁵ Zob. A. Nochowicz, *Już wiem, czemu nie jeżdżę nad Bałtyk*. Pokazała nagranie ze Stegny, „Wirtualna Polska”, 2023, <https://wiadomosci.wp.pl/juz-wiem-czemu-nie-jezdze-nad-baltyk-pokazala-nagranie-ze-stegny-6919462018264000a> (20.10.2025).

⁸⁵⁶ Jak relacjonowała para turystów: „My przyjechaliśmy do Krynicy, a tu jesteśmy przy okazji. Skoro cała Polska robi sobie zdjęcie >>w Steganie na plaży<<, to głupio byłoby nie zobaczyć tego miejsca [...] Selfie musi być”, Zob. M. Szefer, *Szaleństwo w Steganie...* dz. cyt.

⁸⁵⁷ *Bank Danych Lokalnych GUS*, Turystyka (K18), *Turystyczne obiekty noclegowe i ich wykorzystanie* (G240), *Turystyczne obiekty noclegowe – wskaźniki* (P2396), <https://bdl.stat.gov.pl/bdl/dane/podgrup/tablica> (20.02.2026).

⁸⁵⁸ Dane ogólnopolskie wskazują tu na ogólną odbudowę branży turystycznej po pandemii koronawirusa w 2022 roku. Zob. R. Bombała, „Obserwator Finansowy”, 2024, <https://www.obserwatorfinansowy.pl/bez-kategorii/trudny-powrot-branzy-po-pandemii/> (20.10.2025).

że lokalne władze „powinny podziękować tiktokerce” za nieoczekiwaną promocję⁸⁵⁹. Rozbieżność ta może odsłaniać problemy budowania znaczeń w ramach aparatu raportowania i planowania strategicznego, w którym wernakularne praktyki medialne pozostają poza granicami rozpoznania mimo istotnego współtwórstwa społeczno-ekonomicznego funkcjonowania miejsca⁸⁶⁰.

Omawiane powyżej przykłady procesów włączania w obrębie zróżnicowanych trendów pokazują, że problematyka ta nie musi dotyczyć wyłącznie konkretnych użytkowników, a uchwycenie rozległości tych fenomenów nie jest możliwe w analizach nieuwzględniających bytów nie-ludzkich. Może ona ponadto odnosić się również do kolejnych zjawisk, a nawet całych grup i struktur społecznych. Jednym z powtarzalnych układów dyskursywno-materialnych w obszarze aplikacji TikTok (a często również szerzej – mediów społecznościowych), które można określić jako włączające, są te splątane z fenomenem starości, który to przykład chciałbym teraz szerzej omówić.

5.1.3 Nie tylko młodzi – splątania fenomenu starości z fenomenem TikToka⁸⁶¹

W obrębie fenomenu TikToka starość niejednokrotnie zostaje wykluczona z intrakcyjnej dynamiki tego układu jako czynny element sprawczy. Fundament marketingu oraz większości treści popularnych na cyfrowych platformach audiowizualnych takich jak TikTok przez długi czas stanowiły bowiem przede wszystkim „obrazy” młodości, energii i atrakcyjności fizycznej, a nierzadko również bogactwa⁸⁶². Osoby starsze były w tym kontekście marginalizowane, co pogłębiało wykluczenie cyfrowe tej grupy oraz

⁸⁵⁹ M. Czech, „*Jestem w Stegnie*” - co w tym śmiesznego? Tłumaczymy fenomen TikToka”, „Dziennik Bałtycki”, 2022, <https://dziennikbaaltycki.pl/jestem-w-stegnie-co-w-tym-smiesznego-tlumaczymy-fenomen-tiktoka/ar/c1-16510607> (20.12.2025).

⁸⁶⁰ Zob. *Raport o stanie gminy Stegna za rok 2022*, Urząd Gminy Stegna, Stegna 2023, <https://stegna.pl/assets/stegna/media/files/66917898-020e-4410-9fc5-b7f07b0e9d06/raport-gmina-stegna-2022.pdf> (20.12.2025).

⁸⁶¹ Podrozdział ten zawiera obszerne fragmenty rozdziału opublikowanego przez autora niniejszej rozprawy w monografii zbiorowej „*To nie jest świat dla starych ludzi. Starość jako wartość*”. Ł. Juda, *Wbrew stereotypom. Obraz starości w aplikacji TikTok*, w: *To nie jest świat dla starych ludzi? Starość jako wartość*, Brygida Pawłowska-Jądrzyk, Wiesława Tomaszewska (red.), Wydawnictwo Naukowe UKSW, Warszawa 2025, s. 303–322.

⁸⁶² I. Zakowicz, *Starość (nie)medialna*, „Biblioteka Gerontologii Społecznej” 2013, nr 1–2, s. 53–64. Często nawet sami właściciele tych platform wyrażali niechęć do przekazów burzących iluzję wyidealizowanego świata. W tym kontekście słynne stało się stwierdzenie twórcy Instagrama, Kevina Systroma, o braku chęci oglądania „niedojedzonych kanapek” w jego aplikacji społecznościowej, w której chodzi o „kunszt, piękno i prostotę”. S. Frier, *Instagram...*, dz. cyt., s. 272 i 281.

utrwalalo przekonanie o istnieniu międzypokoleniowej przepaści technologicznej, współkonstruując wizerunek seniorów jako figury „nietechnologicznej”.

Rozpoznać przy tym należy, że jest to nie tyle efekt cech właściwych danej generacji czy jakiegokolwiek determinacji wiekowej, ile raczej konkretnego splątania dyskursywno-materialnego, w którym kategoria starości w połączeniu z pojęciem mediów społecznościowych funkcjonuje jako oksymoron. Chociaż nie każdy intraakcyjny element jest możliwy do omówienia w tym miejscu, zaznaczyć trzeba, że splątanie zjawisk wytwarzające taki stan rzeczy jest znacznie szersze. Wśród materioznaczących elementów intra-aktywnie współprzyczyniających się do jego zaistnienia m.in. wymienić można: projektowe i sensoryczne uwarunkowania interfejsów smartfonów oraz aplikacji (skala elementów, tempo przejść, mikrogesty), ekonomie uwagi oparte na wysokiej częstotliwości i rytmie trendów, dyskursy ryzyka i nadopiekuńczości wobec seniorów, niedostateczne i niesystemowe formy edukacji cyfrowej, normatywne wzorce estetyczne i performatywne premiujące młodość i atrakcyjność, nieciągłość między pamięcią medialną osób starszych a obowiązującymi konwencjami komunikacji cyfrowej, afektywne uwarunkowania korzystania z technologii (lęk przed ośmieszeniem, poczucie utraty kontroli), ograniczenia wynikające z konstrukcji urządzeń (małe ekrany, złożona obsługa, wysoka sensoryczność) oraz zmienną relację ciała i aparatu technologicznego, wpływającą na kinestetyczne i percepcyjne możliwości użytkowników w wieku senioralnym.

Wskazać tu można również na szereg splątanych praktyk reprezentacji, w obrębie których seniorów przedstawia się jako osoby, które nie są w stanie nadążyć za szybkim tempem rozwoju nowych technologii, a czasem wręcz jako ich przeciwników, co znacząco utrudniać może ich partycypowanie w *social mediach*. Takie poglądy można usytuować w szerszym kontekście kulturowym. Jak za Marthą B. Holstein stwierdza Magdalena Kamińska: „Zaawansowany wiek bywa dewaluowany w wielu kulturach, ponieważ nieuchronnie kojarzy się ze słabością, utratą kontroli i śmiercią, a jego obrazy są wypierane, gdyż przypominają o przemijającej naturze młodości, którą szczególnie wysoko ceni się w uprzemysłowionych społeczeństwach Zachodu”⁸⁶³.

Rozdźwięk między pokoleniami obrazowały również sposoby ich partycypacji w mediach społecznościowych. Starsi użytkownicy, zmagający się z już i tak niełatwą dla

⁸⁶³ M. B. Holstein, J.A. Parks, M.H. Waymack, *Ethics, Aging, and Society. The Critical Turn*, New York 2011, s. 45–50, [za:] M. Kamińska, *Memosfera...*, dz. cyt., s. 93.

nich obsługą nowych technologii, zaczęli przenosić na nie przyzwyczajenia komunikacyjne znane im z mediów analogowych lub wcześniejszych form mediów cyfrowych, wytwarzając specyficzną tendencję estetyczną, którą Agnieszka Urbańczyk określiła jako „estetykę radykalnej szczerości”. Jak pisze badaczka:

Jej cechami konstytutywnymi są: uczuciowość, nieselektywność, brak dystansu i naiwność, które w środowisku nieinternetowym uznaje się za naturalne, zaś w sieci 2.0 – za wynaturzenie, wynikające z braku bardzo specyficznego rozumianego kapitału kulturowego, który nie ma tu związku z instytucjonalnym wykształceniem bądź znajomością kanonu offline. Kluczowe jest zatem, by pamiętać, że osoby stojące za opisywaną twórczością mogą mieć różny (niekiedy bardzo wysoki) poziom kapitału kulturowego w tradycyjnym rozumieniu – ich cechą wspólną staje się jednak brak kompetencji związanych z dyskursem w obrębie konkretnego medium, jakim jest Internet⁸⁶⁴.

Jako charakterystyczne dla działań podejmowanych przez osoby starsze w sieci wskazuje się na przykład: nadmierne stosowanie wielokropka, podpisywanie się na końcu postu czy też tworzenie cyfrowych kartek z ciepłymi pozdrowieniami i życzeniami „smacznej kawusi”⁸⁶⁵. Tego rodzaju zachowania z kolei często spotykać się mogą z dezaprobatą lub kpiną ze strony młodszych pokoleń, w oczach których są one anachroniczne i odbiegają od współczesnych standardów komunikacji.

Każdy z powyżej wymienionych elementów intra-aktywnie (współ)wytwarza granice, których efektem jest wyłączenie seniorów, a także starości z postrzegania ich jako materioznaczącego elementu fenomenu lapidarnych form wideo. Równocześnie otwiera jednak potencjał ich włączania. Możliwości te ujawniają się w obrębie konkretnych praktyk, które postaram się teraz przybliżyć.

Z perspektywy analizy postrzegania starości przez użytkowników TikToka interesującym zjawiskiem są trendy związane z opartymi na technologii rozszerzonej rzeczywistości filtrami nakładanymi na twarz. Mam tu na myśli zwłaszcza filtr o nazwie *Time Travel*, dzięki któremu użytkownicy mogą przeprowadzić symulację własnego

⁸⁶⁴ A. Urbańczyk, *Piękne życzenia urodzinowe i piosenki, i melodyjka. Szczerość i kicz w twórczości internetowej osób starszych w perspektywie koncepcji dystynkcji Pierre’a Bourdieu*, „Wielogłos” nr 46, 2020, s. 140.

⁸⁶⁵ Podobnego typu treści można znaleźć w aplikacji TikTok. Zob. np. <https://www.tiktok.com/t/ZGeK7VEjT/> (20.12.2025).

procesu starzenia się⁸⁶⁶. Zyskał on niezwykle dużą popularność w aplikacji TikTok, a przez media głównego nurtu określany jest jako filtr, na którego punkcie pokolenie Z⁸⁶⁷ ma wręcz obsesję⁸⁶⁸ i który stawia je „twarzą w twarz ze śmiertelnością”⁸⁶⁹. Trend powiązany z tym filtrem realizowany jest co najmniej na dwa sposoby. Pierwszy polega na tym, że użytkownik samodzielnie przegląda się w „lustrze czasu”. Tutaj przez twórców najczęściej stosowane są podpisy do filmów takie jak: „ten filtr jest za mocny”⁸⁷⁰ czy też: „filtr na który nikt z was nie jest przygotowany”⁸⁷¹. Emocje, jakie widać na twarzy użytkownika, wskazują najczęściej na szok i wzruszenie. W komentarzach natomiast obserwujący wyrażają swoje obawy: „nie uruchamiam bo mnie to przeraża”⁸⁷² czy „boję się starości...”⁸⁷³, ale też żartują, pisząc: „don't be silly przecież mamy botox”⁸⁷⁴.

Uczestnicy trendu nierzadko uzupełniają zmieniony przez filtr wygląd o dodatkowe konteksty, na przykład poprzez podpis: „Nie wiem czy tyle będzie mi dane dożyć, ale podoba mi się plus moje «skilsy» damy radę być hot babcia na dancinгах w sanatorium”⁸⁷⁵, a najczęściej pojawiającym się typem komentarzy jest ten, w którym tiktokerzy sygnalizują dostrzeżone podobieństwa między nimi a ich rodzicami lub dziadkami⁸⁷⁶. W pewnym sensie więc dostrzec tu można także ciekawy wątek równości.

⁸⁶⁶ Filtr ten został przeanalizowany przez dr. Keona Parsę – tiktokera, który również jest chirurgiem plastycznym. Śledząc i analizując kolejne zmiany, które pojawiają się na ekranie wraz z postępującymi latami, zauważa on, że filtr ten jest niezwykle dobrze przygotowany i z dużą dozą prawdopodobieństwa odzwierciedla przyszły wygląd. Na koniec filmiku Parsa konkluduje, by pamiętać, że proces starzenia się „jest procesem naturalnym i wcale nie jest złą rzeczą”. Zob. @Dr. Keon Parsa, TikTok, <https://www.tiktok.com/t/ZGeWQmtHM/> (20.10.2025).

⁸⁶⁷ Najczęściej za reprezentantów tej generacji uznaje się osoby urodzone między 1997 a 2012 r.

⁸⁶⁸ M. Grothausa, *TikTok age progression: How to get the viral 'time travel' filter that Gen Z is obsessed with*, „Fast Company”, 2023, <https://www.fastcompany.com/90991023/tiktok-aged-filter-time-travel-progression-gen-z-obsessed-how-to-use> (20.10.2025).

⁸⁶⁹ Zob. T. Hunter *TikTok's aging filters bring us face-to-face with mortality*, „The Washington Post”, 2023, <https://www.washingtonpost.com/technology/2023/12/06/tiktok-time-travel-aging-filter/> (05.09.2024).

⁸⁷⁰ <https://www.tiktok.com/t/ZGeKgSNQj/> (25.10.2025).

⁸⁷¹ Zob. <https://www.tiktok.com/t/ZGeKgRVAw/> (25.10.2025).

⁸⁷² <https://www.tiktok.com/t/ZNecjo8Xt/> (25.10.2025).

⁸⁷³ <https://www.tiktok.com/t/ZNecjtC9P/> (25.10.2025).

⁸⁷⁴ Tamże.

⁸⁷⁵ Zob. <https://www.tiktok.com/t/ZGeKgW6QM/> i <https://www.tiktok.com/t/ZNecjCB97/> (05.09.2024).

⁸⁷⁶ Zob. np. <https://www.tiktok.com/t/ZGeKgYhF/> (05.09.2024). Bardzo często ten wątek poruszany jest w obecności osób bliskich, które swoją obecnością poświadczają podobieństwo, same okazując przy tym nierzadko zdumienie, zob. np. <https://www.tiktok.com/t/ZGewCkdUG/> (05.09.2024).

Filtry te mogą uzmysławiać, że wiek jest tylko jednym z elementów deskryptywnych, lecz niedeterminującym tożsamości danego człowieka⁸⁷⁷.

W wielu tego typu nagraniach kluczową rolę odgrywa umiejscowienie procesu starzenia się w kontekście relacji z bliskimi. Drugim więc, równie częstym sposobem realizacji trendu są duety, w których uczestniczą na przykład aktualne pary, zastanawiające się, jak będą wyglądać razem na starość⁸⁷⁸. W nagraniach tych pojawiają się komentarze dotyczące wspólnego procesu starzenia się i nierzadko wyrażane są nadzieje na doczekanie wspólnej starości⁸⁷⁹. Jednocześnie pojawiają się również zgryźliwe uwagi dotyczące nie zawsze korzystnego wyglądu, co wprowadza humorystyczny kontrast i rozładowuje trudne dla użytkowników emocje⁸⁸⁰.

Obok tego typu zestawień równie często pojawiają się treści, na których widoczni są rodzice lub dziadkowie danego użytkownika. Dzięki tego typu filtrom osoby starsze mogą zobaczyć potencjalny wygląd swoich dzieci/ wnuków w wieku senioralnym, czego z dużym prawdopodobieństwem nie będzie dane im doświadczyć w rzeczywistości pozawirtualnej. Reakcje na takie treści są zróżnicowane. Bardzo często obserwuje się wzruszenie. Użytkownicy relacjonują: „Pokazałem ten filtr mojemu tacie, popłakał się”⁸⁸¹; „[...] babcia powiedziała: «bardzo ładnie wyglądasz» więc zapytałam czy widzi ten postarzający mnie filtr? Na co ona «tak, ale i tak będziesz śliczna» [...]”⁸⁸². Oprócz wzruszenia często obserwuje się również niechęć niektórych członków rodziny do oglądania tego typu nagrań⁸⁸³. Można przypuszczać, że jest ona spowodowana nagłą konfrontacją ze świadomością śmiertelności bliskich, co zwłaszcza w kontekście bardzo młodych osób wiąże się ze złożonymi i trudnymi emocjami⁸⁸⁴. Również u samych nagrywających doświadczenie tego rodzaju nierzadko wywołuje uczucie odrealnienia,

⁸⁷⁷ Opisany tu wycinek praktyk budować może obraz aplikacji TikTok jako przepełnionej sentymentalizmem i nostalgią. Należy więc dodać, że wśród treści powiązanych z filtrem TimeTravel znajdują się również charakterystyczne dla aplikacji filmy humorystyczne, będące parodiami wskazanych tu treści. Zob. np: @wisi0sz, „TikTok”, 2023, <https://www.tiktok.com/t/ZGeKgKDUq/> (20.12.2025).

⁸⁷⁸ Jak np.: <https://www.tiktok.com/t/ZNecjQ5BQ/> (13.09.2024).

⁸⁷⁹ Zob. np.: <https://vm.tiktok.com/ZGeEsMgWb/> (13.09.2024).

⁸⁸⁰ Zob. <https://www.tiktok.com/t/ZNecjCGe3/> (13.09.2024).

⁸⁸¹ Zob. https://www.tiktok.com/@mr_g_brooo/video/7311723827325570336?_r=1&_t=8pf6TXCNZQX&link_tag=2 (13.09.2024).

⁸⁸² Zob. <https://www.tiktok.com/t/ZGeKg06ee/> (13.09.2024).

⁸⁸³ Zob. np. <https://www.tiktok.com/t/ZGeKgDpco/> (13.09.2024).

⁸⁸⁴ Co ciekawe, reakcje bliskich są równie istotnym elementem w nagraniach solo, którym nierzadko towarzyszą podpisy, takie jak: „Pokażcie rodzicom coś czego nie zdążą zobaczyć <3” czy też „MAMO, TATO... Tak bardzo chciałabym. Abyście zdążyli mnie taką zobaczyć...”. Zob. <https://www.tiktok.com/t/ZGeKgqgKd/>, <https://www.tiktok.com/t/ZGeKgB2GN/> (03.09.2024).

nagle oto bowiem stają przed wizją przyszłości, która dotychczas wydawała się abstrakcyjnie odległa.

Filtr ten i powiązany z nim trend w kontekście rozważań nad starością pełnił więc w społeczności aplikacji kilka istotnych funkcji. Prowadził ku urefleksyjnieniu procesu starzenia się i uwrażliwieniu osób młodych na kwestię starości; pozwalał rodzicom i dziadkom zobaczyć prawdopodobny wygląd ich potomstwa na starość; ponadto – co bodaj najważniejsze – skutecznie angażował rodziców i seniorów w środowisko aplikacji. Z dużym prawdopodobieństwem wiele z opisanych powyżej realizacji duetów pozwoliło na pierwsze zetknięcie się seniorów z aplikacją TikTok. W jej środowisku wielokrotnie zresztą pojawiają się trendy, do których realizacji potrzeba zaangażowania członków rodziny, znajomych, przyjaciół, a nawet domowej fauny i flory.

W ciągu ostatnich pięciu lat liczba użytkowników aplikacji TikTok wzrosła z 500 mln w 2019⁸⁸⁵ roku do 2,314 mld aktywnych użytkowników miesięcznie w 2024 roku⁸⁸⁶, co pokazuje niezwykle dynamiczny rozwój tej platformy. Jednakże mimo imponującego wzrostu, w tym samym roku, osoby powyżej 55. roku życia wciąż stanowiły jedynie nieco ponad sześć procent wszystkich użytkowników aplikacji⁸⁸⁷. Zniwelowaniu różnorodności wiekowej użytkowników nie sprzyja zresztą wydawca aplikacji, który swoje działania marketingowe zdaje się adresować przede wszystkim do młodszych grup wiekowych, przy praktycznie całkowitym pominięciu seniorów. Zjawisko to może wynikać między innymi z obawy przed byciem postrzeganym przez młodsze, zdecydowanie bardziej angażujące się pokolenia jako medium stanowiące przestrzeń dla tzw. boomerów, podobnie jak to ma obecnie miejsce w przypadku Facebooka⁸⁸⁸.

W ciągu kilku ostatnich lat na omawianej platformie powstało jednak wiele trendów, które włączały seniorów w uczestnictwo w aplikacji. Przykładem może być m.in. trend „show me your moves from the 80s”, powiązany z popularną w latach osiemdziesiątych piosenką *Smalltown Boy* zespołu Bronski Beat⁸⁸⁹. Trend ten zakładał

⁸⁸⁵ *Digital 2019: global Internet use accelerates*, We Are social, Hootsuite, 2019 <https://wearesocial.com/uk/blog/2019/01/digital-in-2019-global-internet-use-accelerates> (04.09.2024).

⁸⁸⁶ *Digital 2024 Global overview report*, We Are Social, Meltwater, 2024, s. 232, <https://wearesocial.com/uk/blog/2024/01/digital-2024/> (04.09.2024).

⁸⁸⁷ *Distribution of TikTok users worldwide as of April 2024, by age and gender*, „Statista”, 2024, <https://www.statista.com/statistics/1299771/tiktok-global-user-age-distribution/> (04.09.2024).

⁸⁸⁸ A. Urzędowska, *Facewords. O tendencjach słowotwórczych w mediach społecznościowych*, Kraków 2023, s. 41.

⁸⁸⁹ Zob. np. https://www.tiktok.com/@bucc40/video/7366673066610445611?_r=1&_t=8plaYXTe6PB&link_tag=2, <https://www.tiktok.com/t/ZGeErP2YU/>, czy też nagranie seniorskiej grupy tanecznej: <https://www.tiktok.com/t/ZGeErP2qW/> (13.09.2024).

poproszenie starszych członków rodziny o to, by odtworzyli charakterystyczne ruchy taneczne z tamtej dekady. Nagrania sugerują jednak, że prośba w tym przypadku nie była wcale konieczna, najczęściej wystarczyła bowiem zasłyszana muzyka ewokująca wspomnienia. Wielość tworzonych w ramach tego trendu treści pozwoliła na jego szczególne przetworzenie. W tzw. editach użytkownicy wycinali z nagrań sylwetki tancerzy i umieszczali je razem na tle parkietu tworząc wrażenie, jakoby wielu nieznanym sobie uczestników trendu spotkało się w tym samym miejscu na jednej imprezie tanecznej⁸⁹⁰.

Inny przykład stanowi trend, który zyskał popularność w 2022 roku. W jego ramach użytkownicy tworzyli filmy, na których udawali, że biorą udział w konkursie mającym na celu przedstawienie osoby będącej ich największą życiową inspiracją, opisanie, dlaczego jest ona najlepszym wnukiem/ wnuczką itd. W takich filmach zazwyczaj obecne są dwie osoby: młodszy uczestnik oraz senior lub rodzic, którzy swoją obecnością uwiarygodniają przytaczane historie. Młodszy uczestnik w swoich wypowiedziach często wyolbrzymia cechy towarzyszącej mu osoby lub tworzy fikcyjne, absurdalne narracje dotyczące ich relacji czy wspólnej przeszłości, co sprawia, że obydwójgu uczestnikom ciężko jest zachować powagę⁸⁹¹. Humor budowany w odbiorze tych treści opiera się na absurdalności wypowiedzi tiktokera i dynamicznej reakcji współuczestnika, która wprowadza element cenionej w aplikacji nieprzewidywalności i autentyczności, ale przede wszystkim daje możliwość wejrzenia w relacje wzajemnego zrozumienia i wspólnego poczucia humoru pomiędzy uczestnikami, które pozwalają „obserwatorowi” poczuć ich szczególną więź⁸⁹².

Istnieje również wiele kont tiktokowych, na których zarówno seniorzy, jak i seniorki angażują się w różnorodne aktywności takie jak śpiewanie, taniec czy prezentowanie swojego codziennego życia⁸⁹³. Efektem tych wielu zróżnicowanych

⁸⁹⁰ Zob. np. <https://www.tiktok.com/t/ZGeEr2x1j/> (13.09.2024).

⁸⁹¹ Np. <https://www.tiktok.com/t/ZNecj3cNp/>, <https://www.tiktok.com/t/ZNecjoS3H/>, <https://www.tiktok.com/t/ZNecj4exc> lub <https://www.tiktok.com/t/ZNecjXX35/> (13.09.2025).

⁸⁹² O przedstawieniach międzypokoleniowej solidarności na TikToku oraz możliwościach badania jej z wykorzystaniem tej aplikacji jako bazy danych pisali Marije Nouwen i Mathilde Duflos. Zob. M. Nouwen, M. Duflos, *TikTok as a data gathering space: the case of grandchildren and grandparents during the COVID-19 pandemic*, „Proceedings of Interaction Design and Children”, 2021, s. 498–502.

⁸⁹³ W polskojęzycznym obszarze TikToka na szczególną uwagę zasługuje konto „influencerki geriatrycznej”. Zob. @influencerkageriatryczna, TikTok account, https://www.tiktok.com/@influencerka_geriatryczna?_t=8plV0t9OyRs&_r=1 (14.09.2024). Ponadto warto wspomnieć o aktywnie działającym na polskim TikToku małżeństwie Babcia Wacia i Dziadek Kozak. Zob. @dziadek_kozak, TikTok account,

praktyk jest wyłonienie się około 2019 roku pojęcia granfluencera, określającego seniorów popularnych w sieci. Termin ten stanowi połączenie słów *grandpa* lub *grandma* (dziadek lub babcia) oraz *influencer*.

Mimo że badania jakościowe dotyczące obecności seniorów w aplikacji TikTok są nieliczne, dostarczają interesujących tropów dotyczących omawianego fenomenu. Na przykład wstępne badanie Yihua Lii i współpracowników (przeprowadzone metodą wywiadów jakościowych na małej grupie sześciu osób powyżej 65. roku życia) wskazuje, że TikTok może odgrywać istotną rolę w poprawie stanu psychicznego osób starszych, dostarczając im pozytywnych myśli i postaw wobec własnego życia oraz stymulując ich kontakty społeczne. Obserwacja kont innych seniorów na platformie może być tu kluczowym czynnikiem w generowaniu pozytywnych zmian. Obecni w aplikacji seniorzy uczestniczą bowiem w wielu aktywnościach na TikToku, co często przyczynia się do zmian w (auto)stereotypowym postrzeganiu starości jako okresu pełnego cierpienia, samotności, smutku, strachu czy żalu⁸⁹⁴. Działania te pokazują za to, że starość może być okresem pełnym różnorodnych aktywności, pasji i zaangażowania. Pozwalają one przełamywać obecne w społeczeństwie przekonanie, że osobom starszym „pewnych rzeczy nie wypada robić”, co nierzadko skutkowało ich wycofaniem się i niechęcią do podejmowania wielu działań⁸⁹⁵. Samo więc dołączanie i uczestnictwo seniorów w społeczności aplikacji jest intra-aktywnym elementem dalszego procesu włączania.

Wymieniane przez seniorów motywacje do partycypowania w środowisku aplikacji obejmują między innymi: ciekawość, różnorodność dostępnych treści oraz chęć utrzymania kontaktu ze społeczeństwem (w tym możliwość uczestnictwa w rozmowach na tematy cyrkulujące w aplikacji)⁸⁹⁶. Włączanie seniorów w fenomen TikToka pomagać może także w budowaniu dialogu międzypokoleniowego, a tym samym również

https://www.tiktok.com/@dziadek_kozak?_t=8pp0ZmHhBo&_r=1; [@waciaborkowska323](https://www.tiktok.com/@waciaborkowska323), TikTok Account, https://www.tiktok.com/@waciaborkowska323?_t=8pp0O6Q3t69&_r=1 (14.09.2024).

⁸⁹⁴ Badanie przeprowadzone przez Rubena Ng i Nicol Indian wykazuje, że choć dominujący w sieci dyskurs dotyczący osób starszych jest negatywny, to sami zainteresowani starają się na platformie TikTok łamać stereotypy, przedstawiając przede wszystkim pozytywne obrazy starości. Autorzy uważają, że „TikTok może służyć jako obiecująca platforma do poprawy publicznego postrzegania starości”. R. Ng, N. Indran, *Granfluencers on TikTok: Factors linked to positive self-portrayals of older adults on social media*, „PLoS ONE” 2023, no. 18 (2), s. 1–14.

⁸⁹⁵ A. Kostrzewa, J. Skrobek, *Postrzeganie międzypokoleniowe młodych dorosłych i seniorów*, „Ogrody Nauk i Sztuk” (10), 2020, s. 73.

⁸⁹⁶ Li Y., Liu Q., Wang Y., *The Research on the Usage Behavior of TikTok Short Video Platform in the Elderly Group*, „Journal of Education, Humanities, and Social Sciences” 2022, vol. 5, s. 193–194.

zwalczać poczucie samotności i wyobcowania. Może więc stać się ważnym elementem wytwarzania lub wzmacniania więzi zarówno w przestrzeni wirtualnej, jak i poza nią⁸⁹⁷.

Pierwsze twierdzenie zdają się potwierdzać komentarze użytkowników oraz wypowiedzi twórców kontentu. W komentarzach często wyrażane są bowiem pragnienia posiadania takiej babci lub dziadka w rzeczywistości pozawirtualnej⁸⁹⁸. W stosunku do seniorów młodszy użytkownicy używają też zwrotów „babciu” / „dziadku”, co sugerować może, że aplikacja pozwala osobom starszym doświadczać namiastki takich relacji⁸⁹⁹. Tego rodzaju interakcje spotykają się zaś z reakcją seniorów, czego przykładu dostarczał m.in. zmarły już Charles Mallet, kiedy twierdził: „Jeśli mogę być dziadkiem dla tych, którzy go nie mają, to jest to dla mnie zaszczyt i błogosławieństwo”⁹⁰⁰.

Jeżeli zaś chodzi o budowanie więzi pozawirtualnych, takie relacje rozwijają się między innymi poprzez współpracę między seniorami a młodszymi osobami w procesie tworzenia treści lub podczas ich omawiania. Takiego procesu dopatrywać się możemy zarówno u tych bardziej popularnych twórców, jak i na poziomie interakcji między seniorami a ich wnukami, znajomymi lub młodszymi członkami rodziny, których celem nie jest zdobycie lub utrzymanie popularności w aplikacji, lecz raczej pozyskanie przyjemności z uczestnictwa w aktualnych wyzwaniach i trendach⁹⁰¹. W takich duetach obie osoby mogą wspólnie uczestniczyć w nagrywaniu materiałów, odgrywając rolę równorzędnych aktorów. Jednakże wśród tych bardziej popularnych kont młodszy uczestnik przyjmuje na siebie często funkcje menadżera, pomysłodawcy treści oraz – co

⁸⁹⁷ Jest to niezwykle ważne i interesujące, biorąc pod uwagę – wspominałą w literaturze przedmiotu – koncentrację aplikacji na treściach, nie zaś na powiązaniach społecznych.

⁸⁹⁸ Np. <https://vm.tiktok.com/ZNecavh7v/> (28.10.2024).

⁸⁹⁹ Zob. np.: @charlesmallet, „TikTok” 2021, <https://www.tiktok.com/t/ZGeEMteuD/> czy @grandma_droniak, „TikTok” 2022, <https://www.tiktok.com/t/ZGeEMnUwd/> (14.09.2024).

⁹⁰⁰ S. Dreher, *Some of TikTok's Biggest Stars Are 80-Year-Olds*, Newsweek, <https://www.newsweek.com/some-tiktoks-biggest-stars-are-80-year-olds-1581379> (15.09.2024). Charles Mallet cierpiał na chorobę Alzheimera. Razem z wnuczką starali się rozpowszechnić wiedzę na temat tej choroby oraz pokazać, że nie definiuje ona seniora. Jak twierdzili, aplikacja TikTok i wspólne spędzanie czasu na zamieszczaniu treści były dla niego bardzo pomocne. Zob. S. McCalman, *TikToker Charles Mallet and his Granddaughter Show Fans He's More Than His Alzheimer Diagnosis*, TILT, 2021, <https://www.thetilt.com/content-entrepreneur/tiktoker-charles-mallet> (15.09.2024).

⁹⁰¹ Ciekawe spojrzenie na ten temat przedstawia artykuł Sydney Page, opublikowany w „The Washington Post”. Zob. S. Page, *Grandparents are dancing with their grandkids on TikTok. People can't get enough*, <https://www.washingtonpost.com/lifestyle/2020/05/14/grandparents-are-dancing-with-their-grandkids-tiktok-people-cant-get-enough/> (13.09.2024).

najważniejsze – wsparcia technicznego, podczas gdy senior staje się „gwiazdą” aplikacji⁹⁰². Możliwe jest także łączenie tych dwóch ról.

W Polsce jednym z najpopularniejszych kont tego typu jest profil Kuba Post, gdzie młody mężczyzna nagrywa filmiki, na których wraz z babcią Antoniną dyskutują, robią sobie tzw. pranki, odtwarzają tiktokowe wyzwania oraz trendy i zamieszczają wiele innych treści charakterystycznych dla aplikacji. Historia tej współpracy zaczęła się od nagranych na YouTube filmiku „super babcia vs rzeczywistość”. Bardzo szybko okazało się, że babcia Kuby została niezwykle ciepło przyjęta przez użytkowników YouTube’a i TikToka i na stałe już zaczęła występować w jego filmikach. W udzielonym przez duet wywiadzie dla „Dzień dobry TVN” starsza pani stwierdziła jednak, że nie do końca potrafiłaby wyjaśnić, czym jest TikTok, i że w tych kwestiach w pełni polega na wnuku, co sugeruje, że bardziej niż w aplikację angażuje się w relację ze swoim wnukiem. Jednocześnie Kuba podkreśla, że to babcia jest główną gwiazdą aplikacji⁹⁰³.

Może to budzić istotne obawy dotyczące zakresu świadomości uczestnictwa niektórych seniorów w aplikacji. W obrębie tego typu współpracy z młodszymi użytkownikami, ci ostatni nie tylko bowiem wspierają osoby starsze w obsłudze technologii, lecz także sprawują kontrolę nad ich sposobami działania w aplikacji. Kwestie te muszą być brane pod uwagę przy analizie praktyk włączających seniorów w obręb cyrkulacji medialnej, gdyż mogą one reprodukować asymetryczne relacje zależności. Z drugiej jednak strony zwrócić należy uwagę na motywacje osób starszych, dla których istotniejsza niż sama obecność online może być np. chęć zacieśnienia więzi z młodszymi członkami rodziny lub bliskiego otoczenia, do czego lapidarne formy wideo i powiązane z nimi trendy stanowić mogą istotny pretekst.

Procesu włączania seniorów w obręb lapidarnych form wideo nie można więc redukować do kwestii online'owej widzialności czy praktyk reprezentacji. Badania koncentrujące się na wyodrębnianiu autonomicznej „strefy online” mogą nie dostrzegać omawianego tu wymiaru relacyjnego, sprzyjając redukowaniu TikToka do narzędzia „skoncentrowanego na treści”, rozumianego w wąskim sensie jako aplikacja techniczna,

⁹⁰² Zob. np. J. Pisani, *When Grandma Is a TikTok Star and the Grandkids Are the Managers*, „The Wall Street Journal”, <https://www.wsj.com/articles/tiktok-videos-grandma-grandkids-11673045690> (13.09.2024). Seniorzy, którzy nie mają w swoim najbliższym gronie młodych osób, nie są jednak całkowicie wykluczeni. Coraz częściej bowiem konta takie zaczynają prowadzić instytucje takie jak domy seniora czy ośrodki kultury. Poszerzą one zasięgi i charakter obecności osób starszych na platformie. Zob. Ł. Juda, *Wbrew stereotypom...*, dz. cyt.

⁹⁰³ *Filmy Kuby i babci Antoniny hitem sieci*, „Dzień dobry TVN”, 2023, <https://pytanienasniedanie.tvp.pl/66237819/filmy-kuby-i-babci-antoniny-hitem-sieci> (13.09.2024).

a nie złożony układ relacji. Mimo wskazanych powyżej zastrzeżeń warto zatem dostrzec potencjał międzypokoleniowej współpracy, w ramach której lapidarne formy wideo stają się fenomenem wymiany wartości i umiejętności.

Przeprowadzone w niniejszym rozdziale analizy wskazują, że procesy włączania w obręb lapidarnych form wideo, fenomenu TikToka czy trendów stanowią złożone zjawiska oparte na ciągłych (re)konfiguracjach intra-akcyjnych, w których splatają się zróżnicowane fenomeny. Włączanie to każdorazowo wiąże się z otwieraniem nowych możliwości uczestnictwa, ale i z potencjalnym reprodukowaniem ograniczeń, zależności oraz asymetrii władzy. Fenomen TikToka nie funkcjonuje jako neutralna przestrzeń dystrybucji treści, lecz jako dynamiczny fenomen relacyjny, w którym uczestnictwo jest stale współkonstruowane. Jednocześnie rozległość tych konfiguracji sprawia, że zjawiska splatające się z TikTokiem zaczynają być coraz częściej interpretowane jako przejaw jego ekspansywności i praktycznie nieograniczonych zdolności do przekształcania różnych obszarów rzeczywistości. W kolejnym rozdziale podejmuję próbę uchwycenia tych procesów poprzez analizę wiązanych z lapidarnymi formami wideo praktyk materioznaczących.

Rozdział VI

Praktyki materioznaczące w obszarze lapidarnych form wideo

*To, jak rozumiemy rzeczywistość, ma materialne znaczenie*⁹⁰⁴

Karen Barad

6.1 TikTokizacja świata – realistyczna diagnoza czy ryzykowne uproszczenie?

W poprzednim rozdziale, rozważając fenomen procesów włączania, wskazywałem, że TikTok może splatać się z ogromną, potencjalnie nieskończoną liczbą zjawisk. Kwestia ta wynika zarówno z przyjętej w niniejszej rozprawie perspektywy zakładającej nierozdzielną, topologiczną naturę świata, jak i z dokonywanych w obrębie fenomenów cięć, które umożliwiają wyłanianie się konkretnych konfiguracji materialno-dyskursywnych, w tym procesów włączania oraz performansu trendów.

W perspektywach nieuwzględniających intra-akcyjnego charakteru tych splątań – a więc rozumiejących relacje w kategoriach interakcji – obserwacje włączania kolejnych fenomenów w obręb aplikacji TikTok mogą prowadzić do wniosków o nieograniczonej ekspansywności tego aparatu produkcji oraz jednostronnym oddziaływaniu platformy na rzeczywistość. TikTok jawi się wówczas jako rodzaj wszechogarniającej siły, zdolnej do petryfikowania dowolnych elementów świata społecznego. Ten sposób ujmowania relacji między platformą a rzeczywistością społeczną może m.in. wzmacniać społeczne niepokoje, prowadzić do deprecjonowania określonych grup oraz pogłębiać konflikty generacyjne. Jednocześnie tego rodzaju ujęcia należą do dominujących sposobów konceptualizowania lapidarnych form wideo, mimo ich upraszczającego charakteru.

Szeroką obecność TikToka w strukturze rzeczywistości media głównego nurtu określają jako „tiktokizację” różnych obszarów życia, ujmując to zjawisko sumarycznie nawet jako „tiktokizację świata”, w ramach której przepisywana jest rzeczywistość⁹⁰⁵. Zjawisko to zestawiane jest przy tym z innymi budzącymi społeczne zaniepokojenie

⁹⁰⁴ K. Barad, *Spotkanie z wszechświatem...*, dz. cyt., s. 285.

⁹⁰⁵ Zob. np. J. Herman, *How TikTok Is Rewriting the World*, „The New York Times”, <https://www.nytimes.com/2019/03/10/style/what-is-tik-tok.html> (13.12.2025).

fenomenami w tym na przykład z utratą zdolności poznawczych⁹⁰⁶, śmiercią subkultur⁹⁰⁷, radykalizacją polityczną⁹⁰⁸, deficytem wiedzy⁹⁰⁹ – nierzadko obrazowanymi sugestywną metaforą „zombifikacji”⁹¹⁰ – czy dokonując jednoznacznie pejoratywnych dookreślań tego zjawiska jako formy współczesnej epidemii⁹¹¹.

Ten sposób rozumienia nowych technologii – bazujący na społecznych lękach i niepokojach⁹¹² – nie stanowi oczywiście kulturowego *novum*. Jest raczej kontynuacją długiej tradycji tego typu problematyzowania nowych technologii, którego początek sięga krytyki pisma przedstawionej przez Platona w dialogu *Fajdros*⁹¹³. Jak zauważają Simone Lanette i współpracownicy, w kategoriach tych mówiono w przeszłości m.in.

⁹⁰⁶ M. Fraser, *Krótkie wideo w social mediach psują zdolności poznawcze. Potwierdzają to badania*, „Cyberdefence24”, 2023, <https://cyberdefence24.pl/social-media/krotkie-wideo-w-social-mediach-psuja-zdolnosc-poznawcze-potwierdzaja-to-badania> (10.12.2025); A. Dąbrowski, *Naukowcy potwierdzają: TikTok niszczy twój mózg*, „Interia”, 2025, <https://gry.interia.pl/newsy/aktualnosc/news-naukowcy-potwierdzaja-tiktok-niszcz-twoj-mozg,nId,22459695> (10.12.2025).

⁹⁰⁷ A. Ledwoń-Blacha, *Czy subkultury umarły? Winna TikTokizacja!*, ledwoledwo.pl (blog), 2025, <https://ledwoledwo.pl/czy-subkultury-umarly-winna-tiktokizacja/> (10.12.2025).

⁹⁰⁸ Zob. *Politycy o skrajnych poglądach najaktywniejsi w social mediach*, „Wirtualne Media”, 2021, <https://www.wirtualnemedi.pl/politycy-o-skrajnych-pogladach-najaktywniejsi-w-social-mediach,7170199097951873a> (23.01.2025); M. Blandyna-Lewkowicz, *Algorytmy TikToka. Faworyzowały skrajnie prawicową partię przed eurowyborami*, „Cyber Defence”, 2024, <https://cyberdefence24.pl/social-media/algorytmy-tiktoka-faworyzowaly-skrajnie-prawicowa-partie-przed-eurowyborami> (23.01.2026); M. Kuchnia, *Skrajna prawica opanowała TikToka. Mentzen czuje się tu jak ryba w wodzie: "Młodzi lubią, jak ktoś zaora"*, „Wyborcza”, 2025, <https://krakow.wyborcza.pl/krakow/7,44425,31665674,czy-tiktok-wygra-nam-wybory.html> (23.01.2026).

⁹⁰⁹ M. Tomczak, *TikTokizacja i brak wiedzy przeszkadzają w inwestowaniu*, Obserwator Finansowy, 2024, <https://www.obserwatorfinansowy.pl/tematyka/rynki-finansowe/bankowosc/tiktokizacja-i-brak-wiedzy-przeszkadzaja-w-inwestowaniu/> (10.12.2025).

⁹¹⁰ A. Kosta, *TikTok i Instagram tworzą pokolenie zombie i degradują mózgi. Uszkadzają mózg, skracają zdolność koncentracji i paraliżują wytrzymałość poznawczą*, „Cynicy.pl”, 2025, <https://cynicy.pl/author/adrian-kosta/> (10.12.2025); A. Bartosiak, *„Zombie scrolling” rujnuje wzrok. To cały zespół dolegliwości*, „Radio ZET”, 2025, <https://zdrowie.radiozet.pl/choroby/zombie-scrolling-wykancza-oczy-te-objawy-powinny-zaniepokoić> (20.01.2026).

⁹¹¹ Ł. Kryśkiewicz, *TikTokizacja i inne epidemie*, „Fundacja Republika”, 2023, https://fundacjarepublikanska.org/co_robimy/forum-mlodych-fundacji-republikanskej/tiktokizacja-i-inne-epidemie/ (23.01.2026).

⁹¹² Najczęściej przytaczana w tym kontekście jest pojęcia paniki moralnej pierwszy raz opisaną przez Stanley Cohena i do dziś (niejednokrotnie krytycznie) omawianą i rozwijaną w wielu różnych kontekstach. Zob. S. Cohen, *Folk Devils and Moral Panics: The Creation of the Mods and Rockers*, Granada Publishing, Londyn, 1972; N. Falkof, *On Moral Panic: Some Directions for Further Development*, „Critical Sociology”, nr 46(2), 2020, s. 225-239; D. Lemish, *The social media (moral) panic this time: Why CAM scholars may need a more complex approach*, „Journal of Children and Media”, nr 17(3), 2023, s. 271-277.

⁹¹³ Platon wskazuje między innymi na jego potencjalnie degradujący wpływ na ludzką pamięć. Platon, *Fajdros*, Władysław Witwicki (red.), *Vis-a-vis / Etiuda*, 2023.

również o radiu, telewizji, komiksach, telefonach, zaś dziś – o smartfonach⁹¹⁴. Podobną tendencję można dostrzec również w odniesieniu do konkretnych form komunikacyjnych: w kontekście niepokojów o zubażanie języka wskazywano na technologię SMS, IRL czy platformę Twitter, której wpływ określano mianem „twitteryzacji” kultury⁹¹⁵.

6.1.1 Krótkość treści, presja produktywności i panika moralna: *brain rot* jako praktyka

Jednym z najczęściej powracających wątków w narracjach dotyczących współczesnych technologii komunikacyjnych i platform – w tym TikToka – jest charakterystyczna krótkość form wypowiedzi. Przedstawiana jest ona przy tym nie tyle jako cecha formalna, ile jako symptom ogólnokulturowej banalizacji oraz degradacji uwagi i innych funkcji poznawczych odbiorców⁹¹⁶. Często przywoływanym argumentem jest tu przekonanie, że w czasie trwania charakterystycznym dla dominujących na TikToku formatów nie jest możliwe przekazanie treści uznawanych za merytorycznie wartościowe lub poznawczo pogłębione⁹¹⁷.

⁹¹⁴ S. Lanette, P. K. Chua, G. Hayes, M. Mazmanian, *How Much is “Too Much”?: The Role of a Smartphone Addiction Narrative in Individuals’ Experience of Use*, „Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction”, nr 2 (CSCW), 2018, s. 17.

⁹¹⁵ W bardzo podobnych kontekstach jak współczesne diagnozy „tiktokizacji”, przedstawianej jako zjawisko degradujące ludzki umysł i zdolność pogłębionego myślenia, pojawiają się nawet sensacyjne sformułowania, wedle których wpływ mediów społecznościowych sprawia, że „dosłownie palą się mózgi” (sic!). Zob. np. S. Begley, *The Science of Making Decisions*, „Newsweek”, 2011, <https://www.newsweek.com/science-making-decisions-68627> (20.09.2025). Tekst ten został umieszczony również na stronie internetowej „Waldorf Today”, jednak pod zdecydowanie mocniej brzmiącym tytułem Zob. *I Can’t Think! The Twitterization of our culture has revolutionized our lives, but with an unintended consequence—our overloaded brains freeze when we have to make decisions*, „Waldorf Today”, 2011, <https://www.waldorftoday.com/2011/03/i-cant-think/> (25.01.2026); W. Kardys, *Alarmujące wieści z USA, które BARDZO dają do myślenia bo pokazują, że ludziom dosłownie palą się mózgi!*, „Facebook”, 2025, Zob. <https://www.facebook.com/photo?fbid=1416422059969095&set=a.478081540469823> (25.01.2026).

⁹¹⁶ Jak wskazywałem w pierwszym rozdziale niniejszej rozprawy, binarne rozróżnienia tekstów na krótkie i długie nie może być traktowane jako niedyskutowane fakty, o ile pozbawione są punktu odniesienia; faktem bez kontekstu pozostawałaby tu jedynie konkretna, mierzalna ich długość. Przedstawianie tych pojęć jako kategorii uniwersalnych, którym przypisuje się esencjalnie rozumiane cechy pociąga za sobą określone konsekwencje. Najważniejszą z nich wydaje się zamknięcie możliwości jakościowej analizy, wynikające z apriorycznego utożsamienia krótkiej formy z banalnością.

⁹¹⁷ Na ten argument odpowiadam również w pierwszym rozdziale niniejszej rozprawy wskazując, że krótkość nie musi wcale równać się skrótowości. Ponadto nawet jeżeli dana treść jest skrótowa, odnosić może użytkowników do kolejnych treści rozwijających temat za pomocą rozmaitych intra-aktywnych praktyk, począwszy od motywacji użytkownika do poszukiwań przez algorytmiczne zgłębianie tematu aż po praktykę odnoszenia użytkownika do innych mediów i treści, bowiem sieć nie stanowi zamkniętego obiegu formatów w obrębie jednej platformy. Między innymi z tego powodu za dołączanie do aplikacji

Warto jednak zwrócić uwagę, że nie każdy aparat produkcji jednoznacznie negatywnie wartościuje krótkość treści⁹¹⁸. W wielu porządkach historycznych i teoretycznych krótkość ujmowana w kategoriach zwięzłości przedstawiana jest wręcz jako istotna cnota retoryczna, poznawcza lub kulturowa⁹¹⁹. Kompleksowe ujęcie tego problemu znaleźć można m.in. w pracy zbiorowej pod redakcją Laurence’a Goldsteina *Brevity*, w której autorzy ukazują zwięzłość jako istotny element ekonomii dyskursu i pragmatyki językowej, podkreślając, że „zwięzłość w mowie i myśleniu jest niezwykłym osiągnięciem poznawczym”⁹²⁰.

Przekazywanie możliwie dużej ilości sensu w możliwie krótkim czasie bywa również dowartościowywane instytucjonalnie w obszarze praktyk (około)naukowych, czego przykładem są uniwersyteckie konkursy na najbardziej treściwe przedstawienie rozprawy doktorskiej⁹²¹ czy „skomplikowanych zagadnień naukowych w zrozumiałym sposób” w formule trzech minut⁹²². Ujęcia te wskazywać mogą, że krótkość nie stanowi

TikTok uniwersytetów krytykował Łukasz Sakowski. Zob. Ł. Sakowski, *TikTok to nie miejsce dla uniwersytetów. Oto dlaczego*, „To tylko Teoria”, 2022, <https://www.totylkoteoria.pl/uniwersytety-na-tiktok/> (20.01.2026).

⁹¹⁸ W krótkim tekście dla tygodnika *Polityka* kwestie te wskazuje Jan Hartman, pytając prowokacyjnie, czy – jako dorosły użytkownik – przyswaja dziś więcej wiedzy podczas godziny spędzonej na TikToku niż w trakcie sześciu godzin szkolnych zajęć. Autor zaznacza jednak, że jako dorosła osoba więcej rozumie i przyswaja, dzięki czemu łatwiej dbać mu o poziom swojego wykształcenia ogólnego. W odniesieniu do ucznia zaś dystansuje się od możliwości prostego przeciwstawienia szkoły i platformy, podkreślając, że nie chodzi tu o ich wzajemną zastępowalność. Istotniejsze wydaje się dostrzeżenie określonych możliwości jakie przynosi TikTok, a jakie można osiągnąć odpowiednio manipulując algorytmem. W tym sensie TikTok mógłby stać się nie tylko narzędziem rozrywki, ale i suplementem edukacji. J. Hartman, *Kochajmy TikToka!*, „Polityka”, 2024, <https://blog.polityka.pl/hartman/2024/05/08/kochajmy-tiktoka/> (19.12.2025). Podobne możliwości w odniesieniu do sieci dostrzegał również Grzegorz D. Stunża. Zob. G. D. Stunża, *Wyzwania kultury i edukacji uczestnictwa. Pokolenie Z i pokolenie Alfa*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2018.

⁹¹⁹ Pozytywne wartościowanie zwięzłości jako cnoty komunikacyjnej obecne jest w klasycznych porządkach refleksji nad językiem i sensem: Arystoteles w *Retoryce* ujmuje jasność i zwięzłość jako konstytutywne elementy cnoty stylu; Horacy w *Ars poetica* formułuje normatywną zasadę dydaktyczną *Quidquid praecipies, esto brevis*, wiążąc krótkość wypowiedzi ze skutecznością przekazu; św. Augustyn w *De doctrina christiana* podporządkowuje użycie języka relacji *verba-res*, wskazując, że nadmiar słów może prowadzić do zaciemnienia sensu, podczas gdy ich ograniczenie sprzyja jego klarowności. Arystoteles, *Retoryka*, ks. III, Henryk Podbielski (tłum.), PWN, Warszawa 2004; Horacy, *Ars poetica*, w. 335, Tadeusz Sinko (tłum.), [w:] *Listy*, PWN, Warszawa 1980; Augustyn, *De doctrina christiana*, ks. IV, Jan Sulowski (tłum.), PAX, Warszawa 1989.

⁹²⁰ *Brevity*, Laurence Goldstein (red.) Oxford University Press, Oxford 2013.

⁹²¹ *Three Minute Thesis*, „Wikipedia”, https://en.wikipedia.org/wiki/Three_Minute_Thesis (19.12.2025).

⁹²² Jak na przykład konkurs Fame Lab Poland!, o którym informuje na przykład Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. Konkurs powstał w Wielkiej Brytanii i obecnie posiada aż 30 edycji odbywających się w różnych krajach Azji, Afryki i Europy. Zob. *Trwa nabór zgłoszeń do konkursu FameLab Poland 2025*, „Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu – Aktualności”, 2025,

cechy esencjalnej ani nie przesądza o niemożliwości przekazywania określonych sensów⁹²³. Stanowić może tym samym równie efektywną poznawczo formę co jej dłuższe odpowiedniki. Jeżeli TikTok ujawnia się jako relacyjny układ współkonstituowany przez algorytmy, praktyki użytkowników oraz poprzez szersze splątania dyskursywno-materialne, to również formalne właściwości komunikatów wideo nie mogą być traktowane jako neutralne ani autonomiczne, lecz jako efekty konkretnych cięć dokonywanych w obrębie materialno-dyskursywnych splątań. W tym ujęciu krótkość nie jest więc prostą właściwością formy, lecz rezultatem określonych konfiguracji relacyjnych, które współokreślają zarówno warunki jej wyłaniania, jak i zakres możliwych do artykulacji sensów.

W próbie uchwycenia splątanej kategorii krótkości treści, szczególnie w relacji do form dłuższych i poprzez jej waloryzowanie ze względu na potencjał edukacyjny, łatwo popaść w pułapkę opozycyjnego, binarnego ujmowania rzeczywistości. Rzetelne odczytanie zarzutów dotyczących skrótości wymaga więc postawienia innego,

<https://amu.edu.pl/wiadomosci/aktualnosci/studenci/trwa-nabor-zgloszen-do-konkursu-famelab-poland-2025> (20.01.2026). Innym przykładem tego typu działań są inicjatywy poszukujące alternatywnych środków wyrazu dla wyników badań naukowych, takie jak współorganizowany przez czasopismo *Science* konkurs *Dance Your PhD*. Zob. *Dance Your PHD*, „Wikipedia”, https://en.wikipedia.org/wiki/Dance_Your_Ph.D (10.01.2026).

⁹²³Wskazać należy tu na istotną rolę paratektów, w które tego typu treści bywają włączane i które umożliwiają ich rozwinięcie: od opisów materiałów audiowizualnych i odniesień hipertekstualnych, przez różnego rodzaju skróty obecne w samej treści (takie jak akronimy czy indeksykalia), aż po komentarze użytkowników, nierzadko pozwalające na wstępną, społecznie dokonywaną weryfikację przekazu. Bogactwo wypowiedzi nie jest więc wyłącznie funkcją czasu jej trwania, lecz również stopnia kondensacji treści. Co więcej, krótka forma może zostać przez użytkownika zatrzymana lub ponownie odtworzona – na przykład w celu pogłębienia lektury opisu lub kontekstu – co pokazuje, że długość kontaktu odbiorcy z daną treścią nie jest jednoznacznie determinowana przez czasowy wymiar samego komunikatu, jeśli rozpatrywać go w oderwaniu od praktyki odbiorczej. Kontakt użytkownika z treścią jest więc trudny do opisanego w kategoriach służących analizie tekstu czy mowy. Coraz mniej adekwatna wydaje się również – choć wciąż rozwijana – kategoria wtórnej oralności Waltera Jacksona Onga. Wszystko to wskazuje na brak wyraźnego rozgraniczenia pomiędzy tekstem, mową i działaniem, a także materialno-dyskursywnymi warunkami ich wyłaniania się i cyrkulacji. Korzystając ze słownika Barad, konkretne tiktoki można raczej ujmować jako dyfrakcyjne konfiguracje różnych sposobów komunikacji, wytwarzające nową jakość – swego rodzaju tekstodziałania. Dostrzec to można chociażby wracając do opisywanej w pierwszym rozdziale rozprawy kategorii „ulotności” treści w sieci. Wyraźne stają się tu bowiem liczne napięcia między tym, co – choć niezaprzeczalnie zapisywane – jak pisał Connerton „wykazuje przez sam fakt zapisu wolę bycia zapamiętanym i osiąga spełnienie jedynie w procesie tworzenia się kanonu”, a obecnymi jedynie w trakcie aktu komunikacji „praktykami ucieleśnienia”, które „pozostają w znacznym stopniu bez śladu i jako takie nie są zdolne dostarczyć środków, przy użyciu których można by «pozostawić za sobą» ślad woli upamiętnienia”. P. Connerton, *Jak społeczeństwa pamiętają*, Marcin Napiórkowski (tłum.), Wydawnictwo UW, Warszawa 2012, s. 191–192. Tak rozumiane dyfrakcyjne splątanie tekstu, działania i mowy, ujmowanych z perspektywy ich kreatywnej, powtarzalnej i dynamicznej cyrkulacji, wytwarza poczucie obecności w splątanych publicznościach, a zarazem umożliwia zaangażowanie.

istotnego pytania – o kulturowe ramy negatywnego wartościowania banalności, rozrywki, a nierzadko także praktyk odpoczynku, które często już na wstępie ujmowane są w kategoriach zarzutu⁹²⁴. Namysł ten należy zatem przeorientować ku splątaniom związanym z kulturą nieustannej produktywności oraz presją samodoskonalenia. W zaskakująco kontrastujący sposób materializuje się on w zjawisku określanym powszechnie jako *brain rot*⁹²⁵. Na tę kwestię uwagę zwróciła w artykule *‘It speaks to me in brain rot’: Theorising ‘brain rot’ as a genre of participation among teenagers* Emilie Owens⁹²⁶.

Określenie to, wywodzące się z młodzieżowego slangu powiązanego z kulturą kształtowaną wokół lapidarnych form wideo, zostało ogłoszone przez *Oxford University Press (OUP)* słowem roku 2024. Jak zauważa Owens, Oxford University Press definiuje je jako określenie oznaczające pogorszenie stanu psychicznego lub intelektualnego w wyniku „nadmiernej konsumpcji treści (obecnie szczególnie treści internetowych) uznawanych za błahe lub niewymagające”⁹²⁷. Definicja ta podkreśla negatywne konotacje tej kategorii zwracające uwagę na współczesne zagrożenia związane z „życiem wirtualnym i tym, jak spędzamy czas wolny”⁹²⁸.

W ten sposób zjawisko to zostało przedstawione również przez media głównego nurtu, które podkreślały jego przynależność do „toksycznej aplikacji” TikTok i określały związane z nią praktyki oraz treści jako jednoznacznie „ogłupiające” czy nawet „zatruwające umysły”, niejednokrotnie wyrażając przy tym lęk i pogardę wobec tych

⁹²⁴ Badania prowadzone przez Vandę Černohorská i współpracowników wykazują, że czas przed ekranem postrzegany jest z góry jako mniej wartościowy od tego *in real life*. Ponadto bardzo często związany jest z uczuciem stresu, poczuciem winy i żalu będących efektem postrzegania go jako „marnowania czasu”. V. Černohorská, C. Schoetensack, T. Klegr, J. Witowska, K. Gonicowska, G. Giner-Domínguez, J. Papastamatelou, S. Chappuis, M. Fernández Boente, Q. Meteier, M. Wittmann, N. Codina, J. V. Pestana, R. Valenzuela, C. Martin-Söelch, R. Ogden, *How digital technology can steal your time*, „Computers in Human Behavior”, t. 169, 2025, 108680.

⁹²⁵ E. Owens, *‘It speaks to me in brain rot’: Theorising ‘brain rot’ as a genre of participation among teenagers*, „New Media & Society”, nr 0(0), 2025, s. 1-19. Jednym z najpopularniejszych przykładów treści „brain rotowych” można wymienić niebywale popularny trend „Italian brainrot”, który w warstwie treści opierał się o wytworzone za pomocą generatywnej sztucznej inteligencji surrealistyczne obrazy przedstawiające hybrydy zwierząt, roślin czy rozmaitych przedmiotów. Zob. *Italian Brainrot / AI Italian Animals*, „Know your meme”, 2025, <https://knowyourmeme.com/memes/italian-brainrot-ai-italian-animals> (28.12.2025).

⁹²⁶ E. Owens, *‘It speaks to me in brain rot’ ...*, dz. cyt.

⁹²⁷ C. Grathwohl, *Oxford word of the year 2024*, 2024, <https://corp.oup.com/word-of-the-year/> (10.12.2025), [za:] tamże.

⁹²⁸ Tamże.

form aktywności⁹²⁹. Owens, ujmując *brain rot* jako gatunek uczestnictwa w życiu społecznym⁹³⁰ oraz oddając głos młodzieży, przekracza ograniczone perspektywy, które przedstawiają to zjawisko jedynie jako demoralizujące czy pozbawione sensu.

Materiał badawczy Owens zebrała, przeprowadzając w 2024 roku siedem warsztatów badawczych z grupą 16- i 17-latków. Analiza tego materiału pozwoliła badaczce odczytać pozornie banalne zjawisko, jakim jest *brain rot*, jako konkretną praktykę oporu wobec szerszych problemów strukturalnych, a także ujmować sposoby jego przedstawiania w mediach głównego nurtu „przez pryzmat paniki moralnej lub medialnej, w ramach której zachowania młodzieży stają się kozłem ofiarnym szerszych społecznych niepokojów”⁹³¹.

Wspomniany opór formułowany jest wobec nieustannych, przytłaczających wymogów produktywności. W przytaczanych przez badaczkę rozmowach z młodzieżą dostrzec można, że młodzi użytkownicy doskonale zdają sobie sprawę z bezproduktywności oglądania tego typu materiałów, jednocześnie podkreślając, że w omawianej praktyce właśnie o to chodzi i że jest to jedna ze świadomie obieranych przez nich strategii uczestnictwa. Zaznaczają przy tym, że nie są to jedyne materiały, które przeglądają, jednak – jak zauważa Owens – stanowią one dla nich istotny element „dekompresji”⁹³². Określenie *brain rot*, oznaczające dosłownie „gnijący mózg”, funkcjonuje w slangu jako żartobliwe określenie na w pełni rozumiejące „odrzućcie rozwój osobistego i aktywności >>produktywnych<< na rzecz dziecięcej przyjemności z zanurzenia się w przestrzeni dobrego samopoczucia”⁹³³.

Jak pisze Owens, „choć *brain rot* nie jest zjawiskiem wolnym od problemów, uczestnictwo oparte na dekompresji stanowi ważny zestaw praktyk sprzeciwiających się przymusowi samooptymalizacji jako dominującemu wymogowi współczesnego życia społecznego⁹³⁴. Zjawisko to ujmować więc można jako rozumiejącą praktykę tworzącą „szczeliny w dominującym porządku, otwierającą przestrzeń dla innych form współbycia – mniej obciążonych wymogiem efektywności czy wydajności, a bardziej związanych z

⁹²⁹ E. Owens, ‘*It speaks to me in brain rot*’ ..., dz. cyt., s. 3.

⁹³⁰ Zob. J. Frow, *Approaching genre* [w:] *Genre*, John Frow (red.), 2. wyd., Routledge, London 2014; M. Ito, *Mobilizing the imagination in everyday play: the case of Japanese media mixes* [w:] *The International Handbook of Children, Media and Culture*, Kristen Drotner, Sonia Livingstone (red.), Sage, Thousand Oaks, CA 2008, s. 397–412.

⁹³¹ E. Owens, ‘*It speaks to me in brain rot*’ ..., dz. cyt., s. 2

⁹³² Tamże, s. 10.

⁹³³ Tamże, s. 10–11.

⁹³⁴ Tamże.

przyjemnością, zabawą i wspólnotowym doświadczeniem”⁹³⁵. Owens zauważa, że pozwala to na pełniejsze rozumienie sposobów korzystania z mediów przez młodzież, uwzględniając „ich sprawczość w świadomym, osadzonym kontekstowo zaangażowaniu w media cyfrowe takie jak TikTok”⁹³⁶.

Obecność iterowanej przez media definicji zjawiska w obrębie splątania zdążyła jednak zwrotnie współkształtować jego interpretacje wśród młodych użytkowników. Wskazywać na to może wywiad z młodymi użytkownikami dotyczący treści określanych jako *brain rot*, przeprowadzony dla programu „Dzień Dobry TVN”⁹³⁷. Szczególną uwagę zwracają wypowiedzi rozmówców, którzy początkowo uznawali tego typu treści za „fajne”, lecz z czasem zmienili swoje stanowisko, określając je jako „głupkowate”. Jeden z uczestników rozmowy posłużył się przy tym dosłownym polskim przekładem terminu „zgniły mózg”, formułując rozumienie tego pojęcia jako odnoszącego się do negatywnego wpływu tych treści na funkcjonowanie tego organu oraz konkludując, że „nie warto się w nie wciągać”. Rozmówca ten deklaruje przy tym, że takie rozumienie zaczerpnął z materiałów odnalezionych za pośrednictwem wyszukiwarki Google, podkreślając, że wcześniej błędnie interpretował znaczenie terminu *brain rot*. W ten sposób ironiczne i żartobliwe określenie, wywodzące się z praktyk młodzieżowych krytycznych wobec realiów funkcjonowania we współczesnym świecie, zostało przechwycone przez dyskurs medialny, a następnie przekształcone w kategorię zagrożenia i patologii, która zaczęła współkształtować sposoby myślenia o tych praktykach także po stronie samych młodych użytkowników.

Fragment omawianego wywiadu dziennikarz stacji TVN, Bartosz Dajnowski, opublikował na platformie Instagram, co umożliwia analizę reakcji odbiorców na reportaż⁹³⁸. W komentarzach dominują wypowiedzi dorosłych wyrażających zadowolenie z negatywnego ujmowania zjawiska oraz potwierdzających słuszność własnych przekonań, które - jak się wydaje - zostały wcześniej zinternalizowane przez

⁹³⁵ Owens zauważa, że opisywane zjawisko nie ma charakteru całkowicie nowego, przywołując wcześniejsze praktyki pasywnego oglądania telewizji znane z badań nad recepcją mediów audiowizualnych. W tym kontekście można wskazać także na rozpowszechnioną w epoce telewizji linearnej praktykę przełączania się między kanałami, opisywaną w literaturze przedmiotu jako *channel surfing* lub *channel travelling*, polegającą na fragmentarycznym, nieciągłym odbiorze treści. Tamże.

⁹³⁶ Tamże, s. 5.

⁹³⁷ I. Dorf, „Zgnile Mózgi” podbijają cyfrowy świat dzieci. „To jest takie głupkowate”, Bartek Dajnowski (rep.), 2025, „Dzień Dobry TVN”, <https://dziendobry.tvn.pl/parenting/co-to-jest-brainrot-dlaczego-przyciaga-dzieci-st8785817> (20.02.2026).

⁹³⁸ @bartek_dajnowski, Instagram, 2025, https://www.instagram.com/reel/DR_ogowDUqz/?igsh=NHU2eDZ3NzdyZmJm (20.01.2026).

młodych rozmówców. Relacja ta nie przyjmuje jednak formy dialogu, lecz raczej mechanizmu wzajemnego samoutwierdzenia się w uprzednio przyjętych ocenach i postawach. Jak zauważa jeden z komentujących: „Wiecie, że oni tak mówią tylko dla tego, że jest tam telewizja”⁹³⁹, sugerując tym samym, że młodzi respondenci mogą poprzez swoje odpowiedzi realizować określone oczekiwania społeczne.

Pod postem obecne są również komentarze młodych użytkowników. Jeden z nich zauważa: „jest nadzieja w tych dzieciach (z mojej szkoły nie ma nadziei jak już to jedną dziewczynkę z 4 klasy czę, że nie wolno w to grać”⁹⁴⁰. Inną formą reakcji są komentarze odnoszące się do wcześniejszych wypowiedzi, np.: „Czemu kom wyglądają jakby on rzucił ćpanie”, na co inny użytkownik odpowiada: „co się Dziwisz te komentarze są podane przez baby 30 +”⁹⁴¹, czy też „Ziomek wyszedł z nałogu”⁹⁴². Komentarze ironiczne przeplatają się z dyskursem troski, a nawet paniki, kiedy jedna z komentatorek pisze: „zakaz internetu da bardzo dużo, ponieważ do niektórych pustych głów dotrze.m, że jest to tak samo niebezpieczne jak alkohol i narkotyki.. uzależnia i zmienia wiele, bardziej wiele.... jest odpowiedni wiek na wszystko, na pewno nie w w [komentarz podzielony ze względu na liczbę znaków] 8 czy 10 lat”⁹⁴³.

6.1.2 Uproszczone ramy interpretacyjne jako praktyki materioznaczące

Przytoczony powyżej przykład fenomenu *brain rot* jest jedną z wielu możliwych ilustracji tego, w jaki sposób uproszczone interpretacje stanowić mogą jednocześnie współmodelujące rzeczywistość praktyki materioznaczące. Kolejnym istotnym przykładem jest coraz częstsze wykorzystywanie w praktyce publicystycznej ramy uzależnień w odniesieniu do korzystania z internetu⁹⁴⁴. Problem ten dostrzegli autorzy

⁹³⁹ Tamże.

⁹⁴⁰ Tamże.

⁹⁴¹ Tamże.

⁹⁴² Tamże.

⁹⁴³ Tamże.

⁹⁴⁴ Problem ten dotyczy również środowiska naukowego. Propozycję złożonego, splątanego rozumienia pozornie tylko prostych zjawisk i „oczywistych diagnoz” w kontekście problematycznego korzystania z internetu zaproponowali między innymi Paula Helm i Tobias Matzner. Propozycja ta oparta była na dyfrakcyjnym odczytaniu 1. perspektyw medyczno-psychiatrycznych, 2. projektowania interfejsów, 3. krytycznych studiów nad algorytmami, 4. etycznych studiów nad sztuczną inteligencją. W ten sposób propozycja autorów reorientuje uwagę z perspektyw skoncentrowanych na pojedynczych przyczynach zjawisk wyznaczanych m.in. klasyfikacją dyscyplinarną na perspektywę zorientowaną na zjawisko, w której przyczyna i skutek nie są bynajmniej kwestią oczywistą, a granice zjawisk nie są zakładane z góry, lecz po-

artykułu *How Much Is “Too Much”?: The Role of a Smartphone Addiction Narrative in Individuals’ Experience of Use*⁹⁴⁵, którzy zwracają uwagę na nadużywanie tej ramy w odniesieniu do praktyk życia codziennego i wskazują, że narracja uzależnieniowa zostaje przechwycona przez młodych użytkowników oraz włączona w autointerpretacje ich praktyk medialnych⁹⁴⁶, wywołując przy tym niepokój, poczucie winy czy wstyd.

Zagadnienie to w inny sposób problematyzuje danah boyd, która dokonuje przeorientowania tego typu użyć ram „uzależnienia” w sferę silniej akcentującą kwestię praktyk społecznych. Na podstawie pogłębionych obserwacji, stwierdza bowiem, że młodzież uzależniona jest nie od ekranów, lecz od relacji społecznych⁹⁴⁷. Dokonując takiej reorganizacji, jednocześnie podważa operacyjność ramy uzależnień jako dominującego schematu interpretacyjnego tych praktyk. Autorka tezę tę przedstawiła w wydanej w 2014 roku książce *It’s Complicated: The Social Lives of Networked Teens*⁹⁴⁸. Sześć lat później, w krótkim artykule powróciła do poczynionych tam ustaleń i odniosła je do szczególnie trudnego komunikacyjnie czasu zamknięcia podczas pandemii koronawirusa. boyd wyrażała w nim nadzieję, że być może dzięki zamknięciu w domu dorośli lepiej zrozumieją codzienność nastolatków, dla których już przed *lockdownem* smartfony stanowiły narzędzia umożliwiające „nawiązywanie znaczących kontaktów z przyjaciółmi”⁹⁴⁹. Zwracając uwagę na utrzymujący się dyskurs dotyczący paniki budowanej wokół uzależnienia od smartfonów, nadzieje te, jak się wydaje, nie ziściły się.

Wobec przedstawionej przez boyd tezy, za sprawą rosnącej ważności mediów określanych jako algorytmiczne (takich jak TikTok), pojawiła się ponadto nowa linia kontrargumentacji. Na polskim gruncie przedstawia ją m.in. Magdalena Bigaj (edukatorka higieny cyfrowej i profilaktyki e-uzależnień, twórczyni i prezeska Fundacji

strzegane jako efekt (z)różnicowanych splątń. Dostrzegane są tu jednocześnie performatywne aspekty ramowania zjawiska w badaniach i efekty problematyzujących te kwestie praktyk dyskursywno-materialnych na samo zjawisko. P. Helm, T. Matzner, *Co-addictive human-machine configurations...*, dz. cyt.

⁹⁴⁵ S. Lanette, P. K. Chua, G. Hayes, M. Mazmanian, *How Much is...*, dz. cyt.

⁹⁴⁶ Kwestię tę dostrzegał m.in. cytowany przez Lanette i współpracowników Anthony Giddens, pisząc, że „refleksyjność nowoczesnego życia społecznego polega na tym, że praktyki społeczne są nieustannie badane i reformowane w świetle napływających informacji o samych tych praktykach, co konstytutywnie zmienia ich charakter”. A. Giddens, *The Consequences of Modernity*, John Wiley & Sons, 2013. s. 38. [Za:] Tamże, s. 18.

⁹⁴⁷ d. boyd, *Teens Are addicted to socializing, not screens: Screenagers in the time of coronavirus*, „Medium”, 2020, <https://onezero.medium.com/teens-are-addicted-to-socializing-not-screens-a26da5d92983> (20.01.2026).

⁹⁴⁸ d. boyd, *It’s Complicated: The Social Lives of Networked Teens*, Yale University Press, New Haven-London 2014.

⁹⁴⁹ d. boyd, *Teens Are addicted to socializing...*, dz. cyt.

Instytut Cyfrowego Obywatelstwa⁹⁵⁰). W wywiadzie dla OKO.press, odnoszącym się do wprowadzonych w Australii regulacji zakazujących korzystania przez dzieci i młodzież do 16 roku życia z mediów społecznościowych, Bigaj stwierdza, że zakazy te nie ograniczą możliwości utrzymywania kontaktów ze znajomymi. Powołując się na raport „Dobre i Złe wiadomości”⁹⁵¹, wskazuje bowiem, że „ponad połowa uczniów klas siódmych i prawie dwie trzecie klas trzecich szkół ponadpodstawowych bardzo często lub zawsze przegląda media społecznościowe, w ogóle nie wchodząc w interakcje z innymi”, a „dzieci przeważnie biernie skrolują to, co im się wyświetla”⁹⁵².

Ten typ argumentacji podtrzymuje jednak przybliżony i dyskutowany w czwartym rozdziale niniejszej pracy sposób myślenia o treściach i algorytmach w kategoriach społecznej izolacji, a zarazem istotnie zawęża rozumienie „umożliwiania kontaktu”, w którym doświadczenia zapośredniczone medialnie odgrywają niebywale ważną rolę – nie tylko poprzez bezpośrednie interakcje online, lecz także poprzez uwikłanie tych doświadczeń w splątany charakter współczesnych kontaktów społecznych. W tym ujęciu również silne, binarne rozróżnienie pomiędzy biernym a aktywnym uczestnictwem staje się problematyczne ze względu na wielość możliwości jego realizacji. Nie bierze też pod uwagę dokonywanych przez młodych ludzi reorientacji sposobów myślenia o tym, czym w ogóle jest społecznościowy charakter zjawisk⁹⁵³.

⁹⁵⁰ Zob. Magdalena Bigaj, Wikipedia, https://pl.wikipedia.org/wiki/Magdalena_Bigaj (11.10.2025).

⁹⁵¹ M. Dębski, J. Pyżalski, J. Borchet, H. Witkowska, *Dobre i złe wiadomości – życie online i offline a zdrowie psychiczne polskich nastolatków. Raport z badań, Fundacja Dbam o Mój Zasięg*, Gdańsk 2025. <https://dbamomojzasięg.pl/dobre-i-zle-wiadomosci/> (17.02.2026).

⁹⁵² M. Hawranek, *Australia: laboratorium nastolatków. Zakaz to nie najlepsze rozwiązanie, ale innej ścieżki nie ma*, „OKO.press”, 2026, https://oko.press/australia-laboratorium-nastolatkow-zakaz-social-mediow?utm_campaign=feed&utm_medium=referral&utm_source=later-linkinbio&fbclid=PAVERFWAPKf2BleHRuA2FlbQIxMQBzcnRjBmFwcf9pZA8xMjQwMjQ1NzQyODc0MTQAAac9vHGEwucqdOxdipQxrlbuAQMRFstExI2TPc3Huecm97hGm2lifmpQ5WpVw_aem_k9EM9d7y1Rs1xWPjRRcjrQ (20.01.2026). Magdalena Bigaj odwołuje się tu do rzeczywistego wyniku raportu *Dobre i złe wiadomości...*, zgodnie z którym znaczna część badanych bardzo często przegląda media społecznościowe bez wchodzenia w bezpośrednie interakcje z innymi. Użycie tego wskaźnika jako argumentu, że ograniczenie dostępu do mediów społecznościowych nie ograniczy kontaktów społecznych, stanowi jednak interpretację wykraczającą poza ustalenia raportu. Wskaźnik ten opisuje bowiem brak jawnej interakcji podczas korzystania, nie zaś brak społecznego znaczenia samej praktyki odbioru treści. Zob. M. Dębski, J. Pyżalski, J. Borchet, H. Witkowska, *Dobre i złe wiadomości...*, dz. cyt.

⁹⁵³ Wskazują na to m.in. autoetnograficzne analizy Josepha Hewlett-Halla, który pokazuje, że myślenie o praktykach społecznych nie sprowadza się wyłącznie do bezpośrednich interakcji między użytkownikami, lecz obejmuje także uczestnictwo w kolektywnie wytwarzanych kodach kulturowych, iteracyjnych praktykach medialnych oraz rozproszonych formach narracyjnych. J. Hewlett-Hall, *Folklore, Storytelling and Coping...*, dz. cyt.

Powyższą wypowiedź interpretować więc można jako jeden z wielu przejawów silnie zakorzenionego, postrzeganego jako zdroworozsądkowe, przywiązania do „starych” kategorii myślenia o rzeczywistości społeczno-medialnej, w której kontakt społeczny musi być jednoznacznie kojarzony z interakcją. Intra-akcyjna alternatywa wobec takiego sposobu postrzegania, zdaje się lepiej odpowiadać na współczesne potrzeby i wyzwania i może stanowić ważny głos w prowadzonej na ten temat debacie. Obecne kategorie i sposoby myślenia o świecie coraz częściej okazują się bowiem nie tylko „nieadekwatne”, lecz także uniemożliwiające uchwycenie współczesnych zjawisk (nie tylko) komunikacyjnych⁹⁵⁴.

Choć taka perspektywa stanowi próbę głębszego przeformułowania sposobów myślenia o współczesnych praktykach medialnych, już na mniej radykalnym poziomie podobny postulat ostrożności wobec uproszczeń formułują Candice L. Odgers i Gillian R. Hayes. Autorki wskazują na potrzebę odejścia od generalizujących ocen praktyk medialnych młodych ludzi na rzecz bardziej uważnego i kontekstowego podejścia, uwzględniającego zarówno potencjalne ryzyka, jak i pozytywne funkcje mediów cyfrowych w życiu młodzieży. Podobnie jak przywoływani wcześniej Simone Lanette i współpracownicy, zwracają zarazem uwagę, że zawstydzanie młodzieży za korzystanie z mediów społecznościowych może paradoksalnie pogłębiać problemy związane z dobrostanem psychicznym, prowadząc do poczucia winy, izolacji oraz braku otwartości w rozmowach z dorosłymi⁹⁵⁵.

Jednocześnie powtarzalne konfiguracje dyskursywne ujmujące uczestnictwo w praktykach związanych z lapidarnymi formami wideo w kategoriach negatywnych wyraźnie dominują nad tymi, które przypisują mu wartość pozytywną⁹⁵⁶. Jeden z istotnych mechanizmów sprzyjających zaistniałym asymetriom wskazuje Karol Jachymek. W artykule *Co jest złego w pozytywnym internecie? O debacie wokół praktyk medialnych młodych osób* zwraca on uwagę na sposób finansowania badań nad rolą

⁹⁵⁴ M. Hawranek, *Australia: laboratorium nastolatków...*, dz. cyt.

⁹⁵⁵ Podkreślają, że wiele z dominujących narracji o jednoznacznie negatywnym wpływie mediów społecznościowych na młodych użytkowników często nie znajdują potwierdzenia w badaniach empirycznych, a ich uproszczony charakter sprzyja raczej moralnej panice niż pogłębionemu rozumieniu złożonych praktyk cyfrowych. C. L. Odgers, G. R. Hayes, *Let's Stop Shaming Teens About Social Media Use*, „Educational Leadership”, nr 81 (2), 2024, <https://www.ascd.org/el/articles/lets-stop-shaming-teens-about-social-media-use> (20.01.2026).

⁹⁵⁶ Problem ten dotyczy nie tylko TikToka, ale internetu i używania smartfonów – zwłaszcza przez dzieci i młodzież – w ogóle. Zob. K. Jachymek, *Co jest złego w pozytywnym internecie? O debacie wokół praktyk medialnych młodych osób*, „Dzieciństwo. Literatura i Kultura”, 6(1), 2024, s. 10–24.

internetu w życiu dzieci i młodzieży, zauważając, że analizy dotyczące jego pozytywnego wpływu „wymagają często znacznie szerszego uzasadnienia i wyjaśnienia, dlatego problematyka ta jest równie ważna co dyskusja na temat niekorzystnego wpływu mediów cyfrowych na ich życie codzienne”⁹⁵⁷. Wskazuje to, że asymetria ta nie wynika wyłącznie z charakteru samych praktyk medialnych, lecz jest współwytwarzana przez instytucjonalne i metodologiczne warunki produkcji wiedzy, które uprzywilejowują narracje problematyzujące kosztem tych, które ujmują uczestnictwo w kategoriach pozytywnych.

W podobnym kierunku zmierza myśl Muhsina Soyudoğana i Rime Hanane Abdalli. Autorzy wskazują, że wiele współczesnych narracji dotyczących korzystania przez młodych użytkowników z mediów społecznościowych przyjmuje charakter normatywny, oddalając się od pierwotnie etycznego i demokratycznego sensu krytyki i przybierając – określaną przez nich mianem neoludyzmu – formę dyskursu pełnego uprzedzeń i potępienia wobec nowego pokolenia użytkowników mediów społecznościowych⁹⁵⁸.

Problem ten nie ogranicza się wyłącznie do praktyki publicystycznej. Podobne mechanizmy odnaleźć można również w części refleksji naukowej poświęconej mediom społecznościowym i młodym użytkownikom. Soyudoğan i Abdalli wskazują m.in. na ryzyko związane z wykorzystywaniem gotowych ram analitycznych do badania współczesnych zjawisk. Jako przykład przywołują niektóre współczesne analizy bazujące na koncepcji dramaturgii Ervinga Goffmana. Opierając się na założeniu o dostosowywaniu tożsamości do zróżnicowanych kontekstów społecznych, wnioski z tych badań często bowiem sugerują dwulicowość użytkowników mediów społecznościowych (zwłaszcza influencerów), którzy prezentują w aplikacjach inną osobowość niż ta, którą posiadają „naprawdę”⁹⁵⁹.

Autorzy *Sympathizing with Gen-Z...*, przytaczają tu również badania interpretujące TikToka w kategoriach z góry określonej opozycji między centrum a peryferiami, osadzoną w szerszej refleksji nad przemianami współczesnego celebryctwa. W ujęciach tych platforma przedstawiana jest jako przestrzeń zdominowana przez

⁹⁵⁷ Tamże, s. 12.

⁹⁵⁸ N. P. Taşoğlu, İ. Koca, *Türkiye’de iletişimcilerin sosyal medyada üretilen içeriklere bakışına dair bir öngörü: TikTok’a yönelik odak grup çalışması*, „The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication”, nr 12(3), 2022, s. 809-832 [Za:] M. Soyudoğan, R. H. Abdalli, *Sympathizing with Gen-Z...*, dz. cyt., s. 1119.

⁹⁵⁹ M. Soyudoğan, R. H. Abdalli, *Sympathizing with Gen-Z...*, dz. cyt., s. 1121–1122.

jednostki o niższym kapitale kulturowym, podczas gdy „centrum” – utożsamiane z bardziej uprzywilejowanymi formami celebrytizmu – uczestniczy w niej marginalnie. Za reprezentantkę „centrum” uznaje się aktorkę, której nagrania zyskują wyższą wartość symboliczną dzięki ironicznej dystynkcji wobec „banalnych” treści twórców TikToka. W konsekwencji refleksyjna świadomość rzekomej banalności platformy zostaje przekształcona w kryterium kulturowej hierarchizacji⁹⁶⁰.

Twierdzenia tego typu przyczyniają się jednocześnie do wykształcania figury młodych użytkowników (tu „tiktoków”) jako „osób robiących rzeczy szalone, dziwne i irracjonalne tylko po to, by być zauważonymi, lubianymi i obserwowanymi przez innych użytkowników”⁹⁶¹. Jak jednak wskazują autorzy, choć strategie tego typu mogą być wykorzystywane przez niektóre konta, nie stanowią one skutecznej ani dominującej drogi do osiągnięcia wysokiej widzialności treści, co potwierdzają przywoływane przez nich dane statystyczne⁹⁶².

W tym kontekście, jako czynniki skłaniające użytkowników do podejmowania ryzykownych działań najczęściej wskazywane są trendy internetowe⁹⁶³. Nagłówki alarmują o „niebezpiecznych trendach”⁹⁶⁴, ich ryzyku dla zdrowia i życia użytkowników,

⁹⁶⁰ Tamże, s. 1120–1121.

⁹⁶¹ Twierdzenia te okazują się równie problematyczne w świetle wielokrotnie podkreślanego przez młodych użytkowników dowartościowania cech takich jak autentyczność czy spontaniczność. Opierają się one ponadto na z góry przyjmowanym założeniu o istnieniu jednej dominującej motywacji uczestnictwa w życiu medialnym, utożsamianej z dążeniem do maksymalizacji widoczności.

⁹⁶² M. Dańda-Pyzik, *TikTok i dzieci. Jak działa przerażająca, niewidzialna siła algorytmów?*, „Strona Zdrowia”, 2026, <https://stronazdrowia.pl/tiktok-i-dzieci-jak-dziala-przerazajaca-niewidzialna-sila-algorytmow/ar/c14p2-28319045> (20.01.2026).

⁹⁶³ Takie ujęcia – szczególnie w mainstreamowych mediach i serwisach informacyjnych – kondensują złożone zjawisko trendów do prostego obrazu *szkodliwości i ryzyka* dla młodzieży. Jednocześnie nie staram się tu wyprowadzać wniosków zaprzeczających temu, że niektóre praktyki realizowane w ramach trendów mogą wiązać się z realnymi zagrożeniami. Problem polega raczej na ich dyskursywnym wyizolowaniu i przedstawianiu jako autonomicznych, sprawczych źródeł *szkodliwości* TikToka.

⁹⁶⁴ Jak np. „*Niepokojący trend w internecie. Lekarz: mnie to przeraża*”; „*Zniknij bez śladu*”. *Niebezpieczny trend wśród nastolatków*; *Tragiczna śmierć 11-latki. Podejrzewają niebezpieczny trend na TikToku*; *Trendy na TikToku: szkodliwe, a nawet niebezpieczne*. Zob. P. Wójcik, *Niepokojący trend w internecie. Lekarz: mnie to przeraża*, „TVN24”, 2025, tvn24.pl/zdrowie/niepokojacy-trend-w-internecie-lekarz-mnie-to-przeraza-st8497961 (20.01.2026); P. Parzysz, „*Zniknij bez śladu*”. *Niebezpieczny trend wśród nastolatków*, „RMF24.pl”, <http://rmf24.pl/fakty/polska/news-zniknij-bez-sladu-niebezpieczny-trend-wsrod-nastolatkow,nId,8030568> (20.01.2026); *Trendy na TikToku: szkodliwe, a nawet niebezpieczne*, „Serwis Zdrowie PAP”, <http://zdrowie.pap.pl/wywiady/dzieci/trendy-na-tik-toku-szkodliwe-nawet-niebezpieczne> (20.01.2026); M. Włosek, *Tragiczna śmierć 11-latki. Podejrzewają niebezpieczny trend na TikToku*, „Fakt”, 2025, <http://fakt.pl/wydarzenia/tragiczna-smierc-11-latki-podejrzewaja-niebezpieczny-trend-na-tiktoku/hhg96eg> (20.01.2026); K. Żyłowska, *Mamo, to tylko challenge! Poznaj niebezpieczne wyzwania na TikToku*, SocialPress, <https://socialpress.pl/2021/11/mamo-to-tylko-challenge-poznaj-niebezpieczne>

szczególnie młodych ludzi, a analizy problemów społecznych wokół mediów społecznościowych są często prezentowane wyłącznie przez pryzmat tych potencjalnych zagrożeń. Tego rodzaju ujęcia – przedstawiające trendy przede wszystkim jako zjawiska szkodliwe – nie tylko utrwalają uproszczony obraz uczestników kultury cyfrowej, lecz także wzmacniają stereotypowe rozumienie korzystania z platform takich jak TikTok jako „poważnego zagrożenia dla bezpieczeństwa dzieci w sieci”⁹⁶⁵. W efekcie złożoność tego zjawiska zostaje zredukowana do jednowymiarowego obrazu ryzyka i szkodliwości.

Problematyczność ujmowania trendów jako autonomicznych i sprawczych źródeł zagrożeń uwidoczniła się szczególnie wyraźnie w 2025 roku w medialnej narracji wokół zaginięcia dwójki nastolatków z Rzeszowa, które w krótkim czasie powiązano z rzekomym trendem *48 Hours Challenge*⁹⁶⁶. Sugestia ta – rozpowszechniona początkowo w mediach społecznościowych przez jednego z polityków, a następnie podchwyciona przez media głównego nurtu – wygenerowała w ciągu kilku dni ogromne zasięgi⁹⁶⁷. Jednocześnie zarówno policja, jak i Centralne Biuro Zwalczenia Cyberprzestępczości⁹⁶⁸ jednoznacznie dementowały istnienie jakichkolwiek powiązań między zaginięciem nastolatków a internetowym wyzwaniem, wskazując, że przytaczane informacje nie znajdują potwierdzenia w monitorowanych praktykach sieciowych⁹⁶⁹.

Dalsze analizy dziennikarskie wykazały ponadto, że historia ta stanowiła kolejną odstonę powracającej od lat narracji o rzekomych internetowych „śmiertelnych

wyzwania-na-tiktoku (28.05.2023). TikTok zaś zamieścił na swojej stronie informacje, co robić, gdy użytkownicy natkną się na wyzwania, których wykonywanie może być dla społeczności niebezpieczne albo które stanowić mogą oszustwo. Zob.: *Co mam zrobić, gdy zobaczę wyzwanie internetowe?*, „Centrum Bezpieczeństwa TikTok”, <https://www.tiktok.com/safety/pl-pl/online-challenges/> (29.12.2025).

⁹⁶⁵ M. Dańda-Pyzik, *TikTok i dzieci...*, dz. cyt.

⁹⁶⁶ K. Ziółkowska, J. Suchecka, *To kolejne niebezpieczne internetowe wyzwanie. Ale "niebezpieczne" inaczej niż możecie myśleć*, „TVN 24”, 2025, <https://tvn24.pl/technologie/48-hours-challenge-czy-to-wyzwanie-istnialo-w-polsce-st8703204> (20.01.2026).

⁹⁶⁷ „48 hours challenge” – jak media rozpowszechniły na nowo niebezpieczny internetowy trend?, „Perspektywy”, 2025, https://perspektywy.pl/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=11389:48-hours-challenge-jak-media-rozpowszechnily-na-nowo-niebezpieczny-internetowy-trend&catid=24&Itemid=119 (20.01.2026).

⁹⁶⁸ Centralne Biuro Zwalczenia Cyberprzestępczości zostało powołane ustawą z 17 grudnia 2021 roku jako wyspecjalizowana jednostka Policji odpowiedzialna za rozpoznawanie, zapobieganie i zwalczanie przestępczości w cyberprzestrzeni, w tym wspieranie innych jednostek w tym zakresie. Zob. *Ustawa z dnia 17 grudnia 2021 r. o zmianie niektórych ustaw w związku z powołaniem Centralnego Biura Zwalczenia Cyberprzestępczości*, Dz.U. 2021, poz. 2449, <https://isap.sejm.gov.pl/isap.nsf/DocDetails.xsp?id=WDU20210002447> (20.02.2026). Istotnych refleksji dotyczących zakresu uprawnień oraz konsekwencji prawnych funkcjonowania CBZC dokonuje Kazimierz Pawelec. Zob. K. Pawelec, Centralne Biuro Zwalczenia Cyberprzestępczości i jego wybrane uprawnienia. Kilka refleksji, „Prokuratura i Prawo”, nr 7–8, 2022, s. 131–140.

⁹⁶⁹ K. Ziółkowska, J. Suchecka, *To kolejne niebezpieczne internetowe wyzwanie...*, dz. cyt.

wyzwaniach”, której źródła sięgały sensacyjnych publikacji tabloidowych z połowy poprzedniej dekady. W kolejnych krajach i momentach historycznych była ona reaktywowana przy okazji zaginięć młodych ludzi, mimo że organy ścigania wielokrotnie podważały jej wiarygodność. Przypadek ten pokazuje, w jaki sposób trend może zostać dyskursywnie wyodrębniony jako domniemany „rdzeń” problemu i obarczony sprawczością, mimo braku empirycznych potwierdzeń jego realnego funkcjonowania w praktykach użytkowników. Podkreślam tu, że nie staram się wyprowadzać wniosków zaprzeczających temu, że niektóre praktyki realizowane w ramach trendów mogą wiązać się z realnymi zagrożeniami. Problem polega raczej na dominacji tego sposobu ujmowania trendów, a także na ich dyskursywnym izolowaniu i przedstawianiu jako autonomicznych, sprawczych źródeł problemów, które w rzeczywistości mają znacznie bardziej złożony charakter⁹⁷⁰.

Formułowanie konkretnych twierdzeń, zarówno w obszarze praktyki naukowej, jak i publicystycznej, wymaga zwracania większej uwagi na wielokrotnie podkreślany w niniejszej dysertacji, splątany charakter zjawisk. Gdy bowiem odnosimy się do aplikacji TikTok lub w alarmistyczny sposób formułujemy wnioski o groźnej dla społeczeństwa „tiktokizacji”, w wyobrażeniach społecznych nie przywołujemy jedynie korporacji ByteDance, ich celów, ich zysków, stosowanych przez tę korporację mechanizmów. Ewokujemy raczej cały fenomen TikToka – splątany układ relacji, w którym znajdują się też jego użytkownicy, konkretne grupy społeczne, określone pokolenia, a także ważne i charakterystyczne dla nich sposoby ekspresji, które w konkretnych konfiguracjach materialno-dyskursywnych zamiast zostać głęboko zrozumiane, są jedynie pobieżnie przywoływane, a wraz z tym potencjalnie deprecjonowane i marginalizowane⁹⁷¹.

Nie jest to więc jedynie refleksja terminologiczna. „Tiktokizacja kultury”, funkcjonująca jako forma diagnozy, jawi się w tej perspektywie jako ryzykowna generalizacja, która może wzmacniać społeczne niepokoje, prowadzić do deprecjonowania określonych grup oraz pogłębiać konflikty generacyjne⁹⁷². Jest więc

⁹⁷⁰ Trendy urastają do rangi głównego winowajcy, często odwracając uwagę od problemów, których potencjalnie mogą być jedynie efektem.

⁹⁷¹ Stanowią więc one (wspomniane twierdzenia – przyp. Ł.J) element aparatu produkcji, deprecjonujący figurę młodego użytkownika TikToka i współkształtujący jednocześnie ich sposoby postrzegania siebie, a także całego swojego pokolenia.

⁹⁷² Kwestię tę podnoszą również Soyudoğan i Abdalli, zwracając uwagę, że pokolenie Z wychowało się w świecie internetu i smartfonów, a przez to inaczej doświadcza rzeczywistości od starszych pokoleń. Autorzy podkreślają, że jest to poważny problem również dla nauki, bowiem większość wiedzy o nich

równocześnie gestem sprawczym, który współkształtuje relacyjnie rzeczywistość⁹⁷³. To z kolei sprawia, że konkretne użycia pojęć takich jak „tiktokizacja”, „zombiefikacja” itd., należy analizować w kategoriach ich głębokiego uwikłania etycznego⁹⁷⁴.

6.2 (N)etnografia dyfrakcyjna jako postawa

W optyce sprawczego realizmu reaktywne i generalizujące diagnozy współkonstytuują – poprzez określone „sprawcze cięcia-razem-osobno” (*cutting-together-apart*) – konkretne możliwości działania⁹⁷⁵. Obecne kierunki debat publicznych i polityk regulacyjnych coraz częściej przybierają formę restrykcyjnych strategii instytucjonalnych, takich jak zakazy używania smartfonów w szkołach⁹⁷⁶ czy ograniczenia dostępu do mediów społecznościowych ze względu na wiek⁹⁷⁷. Problem

pochodzi od badaczy starszych generacji, którzy mają skłonność do oceniania ich jako leniwych, pragmatycznych, egoistycznych, obłudnych, pozbawionych moralności, pragnących bogactwa i sławy bez wysiłku, a także niedoświadczonych w trudach życia i wymagających mentorskiego prowadzenia. M. Soyudoğan, R. H. Abdalli, *Sympathizing with Gen-Z...*, dz. cyt., s. 1119

⁹⁷³ Staje się w przytaczanych użyciach również narzędziem społecznego różnicowania: oddziela młodych od starszych, niedojrzałych od „mądrzejszych”, „zepsutych” od „normalnych”. Tym samym sformułowanie to wywołuje określone emocje, stanowiąc reakcję na gwałtowne przemiany zachodzące w rzeczywistości. To, w jakie układy materialno-dyskursywne wpisujemy TikToka, a właściwie to, gdzie dokonamy cięć sprawczych, okazuje się niezwykle istotne ze względu na performatywną naturę praktyk.

⁹⁷⁴ Tendencjom opisującym współczesne zjawiska cyfrowe często towarzyszy rozumienie obiektywizmu bazującego na zewnętrznosci i dystansie, wspieranego w następnej kolejności o tak oddzielone podmioty „aktami troski”. Jak jednak zauważa Barad, u podstaw etyki nie może stać reagowanie na innego tak, jakby ów inny był radykalnie zewnętrzny wobec „ja”. Etyka nie jest obrachunkiem geometrycznym – „inni” nigdy nie oddalają się zanadto od „nas”; „my” wzajemnie się z nimi konstytuujemy i pozostajemy wzajemnie splątani za sprawą tych samych cięć, których „my” pomagamy dokonać.

⁹⁷⁵ Przypomnijmy, że dokonuje się to w procesie, który Karen Barad określa jako „umaterioznaczenie”, czyli w toku różnicowania dotyczącego tego co intra-aktywnie określone zostaje jako realne. Jest to więc pociągająca „konstytutywne wykluczenia” praktyka wytyczania granic wymagająca stawiania „pytań o odpowiedzialność” za splątania, w których się znajdujemy. K. Barad, *Spotkanie z wszechświatem...*, dz. cyt., s. 189.

⁹⁷⁶ Co szczególnie istotne, bowiem tego typu zakazy szkolne oderwane są od „codziennosci, do której szkoła ma przygotowywać”. H. Jenkins, A. Garcia, *Teens, Teachers, and Mobile Tech: An Interview with Antero Garcia*, „Confessions of an Aca-Fan”, 2017, <http://henryjenkins.org/blog/2017/9/7/an-interview-with-antero-garcia-part-one> (20.01.2026), [za:] G. D. Stunża, *Wyzwania kultury i edukacji uczestnictwa...*, dz. cyt., s. 37.

⁹⁷⁷ Wprowadzenie podobnych regulacji rozważane jest również w Polsce. A. Konieczńska, *W Australii wprowadzono zakaz korzystania z mediów cyfrowych dla dzieci – czy to słuszna decyzja?*, „Vogue Polska”, 2025, <https://www.vogue.pl/a/w-australii-wprowadzono-zakaz-korzystania-z-mediow-cyfrowych-dla-dzieci-czy-to-sluszna-decyzja> (25.01.2026); *Francja zakazuje dzieciom Facebooka, TikToka, Snapchata i Instagrama. Kiedy Polska?*, „Bieganie”, 2026, <https://bieganie.pl/lifestyle/francja-zakazuje-dzieciom-facebook-a-tiktoka-snapchata-i-instagram-a-kiedy-polska/> (25.01.2026); M. Frindt, *Nowy zakaz w polskich szkołach? Wymowna reakcja szefowej MEN*, „Wprost”, 2026, <https://www.wprost.pl/edukacja/12230748/men-i-nowy-zakaz-w-polskich-szkolach-nowacka-damy-narzedzia.html> (25.01.2026); *TikTok*

tego typu rozwiązań polega jednak na tym, że zamiast prowadzić do przemyślanych, perspektywicznych i – przede wszystkim – pozytywnych dla (zwłaszcza młodych) użytkowników przekształceń rzeczywistości, opierają się one na odcinaniu się od złożonych problemów współczesności, jawiąc się raczej jako wyraz bezradności niż jako próba rozumiejącego i odpowiedzialnego reagowania.

W takim ujęciu mogą być one ponadto odczytywane jako forma przemocy⁹⁷⁸, w której użytkownicy stają się ofiarami⁹⁷⁹ działań w obszarach splecionych układów organizacyjnych⁹⁸⁰, które wzmacniają istniejące nierówności, reprodukują hierarchie społeczne oraz odwracają uwagę od realnych źródeł problemów kształtowanych w szerszych spleceniach aparatów produkcji. Praktyki te stabilizują więc uproszczone narracje winy, stanowiąc jednocześnie iluzoryczne rozwiązania systemowych napięć poprzez przesuwanie odpowiedzialności na pojedynczych aktorów lub wybrane elementy układu. Właśnie dlatego problematyka obecności nowych technologii w życiu codziennym społeczeństw, wymaga złożonego i pogłębionego rozumienia sprawczości. Jak zauważa bowiem Barad:

Posunięte zbyt daleko wykluczenie sprawczości (tu na przykład dyskursywne ograniczanie potencjału sprawczego działania przez użytkowników - Ł.J) może osłabić, a nawet całkowicie udaremnić analizę odpowiedzialności, która jest przecież niezmiernie ważna. Przypisywanie i wykluczanie sprawczości, podobnie jak przypisywanie i wykluczanie związane z konstruowaniem człowieczeństwa, to kwestia polityczna⁹⁸¹.

pomoże nastolatkom kontrolować czas spędzany w aplikacji. Nowe funkcje ucieszą też rodziców, „TikTok newsroom”, 2023, <https://newsroom.tiktok.com/pl-new-features-for-teens-and-families-on-tiktok?lang=pl-PL> (25.01.2026).

⁹⁷⁸ Mniej oczywiste wymiary takiej przemocy zauważa Antero Gracia, kieruje nas bowiem w stronę jeszcze mocniej akcentującą splecanie cyberkultury z codziennością młodzieży pisząc, że jest to również kwestia zakazywania „używania języka rówieśniczego, którego częścią są obecnie GIF-y, emoji, skróty językowe, memy, przeróbki zdjęć, selfie z nakładkami graficznymi itp.” Zob. H. Jenkins, A. Garcia, *Teens, Teachers, and Mobile Tech...* dz. cyt., [za:] G. D. Stunża, *Wyzwania kultury i edukacji uczestnictwa...*, dz. cyt., s. 37.

⁹⁷⁹ Nieliczne artykuły publicystyczne podnoszą tę kwestię, zwracając uwagę m.in. na to, że rozwiązania takie jak weryfikacja wieku w mediach społecznościowych mogą w istocie przenosić ciężar odpowiedzialności z platform na użytkowników, a zarazem umożliwiać firmom technologicznym gromadzenie dodatkowych danych. Zob. J. Cisowska, *Big techy grają z nami w weryfikację wieku. To karanie ofiar zamiast sprawców*, „OKO.press”, 2026, https://oko.press/big-techy-weryfikacja-wieku-karanie-ofiar-zamiast-sprawcow?utm_campaign=feed&utm_medium=referral&utm_source=later-linkinbio&fbclid=PARIRTSAQZQRJleHRuA2F1bQIxMQBzcnRjBmFwcF9pZA8xMjQwMjQ1NzQyODc0MTQAAafWRWWi60go0jB6BNzLwkXomuBglDEdDutKgTsm0QeiFpgcb4jDSe5EVCpKoiQ_aem_MOwSWNqtQ3MQ4h-01LWu8g (20.02.2026).

⁹⁸⁰ Na przykład problemów regulacyjnych między rządami a korporacjami medialnymi.

⁹⁸¹ K. Barad, *Spotkanie z wszechświatem...*, dz. cyt., s. 300.

Ma to zasadnicze znaczenie dla rozumienia odpowiedzialności za warunki możliwości działania w splątaniach, w ramach których sprawczość wyłania się również jako efekt określonych praktyk przypisywania.

Perspektywa ta znajduje swoje odzwierciedlenie w przytaczanych już praktykach badawczych, które podejmują próbę wyjścia poza uproszczone logiki przypisywania winy. Chociaż analizując zjawisko *brain rot* Emily Owens nie odnosiła się bezpośrednio do wglądów sprawczego realizmu czy praktyki dyfrakcji, jej sposoby postępowania były temu podejściu bardzo bliskie. Dopiero bowiem przyjęcie perspektywy nieprzesądzającej z góry określoności zjawiska, dostrzeżenie szerszych splątań, w jakie uwikłane są praktyki określane jako *brain rot* – ich powiązań z rytmem codzienności, presją produktywności, afektywnymi strategiami regulacji napięcia, architekturą platform oraz dominującymi dyskursami normatywnymi – a także czytanie wielu wglądów nie tyle w zestawieniu, ile przez siebie, umożliwiły ich rozumienie wychodzące poza logikę winy i patologii.

Z kolei w kontekście często podejmowanego problemu prywatności w sieci, szczególnie w odniesieniu do dzieci i młodzieży, danah boyd – przyjmując nieprzesądzającą z góry perspektywę oraz prowadząc pogłębioną analizę opartą na tym, co określa mianem „ważnego przebywania” z młodymi użytkownikami – dostrzegła szereg nieoczywistych praktyk zapobiegawczych przez nich stosowanych w tym zakresie⁹⁸². Jak zauważyła bowiem boyd, kreślone sposoby wypowiedzi, w tym użycie slangu funkcjonującego w silnie lokalnych obiegach kulturowych, stanowią nie tylko formy budowania wspólnoty, lecz także nieoczywiste strategie ochrony prywatności.

⁹⁸² Ten rodzaj ukrywania wiadomości określa się jako steganografię. Jak pisze boyd: „Steganografia społeczna wykorzystuje niezliczone narzędzia językowe i kulturowe – w tym fragmenty piosenek, żarty zrozumiałe tylko dla wtajemniczonych oraz odniesienia specyficzne kulturowo – aby kodować komunikaty, które są formalnie dostępne, a jednocześnie pozbawione znaczenia dla osób z zewnątrz”. d. boyd, *It's Complicated...*, dz. cyt., s. 65–66. W innej swojej pracy podkreślała ważność kontekstualizacji praktyk za pomocą stosowania wielu zróżnicowanych metod etnograficznych (zarówno online, jak i offline), a także pracę w oparciu o praktykę badawczego, ważnego przebywania z młodzieżą. d. boyd, *Making Sense of Teen Life: Strategies for Capturing Ethnographic Data in a Networked Era* [w:] *Digital Research Confidential: The Secrets of Studying Behavior Online*, E. Hargittai, C. Sandvig (red.), The MIT Press, Cambridge (MA) 2015. Autorka czerpie tu z postulowanej przez Cliforda Geerza praktyki, które przetłumaczyć można jako „pogłębione przebywanie” – długotrwałe, nieformalne zanurzenie badacza w polu/życiu badanych. C. Geertz, *Deep Hanging Out*, „The New York Review of Books”, nr 45(16), 1998, s. 69–72.

Praktyki te można zatem odczytywać jako zabezpieczające strategie komunikacyjne, niekiedy przyjmujące formy zbliżone do kryptograficznych⁹⁸³.

Podobną dynamikę można dostrzec w działaniach podejmowanych przez użytkowników wobec opisywanego w drugim rozdziale niniejszej rozprawy mechanizmu *infinite scrolling*. Przypomnijmy, że można go rozumieć jako celowe projektowanie platform w taki sposób, by zachęcać użytkowników do jak najdłuższego pozostawania w ich obrębie poprzez przeglądanie potencjalnie nieograniczonej liczby treści⁹⁸⁴. Równocześnie, dobrze rozpoznaną praktyką użytkowników pozostaje tzw. *platform swinging*, która opiera się na korzystaniu z więcej niż jednej platformy społecznościowej i przełączaniu się między tymi platformami w zależności od potrzeb, co może być odczytywane jako sposób negocjowania lub ograniczania oddziaływania tego typu mechanizmów.

W kontekście mechanizmu *infinite scrolling*, w podobny sposób odczytywać można praktyki użytkowników polegające na zamieszczaniu treści, które – wykorzystując luki w afordancjach platformy – uniemożliwiają dalsze przewijanie materiałów bez uprzedniego zresetowania aplikacji, a także na publikowaniu komunikatów sugerujących odbiorcom konieczność przerwy i chwilowego odłączenia się od strumienia treści. Takie ujęcie tych praktyk proponuje Andreas Schellewald, wskazując, że konkretne działania i treści mogą stanowić przejaw swoistej wspólnotowej opieki użytkowników nad sobą nawzajem, określanej przez niego mianem wzajemnych aktów troski⁹⁸⁵. Interpretacja taka staje się możliwa przy wyjściu poza ujęcia sprowadzające funkcjonowanie aplikacji TikTok do obiegu treści, z pominięciem relacji społecznych. To właśnie tego rodzaju praktyki nieprzesądżające z góry ich określoności,

⁹⁸³ d. boyd, *It's Complicated...*, dz cyt. Na gruncie polskim ciekawych wglądów w techniki kryptograficzne w sieci na dokonuje Magdalena Kamińska. Zob. M. Kamińska, *Kulturotwórcza rola technik kryptograficznych w środowiskach internetowych*, [w:] *Liberatura, e-literatura i... Remiksy, remediacje, redefinicje*, Monika Górka-Olesińska (red.), Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego, Opole 2012, s. 219–234.

⁹⁸⁴ Jej problematyczność określa się przy tym najczęściej właśnie względem obcowania użytkowników z dużą ilością porządkowanych algorytmicznie, krótkich, a więc domyślnie “bezwartościowych” materiałów.

⁹⁸⁵ A. Schellewald, *Changing modes of public connection...*, dz. cyt., s. 255–257. Omawiane praktyki odczytywane były zazwyczaj jako rodzaj przeciw-wspólnotowego trollingu. Dyfrakcyjne podejście jest pomocne także w sytuacjach, w których dana praktyka nie posiada jednego, uprzednio określonego znaczenia, lecz nabiera go dopiero w konkretnych konfiguracjach relacyjnych. Dobrym przykładem jest trolling, który – w zależności od określonej konfiguracji – może funkcjonować zarówno jako oddolny, afirmatywny gest oporu wobec mechanizmów takich jak bańki filtracyjne czy komory pogłosowe, jak i jako element złożonych strategii politycznych wykorzystywanych m.in. w działaniach o charakterze wojny hybrydowej.

otwierają przestrzeń dla dyfrakcyjnego ujęcia (n)etnografii, traktowanej nie tylko jako metoda czy perspektywa badawcza, lecz także jako określona postawa, a wraz z tym praktyka bycia, myślenia i reagowania. Charakterystyczna dla niej uważność na splątania pozwala dostrzec, że użytkownicy – także wobec zjawisk najczęściej opisywanych w sposób alarmistyczny – dysponują konkretnymi strategiami radzenia sobie z pojawiającymi się problemami.

Trzeba tu jednocześnie zaznaczyć, że proponowane podejście nie opiera się na praktykach konfrontowania. Z tej perspektywy bowiem ujęcia skoncentrowane na opozycjach podmiotowych lub przeciwstawiających sobie praktyki, tak samo jak te skoncentrowane na odseparowanych, pojedynczych praktykach nie tylko upraszczają doświadczenia użytkowników, lecz także współtworzą interpretacyjne ramy, które – bazując na ugruntowanych, apriorycznie zakładanych podziałach, sprzyjają reprodukcji nierówności i logik kontroli.

Tym, co formułowana tu propozycja oferuje w zamian, jest uważne czytanie praktyk i zjawisk przez siebie nawzajem. Jest to propozycja przesunięcia perspektywy: od myślenia o aplikacji jako dominującym, usztywnionym aparacie produkcji ku rozumieniu zjawisk medialnych jako splątanych, wzajemnie wytwarzających i wytwarzanych „elementów”. Przesuwa więc ona również nacisk z indywidualnego posiadania władzy na etyczne uwikłanie w sieć wzajemnych zobowiązań i potencjałów odpowiedzi konstytuujących się we wspólnym świecie ludzi i nie-ludzi. Jak zauważa Barad:

Ponosimy odpowiedzialność za świat, w którym żyjemy, nie dlatego, że jest on arbitralną konstrukcją – dziełem naszego swobodnego wyboru – ale dlatego, że jest efektem osadzania się w konkretnych praktykach, w których kształtowaniu mamy udział⁹⁸⁶.

Lapidarne formy wideo, TikTok czy trendy są w tym ujęciu splecionym konglomeratem praktyk materialno-dyskursywnych, nie zaś jednostronną, obezwładniającą siłą, jak bywają przedstawiane, co często wiąże się z nadmierną paternalizacją ich użytkowników⁹⁸⁷. W tej perspektywie kluczowe stają się nie tyle

⁹⁸⁶ K. Barad, *Spotkanie z wszechświatem...*, dz. cyt., s. 282.

⁹⁸⁷ Deklarowany dystans wobec praktyk młodzieży, często łączony z retoryką troski i odpowiedzialności, bywa przedstawiany jako warunek obiektywnej oceny. W praktyce jednak dystans ten może prowadzić do symbolicznego uprzedmiotowienia młodych użytkowników, którzy stają się przedmiotem oceny i ochrony

wartościowanie tych zjawisk, ile ich uważne rozpoznawanie – wraz z wpisanymi w nie napięciami, ograniczeniami i potencjalnościami, przy jednoczesnym zachowaniu uważności na te praktyki, które mogą generować określone ryzyka i szkody.

Podkreślenia wymaga jednocześnie, że choć w niniejszym rozdziale uwaga koncentruje się głównie na splątaniach dyskursów naukowych i publicystycznych, poruszane tu problemy nie stanowią efektu ich jednostronnego oddziaływania na rzeczywistość. W tym sensie przytaczane głosy krytyczne nie wzięły się znikąd, lecz pozostają powiązane z konkretnymi układami praktyk, które w różnym stopniu uczestniczą w materializacji analizowanych zjawisk. Jak zauważa Barad, nie wszystkie bowiem praktyki „równie skutecznie wytwarzają fenomeny, czyli ponawialne procesy materializacji (samo powiedzenie, że coś jest takie, a nie inne, nie doprowadzi do jego zmaterializowania)”⁹⁸⁸. Ponadto, przypomnijmy, że praktyki te wiążą się z konkretnymi możliwościami działania, w których kształtowaniu materia bierze aktywny udział⁹⁸⁹. Z tego względu kluczowe znaczenie dla materializacji omawianych zjawisk mają same lapidarne formy wideo oraz aplikacja TikTok – zwłaszcza w ich wymiarach organizacyjnych i technologicznych.

Podkreślam więc, że proponowane ujęcie nie zmierza do negowania potrzeby pociągania do odpowiedzialności wielkich korporacji technologicznych. Problematyka regulacji korporacji technologicznych, a także szerszych systemów organizacyjnych, prawnych i ekonomicznych, w ramach których współczesne organizacje funkcjonują, pozostaje jednym z najpilniejszych elementów debaty publicznej. Zakres sprawczości tych podmiotów nie powinien być jednak rozumiany jako autonomiczny, lecz jako wyłaniający się w splątaniu relacji technologicznych, instytucjonalnych i kulturowych, które określają możliwości działania⁹⁹⁰.

zarazem, przy jednoczesnym pomijaniu ich sprawczości oraz doświadczeniowego zakorzenienia w danych praktykach.

⁹⁸⁸ Tamże, s. 288.

⁹⁸⁹ Przy omawianych fenomenach należy więc cały czas mieć na uwadze również splątane praktyki korporacyjne, przybliżone czytelnikowi w piątym i szóstym rozdziale niniejszej rozprawy, bowiem „wyjaśnienia różnorodnych fenomenów i zdarzeń, które nie uwzględniają zarówno ograniczeń materialnych, jak i dyskursywnych, nie dostarczą empirycznie adekwatnych ujęć (nie każdy opis do tego wystarczy)”. Tamże. Jak ponadto zauważa Barad: „Cięć „nie dokonują obdarzone świadomością i wolą jednostki, lecz znacznie szerszy układ materialny, do którego „my” sami/ same przynależymy”. Tamże, s. 249.

⁹⁹⁰ Kwestia ta reorientuje odpowiedzialność za konkretne możliwości zmiany. Ich otwarcie jednak w dalszy ciągu zależy w znacznej mierze od splątanych praktyk organizacyjnych. Zagadnienie to jawi się więc raczej jako problem etyczno-polityczny. Dotyczy bowiem pytania o to, dla kogo i jakie formy autonomii są możliwe. Zob. P. Helm, T. Matzner, *Co-addictive human-machine configurations...*, dz. cyt., s. 7303.

Dobrze pokazuje to przypadek prób ograniczenia działania TikToka w Stanach Zjednoczonych, który ujawnił, że regulacje dotyczące platform nie odnoszą się wyłącznie do kwestii organizacyjnych i technologicznych, lecz rekonfigurują także praktyki kulturowe oraz relacje społeczne współtworzone w ich obrębie. Praktyki materialno-dyskursywne koncentrujące się na współczesnych mediach – w tym praktyki regulacyjne – powinny więc uwzględniać splątany charakter związanych z nimi zjawisk. Wyraźnie ujawiło się to w protestach użytkowników w Stanach Zjednoczonych w związku z próbą zablokowania aplikacji TikTok w 2025 roku⁹⁹¹, które – obok protestów realizowanych w formie nagrywanych i publikowanych na platformie treści – obejmowały także masową migrację do innych platform. Szczególnie znaczące było to, że wielu użytkowników – określających się mianem „TikTok refugees” – przenosiło się nie na alternatywy amerykańskie, lecz na inną aplikację o chińskim rodowodzie (Xiaohongshu/RedNote), czyniąc z tego gestu formę sprzeciwu wobec interwencji państwa w sferę ich praktyk kulturowych⁹⁹².

Jak pokazują analizy tego zjawiska, migracja ta nie była jednak wyłącznie reakcją polityczną, lecz ujawniała głębsze niedopasowanie między regulacyjnym ujmowaniem platform jako narzędzi wpisywanych w struktury państwowe w wymiarze organizacyjnym i technologicznym, z pominięciem ich funkcjonowania jako infrastruktury kulturowej, współtworzonej przez użytkowników i zakorzenionej w relacjach społecznych, praktykach oraz procesach konstruowania tożsamości⁹⁹³. Użytkownicy zwracali przy tym uwagę – często w sposób ironiczny⁹⁹⁴ – że forma reakcji amerykańskiego rządu przybrała nieproporcjonalnie rygorystyczny charakter.

W tym ujęciu stawką nie była wyłącznie kwestia pochodzenia platformy czy bezpieczeństwa danych, lecz raczej obrona wyłaniających się w jej obrębie form życia

⁹⁹¹ Ostatecznie doszło do zablokowania aplikacji na 12 godzin, określanych przez media nawet mianem „12 godzin grozy”. Jeszcze przed jego wprowadzeniem użytkownicy masowo publikowali nagrania, w których w wyraźnie emocjonalny sposób żegnali się z platformą. Zob. L. Varanasi, *12 godzin grozy amerykańskich tiktoków*, „Business insider”, 2025, <https://businessinsider.com.pl/technologie/nowe-technologie/donald-trump-reaguje-na-zawieszenie-dzialalnosci-tiktoka/g7dj366> (12.03.2026). Kwestia ta miała również konsekwencje badawcze, bowiem wraz z zablokowaniem aplikacji w Stanach Zjednoczonych realne stało się ryzyko utraty wielu danych (treści zamieszczanych w aplikacji przez amerykańskich użytkowników), zapisanych w dzienniku badawczym w formie linków.

⁹⁹² E. V. Johnston, *When Regulation Backfires: Cultural Infrastructure and the Mass Migration from TikTok to RedNote*, „Proceedings of the 12th International Conference on Communities & Technologies (C&T 2025)”, 2025, s. 28–43.

⁹⁹³ Tamże, s. 42.

⁹⁹⁴ Ilustrował to m.in. powielany przez użytkowników komentarz: „usa banned tiktok before guns bruh” (*USA zakazały TikToka wcześniej niż broni, bruh*).

społecznego, których arbitralne przerwanie postrzegane było jako nieakceptowalne. Jednocześnie sam akt migracji – motywowany zarówno protestem, jak i pragmatyką oraz ciekawością – ujawnia splątany charakter relacji między użytkownikami, platformami i regulacjami. W tym sensie działania regulacyjne nie tyle ograniczały określone zjawiska, ile prowadziły do ich rekonfiguracji, a nawet intensyfikacji, wzmacniając te same przepływy i powiązania, które miały zostać osłabione.

Jednocześnie warto zauważyć, że podobne reakcje nie towarzyszyły późniejszej restrukturyzacji własnościowej platformy, w wyniku której kontrola nad działalnością platformy w Stanach Zjednoczonych została w znacznym stopniu przeniesiona na podmioty amerykańskie. Pomimo fundamentalnego znaczenia tej zmiany z perspektywy geopolitycznej i regulacyjnej, nie wywołała ona porównywalnej mobilizacji użytkowników. Sytuacja ta wskazuje, że kluczowym czynnikiem aktywizującym nie była sama kwestia kontroli nad platformą, lecz zagrożenie ciągłości praktyk i relacji konstytuujących ją jako infrastrukturę kulturową.

Co istotne, nie oznacza to pełnej akceptacji tych zmian. Dostępne doniesienia medialne wskazują raczej na przesunięcie form reakcji użytkowników – od wcześniejszej mobilizacji zbiorowej ku bardziej rozproszonym praktykom wycofania, ograniczania aktywności czy artykulacji nieufności wobec kierunków poprowadzenia przejętej platformy⁹⁹⁵. Nawet jeśli dostrzegano potencjalne zagrożenia związane z prywatnością i przepływem danych, proponowane rozwiązania spotykały się z oporem wówczas, gdy ich konsekwencją było przerwanie lub destabilizacja codziennych praktyk. W tym sensie

⁹⁹⁵ Zastrzeżenia użytkowników dotyczyły przede wszystkim nowych warunków korzystania z platformy oraz obaw związanych z możliwością zwiększonej cenzury. Istotne okazały się również zgłaszane przez użytkowników problemy techniczne związane z funkcjonowaniem aplikacji, takie jak trudności z publikowaniem treści. Czynnikiem ten – zwłaszcza wśród twórców uzyskujących dochody za pośrednictwem platformy – wywoływał poczucie braku stabilności, a tym samym również niepokoju. Równocześnie część twórców zwracała uwagę na spadek dochodów oraz konieczność dywersyfikacji obecności w różnych środowiskach platformowych, uzasadniając to nieprzewidywalnością działania algorytmu oraz możliwością nagłych zmian zasad funkcjonowania aplikacji. Niektórzy użytkownicy zgłaszali również postrzegane upolitycznienie platformy, które wiązali ze zmianami zachodzącymi w jej funkcjonowaniu po kryzysie regulacyjnym w 2025 roku. Jak wskazuje jedna z relacji przywoływanych w prasie, użytkownicy zwracali uwagę między innymi na komunikaty oraz zmiany w działaniu systemu rekomendacji, interpretowane przez nich jako powiązane z bieżącym kontekstem politycznym. W pierwszym okresie po ogłoszeniu przejścia zaobserwowano ponadto wyraźny, choć krótkotrwały wzrost liczby usunięć kont, który następnie uległ stabilizacji. Zob. S. Braun, *'It's really sad': US TikTok users rethink app over concerns about privacy and censorship*, „The Guardian”, 2026, <https://www.theguardian.com/technology/2026/feb/01/tiktok-users-app-privacy-terms-conditions> (12.03.2026), Z. Vallese, *TikTok users are deleting the app, with removals up 150% following U.S. joint venture*, „CNBC”, 2026, <https://www.cnbc.com/2026/01/26/tiktok-uninstalls-are-up-150percent-following-us-joint-venture.html> (12.03.2026).

nieakceptowalne okazywało się nie tyle samo istnienie regulacji, ile takie jej formy, w których to użytkownicy ponoszą bezpośrednie koszty tych rozwiązań⁹⁹⁶.

Innymi słowy, dopóki platforma pozostaje dostępna i operacyjnie niezmienną na poziomie doświadczenia użytkownika, jej przekształcenia własnościowe mogą pozostawać relatywnie niewidoczne, a tym samym nie generować analogicznych form sprzeciwu. Potwierdza to, że to nie abstrakcyjna kwestia „pochodzenia” aplikacji stanowiła główną stawkę wcześniejszych protestów, lecz możliwość dalszego uczestnictwa w wyłaniających się w jej obrębie relacjach, praktykach i formach ekspresji.

W tym sensie, jak zauważa Barad, kwestie sprawczości i odpowiedzialności są w ujęciach relacyjnych nawet bardziej doniosłą kwestią niż w ujęciach liberalnych. Oznacza to, że odpowiedzialna postawa musi uwzględniać fakt, iż przekształcenia relacji w jednej konfiguracji (np. regulacje dotyczące – w założeniu – fenomenów technologicznych i organizacyjnych) pociągają za sobą ich rekonfiguracje w innej, nierozzerwalnie z nim splątanej (np. kulturowych, związanych z funkcjonowaniem zróżnicowanych grup społecznych). Nie jest to więc logika zewnętrznych ingerencji w uprzednio wyodrębnione byty, lecz raczej dokonywania wewnątrzprzekształceń. Jak zauważa Karen Barad, „zrozumienie i przetworzenie różnorodnych aparatów dyscyplinarnych w oderwaniu nie wystarczy. Liczą się intra-akcje”⁹⁹⁷.

Przypomnijmy, że przestrzeń sprawczości „wpisuje się tu w samą naturę intra-aktywności”. Jest więc:

[...] nie tylko znacznie szersza, niż to dopuszcza większość ujęć poststrukturalistycznych, ale także, co może wydać się zaskakujące, szersza, niż to postuluje liberalny humanizm [...] Sprawczość to czynienie/bycie w jego (świata przyp. Ł.J) intra-aktywności. To wprowadzanie ponawialnych zmian w poszczególnych praktykach – ponawialne rekonfigurowanie topologicznych rozmaitości czasoprzestrzennych relacji – za sprawą dynamicznej intra-aktywności. W sprawczości chodzi o zmianę możliwości zmiany, jaką pociąga za sobą zrekonfigurowanie materialno-dyskursywnych aparatów produkcji cielesnej, łącznie z wytyczaniem granic i dokonywaniem wykluczeń, jakie wyznaczają owe praktyki w ustanawianiu struktury przyczynowej. Poszczególne możliwości (intra)akcji istnieją w każdym momencie, a te zmieniające się możliwości obejmują etyczne zobowiązanie do odpowiedzialnych intra-akcji uczestniczących w stawaniu się świata, do

⁹⁹⁶ E. V. Johnston, *When Regulation Backfires...* dz. cyt.

⁹⁹⁷ K. Barad, *Spotkanie z wszechświatem...*, dz. cyt., s. 308.

kwestionowania i przepracowywania tego, co obdarzone materioznaczeniem, oraz tego, co zostaje go pozbawione⁹⁹⁸.

Jest to zatem kwestia przyjęcia postawy rozumiejącej, która nie upraszcza zjawisk, nie sprowadza ich interpretacji do jednowymiarowych diagnoz ani nie redukuje odpowiedzialności do jednostkowych wyborów. Perspektywa ta pozwala dostrzec zarówno możliwości działań zapobiegawczych, jak i strategię negocjowania ryzyk podejmowane przez użytkowników w obrębie złożonych układów materialno-dyskursywnych, a zarazem otwiera przestrzeń dla ich wspierania w sposób etycznie ugruntowany i sytuowany wewnątrz świata praktyk⁹⁹⁹. To bowiem w splątaniu fenomenów wyłaniają się zdolności do odpowiedzi (*response-ability*)¹⁰⁰⁰, w których lokuje się sprawczość i za które ponosimy współodpowiedzialność.

Przyjęcie perspektywy dyfrakcyjnej – opartej na uważnym przebywaniu, czytaniu przez praktyki i trosce o splątania – stanowi w tym sensie nie tylko narzędzie analizy, lecz także propozycję określonej postawy, która – wychodząc z założenia o nieokreśloności zjawisk – stwarza możliwość rekonfigurowania zmiennych układów. W ten sposób, zamiast reprodukcja dominujących praktyki poróżniania i upraszczającego odrzucania, otwiera przestrzeń dla nowych możliwości działania oraz współwytwarzania bardziej odpowiedzialnych i uważnych „wzorców myślenia-bycia [*thinking-being*]”¹⁰⁰¹.

⁹⁹⁸ Tamże, s. 325–326.

⁹⁹⁹ W takim ujęciu odpowiedzialna postawa nie polega na radykalnym dystansowaniu kogoś lub czegoś od praktyk cyfrowych, lecz na podejmowaniu złożonych problemów, na przykład w ramach rzetelnie prowadzonej edukacji medialnej, opartej na uważnych i pogłębionych odczytaniach praktyk wyłaniających się z codziennego współprzebywania z młodymi użytkownikami. Edukacja taka mogłaby funkcjonować jako ugruntowana etycznie praktyka, nie tyle narzucająca zewnętrzne normy, ile odwołująca się do już istniejących sposobów działania i orientacji użytkowników.

¹⁰⁰⁰ Wywiad z Karen Barad..., dz. cyt., s. 46–47.

¹⁰⁰¹ Tamże, s. 49.

Zakończenie

Badane w niniejszej rozprawie zjawiska wymykają się jednoznacznej kwalifikacji i stabilnemu ujęciu analitycznemu. Lapidarne formy wideo, praktyki ich wytwarzania i cyrkulacji oraz środowiska, w których funkcjonują, wyłaniają się jako dynamiczne konfiguracje o zmiennych, relacyjnie ustanawianych granicach, znaczeniach i sprawczościach. Takie ujęcie prowadzi do rewizji rozumienia krótkości: nie jako redukcji czy uproszczenia przekazu, lecz jako formy kondensacji intensyfikującej znaczenia, afekty i działania w obrębie relacyjnych układów komunikacyjnych. Krótkość nie jest więc jedynie cechą formalną przekazów, lecz jedną z zasad organizujących ich cyrkulację, widzialność i skuteczność w środowiskach cyfrowych.

Zaproponowane ujęcie pozwala opisać nowe lapidarności jako zjawiska wykraczające poza tradycyjne podziały gatunkowe i medialne. Nie funkcjonują one jako zamknięte teksty, lecz jako operacyjne jednostki obiegu współkonstytuowane przez praktyki użytkowników, parateksty, interfejsy oraz algorytmiczne i organizacyjne mechanizmy platform. Ich skuteczność wynika z kondensacji przekazu rozumianej nie jako uproszczenie, lecz jako kompresja odniesień i kodów kulturowych, która intensyfikuje komunikację, zwiększa podatność przekazu na dalszy obieg i otwiera go na dalsze przekształcenia. Kondensacja ta przenosi część ciężaru produkcji znaczenia na odbiorcę: sens nie stabilizuje się na poziomie pojedynczego artefaktu, lecz powstaje poprzez powtórzenia, wariacje i rekonfiguracje w obrębie rozproszonych serii i pomiędzy różnymi formatami. Z tego względu formy te pozostają zarazem intensywne i nietrwałe, silnie powiązane z temporalnością platformową.

Szczególnie wyraźnie dynamika ta ujawnia się w obrębie lapidarnych form wideo, które stanowią dziś jedną z najważniejszych przestrzeni kondensacji i intensyfikacji współczesnych praktyk komunikacyjnych. Ich specyfika ujawnia się zwłaszcza w multimodalnym splątaniu komponentów wizualnych, dźwiękowych i tekstowych. Szczególną rolę odgrywa tu komponent audialny – zwłaszcza muzyka – współorganizujący rytm, strukturę i znaczenie przekazu. Tożsamość tych form nie wynika ze stabilnych cech formalnych, lecz wyłania się relacyjnie i lokalnie: w splątaniu z innymi nowymi lapidarnościami, w zdolności do powielania i przekształceń, w powiązaniu z interfejsami oraz w funkcjonowaniu w warunkach ciągłego przepływu.

Przeprowadzona w niniejszej pracy analiza ujawnia zarazem ograniczenia dominujących sposobów opisu tych zjawisk, koncentrujących się na poziomie treści, jak

i praktyk ich przekształcania. Choć zastosowana w ostatniej części II rozdziału dysertacji kategoria remiksu pozwala trafnie ujmować operacje dokonywane na tekście, w tym praktyki jego rekontekstualizacji, okazuje się niewystarczająca wobec złożoności analizowanych form, gdyż skupienie na operacjach wykonywanych na treściach oraz działaniach użytkowników prowadzi do pominięcia relacji konstytuujących warunki ich powstawania, widoczności i odbioru.

Obecne w pracy napięcia między różnymi sposobami ujmowania analizowanych zjawisk – m.in. między perspektywami skoncentrowanymi na tekście, formie i praktykach ich przekształcania – nie oznaczają niespójności, lecz wynikają z relacyjnego charakteru badanego fenomenu. Platformowy wymiar analizowanych zjawisk pozostaje istotnym punktem odniesienia już w pierwszych partiach rozprawy, gdzie ujmowany jest przede wszystkim na poziomie warunków cyrkulacji, widzialności i formalnej organizacji lapidarnych form wideo. Dalsze części pracy przesuwają jednak punkt ciężkości ku perspektywie procesualnej, relacyjnej i performatywnej, która pozwala ujmować tekst, praktykę oraz materialno-technologiczne warunki ich funkcjonowania jako elementy współkonstytuujących się układów działania.

Kluczowym przesunięciem zaproponowanym w niniejszej pracy jest zatem odejście od ujmowania mediów jako zbiorów tekstów podlegających interpretacji na rzecz analizy procesów ich wyłaniania, w których tekst stanowi jedynie jeden z elementów szerszych konfiguracji relacyjnych. Oznacza to również przesunięcie od rozumienia platformy przede wszystkim jako interfejsu, środowiska obiegu czy układu afordancji ku ujmowaniu jej jako dynamicznego fenomenu relacyjnego i aparatu produkcji. Lapidarne formy wideo nie są tu traktowane jako stabilne obiekty, lecz jako efekty dynamicznych intra-akcji, w których elementy środowiska medialnego – ludzkie i nie-ludzkie – współkonstytuują się nawzajem. Perspektywa ta przesuwa analizę z poziomu pojedynczych przekazów na poziom praktyk i układów relacyjnych, w których nie sposób uprzednio wyodrębnić autonomicznych aktorów ani przypisać im jednoznacznych zakresów sprawczości. Wyłania się ona w relacji do zmienności i niestabilności badanych zjawisk, umożliwiając zarazem uchwycenie warunków ich skuteczności oraz konfiguracji sprawczości, w których zjawiska te się konstytuują.

Tak rozumiane przesunięcie nie dotyczy wyłącznie sposobu opisu badanego zjawiska, lecz wymaga również przekształcenia samej praktyki badawczej. Jedną z możliwych odpowiedzi na tę potrzebę jest proponowana w niniejszej pracy perspektywa (n)etnografii dyfrakcyjnej. Nie jest ona zbiorem technik badawczych ani zestawem

konkretnych metod, lecz stanowi propozycję myślenia o badaniu jako praktyce, w której teoria, dane oraz doświadczenie wyłaniają się we wzajemnym splątaniu. Konsekwencją przyjęcia takiej perspektywy jest przesunięcie od obserwacji praktyk użytkowników ku uczestnictwu w relacyjnych konfiguracjach, w których konstytuują się zarówno badane zjawiska, jak i warunki ich poznania. Badanie nie polega tu na reprezentowaniu zewnętrznego obiektu, lecz na odpowiedzialnym uczestnictwie w procesach jego współkonstytuowania. W odniesieniu do fenomenów właściwych dla wysoce ucyfrowionego świata oznacza to również odejście od ujmowania tego, co online i offline, jako odrębnych domen rzeczywistości, na rzecz uznania ich splątanego charakteru.

Dyfrakcyjna lektura fenomenu TikToka pozwala zauważyć, że jego funkcjonowanie nie rozgrywa się w oddzielnych porządkach, lecz w splątaniu aparatów produkcji, które – odczytane przez propozycję Jona McKenziego – można powiązać z wyzwaniem kulturowej skuteczności, technologicznej sprawności oraz organizacyjnej wydajności. Nie stanowią one jednak oddzielnych poziomów ani stabilnych paradygmatów, lecz wyłaniają się jako efekty sprawczych cięć dokonywanych w pierwotnym splątaniu. Trzy wskazane aparaty nie funkcjonują więc obok siebie, lecz intra-akcyjnie współtworzą dynamiczne konfiguracje, w których wyzwania skuteczności, sprawności i wydajności wzajemnie się przekształcają. To właśnie w tych konfiguracjach wyłaniają się konkretne formy uczestnictwa, sposoby działania oraz układy sprawczości charakterystyczne dla TikToka i szerzej – współczesnych mediów platformowych.

W tym sensie praktyk użytkowników nie można ujmować wyłącznie w perspektywie kulturowej, lecz jako elementy splątanych aparatów produkcji, w których ekspresje kulturowe pozostają nierozdzielnie powiązane z technologicznymi warunkami ich realizacji oraz organizacyjnymi mechanizmami ich przechwytywania, porządkowania i monetyzacji. W tym ujęciu platforma nie stanowi tła dla działań użytkowników, lecz efekt działania tych aparatów, współkształtujących zarówno warunki widzialności, jak i same możliwości działania. Figury takie jak „użytkownik”, „pracownik” czy „algorytm” nie określają więc stabilnych bytów ani ról funkcjonujących w odrębnych porządkach, lecz są efektami konkretnych konfiguracji dyskursywno-materialnych oraz dokonywanych w ich obrębie cięć. Oznacza to, że pozorne sprzeczności – jak jednoczesne funkcjonowanie użytkownika w logice rozrywki i pracy – nie wynikają z napięcia między odrębnymi systemami, lecz z działania aparatu, który, różnicując fenomen, wytwarza jego wielorakie, współzależne dookreślenia.

Perspektywa ta pozwala również przeformułować problem sprawczości. Nie jest ona własnością jednostki ani rezultatem zderzenia zewnętrznych struktur, lecz relacyjną zdolnością do odpowiedzi, wyłaniającą się w obrębie konkretnych układów. Tym samym zarówno działania użytkowników, jak i mechanizmy platformowe należy rozumieć jako współkonstyтуujące się elementy procesów, które nie są ani w pełni determinujące, ani dowolne, lecz otwierają pole choć warunkowanych, to zmiennych i nigdy w pełni nieprzesądzonych możliwości działania.

Dynamika ta szczególnie wyraźnie ujawnia się w analizowanej relacji między użytkownikiem a algorytmem. Nie jest to jednak relacja między odrębnymi bytami, lecz efekt konfiguracji praktyk, w których zarówno „użytkownik”, jak i „algorytm” wyłaniają się jako współzależne fenomeny. Algorytm nie funkcjonuje tu jako autonomiczny mechanizm porządkujący treści, lecz jako relacyjny efekt działań organizacyjnych, technologicznych i kulturowych, współkonstyтуowany przez praktyki użytkowników, logiki platformowe oraz szersze konteksty społeczne. Oznacza to, że angażując się „w algorytm”, użytkownik nie wchodzi w relację z odrębnym systemem, lecz uczestniczy w spletanym układzie, w którym współwyłaniają się zarówno jego doświadczenia, jak i warunki ich możliwości. Stąd algorytm nie tyle „dopasowuje się” do użytkownika, ile wraz z nim współwytwarza dynamiczne układy odniesień, obejmujące innych użytkowników, wydawnicze strategie zarządzania, cyrkulujące treści oraz praktyki ich przekształcania i udostępniania. Perspektywa ta pozwala tym samym zakwestionować rozpowszechnione ujęcia koncentrujące się na indywidualnej relacji podmiotu z systemem rekomendacyjnym – zamiast „algorytmicznego ja” wyłania się relacyjna konfiguracja, w której tożsamość, doświadczenie i działanie konstytuują się w splecaniu praktyk przekraczającym zarówno poziom jednostki, jak i granice samej aplikacji.

Jednym z kluczowych wymiarów fenomenu TikToka są trendy, stanowiące jego lokalne i intensywne konfiguracje. Nie są one po prostu gotowymi wzorcami do naśladowania, lecz relacyjnie konstytuowanymi układami praktyk, które współorganizują możliwości działania, rytmy uczestnictwa i formy widzialności. Trend nie tyle „istnieje”, ile wydarza się jako proces ponawialnej intra-aktywności, w którym to, co rozpoznawalne, i to, co wykonalne, ulega ciągłym przekształceniom. Poszczególne tiktoki zaś nie są wtórnymi egzemplifikacjami trendu, lecz momentami jego współwytwarzania i różnicowania. Oznacza to, że granice uczestnictwa, kryteria widzialności oraz zakres sprawczości nie poprzedzają praktyk, lecz wyłaniają się w ich

splątaniu, a to, co w jednym układzie funkcjonuje jako ograniczenie, w innym może stać się źródłem nowych możliwości działania.

Z tej perspektywy trendy nie są ani zewnętrznymi normami narzucanymi użytkownikom, ani wyłącznie efektami oddolnej kreatywności. Ich dynamika nie sprowadza się do opozycji podporządkowania i oporu, lecz polega na nieustannej rekonfiguracji relacji, w których oba te wymiary współwystępują i wzajemnie się warunkują. Trend jawi się tu zarazem jako fenomen i aparat produkcji, w którym szczególnie intensywnie przejawia się sprawcza dynamika splątanych układów, a także jako przestrzeń konstytuowania się możliwości odpowiedzi, negocjacji i przekształceń.

Kolejnym kluczowym wymiarem fenomenu TikToka są procesy włączania. W niniejszej pracy proponowałem ujmować je nie tyle jako prosty mechanizm rozszerzania pola uczestnictwa, lecz jako relacyjną praktykę aparatu, dokonującą się na różnych poziomach konfiguracyjnych poszczególności i ogólności – zarówno w obrębie trendów, jak i szerzej, w obrębie samego fenomenu platformy. Nie polegają one więc na zwiększaniu liczby aktorów obecnych na platformie, lecz na ciągłych rekonfiguracjach intra-akcyjnych, w których splatają się elementy ludzkie i nie-ludzkie – użytkownicy, algorytmy, interfejsy, praktyki kulturowe, dyskursy medialne oraz szersze mechanizmy organizacyjne, technologiczne i kulturowe współkształtujące dany układ.

Nie wprowadzają one elementów do uprzednio istniejącego układu, lecz współwytwarzają granice tego, co może pojawić się jako element fenomenu. Oznacza to, że różnica między tym, co „wewnątrz” i „na zewnątrz” danego układu, nie ma charakteru uprzedniego, lecz wyłania się w procesach intra-akcyjnego różnicowania. W rezultacie włączanie może zarówno otwierać przestrzeń dla nowych form uczestnictwa i ekspresji, jak i reprodukować istniejące asymetrie władzy, wykluczenia czy hierarchie społeczne. Nie jest ono prostym rezultatem intencjonalnych działań użytkowników czy strategii platformy, lecz efektem dynamicznych przeobrażeń relacji, w których określone praktyki, treści i podmioty zyskują widzialność lub – przeciwnie – ulegają wyciszeniu. Procesy te ujawniają zarazem relacyjny charakter fenomenu TikToka: platforma nie działa jako autonomiczny czynnik przekształcający rzeczywistość, lecz jako element dynamicznych splątań materialno-dyskursywnych, w których znaczenia, praktyki i formy uczestnictwa są nieustannie współkonstytuowane. Nie chodzi tu więc o interakcje uprzednio istniejących elementów, lecz o wyłanianie się relacyjnych konfiguracji w procesie ich wewnątrz-różnicowania.

Problematyka ta została w niniejszej pracy rozwinięta w trzech szczególnie istotnych konfiguracjach procesu włączania. Po pierwsze, w analizie splątania fenomenu TikToka z przemysłem muzycznym, która pokazuje, że muzyka nie funkcjonuje tu jako autonomiczny tekst kultury, lecz kształtuje się w relacyjnych układach praktyk, w których współkonstrytuują się jej znaczenia, sposoby produkcji oraz formy obecności w obiegu. Po drugie, w analizie trendów ujmowanych jako włączające aparaty produkcji, rekonfigurujące relacje dalece wykraczające poza samą aplikację i zjawiska, które można by uznać za bezpośrednio z nią związane. Po trzecie, w analizie splątania fenomenu TikToka z fenomenem starości, która pozwala uchwycić marginalizację seniorów nie jako efekt cechy esencjalnej czy prostego oddziaływania architektury platformowej, lecz jako relacyjny rezultat różnicowania i wyznaczania granic w obrębie konkretnych konfiguracji materialno-dyskursywnych. Wykluczenie i włączanie seniorów w obręb fenomenu TikToka nie stanowią więc stanów zastanych, lecz efekty działania splątanych aparatów produkcji, które, różnicując warunki widzialności, czynią ich obecność mniej oczywistą lub sytuują ją jako niezgodną z dominującymi formami ekspresji. Takie ujęcie, otwarte na szersze splątania relacyjne, pozwoliło zarazem dostrzec, że w konkretnych konfiguracjach włączania seniorów istotniejsza niż sama widzialność online czy bezpośrednie oddziaływanie mechanizmów platformowych może okazywać się współpraca z młodszymi użytkownikami, otwierająca przestrzeń dla relacji międzypokoleniowych, wymiany umiejętności i negocjowania sposobów uczestnictwa.

Ujęte łącznie przykłady te pokazują, że fenomen TikToka – w tym również trendy jako jego lokalne konfiguracje – nie funkcjonuje jako zamknięte zjawisko medialne, lecz jako aparat włączający zdolny do relacyjnej rekonfiguracji splątanych wykraczających poza samą platformę. Nie tyle się rozprzestrzenia, ile współprzekształca warunki współobecności i widzialności. Proces ten ma charakter intra-akcyjny i obejmuje coraz szersze układy: instytucje, miejsca, produkty, a nawet całe sektory gospodarki. Efekty tych procesów materializują się zarówno w zmianach praktyk konsumenckich, jak i przekształceniach infrastrukturalnych czy ekonomicznych, takich jak wzrost popytu na określone dobra czy intensyfikacja ruchu turystycznego.

Jednocześnie procesy te nie poddają się prostym ujęciom w kategoriach dominacji i oporu. Włączanie może bowiem zarówno rekonfigurować warunki widzialności i możliwości działania w obrębie określonych układów, jak i prowadzić do instrumentalizacji lub utraty kontroli nad własną obecnością w splątaniu. Taka perspektywa pozwala zarazem zwrócić uwagę na problematyczność obecnych w

dyskursie publicznym sformułowań przypisujących aplikacji nieograniczony – zazwyczaj negatywny – wpływ na rzeczywistość, a także odsłonić ich zakorzenienie w określonym sposobie rozumienia świata. Ujmowanie zjawisk za pomocą kategorii interakcji – zakładających istnienie odrębnych, uprzednio danych bytów – prowadzi bowiem do ich upraszczającej interpretacji w kategoriach jednostronnego oddziaływania platformy na rzeczywistość. W rezultacie złożone procesy włączania ujmowane są jako efekt działania jednego dominującego czynnika, co sprzyja reprodukowaniu uproszczonych opozycji oraz wzmacnianiu społecznych niepokojów.

Perspektywa relacyjna pozwala zarazem problematyzować dominujące sposoby opisu współczesnych praktyk medialnych. Kategorie takie jak „uzależnienie”, „banalność” czy „tiktokizacja świata” nie są neutralnymi narzędziami opisu, lecz współuczestniczą w wytwarzaniu określonych konfiguracji znaczeń, afektów i relacji władzy. Zamiast jednoznacznych ocen potrzebna jest więc analiza złożonych układów materialno-dyskursywnych, w których wyłaniają się zarówno potencjały działania, jak i ich ograniczenia.

Taki sposób problematyzowania zjawisk (około)medialnych nie prowadzi przy tym do rozmycia odpowiedzialności dużych podmiotów organizacyjnych, w tym korporacji technologicznych. Przeciwnie, ujmując sprawczość jako relacyjnie osadzoną w konkretnych układach dyskursywno-materialnych, pozwala ostrzej uchwycić dynamicznie kształtujące się asymetrie władzy, nie przesądzając zarazem z góry zakresów możliwości działania poszczególnych elementów układu. Z tej perspektywy interwencje społeczne i regulacyjne nie powinny koncentrować się na jednym wyodrębnionym wymiarze zjawiska, lecz uwzględniać splątany charakter relacji technologicznych, kulturowych i organizacyjnych. Ujmowanie problemów przez pryzmat tylko jednego z tych wymiarów prowadzi bowiem do uproszczeń, które ograniczają możliwość ich adekwatnego rozpoznania i mogą wywoływać niezamierzone konsekwencje w powiązanych obszarach. Wymaga to ujmowania takich działań jako wewnątrz-ingerencji w splątane układy relacji, w których każde „cięcie” rekonfiguruje całość, współkształtując warunki możliwości działania w wielu wymiarach jednocześnie.

W tym sensie odpowiedzialność nie polega na wskazywaniu pojedynczych źródeł wpływu ani przypisywaniu winy wybranym aktorom, lecz na uważnym uczestnictwie w procesach współwytwarzania świata – także w sposobach jego opisywania i analizowania. Perspektywa dyfrakcyjna umożliwia tym samym przesunięcie uwagi z

logik uproszczeń ku analizie relacji, napięć i splątań, w których wyłaniają się zarówno możliwości działania, jak i ich ograniczenia.

Pozwala ona zarazem inaczej rozumieć ograniczenia niniejszej pracy, które nie wynikają wyłącznie z zakresu analizowanego materiału ani z arbitralnych decyzji badacza, lecz z usytuowanych cięć współkonstyтуujących badany fenomen i zarazem warunki jego poznawalności. Nie stanowią one więc jedynie efektu selekcji materiału czy ograniczeń objętościowych, lecz rezultat intra-akcyjnych warunków poznania współwyznaczających to, co może zostać uchwycone w analizie. Oznacza to, że niektóre wątki, teksty i odniesienia pozostają poza jej bezpośrednim zakresem nie dlatego, że są nieistotne, lecz dlatego, że nie wyłaniają się jako centralne w obrębie konfiguracji, w których fenomen staje się częściowo poznawalny.

Otwiera to zarazem potrzebę skierowania uwagi ku temu, co pozostaje na marginesach prowadzonych analiz – ku treściom, praktykom i formom uczestnictwa niewpisującym się w dominujące konfiguracje widzialności, a także ku szerszym kontekstom geopolitycznym i regulacyjnym. Nie stanowią one jednak „braku” czy analitycznego „niepowodzenia”, lecz – w ujęciu sprawczego realizmu – nieodłączny element stawania się świata i istotny wymiar samego fenomenu. Jako efekty cięć, współkształtowane w konkretnych układach materialno-dyskursywnych, współkonstyтуują to, co może zaistnieć jako widzialne, a tym samym wyznaczają granice tego, co może się wyłonić, umożliwiając uchwycenie istotnych aspektów funkcjonowania analizowanych zjawisk – także tam, gdzie przyjmują one formy trudniejsze do rozpoznania i pozostające poza dominującymi logikami widzialności.

Niniejsza rozprawa ma więc charakter raczej otwierający niż uniwersalizujący czy zamykający: zamiast zamykać analizowany fenomen, proponuje sposób jego ujmowania podatny na dalsze rekonfiguracje. W tym sensie formułowane w jej obrębie rozpoznania nie pretendują do ostatecznych rozstrzygnięć, lecz wskazują kierunki dalszych analiz. Z przeprowadzonych rozważań wyłania się ujęcie lapidarnych form wideo nie jako autonomicznych tekstów, lecz jako relacyjnych fenomenów współkonstyтуowanych przez praktyki użytkowników, platformowe infrastruktury i szersze układy dyskursywno-materialne. Rozwijane ujęcie nowych lapidarności otwiera możliwość opisu współczesnych, multimodalnych i platformowo organizowanych form komunikacji opartych na kondensacji, natychmiastowości i rekontekstualizacji. TikTok ujawnia się zaś nie tylko jako środowisko cyrkulacji treści rozrywkowych, lecz także jako aparat produkcji współkształtujący widzialność, uczestnictwo oraz granice włączania.

Powyższe rozpoznania prowadzą do istotnego przesunięcia w sposobie stawiania pytania o działanie i odpowiedzialność. Istotne staje się nie tyle to, czy działać, ile jak działać – a przede wszystkim, jak działać etycznie i odpowiedzialnie. Oznacza to przejście od logiki interwencji skierowanej wobec wyodrębnionych obiektów ku odpowiedzialnemu uczestnictwu w procesach ich współwytwarzania. Perspektywa ta nie znosi potrzeby regulacji, lecz wskazuje na konieczność jej sytuowania w obrębie relacyjnych konfiguracji, które każdorazowo wymagają uważnego rozpoznania oraz uwzględnienia ich splątanego charakteru. W tym sensie jedną z możliwych odpowiedzi pozostaje (n)etnografia dyfrakcyjna, która staje się nie tylko sposobem badania, lecz także sposobem bycia (ze) świata. Każde poznanie jest tu zarazem działaniem interwencyjnym, a każde rozróżnienie współkształtuje nowe otwarcia, wyznaczając konkretne możliwości działania.

Bibliografia

- Abidin C., Kaye D. B. V., *Audio memes, earworms, and templatability: The 'aural turn' of memes on TikTok* [w:] *Critical Meme Reader: Global Mutations of the Viral Image*, Ch. Arkenbout, J. Wilson, D. de Zeeuw (red.), Institute of Network Cultures, Amsterdam 2021, s. 58–68.
- Abidin C., Vizcaíno-Verdú A., *Music Challenge Memes on TikTok*, „International Journal of Communication”, t. 16, 2022, s. 883–908.
- Abidin C., *Mapping Internet Celebrity on TikTok: Exploring Attention Economies and Visibility Labours*, „Cultural Science Journal”, 12(1), 2020, s. 77-103.
- Adamiak M., *Materia w procesie. Metafizyka splątania Karen Barad wobec aporii dyskursu i wykluczeń* [w:] *Feministyczne nowe materializmy: usytuowane kartografie*, Olga Cielmęcka, Monika Rogowska-Stangret (red.), E-naukowiec, Lublin 2018.
- Alexander A., *Musicians, Virtual Influencers, and Fandom: A Comparative Analysis of the Influence Majors, Independents, and Non-human Social Media Influencers Have on Spotify Monthly Listener Numbers and Popularity Scores Based on Social Media Data*, rozprawa doktorska, University of the Cumberland, 2024.
- Algorytmiczna kultura*, Tomasz Bielak, Grzegorz Ptaszek (red. tem.), „Kultura współczesna” 1(104), 2019.
- André G., *Youth, Technologies and Becomings. Rethinking Digital Literacies Through Relational Ontologies*, Routledge, London–New York 2022.
- Artieri G.B., Brilli S., Zurovac E., *Below the radar: Private groups, locked platforms, and ephemeral content – introduction to the Special Issue*, „Social Media + Society” 1(7), 2021, s. 1–7.
- Arystoteles, *Retoryka*, ks. III, Henryk Podbielski (tłum.), PWN, Warszawa 2004.
- Asmawati E., Saikhu A., Siahn D. O., *Sentiment Analysis of Meme Images Using Deep Neural Network Based on Keypoint Representation*, „Informatics”, nr 12(4), 2025, s. 1–17.
- Augustyn, *De doctrina christiana*, ks. IV, Jan Sulowski (tłum.), PAX, Warszawa 1989.
- Auslander P., *Digital Liveness: A Historico-Philosophical Perspective*, „PAJ: A Journal of Performance and Art”, Vol. 34, nr 3 (102), 2012, s. 3–11.
- Auslander P., *Presence and Resistance: Postmodernism and Cultural Politics in Contemporary American Performance*, University of Michigan Press, Ann Arbor 1992.

- Auslander P., *Twenty-First-Century Girl: Lady Gaga, Performance Art, and Glam*, [w:] *Global Glam and Popular Music: Style and Spectacle from the 1970s to the 2000s*, Ian Chapman, Henry Johnson (red.), Routledge, 2016, s. 182–198.
- Avdeeff M., *Lil Nas X, TikTok, and the Evolution of Music Engagement on Social Networking Sites*, [w:] *Virtual Identities and Digital Culture*, Victoria Kannen, Aaron Langille (red.), Routledge, 2023, s. 221–230.
- Barad K., *Diffraction: Cutting Together-Apart*, „Parallax” (20), 2014, s. 168–187.
- Barad K., *Erasers and Erasures: Pinch’s Unfortunate ‘Uncertainty Principle’*, „Social Studies of Science”, Vol. 41, No. 3, 2011, s. 443–454.
- Barad K., *Posthumanistyczna performatywność: ku zrozumieniu, jak materia zaczyna mieć znaczenie*, Joanna Bednarek (tłum.) [w:] *Teorie wywrotowe. Antologia przekładów*, Agnieszka Gajewska (red.), Wydawnictwo Poznańskie, Poznań 2012.
- Barad K., *Spotkanie z wszechświatem w pół drogi. Fizyka kwantowa a splątanie materii ze znaczeniem*, Sławomir Królak (tłum.), Wydawnictwo Wojewódzkiej Biblioteki Publicznej i Centrum Animacji Kultury w Poznaniu, Poznań 2024.
- Barad K., *Troubling Time/s and Ecologies of Nothingness: Re-Turning, Re-Membering, and Facing the Incalculable*, „New Formations”, nr 92, 2017, s. 56–86.
- Barad K., *What Flashes Up: Theological-Political-Scientific Fragments*, s. 39. [w:] *Entangled Worlds: Religion, Science, and New Materialisms*, Catherine Keller i MaryJane Rubenstein (red.), Fordham University Press, Nowy Jork, 2017, s. 21–88.
- Barad K., Gandorfer D., *Political Desirings: Yearnings for Mattering (,) Differently*, „Theory, Culture & Society”, nr 38(6), 2021, s. 14–44.
- Baron N. S., *Language of the Internet*, [w:] Ali Farghali (red.), *The Stanford Handbook for Language Engineers*, CSLI Publications, Stanford 2002, s. 59–127.
- Bauman Z., *Płynna nowoczesność*, Tomasz Kunz (tłum.), Wydawnictwo Literackie, Kraków 2006.
- Bauman Z., *Niecodziennność nasza codzienna*, [w:] *Barwy codzienności. Analiza socjologiczna*, Małgorzata Bogunia-Borowska (red.), Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2009.
- Bawden M. M., Robinson L., *The Information Overload Syndrome*, „Journal of Information Science”, nr 35, 2009, s. 265–270.
- Baym N. K., boyd d., *Socially Mediated Publicness: An Introduction*, „Journal of Broadcasting & Electronic Media”, 56:3, 2012, s. 320–329.

- Bednarczyk D., *Przeciwdziałanie cyfrowemu wykluczeniu (e-integracja) w Polsce*, „Biuletyn EBIB” 2014, nr 9 (154), s. 1-12.
- Benjamin W., *The Work of Art in the Age of Its Technological Reproducibility, and Other Writings on Media*, Harvard University Press, Cambridge (MA) 2008.
- Berger J., *Nasze twarze, moje serce, związane jak fotografie*, Marek Chojnacki (tłum.), Świat Literacki, Warszawa 2006.
- Berger J., *Sposoby widzenia*, Mariusz Bryl (tłum.), Fundacja Aletheia, Warszawa 2008.
- Bernstein S. D., Chavez J. M., *Serialization and Victorian Literature*, [w:] *Oxford Research Encyclopedia of Literature*, Oxford University Press, Oxford 2017.
- Betlemidze M., *Jalaiah Effect: A Story of a Stolen Dance on TikTok and Trans-Platformization of Ignorance*, „Social Media + Society”, nr 1, 2025, s. 1–12.
- Bhandari A., Bimo S., *TikTok and the algorithmized self: A new model of online interaction*, „Paper presented at AoIR 2020: The 21st Annual Conference of the Association of Internet Researchers”, Virtual Event: AoIR, 2020.
- Bhandari A., Bimo S., *Why’s Everyone on TikTok Now? The Algorithmized Self and the Future of Self-Making on Social Media*, „Social media & Society”, 8(1), 2022, s. 1–11.
- Binns A., *Don’t Feed the Trolls! Managing Troublemakers in Magazines’ Online Communities*, „Journalism Practice”, nr 6(4), 2012, s. 547–562.
- Blom S., Lasczik A., Cutter-Mackenzie-Knowles A., *Diffractional ethnography: a divergent methodology in educational research*, „The Australian Educational Researcher”, nr 52, 2025, s. 6.
- Bohr N., *Discussions with Einstein on Epistemological Problems in Atomic Physics* [w:] „Atomic Physics and Human Knowledge, John Wiley & Sons”, New York 1958, s. 32–66.
- Bohr N., *The Quantum Postulate and the Recent Development of Atomic Theory*, „Nature”, nr 121, 1928, s. 580-590.
- Borbach C., Chun W. H. K., Thielmann T., *Making Everything ac-count-able: The Digital Twinning Paradigm*, „New Media & Society”, nr 27(8), 2025, s. 4369–4384.
- boyd d., *It’s Complicated: The Social Lives of Networked Teens*, Yale University Press, New Haven-London 2014.
- boyd d., *Making Sense of Teen Life: Strategies for Capturing Ethnographic Data in a Networked Era* [w:] *Digital Research Confidential: The Secrets of Studying Behavior Online*, Eszter Hargittai, Christian Sandvig (red.), The MIT Press, Cambridge (MA) 2015.

- Bozalek V., Zembylas M., *Responsibility, Privileged Irresponsibility and Response-Ability*. *Palgrave Critical University Studies*, „Palgrave Macmillan”, Cham 2023, s. 63–81.
- Brevity*, Laurence Goldstein (red.) Oxford University Press, Oxford 2013.
- Briggs R. M., *The Evolution of Emoticons: Web 1.0 Invention, or Communications Tradition?*, praca licencjacka w maszynopisie, University of Alberta, 2016.
- Brzyszczyk A., *Copy-pasta jako przejaw lapidarności tekstów cyberkultury*, „Kultura Współczesna”, Narodowe Centrum Kultury, 2(127), Warszawa 2024, s. 103–115.
- Bucher T., *The right-time web: Theorizing the kairologic of algorithmic media*, „New Media & Society” 22(9)/2020, s. 1699–1714.
- Butler J., *Conscience Doth Make Subjects of Us All*, „Yale French Studies”, nr 88, 1995, s. 6–26
- Butler J., *The Psychic Life of Power*, Stanford University Press, Stanford 1997, s. 106–114.
- Butler J., *Uwikłani w pleć. Feminizm i polityka tożsamości*, Karolina Krasuska (tłum.), Wydawnictwo Krytyki Politycznej, Warszawa 2024.
- Carr N., *Płytki umysł. Jak internet wpływa na nasz mózg*, Katarzyna Rojek (tłum.), Helion, Gliwice 2012.
- Caliandro A., Graham J., Arvidsson A., *The Platformization of Consumer Culture: A Theoretical Framework*, „Marketing Theory”, nr 24(1), 2024, s. 3–20.
- Camilleri K., *Heisenberg and the Wave-Particle Duality*, „Studies in History and Philosophy of Modern Physics”, nr 37, 2006, s. 298–315.
- Carlson M., *Performans*, Edyta Kubikowska (tłum.), Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007.
- Cash S. B., Alhabash S., Fretes G., Ma M., *Food, beverages and social media: trends and tools for economic research [w:] A Modern Guide to Food Economics*, J. Lusk (red.), „Edward Elgar Publishing”, Cheltenham-Northampton 2021, s. 297-314.
- Castells M., *Galaktyka internetu: Refleksje nad internetem, biznesem i społeczeństwem*, Tomasz Hornowski (tłum.), Dom Wydawniczy Rebis, Poznań 2003.
- Cavalcanti L.H., Pinto A., Brubaker J. R., Dombrowski L. S., *Media, meaning, and context loss in ephemeral communication platforms: A qualitative investigation of Snapchat*, „CSCW 2017”, Portland 2017, s. 1934-1945.
- Chaberski M., *Performans jako asamblaż*, „Didaskalia”, nr 133/134 (2016), s. 84–91.
- Choudhary N., Gautam Ch., Arya V., *Digital marketing challenge and opportunity with reference to TikTok - a new rising social media platform*, „International Journal of Multidisciplinary Educational Research”, vol. 9, 10(3), 2020, s. 189–197.

- Černohorská V., Schoetensack C., Klegr T., Witowska J., Goncikowska K., Giner-Domínguez G., Papastamatelou J., Chappuis S., Fernández Boente M., Meteier Q., Wittmann M., Codina N., Pestana J. V., Valenzuela R., Martin-Söelch C., Ogden R., *How digital technology can steal your time*, „Computers in Human Behavior”, t. 169, 2025, 108680.
- Chaberski M., *Asamblaże, asamblaże: doświadczenie w zamglonym antropocenie*, Księgarnia Akademicka i Wydział Polonistyki Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków, 2019.
- Chan S. S., Van Solt M., Cruz R. E., Philp M., Bahl S., Serin N., Amaral N. B., Schindler R., Bartosiak A., Kumar S., Canbulut M., *Social media and mindfulness: From the fear of missing out (FOMO) to the joy of missing out (JOMO)*, „Journal of Consumer Affairs”, vol. 56, nr 3, 2022, s. 1312–1331.
- Cheng X., Dale C., Liu J., *Understanding the Characteristics of Internet Short Video Sharing: A YouTube-Based Measurement Study*, „IEEE Trans. Multimed”, nr 15, 2013, s. 1184 - 1194.
- Cohen S., *Folk Devils and Moral Panics: The Creation of the Mods and Rockers*, Granada Publishing, Londyn, 1972.
- Connerton P., *Jak społeczeństwa pamiętają*, Marcin Napiórkowski (tłum.), Wydawnictwo UW, Warszawa 2012.
- Cotter K., Reisdorf B. C., *Algorithmic Knowledge Gaps: A New Horizon of (Digital) Inequality*, „International Journal of Communication”, nr 14, 2020, s. 745–765.
- Crystal D., *Language and the Internet*, Cambridge University Press, Cambridge 2006.
- Czapliński P., *Sploty*, „Teksty Drugie”, nr 1, 2017, s. 9–17.
- Danesi M., *Forging a linguistic identity in the age of the Internet*, „Forum Italicum”, 48(2), 2014 s. 227–237.
- Dąbrowska I., *Człowiek zalgorytmizowany / Algorithmic Human*, „Media i Społeczeństwo”, Bielsko-Biała 2024.
- Denegri-Knott J., Jenkins R., Molesworth M., Grigore G., *Platformised possessions and relational labour*, „Marketing Theory”, vol. 1, nr. 1, 2024, s. 23-44.
- Dilon C, *Tiktok Influences on Teenagers and Young Adults Students: The Common Usages of the Application Tiktok*, „American Scientific Research Journal for Engineering, Technology, and Sciences” 68(1), 2020, s. 132–142.
- Domańska, „Zwrot performatywny” we współczesnej humanistyce, „Teksty Drugie”, nr 5, 2007 s. 48–61.
- Drenda O., *Słowo humoru*, Wydawnictwo Karakter, Kraków 2023.

- Entrena-Serrano C., *Watch, Scroll, Repeat: How Interface Design Shapes Consumptive Curation Affordances on TikTok*, „Social media + Society” Vol. 11, Nr. 3, 2025, s. 11–16.
- Erl A., *Kultura pamięci. Wprowadzenie*, Agata Teperek (tłum.), Wydawnictwa UW, Warszawa 2018.
- Falgoust G., Winterlind E., Moon P., Parker A., Zinzow H., Madathil K. C., *Applying the uses and gratifications theory to identify motivational factors behind young adult’s participation in viral social media challenges on TikTok*, „Human Factors in Healthcare”, nr 2(100014), 2022, s. 1–14.
- Faltesek D., Graalum E., Breving B., Knudsen E. L., Lucas J., Young S., Varas F. E., Zambrano, *TikTok as Television*, „Social Media + Society”, nr 9, 2023, s. 1–13.
- Felaco C., *Making Sense of Algorithm: Exploring TikTok Users’ Awareness of Content Recommendation and Moderation Algorithms*, „International Journal of Communication”, Vol. 19, 2025, s. 1081–1102.
- Fizek S., *Gra w intraaktywność. Zarys performatywnej teorii gier komputerowych na podstawie filozofii Karen Barad*, „Teksty Drugie: teoria literatury, krytyka, interpretacja”, nr 1(1), 2025.
- Falkof N., *On Moral Panic: Some Directions for Further Development*, „Critical Sociology”, nr 46(2), 2020, s. 225–239
- Frier S., *Instagram. Bez filtra*, Jarosław Irzykowski (tłum.), Feeria, Warszawa 2020.
- Frow J., *Approaching genre* [w:] *Genre*, John Frow (red.), 2. wyd., Routledge, London 2014.
- Geertz, *Deep Hanging Out*, „The New York Review of Books”, nr 45(16), 1998, s. 69–72.
- Geurts S. M., Koning I. M., Vossen H., Van den Eijnden R. J. J. M., *A Qualitative Study on Children’s Digital Media Use and Parents’ Self-interest*, „Journal of Child and Family Studies” (31), 2022, s. 2015–2026.
- Ghasemi M., *Paradigms of Cyberculturalism in Post-postmodernity* [w:] *American Studies After Postmodernism*, Theodora Tsimpouki, Konstantinos Blatanis, Angeliki Tseti (red.), Palgrave Macmillan, Cham 2024, s. 309–328.
- Gibson A., *Free Speech and Safe Spaces: How Moderation Policies Shape Online Discussion Spaces*, „Social Media + Society”, 2019, s. 1–19.
- Glick G. M., Ruetschlin C., *Big Tech Acquisitions and the Potential Competition Doctrine: The Case of Facebook*, „Institute for New Economic Thinking Working Paper Series”, nr 104, 2019.

- Gligorić K., Anderson A., West R., *Adoption of Twitter's New Length Limit: Is 280 the New 140?*, arXiv:2009.07661, 2020.
- Gligorić K., Anderson A., West R., *Causal Effects of Brevity on Style and Success in Social Media*, *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 3, 2019, s. 1–23.
- Godzic W., *Telewizja i jej gatunki. Po „Wielkim Bracie”*, Universitas, Kraków 2004.
- Greguras M., *Overview of the Use of Abbreviations in Digital Communication Through Shanno*, „73rd International Scientific Conference on Economic and Social Development - >>Sustainable Tourism in Post-pandemic World<<”, Dubrovnik 2021, s. 126–137.
- Grzenia J., *Komunikacja językowa w internecie*, PWN, Warszawa 2008.
- Gullion J. S., *Diffraction Ethnography: Social Sciences and the Ontological Turn*, Routledge, 2018.
- Gunning T., *The Cinema of Attraction[s]: Early Film, Its Spectator and the Avant-Garde*, „Wide Angle”, nr 8, 1986, s. 63–70.
- Hale C., Scanlon J., *Wired style: principles of English usage in the digital age*, Broadway Books, New York 1999.
- Haraway D., *Simians, Cyborgs, and Women. The Reinvention of Nature*, „Routledge”, New York 1991.
- Harvey D., *Kondycja ponowoczesna. Badania nad genezą zmiany kulturowej*, Janusz Stawiński (tłum.), Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2001.
- Heitmayer M., *The Second Wave of Attention Economics. Attention as a Universal Symbolic Currency on Social Media and beyond*, „Interacting with Computers”, nr 37, 2025, s. 18–29.
- Helm P., Matzner T., *Co-addictive human-machine configurations: Relating critical design and algorithm studies to medical-psychiatric research on “problematic Internet use”*, „New Media & Society”, t. 26, nr 12, 2024, s. 7295-7313.
- Henriksen E. K., Angell C., Vistnes, A. I., Bungum B., *What Is Light? Students' Reflections on the Wave-Particle Duality of Light and the Nature of Physics*, „Science & Education, Volume” 27, Dordrecht 2018, s. 81- 111.
- Hills M., *Fan Cultures*, Routledge, London–New York 2002.
- Horacy, *Ars poetica*, w. 335, Tadeusz Sinko (tłum.), [w:] *Listy*, PWN, Warszawa 1980.
- Houston J. B., McKinney M. S., Thorson E., Hawthorne J., Wolfgang J. D., Swasy A., *The twitterization of journalism: User perceptions of news tweets*, „Journalism”, 21(5), 2018, s. 614-632.

- Hui Y., *Towards a Relational Materialism: A Reflection on Language, Relations and the Digital*, „Digital Culture & Society”, nr 1, 2015, s. 131–148.
- Hyży E., *Dzielenie się światem. Nowy feministyczny realizm w ujęciu Karen Barad*, [w:] *Feministyczne konteksty. Multidyscyplinarne*, Ewa Hyży (red.), Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2017, s. 57–79.
- Iftikhar I., Yasmien B., Nadeem M., Ahmed N., Javed M., Hamid M.H.S., *Snapping towards happiness: The role of Snapchat addiction and self-esteem as mediators*, "Journal of Positive School Psychology", 7(4), 2023, s. 1135–1154.
- Istrate R., Tulus V., Grass R. N., Vanbever L., Stark W. J., Guillén-Gosálbez G., *The environmental sustainability of digital content consumption*, „Nature Communications” 15(1), 2024, s. 1–11.
- Ince M., *A Method Of Baiting In Internet Journalism; Fear And Threat Journalism*, „Afro Eurasian Studies”, Vol. 8, Nr 1, 2019, s. 81–105.
- Jachymek K., Sawicka U., Juda Ł., *O krótkich formach medialnych w (cyber)kulturze*, „Kultura Współczesna”, Narodowe Centrum Kultury, 2(127), 2024, s. 10–16.
- Jachymek K., *Co jest złego w pozytywnym internecie? O debacie wokół praktyk medialnych młodych osób*, „Dzieciństwo. Literatura i Kultura”, 6(1), 2024, s. 10–24.
- Jachymek K., *Znosem w smartfonie. Co nasze dzieci robią w internecie i czy na pewno trzeba się tym martwić?*, Wydawnictwo Agora, Warszawa 2024.
- Jain L., Velez L., Karlapati S., Forand M., Kannali R., Yousaf R. A., Ahmed R., Sarfraz Z., Sutter P. A., Tallo C. A., Ahmed S., *Exploring problematic TikTok use and mental health issues: A systematic review*, „Cureus”, nr 17, 2025.
- Jameson F., *Postmodernizm, czyli logika kulturowa późnego kapitalizmu*, Maciej Płaza (tłum.), Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2011.
- Jandrić P., *Postdigital*, [w:] *Encyclopedia of Postdigital Science and Education*, Petar Jandrić (red.), Springer, Cham 2023.
- Java A., Song X., Finin T., Tseng B., *Why We Twitter: Understanding Microblogging Usage and Communities*, „Proceedings of the 9th WebKDD and 1st SNA-KDD 2007 Workshop on Web Mining and Social Network Analysis”, ACM, 2007, s. 56–65.
- Jemielniak D., *Socjologia internetu*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2019
- Jenkins H., Ford S., Green J., *Rozprzestrzenialne media. Jak powstają wartości i znaczenia w usieciowionej kulturze*, Michał Wróblewski (tłum.), Wydawnictwo UŁ, Łódź 2018.

- Jenkins H., *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, Marzena Bernatowicz, Mirosław Filiciak (tłum.), Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2007.
- Jenkins H., *Textual Poachers. Television Fans and Participatory Culture*, Routledge, New York-London 1992.
- Jha M., Sharma P., *Mapping the psychological landscape of short video consumption: A bibliometric analysis*, „Social Sciences & Humanities Open” (12), 2025.
- John N. A., *The Age of Sharing*, Polity Press, Cambridge 2016.
- Hewlett-Hall J., *Folklore, Storytelling and Coping with the Internet on TikTok*, „Teaching Anthropology”, nr 12(1), 2023, s. 48–60.
- Juda Ł., *Lapidarne formy wideo jako nowy obszar oddolnych praktyk muzycznych*, „Kultura Współczesna” nr 3 (119), 2022, s. 200–214.
- Juda Ł., *Mem nie może przecież wiecznie trwać? Nowe lapidarności a potrzeba pamięci*, „Kultura Współczesna”, nr. 2(127), Warszawa 2024, s. 62–76.
- Juda Ł., *Wbrew stereotypom. Obraz starości w aplikacji TikTok*, w: *To nie jest świat dla starych ludzi? Starość jako wartość*, Beata Pawłowska-Jądrzyk, Wiesława Tomaszewska (red.), Wydawnictwo Naukowe UKSW, Warszawa 2025, s. 303–322.
- Juda Ł., *Wyzwanie TikToka. Performatywny wymiar współczesnych mediów audiowizualnych*, „Media i Społeczeństwo” Tom: 20, Nr: 1/Zeszyt 2, 2024, s. 153–170.
- Juda Ł., *Znikające treści: Nowa forma komunikacji audiowizualnej w mediach społecznościowych*, Repozytorium UAM, Poznań 2021.
- Jurgenson N., *Fotka. O zdjęciach i mediach społecznościowych*, Łukasz Zaremba (tłum.), Muzeum Sztuki Nowoczesnej w Warszawie - Wydawnictwo Karakter, Warszawa 2021.
- Kamiński B., *Zwrot ontologiczny w naukach społecznych jako próba pomyślenia nowego porządku społeczno-politycznego ludzi i rzeczy*, „Stan Rzeczy”, nr 1 (22), 2022, s. 335–355.
- Kamińska M., *[Smiles in Polish]. Rola GIF-ów w komunikacji zapośredniczonej komputerowo*, „Kultura Współczesna”, nr 2(127), 2024, s. 79–80.
- Kamińska M., *Autoetnografia jako technika badań etnograficznych w Internecie*, „Przegląd Socjologii Jakościowej”, 10(3), 2014, s. 170–183.
- Kamińska M., *Kulturotwórcza rola technik kryptograficznych w środowiskach internetowych*, [w:] *Liberatura, e-literatura i... Remiksy, remediacje, redefinicje*, Monika Górską-Olesińska (red.), Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego, Opole 2012, s. 219–234.

- Kamińska M., „*Madki*” kontra trolle. *Użytkownicy mediów społecznościowych przeciwko oversharentingowi*, „Media i Społeczeństwo”, nr 11, 2019, s. 251–269
- Kamińska M., *Mem internetowy jako gatunek medialny. Historia, środki wyrazu i funkcja w kulturze*, „Napis”, nr 30, 2024, s. 107–123.
- Kamińska M., *Memosfera. Wprowadzenie do cyberkulturoznawstwa*, „Galeria Miejska Arsenał”, Poznań 2018.
- Kamińska M., *Niečne memy. Dwanaście wykładów o kulturze internetu*, Galeria Miejska Arsenał, Poznań 2011.
- Kapuścińska A., *O emotikonach raz jeszcze - na przykładzie emotikonu „XD” w języku polskim*, „Prace Językoznawcze” XXII/2, 2020, s. 57–66.
- Kaye D. B. V., Chen X., Zeng J., *The Co-Evolution of Two Chinese Mobile Short Video Apps: Parallel Platformization of Douyin and TikTok*, „Mobile Media & Communication”, 9, 2021, 229–253.
- Kaye D. B. V., Zeng J., Wikström P., *TikTok: Creativity and Culture in Short Video*, Polity Press, Cambridge 2022.
- Kember S., Zylinska J., *Life After New Media: Mediation as a Vital Process*, MIT Press, Cambridge 2012.
- Kerr E., Lee C. A. L., *Trolls maintained: baiting technological infrastructures of informational justice*, „Information, Communication and Society”, Vol. 24, nr 1, 2021, s. 1–19.
- Khalil M., Fatima A., Fatima M., Ogolekwu O., *Contextualizing Meanings: Pragmatic Shifts and Contextualization Cues in Digital Communication*, „Qualitative Research Journal for Social Studies”, nr 4, 2025, s. 112–125.
- Kung Y., Wang Y., Li X., Hatrick J., Liu W., Wang Q., Liang J., Liu Y., *Digital Labor on TikTok and Douyin Platforms: A Scoping Review*, „Review of Communication Research”, nr 13, 2025, s. 212–228.
- Kirschenbaum M. G., *Mechanisms: New Media and the Forensic Imagination*, MIT Press, Cambridge–London 2008.
- Kobak K., Soğukdere S., *TikTok as a Digital Carnival Place in The Context of the Carnavalesque Theory [w:] ReThinking Digital Communications. Social Media & Visual Culture*, Sayılğan Özge, İgit A Aslı, (red.), nobel, 2020, s. 105–133
- Kopecka-Piech K., *Wymiary i skutki saturacji medialnej w przestrzeniach otwartych i zamkniętych na przykładzie analiz centrum handlowego Sky Tower i projektu P.I.W.O.*, „Studia Medioznawcze” 2015, nr 4(63), s. 51–63.

- Kostrzewa A., Skrobek J., *Postrzeganie międzypokoleniowe młodych dorosłych i seniorów*, „Ogrody Nauk i Sztuk” (10), 2020, s. 71–79.
- Koza M. *Czy znasz ten mem? Pragmatyka i polityka internetowych wspólnot interpretacyjnych*, „Teksty Drugie” 3/2015, s. 236–245.
- Kozinets R. V., *Netnografia. Badania etnograficzne online*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2012.
- Krajewska A., *Teoria spleciona*, „Przestrzenie Teorii” 34, 2020, s. 7–15.
- Kurz I., „*I got you tube*”. *Kino a serwis YouTube.com - odmiany konofilii*, [w:] *Pogranicza audiowizualności. Parateksty kina, telewizji i nowych mediów*, Andrzej Gwóźdź (red.), Universitas, Kraków 2010, s. 415-429.
- Kuszyk-Bytniewska M., *Epistemocentryzm jako epistemologiczna przeszkoda nauk społecznych*, „Zagadnienia Naukoznawstwa”, t. 47, nr 2 (188), 2011, s. 165–182.
- Kuszyk-Bytniewska M., *Filozofia nauk społecznych - teoria i praktyka. Wprowadzenie do bloku tematycznego* [w:] „*Filozofia i nauka. Studia filozoficzne i interdyscyplinarne*”, Tom 4, Warszawa 2016.
- Lampert M., *Resisting Ideology: On Butler's Critique of Althusser*, „Diacritics”, 43 (2), 2015, s. 124–147.
- Lanette S., Chua P. K., Hayes G., Mazmanian M., *How Much is “Too Much”? The Role of a Smartphone Addiction Narrative in Individuals' Experience of Use*, „Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction”, nr 2 (CSCW), 2018.
- Leaver T., Highfield T., Abidin, C., *Instagram: Visual Social Media Cultures*, Polity Press, 2019.
- Lee J., Abidin C., Leaver T., *TikTok and children: An Introduction*, „International Journal of Cultural Studies”, 2025, s. 893-906.
- Lee J., Abidin C., *TikTok and Social Movements*, „Social Media + Society”, 9(1), 2023
- Lemish D., *The social media (moral) panic this time: Why CAM scholars may need a more complex approach*, „Journal of Children and Media”, nr 17(3), 2023, s. 271–277.
- Lessig L., *Remiks. Aby sztuka i biznes rozkwitały w hybrydowej gospodarce*, Rafał Próchniak (tłum.), Wydawnictwo Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2009.
- Le Viet-Błaszczuk M., *Znaczenie mediów społecznościowych na rynku kinematografii*, rozprawa doktorska, Wydział Zarządzania, Uniwersytet Łódzki, 2023
- Levinson P., *Miękkie ostrze. Naturalna historia i przyszłość rewolucji informacyjnej*, Hanna Jankowska (tłum.), Muza, Warszawa 1999.

- Levinson P., *Nowe nowe media*, Maria Zawadzka-Strączek tłum., Wydawnictwo WAM, Kraków 2010.
- Levinson P., *The Long Story about the Short Medium: Twitter as a Communication Medium in Historical, Present, and Future Context*, „Journal of Communication Research”, t. 48, 2011, s. 7–28.
- Li S., *Ice City: Harbin - A TikTok City Film Exploring Mobile Storytelling Across Platforms*, rozprawa doktorska, Swinburne University of Technology, 2023.
- Li Y., Liu Q., Wang Y., *The Research on the Usage Behavior of TikTok Short Video Platform in the Elderly Group*, „Journal of Education, Humanities, and Social Sciences” 2022, vol. 5, s. 189-197.
- Liang S., Wolfe J., *Getting a Feel of Instagram Reels: The Effects of Posting Format on Online Engagement*, „Journal of Student Research”, nr 4, 2022, s. 1–12.
- Liang X., Tao X., Wang Y., *Impact Analysis of Short Video on Users Behavior: Users Behavior Factors of Short Video. Evidence from Users Data of TikTok*, „7th International Conference on E-Business and Applications”, 2021, s. 18–24.
- Lin J., Swart J., Zeng G., *Theorising TikTok cultures: Neuro-images in the era of short videos*, „Media, Culture & Society”, nr 8, 2023, s. 1550–1567.
- Lupinacci L., *Phenomenal algorithms: The sensorial orchestration of ‘real-time’ in the social media manifold*, „New Media & Society” 7(26)/2022, s. 4078–4098.
- Liotard J.F., *Kondycja ponowoczesna. Raport o stanie wiedzy*, Małgorzata Kowalska, Jacek Migasiński (tłum.), Fundacja Aletheia, Warszawa 1997.
- Łarionow D., *Wędrujące pojęcia. Liminalność, czyli pomiędzy antropologią kultury, performatyką a sztuką*, „Zeszyty Wiejskie. Rural Periodicals”, nr specjalny, 2024, s. 157–172.
- Łukasik A., *Niels Bohr i zagadnienie obiektywności poznania*, „Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska”, Sectio I, Vol. 23, 1998, s. 179–200.
- Ma Y., Hu Y., *Business Model Innovation and Experimentation in Transforming Economies: ByteDance and TikTok*, „Management and Organization Review”, 17:2, 2021, s. 382–388.
- Maciąg R., *Performuj albo... w poszukiwaniu pełni*, „Didaskalia”, Kraków 2012, s. 198-200.
- Madsen D. Ø., *Memetic performance and participatory spectacle: audience ritual in the 2025 Minecraft movie*, „Frontiers in Communication”, 10:1699245, 2025, s. 1–9.
- Majdzińska-Koczorowicz A., Ostanina-Olszewska J., *Image-Based Internet Memes as Conceptual Blends*, „Forum Philosophicum”, nr 29, 2024, s. 335–350.

- Makowska M., *Desk research* [w:] Taż (red.), *Analiza danych zastanych. Przewodnik dla studentów*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2013, s. 80–103.
- Malik N. I., Ramzan M. M., Malik Z., Tariq I., Shafiq S., *The Rise of Reels: Analyzing the Communicative Power of Short-Form Videos on Social Media*, „Qlantic Journal of Social Sciences”, nr 6(2), 2025, s. 138–145.
- Małanicz-Przybylska M., *Muzyczne rytuały w czasach zarazy*, „LUD”, nr. 104, 2020, s. 299–319.
- Manovich L., *Język nowych mediów*, Piotr Cypryański (tłum.), Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2011.
- Mao W., *An Analysis of College Students' Motivations for Spreading "Strong Memes" Based on the Uses and Gratifications Theory*, „Media and Communication Research”, Vol. 6, nr 2, 2025, s. 121–125.
- Martínez-Alcalá C. I., Rosales-Lagarde A., Pérez-Pérez Y. M., Lopez-Noguerola J. S., Bautista-Díaz M. L., Agis-Juarez R. A., *The Effects of Covid-19 on the Digital Literacy of the Elderly: Norms for Digital Inclusion*, „Frontiers in Education”, vol. 6, 2021, s. 1–19.
- Masood M., Kannan S., Liu Z., Vasisht D., Gupta I., *Counting How the Seconds Count: Understanding Algorithm-User Interplay in TikTok via ML-driven Analysis of Video Content*, arXiv preprint, 2025.
- Matamoros-Fernández A., *Taking Humor Seriously on TikTok*, *Social Media + Society* 9(1), 2023
- Mayring P., *Qualitative Content Analysis. Theoretical Foundation, Basic Procedures and Software Solution*, Klagenfurt, 2014.
- McKenzie J., *Performuj albo... od dyscypliny do performansu*, Tomasz Kubikowski (tłum.), UNIVERSITAS, Kraków 2011.
- McLuhan M., Nevitt B., *Take Today: The Executive as Dropout*, B.J. Harcourt, Boston 1972.
- McLuhan M., *Wybór tekstów*, Eric McLuhan, Frank Zingrone (red.), Jacek. M. Stokłosa, Ewa Różalska (tłum.), Wydawnictwo Zysk i S-ka, Poznań 2001.
- McQuail D., *Teoria komunikowania masowego*, Marta Bucholc, Alina Szulżycka (tłum.), Tomasz Goban-Klas (red.), Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007.
- Miller P., *Wprowadzenie do obserwacji online: warianty i ograniczenia techniki badawczej*, „Przegląd Socjologii Jakościowej” 8(1), 2012, s. 76–97.
- Miltner K. M., Highfield T., *Never Gonna GIF You Up: Analyzing the Cultural Significance of the Animated GIF*, „Social Media + Society” Vol. 3(3), 2017, s. 1–11.

- Mitchell W. J. T., *Picture Theory: Essays on Verbal and Visual Representation*, University of Chicago Press, Chicago 1994.
- Mitchell W. J. T., *What Do Pictures Want?: The Lives and Loves of Images*, University of Chicago Press, Chicago 2005.
- Mirzoeff N., *An Introduction to Visual Culture*, Routledge, Londyn-Nowy Jork 1999.
- Mirzoeff, *Jak zobaczyć świat*, Łukasz Zaremba (tłum.), Karakter, Warszawa 2016.
- Mohammadi E., Thelwall M., Kwasny M., Holmes K. L., *Academic information on Twitter: A user survey*, „PLoS ONE” 13(5), 2018, s. 1–18.
- Montag Ch., Haibo Y., Elhai J. D., *On the Psychology of TikTok Use: A First Glimpse From Empirical Findings*, „Frontiers in Public Health”, 2021
- Morreale S. P., Spitzberg B. H., Barge J. K., *Komunikacja między ludźmi. Motywacja, wiedza i umiejętności*, Dorota Kobylińska, Paweł Izdebski, Aleksandra Jaworska (tłum.), Urszula Jakubowska (red.), Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007.
- Mroczkowski B., *Schizofreniczna materia. O produkcji ciała, pojęć i podmiotowości*, „Praktyka teoretyczna” 3(25), 2017, s. 342–353.
- Murriss K., Bozalek V., *Diffraction of text as methodology: Some propositions*, „Educational Philosophy and Theory” 51(14), 2019, s. 1–13.
- Nacher A., *Remiks i mashup - o niełatwym współbrzmieniu dwóch cyberkulturowych metafor*, „Przegląd Kulturoznawczy” 1(9), 2011, s. 77–89.
- Nacher A., *To nie sztuczna inteligencja jest naszym największym zagrożeniem: rozległe performanse technologii medialnych*, [w:] *Technopaideia. Zaawansowane technologie w edukacji humanistycznej*, S. Borowicz, J. Hobot-Marcinek (red.), Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2024, s. 41–56.
- Napiórkowski M., Dobrosielski P., *Wstęp. Jak skutecznie upraszczać świat? [w:] Pamięć, wyobraźnia, praktyki oporu. Współczesna polska kultura wernakularna w perspektywie porównawczej*, Paweł Dobrosielski, Marcin Napiórkowski (red.), Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2021.
- Napiórkowski M., Szarecki A., Dobrosielski P., Filipkowski P., Kaczmarek O., *Kultura wernakularna. Antropologia projektów nieudanych*, „Kultura Współczesna” 3(87) /2015, s. 14–26.
- Ng R., Indran N., *Granfluencers on TikTok: Factors linked to positive self-portrayals of older adults on social media*, „PLoS ONE” 2023, no. 18 (2), s. 1–14.

- Nouwen M., Duflos M., *TikTok as a data gathering space: the case of grandchildren and grandparents during the COVID-19 pandemic*, „Proceedings of Interaction Design and Children”, 2021, s. 498-502.
- Nowak A. W., *Wyobrażenia ontologiczne. Filozoficzna (re)konstrukcja fronetycznych nauk społecznych*, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań 2016.
- Nowak A. W., Abriszewski K., Wróblewski M., *Czyje lęki? Czyja nauka? Struktury wiedzy wobec kontrowersji naukowo-społecznych*, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań 2016.
- Nowak J., *Polityki sieciowej popkultury*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2017.
- Nowe lapidarności*, Karol Jachymek, Urszula Sawicka, Łukasz Juda, (red. tem.) „Kultura Współczesna” 2(127), 2024.
- Ogonowska A., *Wszystko, wszędzie, teraz. „Hakowanie” komunikacji społecznej: przypadek emoji*, „Kultura Współczesna”, 2(127), 2024, s. 130–143.
- Okoronkwo C. E., *Analysing the Use of Memes as a Messaging Strategy for Resilience and Crisis Communication*, „International Journal of Research and Innovation in Social Science” (IJRISS), Vol. IX, nr 1, 2025, s. 2900–2909.
- Ong W. J., *Oralność i piśmienność. Słowo poddane technologii*, Józef Japola (tłum.), Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2011.
- Otto I., »TikTok Billboard Top 50«. *Memes, Plattformökonomien und die Popularisierung zweiter Ordnung*, „Kulturwissenschaftliche Zeitschrift”, nr 2, 2024, s. 136–159.
- Owen B. M., *The Internet Challenge to Television*, Harvard University Press, Cambridge 1999.
- Owens E., *‘It speaks to me in brain rot’: Theorising ‘brain rot’ as a genre of participation among teenagers*, „New Media & Society”, nr 0(0), 2025, s. 1-19.
- Pamięć, wyobrażenia, praktyki oporu. Współczesna polska kultura wernakularna w perspektywie porównawczej*, Paweł Dobrosielski, Marcin Napiórkowski (red.), Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2021.
- Papacharissi Z., *Affective Publics: Sentiment, Technology, and Politics*, Oxford University Press, Oxford 2015.
- Parry K., *Theory of Assembly: From Museums to Memes*, University of Minnesota Press, 2022.
- Pawelec K., *Centralne Biuro Zwalczenia Cyberprzestępczości i jego wybrane uprawnienia. Kilka refleksji*, „Prokuratura i Prawo”, nr 7–8, 2022, s. 131–140.

- Peng R. X., Chen J., *Meme-ingful connections: Unleashing the power of memes, GIFs, and emojis in relationship-oriented online communication*, „Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace”, Vol. 19, nr 4, 2025, s. 1–20.
- Petersen-Wagner R., Lee Ludvigsen J. A., *Challenging (platformisation) invisibilities through humour: The Paralympics, TikTok and social change?*, „Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies”, nr 31(1), 2024, s. 225–241.
- Pierzchała P., *Polska piosenka pop jako tekst w tekście kultury: na przykładach z pierwszej dekady XXI wieku*, [praca doktorska], Uniwersytet Śląski, Katowice 2014.
- Pietrzak E. B., *Feministyczne nowe materializmy i ich polityczne znaczenie*, „Teoria Polityki” (9), 2024, s. 27–38.
- Pilipets O., Chao J., *Noise in Sonic Social Media: Memetic Soundscapes of Deep TikTok*, „New Media & Society”, 2025, s. 1–20.
- Piotrowski G., *Muzyka popularna. Nashuchy i namysły*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 2015.
- Piwek L., Joison A. N., „*What do they snapchat about?*” *Patterns of use in time-limited instant messaging service*, „Computers in Human Behavior” (54), 2016, s. 358–367.
- Platon, *Fajdros*, Władysław Witwicki (red.), Vis-a-vis / Etiuda, 2023.
- Piwowar K., *Technologie, które wykluczają. Pomiar, dane, algorytmy*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2022.
- Poltash N.A., *Snapchat and Sexting: A Snapshot of Baring Your Bare Essentials*, „Richmond Journal of Law & Technology”, nr 19, 2013, s. 1–24
- Powierska A., *Polajkować TV. Telewizja i media społecznościowe*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2022.
- Pręgowski M. P., *Zarys aksjologii internetu. Netykieta jako system norm i wartości sieci*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2012.
- Puślecki Z. W., *Od kapitalizmu informacyjnego do kapitalizmu inwigilacyjnego*, „Humaniora. Czasopismo Internetowe”, nr 36(4), 2021, s. 43–59.
- Radovanović B., *TikTok and Sound: Changing the ways of Creating, Promoting, Distributing and Listening to Music*, „INSAM Journal of Contemporary Music, Art and Technology”, No. 9, 2022, s. 51-73.
- Rajendran P. T., Creusy K., Garnes V., *Shorts on the Rise: Assessing the Effects of YouTube Shorts on Long-Form Video Content*, „arXiv preprint arXiv:2402.18208”, 2024, s. 1–15.

- Reichert R., Richterich A., *Introduction: Digital Materialism*, „Digital Culture & Society”, nr 1, 2015, s. 1-5.
- Rejeb A., Rejeb K., Appolloni A., Treiblmaier H., Iranmanesh M., *Mapping the scholarly landscape of TikTok (Douyin): A bibliometric exploration of research topics and trends*, „Digital Business”, nr 4(1), 2024, s. 1–23.
- Rethinking Gamification*, Martin Fuchs, Niklas Schrape, Sonia Fizek, Paolo Ruffino (red.), Meson Press, Lüneburg 2014.
- Rettberg J. W., *Hand signs for lipsyncing: The emergence of a gestural language on musical.ly as a video-based equivalent to emoji*, „Social Media + Society” 3(4), 2017, s. 1–11.
- Revers M., *The Twitterization of News Making: Transparency and Journalistic Professionalism*, „Journal of Communication”, Volume 64, Issue 5, 2014, s. 806–826.
- Ridzuan M., Ahmadrashidi N., *The Phenomenon of BookTok and Its Impact on the Transformation of Literary Culture and the Publishing Industry*, „Forum Komunikasi”, nr 18(2), 2023, s. 74–83.
- Rose S. E., Middling L. R., *Preteens social media use: Parents’ and children’s perceptions of what mediation approaches are used and why*, „British Journal of Developmental Psychology”, nr 43, 2025, s. 771–786
- Samuel G., Lucivero F., Somavilla L., *The Environmental Sustainability of Digital Technologies: Stakeholder Practices and Perspectives*, „Sustainability”, 14(7), 2022, s. 1–14.
- Sanakiewicz M., *Telewizja i performans. Eksperyment z myślenia o mediach, codzienności i polityce*, Księgarnia Akademicka, Kraków 2020.
- Seaver N., *Algorithms as culture: Some tactics for the ethnography of algorithmic systems*, „Big Data & Society” 4(2), 2017, s. 1–12.
- Selleri F., *Quantum Paradoxes and Physical Reality*, Alwyn van der Merwe (red.), Kluwer Academic Publishers, Dordrecht 1990, s. 73–122.
- Severo M., Romele A., *The economy of the digital gift: From socialism to sociality online*, „Theory, Culture & Society” 5(33) /2016, s. 43–63.
- Sęczkowska K., *Influence marketing, czyli współczesna metoda promocji produktów – podejście psychologiczne*, [w:] *Badania i rozwój młodych naukowców w Polsce: nauki humanistyczne i społeczne*, red. Jędrzej Nyćkowiak Nyćkowiak, Jacek Leśny (red.), Młodzi Naukowcy, Poznań 2021.

- Schafer V., Pailler F., *'All Your Images Are Belong to Us': Heritagization, Archiving and Historicization of Memes*, „Visual Communication”, nr 24, 2024, 527–543.
- Schellewald A., *Changing modes of public connection: An essay on TikTok and the social affordances of personalized social media*, „Frontiers in Computer Science”, nr. 7, 2025, s. 1–6.
- Schellewald A., *Communicative Forms on TikTok: Perspectives From Digital Ethnography*, „International Journal of Communication” (15), 2021, s. 1437–1457.
- Schellewald A., *Putting Trust to the Test: Making Sense of Human–Machine Interactions on TikTok*, „Social Media + Society”, 11(3), 2025, s. 1–11.
- Schellewald A., *Theorizing 'Stories About Algorithms' as a Mechanism in the Formation and Maintenance of Algorithmic Imaginaries*, „Social Media + Society” 8(1), 2022.
- Schulz C., *A new algorithmic imaginary*, „Media, Culture & Society” 45(5), 2023, s. 797–814.
- Shifman L., *Memes in Digital Culture*, MIT Press, Cambridge–London 2014.
- Shifman L., *The Cultural Logic of Photo-Based Meme Genres*, „Journal of Visual Culture”, nr 13(3), 2014, s. 340–358.
- Siles I., Valerio-Alfaro L., Meléndez-Moran A., *Learning to like TikTok... and not: Algorithm awareness as process*, „New Media & Society”, 26(10), 2024, s. 5702–5718.
- Sitkowska K., *Próba charakterystyki gatunkowej mikroblogu (na podstawie serwisu Twitter)*, *Zagadnienia Rodzajów Literackich*, LV z. 2, 2012, s. 55–76.
- Siuda P., *Kolekcjonowanie kontra szybkie konsumowanie*, „Przegląd Socjologii Jakościowej”, 8(3) 2012, 58–75.
- Skrzyńska M., *From Threshold to Network: Theoretical Overview of the Transformation of Liminality Across Contexts*, „Heteroglossia”, nr 19, 2025.
- Snowden C., *Casting a Powerful Spell: The Evolution of SMS* [w:] *The Cell Phone Reader: Essays in Social Transformation*, Anandam P. Kavoori, Noah Arceneaux (red.), Peter Lang, New York 2006, s. 107–124.
- Soffer O., *The oral paradigm and Snapchat*, „Social Media & Society” 3(2)/2016, s. 1–4.
- Soha M., McDowell Z. J., *Monetizing a Meme: YouTube, Content ID, and the Harlem Shake*, „Social Media + Society”, nr 1, 2016, s. 1–12.
- Sokal A., Bricmont J., *Modne bzdury. O nadużywaniu pojęć z zakresu nauk ścisłych przez postmodernistycznych intelektualistów*, Piotr Amsterdamski (tłum.) Prószyński i S-ka, Warszawa 2004.

- Soyudoğan M., Abdalli R. H., *Sympathizing with Gen-Z: Reflections of Social Media Culture in TikTok*, „Gaziantep University Journal of Social Sciences”, nr 22(4), 2023, s. 1113–1136.
- Sroka J., *Obrazkowe memy internetowe*, CeDeWu, Warszawa 2014.
- Stachowicz J., *Nie przeszkadzaj mi, bo robię edyty. Nowa lektooralność i nowa lapidarność na platformie TikTok w perspektywie antropologii praktyk językowych*, „Kultura Współczesna”, nr. 2(127), Warszawa 2024, s. 16–31
- Steel B., Schirmer M., Ruths D., Pfeffer J., *Just Another Hour on TikTok: Reverse-engineering unique identifiers to obtain a complete slice of TikTok*, CoRR (arXiv preprint), 2025.
- Stokel-Walker Ch., *TikTok Boom: China's Dynamite App and the Superpower Race for Social Media*, Canbury Press, 2021.
- Stunża G. D., *Wyzwania kultury i edukacji uczestnictwa. Pokolenie Z i pokolenie Alfa*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2018.
- Sugiera M., *Performatywność jako postawa. Wstęp*, „Pamiętnik Teatralny” 71(4), Kraków 2022, s. 13–22.
- Szacka B., *Gender i płeć*, [w:] *Gender w społeczeństwie Polskim*, K. Slany, J. Struzik, K. Wojnicka (red.), Zakład Wydawniczy „Nomos”, Kraków 2011.
- Szczęsna E., *Tekst wieloznakowy w przestrzeni mediów cyfrowych. U podstaw poetyki semiotycznej*, „Przegląd Humanistyczny” 4/2013, s. 19–27.
- Szeto C., Yang D., Lee L., *Engagement with short-form video content on Instagram Reels and TikTok among dermatologists*, „Journal of Social Media and Health”, nr 4, 2021, s. 220–235.
- Szpunar M., *Emotywny aspekt recepcji muzycznej*, „Kultura Współczesna” 3(96), 2017, s. 68-77.
- Szpunar M., *Muzyczna wszytkożerność*, „Kultura Współczesna” 3(96), 2017, s. 26–35.
- Tabakow M., Korczak J., Franczyk B., *Big Data - definicje, wyzwania i technologie informatyczne*, „Informatyka Ekonomiczna” 1(31), 2014, 138–153.
- Tabatabaei S., Ivanova E. A., *The Role of Memes on Emotional Contagion*, „Elementary Education Online”, nr 20(5), 2021, s. 6028–6036.
- Tak gotuje TikTok*, E. Stephenson (red.), Warszawa 2022.
- Tandoc E., Lou C., Min V. L. H., *Platform-swinging in a poly-social-media context: How and why users navigate multiple social media platforms*, „Journal of Computer-Mediated Communication”, nr 1, 2019, s. 21–35.

- Taylor A., *Everyone Stop What You're Doing and BeReal: Live Networked Publics and Authenticity on BeReal*, „Social Media + Society”, nr 2, 2023, s. 1–15.
- Tereszkiewicz A., *TikTok: przegląd badań naukowych*, „Media i Społeczeństwo” (16), 2022, s. 211–231
- TikTok Cultures in the United States*, Trevor Boffone (red.), „Routledge”, Oxford 2022.
- TikTok Methodologies*, Cristal Abidin, Jin Lee (red. tem.), „Cultural Science Journal”, nr 15(1), 2025.
- Thomas, C. V. Talbot, *The rise and fall of BeReal: Values of and motivations for (dis)engagement with authenticity-promoting social media*, „New media & Society”, 2025, s. 1-25.
- Toscher B., *Resource Integration, Value Co-Creation, and Service-dominant Logic in Music Marketing: The Case of the TikTok Platform*, „International Journal of Music Business Research”, vol. 10, 2010, s. 1–18.
- Trillò T., Hallinan B., Shifman L., *A typology of social media rituals*, „Journal of Computer-Mediated Communication”, 2022.
- Turner W. V., *Od rytuału do teatru. Powaga zabawy*, Małgorzata Dziekan, Jacek Dziekan (tłum.), Oficyna Wydawnicza Volumen, Warszawa 2005.
- Twardoch-Raś E., *Praktyki fanowskie jako performatywny wymiar postmedialnej telewizji*, „Tematy z Szewskiej”, nr 1(11)/2014, s. 69–82.
- Urbańczyk A., *Piękne życzenia urodzinowe i piosenki, i melodyjka. Szczerość i kicz w twórczości internetowej osób starszych w perspektywie koncepcji dystynkcji Pierre'a Bourdieu*, „Wielogłos” 2020, nr 46, s. 137–154.
- Urzędowska A., *Facewords. O tendencjach słowotwórczych w mediach społecznościowych*, Kraków 2023.
- Vandenberg F., Berghman M., *The show must go on(line): Livestreamed concerts and the hyper-ritualisation of genre conventions*, „Poetics”, 103:101782, 2024, s. 1–13.
- van den Boomen M., Lammes S., Lehmann A. S., Raessens J., Schäfer M. T., *Digital Material: Tracing New Media in Everyday Life and Technology*, Amsterdam University Press, Amsterdam 2009.
- van der Leun G., Mandel T., *Netykieta, czyli kodeks dla internautów*, Andrzej Hildebrandt (tłum.), Wydawnictwo Mikom, Warszawa 1998.
- van Dijck J., *Capturing the Family: Home Video in the Age of Digital Reproduction [w:] Shooting the Family: Transnational Media and Intercultural Values*, Patricia Pisters i Wim Staat (red.), Amsterdam University Press, Amsterdam 2005, s. 25–40.

- van Dijck J., *Telewizja 2.0: YouTube i narodziny nadawania domowego (homecasting)*, [w:] *Zmierzch telewizji? Przemiany medium*, Tomasz Bielak, Mirosław Filiciak, Grzegorz Ptaszek (red.), Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa, s. 313–340
- van Dijck J., *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*, Oxford University Press, Oxford 2013.
- van Dijck J., *Tracing Twitter: The Rise of a Microblogging Platform*, „International Journal of Media and Cultural Politics”, 7(3), 2011, s. 333–348.
- Varoufakis Y., *Technofeudalizm: co zabiło kapitalizm?*, Paweł Szadkowski (tłum.), Wydawnictwo GlowBook, Sieradz 2024.
- Vázquez-Herrero J., Negreira-Rey M.C., López-García X., *Let’s dance the news! How the news media are adapting to the logic of TikTok*, „Journalism”, Vol. 23, Nr 8, 2022, s. 1717–1735.
- Vickery J. R., *Playing Dead: TikTok, #Darkhumor Memes, and the Absurdity of School Shootings in the United States*, „International Journal of Communication”, 2025, nr 24885, s. 3286–3312.
- Violot C., Elmas T., Bilogrevic I., Humbert M., *Shorts vs. Regular Videos on YouTube: A Comparative Analysis of User Engagement and Content Creation Trends*, „Proceedings of the ACM Web Science Conference (WebSci’24)”, 2024, s. 213–223.
- Vizcaíno-Verdú A., Abidin C., *Music Challenge Memes on TikTok: Understanding In-Group Storytelling Videos*, „International Journal of Communication” 16, 2022, s. 883–908
- Vizcaíno-Verdú A., Aguaded I., *#ThisIsMeChallenge and Music for Empowerment of Marginalized Groups on TikTok*, „Media and Communication”, 10(1), 2022, s. 157–172.
- Wang X., Chen M., Jiang W., *Why Is One Social Media Platform Not Enough? A Typology of Platform-Swinging Behavior and Associated Affordance Preferences*, „Social Media + Society”, t. 10, nr 2, 2024, s. 1–13.
- Werry Ch. C., *Linguistic and interactional features of Internet Relay Chat* [w:] *Computer-Mediated Communication: Linguistic, Social and Cross-Cultural Perspectives*, Susan C. Herrin (red.), John Benjamins Publishing, Amsterdam 1996, s. 47–64.
- Winkler D., Hotz-Behofsits C., Wlömert N., Papies D., Liaukonytė J., *The Impact of Social Media on Music Demand: Evidence from a Quasi-Natural Experiment*, arXiv, 2024.
- Wirth U., *Literatur im Internet. Oder: Wen kümmert’s, wer liest?*, [w:] *Mythos Internet*, Stefan Münker, Aleksander Roesler (red.), Edition Suhrkamp, Frankfurt 1997, s. 319–337.

- Wójcicka M., *Mem internetowy jako multimodalny gatunek pamięci zbiorowej*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2019.
- Wynne E., *What Can a Social Media App Do? Philosophospiritual Diffractions on TikTok*, rozprawa doktorska, University of Georgia, 2023
- Wywiad z Karen Barad, Jacqueline Czajka (tłum.) [w:] *Nowy materializm. Wywiady i kartografie*, R. Dolphijn, I. van der Tuin (red.), Fundacja Machina Myśli, Gdańsk-Poznań-Warszawa 2018, s. 41–58.
- Xu L., Yan X., Zhang Z., *Research on the Causes of the “TikTok” App Becoming Popular and the Existing Problems*, „Journal of Advanced Management Science”, 2019, Vol. 7, No. 2, s. 59–63
- Yang Sh., Zhao Y., Ma Y., *Analysis of the Reasons and Development of Short Video Application – Taking TikTok as an Example*, „International Conference on Information and Social Science”, 2019, s. 340–343.
- Yus F., *Inferring Irony Online*, [w:] *The Cambridge Handbook of Irony and Thought*, Raymond W. Gibbs, Jr., Herbert L. Colston (red.), Cambridge University Press, Cambridge 2023, s. 160–180.
- Zakowicz I., *Starość (nie)medialna*, „Biblioteka Gerontologii Społecznej” 2013, nr 1–2, s. 53–64.
- Zeng J., Kaye D. B. V., *From content moderation to visibility moderation: A case study of platform governance on TikTok*, *Policy & Internet*, 14(1), 2021, s. 79–95.
- Zhang Y., *Short-form Video Platforms and Participatory Culture: A Literature Review of TikTok's Impact on Digital Engagement*, „Communications in Humanities Research”, nr 98, 2025, s. 110–115.
- Zhou R., *Understanding the Impact of TikTok's Recommendation Algorithm on User Engagement*, „International Journal of Computer Science and Information Technology” Nr 3, 2024, s. 201–208.
- Zimpel J., *Przemysleć empatię w kontekście kryzysu miejskiej współobecności*, „Przegląd Kulturoznawczy”, nr 4 (46), 2020, s. 461–476.
- Zuboff Sh., *Wiek kapitalizmu inwigilacji. Walka o przyszłość ludzkości na nowej granicy władzy*, Alicja Unterschuetz (tłum.), Wydawnictwo Zysk i S-ka, Poznań 2025.
- Zulli D., Zulli D. J., *Extending the Internet meme: Conceptualizing technological mimesis and imitation publics on the TikTok platform*, „New media & society”, 2020, s. 1872–1890.
- Zygmuntowski J. J., *Kapitalizm sieci*, Wydawnictwo Rozruch, Warszawa 2020.
- Żaglewski T., *Dzień z życia Ziemi, czyli YouTube jako cyberkultura*, *Przegląd Kulturoznawczy*, nr 1 (9), 2011, 90–106.

Netnografia

- @aagata, *Internetowe wyzwania. Czy każdy challenge ma sens i jest bezpieczny?*, „Onet”, 2022, <https://kobieta.onet.pl/dziecko/internetowe-wyzwania-czy-kazdy-challenge-ma-sens-i-jest-bezpieczny/c0bgqwm> (28.05.2023).
- @bartek_dajnowski, Instagram, 2025, https://www.instagram.com/reel/DR_ogowDUqz/?igsh=NHU2eDZ3NzdyZmJm (20.01.2026).
- @bran_flakezz, *honestly tiktok vs reels is wild*, „TikTok”, 2023, https://www.tiktok.com/@bran_flakezz/video/7214200757388594478 (20.01.2026).
- @bucc40, „TikTok”, https://www.tiktok.com/@bucc40/video/7366673066610445611?_r=1&_t=8plaYXTe6PB&link_tag=2 (13.09.2024).
- @BULSJARZ, *Piesek*, „YouTube”, 2022, <https://youtu.be/6JF7cufCxrM> (03.05.2025).
- @charlesmallet, „TikTok” 2021, <https://www.tiktok.com/t/ZGeEMteuD/>
- @darkymayhem, „TikTok”, 2024, <https://www.tiktok.com/@darkymayhem/video/7169664338431577350?q= Bloody Mary&t=1677845338888> (24.08.2025).
- @despiertamericatiktok, „TikTok”, 2025, <https://www.tiktok.com/@despiertamericatiktok/video/7480216698440650015> (25.09.2025).
- @Dr. Keon Parsa, TikTok, <https://www.tiktok.com/t/ZGewQmtHM/> (20.10.2025).
- @dziadek_kozak, TikTok account, https://www.tiktok.com/@dziadek_kozak?_t=8pp0ZzmHhBo&_r=1 (14.09.2024).
- @frikintoast, 2024, „TikTok”, <https://vm.tiktok.com/ZNRDUdXFp/> (20.01.2026).
- @gizass, 2025, „TikTok”, <https://vm.tiktok.com/ZNRDFvpUN/> (20.01.2026).
- @grandma_droniak, „TikTok” 2022, <https://www.tiktok.com/t/ZGeEMnUwd/> (14.09.2024).
- @HalseyTikToks, 2023, „TikTok” <https://vm.tiktok.com/ZNRdYf492/> (30.10.2025).
- @ice_city_harbin, TikTok account, https://www.tiktok.com/@ice_city_harbin?_t=ZN-8uNa-SmG0Luo&_r=1 (01.03.2025).
- @iconauta, *Le Cake-walk infernal (1903) Georges Méliès*, „YouTube”, 2022, <https://www.youtube.com/watch?v=iGuycZcXbWY> (20.02.2026).
- @identunderstand, *tiktok transitions that made me blink twice* 🤪🤪, „YouTube”, 10 stycznia 2021, <https://www.youtube.com/watch?v=ni4pKr56Z-E> (13.03.2025).
- @influencerkageriatryczna, TikTok account, https://www.tiktok.com/@influencerkageriatryczna?_t=8plVot9OyRs&_r=1 (14.09.2024).
- @ivyleagueguide, *I went viral on TikTok and... What happened and what you can learn from it*, „Medium”, 2020, <https://ivyleagueguide.medium.com/i-went-viral-on-tiktok-and-108d1665280d> (20.01.2026).

- @izz, TikTok sprzedaje udziały. Amerykanie przesądzi o przyszłości aplikacji, 2025, „Business Insider”, <https://businessinsider.com.pl/firmy/chinczycy-sprzedaja-tiktoka-w-usa-co-dalej-z-aplikacja/003tf2r> (19.01.2026).
- @jawed, *Me at the zoo*, YouTube, 2005, <https://www.youtube.com/watch?v=jNQXAC9IVRw> (20.02.2025).
- @Jlitterallymecats, *How I feel when I close instagram to open tiktok*, „Threads”, 2025, <https://www.threads.com/@literallymecats/post/DL2m7SoxR4D/how-i-feel-when-i-close-instagram-to-open-tiktok> (20.01.2026).
- @Justinde, *How bro feels after saying „I uninstalled tiktok I have to lock in” just to watch instagram reels instead*, „TikTok”, 2024, <https://vm.tiktok.com/ZNRDhKAcW/> (20.01.2026).
- @ladygaga, „TikTok”, 2024, <https://www.tiktok.com/@ladygaga/video/7432819652079734046?lang=pl-PL>, (27.11.2025).
- @mozart, „TikTok”, 2024, <https://vm.tiktok.com/ZNRDU2RND/> (20.01.2026)
- @mr_g_brooo, "TikTok", https://www.tiktok.com/@mr_g_brooo/video/7311723827325570336?_r=1&_t=8pf6TXCNZQX&link_tag=2 (13.09.2024).
- @nataliejanskings, TikTok, <https://vm.tiktok.com/ZMYAqSgcJ/> (28.02.2023).
- @natpicking, 2021, <https://www.tiktok.com/@natpicking/video/6927925170048863490?lang=en> (24.08.2025).
- @randomfsvideos, *Kamila Valieva – Exhibition – Wednesday*, „YouTube”, 2022, https://www.youtube.com/watch?v=_qIjey2Bx_M (28.07.2025).
- @Showbiz, *Lorde could feel her ‘brain degrading’ when she used TikTok*, „NZME”, 2023, <https://www.nzherald.co.nz/entertainment/lorde-could-feel-her-brain-degrading-when-she-used-tiktok/ZOE4DAAUFVG2XGFO2R254MLNWQ/> (22.10.2025).
- @waciaborkowska323, TikTok Account, https://www.tiktok.com/@waciaborkowska323?_t=8pp0O6Q3t69&_r=1 (14.09.2024).
- @wisi0sz, „TikTok”, 2023, <https://www.tiktok.com/t/ZGeKgKDUq/> (20.12.2025).
- 48 hours challenge – jak media rozpowszechniły na nowo niebezpieczny internetowy trend?*, „Perspektywy”, 2025, https://perspektywy.pl/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=11389:48-hours-challenge-jak-media-rozpowszechnily-na-nowo-niebezpieczny-internetowy-trend&catid=24&Itemid=119 (20.01.2026).
- „Minionki: Wejście Gru”. Film animowany stał się trendem na TikToku. Widzowie ubrani w garnitury wnoszą na sale kinowe banany*, „Telemagazyn”, <https://www.telemagazyn.pl/artykuly/minionki-wejscie-gru-film-animowany-stal-sie-trendem-na-tiktoku-widzowie-ubrani-w-garnitury-wnosza-na-sale-kinowe-banany-100199.html> (28.07.2023).

- "Wielka Feta na TikToku". *Startuje nowy konkurs kulinarny*, „Pyszności”, 2023, <https://pyszności.pl/wielka-feta-na-tiktoku-startuje-nowy-konkurs-kulinarny,6952076412554176a> (09.11.2025).
- Aildasani D., *From American Idol dropout to TikTok-viral tunes, Benson Boone on his rise to fame and 'finding my real sound'*, „Young Post Club”, 2023, <https://www.youngpost-club.com/yp/discover/entertainment/music/article/3230364/american-idol-dropout-tiktok-viral-tunes-benson-boone-his-rise-fame-and-finding-my-real-sound> (23.10.2025).
- Apple Intelligence, osobisty system sztucznej inteligencji, sprawia, że potężne modele generatywne wspierają wszystko, co robi iPhone, iPad i Mac*, „Apple Newsroom”, 2024, <https://www.apple.com/pl/newsroom/2024/06/introducing-apple-intelligence-for-iphone-ipad-and-mac/> (12.12.2025).
- Apple Music, *Halsey: BADLANDS, Tour & Pop Stardom | Zane Lowe Interview*, Youtube, 2025, <https://youtu.be/LMDAcg6r4-M> (29.11.2025).
- Atkinson K., *TikTok & Billboard partner to launch TikTok Billboard Top 50*, Billboard 2023, <https://www.billboard.com/music/chart-beat/tiktok-billboard-top-50-chart-launch-1235412993/> (20.09.2025).
- Baker-White E., *TikTok's Secret 'Heating' Button Can Make Anyone Go Viral*, „Forebs”, 2023, <https://www.forbes.com/sites/emilybaker-white/2023/01/20/tiktoks-secret-heating-button-can-make-anyone-go-viral/?sh=5a2e041b6bfd> (28.02.2025).
- Bank Danych Lokalnych GUS, Turystyka (K18), Turystyczne obiekty noclegowe i ich wykorzystanie (G240), Turystyczne obiekty noclegowe – wskaźniki (P2396)*, <https://bdl.stat.gov.pl/bdl/dane/podgrup/tablica> (21.02.2026).
- Bartosiak A., „*Zombie scrolling*” *rujnuje wzrok. To cały zespół dolegliwości*”, „Radio ZET”, 2025, <https://zdrowie.radiozet.pl/choroby/zombie-scrolling-wykancaza-oczy-te-objawy-powinny-zaniepokoic> (20.01.2026).
- Bednarek A., *Jiggle Jiggle albo śmierć. Co dziesiąty kawałek z polskich list przebojów wybił się dzięki TikToku*, Spider's Web, 2022, <https://spidersweb.pl/plus/2022/06/tik-tok-muzyka-rewolucja-przeboje> (20.09.2025).
- Begley S., *The Science of Making Decisions*, „Newsweek”, 2011, <https://www.newsweek.com/science-making-decisions-68627> (20.09.2025).
- Blandyna-Lewkowicz M., *Algorytmy TikToka. Faworyzowały skrajnie prawicową partię przed eurowyborami*, „Cyber Defence”, 2024, <https://cyberdefence24.pl/social-media/algorytmy-tiktoka-faworyzowaly-skrajnie-prawicowa-partie-przed-eurowyborami> (23.01.2026).

- Bombała R., *Trudny powrót branży po pandemii*, *Obserwator Finansowy*, 2024, <https://www.obserwatorfinansowy.pl/bez-kategorii/trudny-powrot-branzy-po-pandemii/> (20.10.2025).
- Bortacka G, *Sprośna historia Internetu*, „Ciekawostki Historyczne”, 2022, <https://ciekawostkihistoryczne.pl/2022/02/18/sproсна-historia-internetu/> (17.03.2025).
- Borzuta N., *Wandalizm w brytyjskich kinach na filmie dla dzieci. Wszystko przez trend z TikToka*, „Interia”, <https://wydarzenia.interia.pl/zagranica/news-wandalizm-w-brytyjskich-kinach-na-filmie-dla-dzieci-wszystko,nId,6137396> (28.07.2023).
- boyd d., *Hacking the attention economy*, „Medium”, 2017, <https://medium.com/datasociety-points/hacking-the-attention-economy-9fa1daca7a37> (05.01.2025). *Brevity*, Laurence Goldstein (red.) Oxford University Press, Oxford 2013.
- boyd d., *Teens Are addicted to socializing, not screens: Screenagers in the time of coronavirus*, „Medium”, 2020, <https://onezero.medium.com/teens-are-addicted-to-socializing-not-screens-a26da5d92983> (20.01.2026).
- Braun S., *‘It’s really sad’: US TikTok users rethink app over concerns about privacy and censorship*, „The Guardian”, 2026, <https://www.theguardian.com/technology/2026/feb/01/tiktok-users-app-privacy-terms-conditions> (12.03.2026)
- Calviño, *Pull&Bear is launching PBShuffle, a new video marketing strategy*, „Cross-Border Magazine”, 2024, <https://cross-border-magazine.com/pullandbear-launches-pbshuffle/> (17.04.2025).
- Caramanica J., Rosado P., *On TikTok, Pop Music Speeds Up*, „New York Times”, <https://www.nytimes.com/2023/05/24/arts/music/popcast-sped-up-tiktok-remixes.html> (28.05.2023).
- Casey S., *TikTok and Universal Music Group’s Licensing Battle*, „Cardozo Arts & Entertainment Law Journal Blog”, 2024, <https://larc.cardozo.yu.edu/aelj-blog/377/> (10.01.2026)
- Charzyński B, *Internet challenge, czyli internetowe wyzwanie – co to jest, na czym polega, czy jest bezpieczne?*, <https://scroll.morele.net/rozrywka/internet-challenge-czyli-internetowe-wyzwanie-co-to-jest-na-czym-polega-czy-jest-bezpieczne/> (28.05.2023).
- Children and parents: media use and attitudes report 2025*, „Ofcom”, Londyn, 2025, <https://www.ofcom.org.uk/media-use-and-attitudes/media-habits-children/children-and-parents-media-use-and-attitudes-report-2025> (25.01.2026).
- Chojnowska A., *Odnaleziono nieznaną utwór Mozarta. „Wydał muzykę szybciej niż Rihanna”*, „K MAG”, 2024, <https://kmag.pl/article/odnaleziono-nieznany-utwor-mozarta-tworzyl-go-bedac-nastolatkiem-wideo> (20.01.2026).

- Chopin na nowej scenie. Konkurs z wielomilionową publicznością na TikTok LIVE*, „TikTok newsroom”, 2025, <https://newsroom.tiktok.com/chopin-on-tiktok-live?lang=pl-PL> (21.10.2025).
- Cisowska J., *Big techy grają z nami w weryfikację wieku. To karanie ofiar zamiast sprawców*, „OKO.press”, 2026, https://oko.press/big-techy-weryfikacja-wieku-karanie-ofiar-zamiast-sprawcow?utm_campaign=feed&utm_medium=referral&utm_source=later-linkinbio&fbclid=PARIR TSAQZQRJleHRuA2FlbQIxMQBzcnRjBmFwcF9pZA8xMjQwMjQ1NzQyODc0MTQAAafWRWWi60go0jB6BNzLwkXomuBglDEDut-KgTsm0QeiFpgcb4jDSe5EVCpKoiQ_aem_MOwSWNqtQ3MQ4h-01LWu8g (20.02.2026).
- Co mam zrobić, gdy zobaczę wyzwanie internetowe?*, „Centrum Bezpieczeństwa TikTok”, <https://www.tiktok.com/safety/pl-pl/online-challenges/> (29.12.2025).
- Creator Rewards Program*, TikTok, 2025, <https://support.tiktok.com/pl/business-and-creator/creator-rewards-program/creator-rewards-program> (20.02.2025).
- Criddle C., *Shorts risks cannibalising core YouTube business, say senior staff*, „Financial Times”, 2023, <https://www.ft.com/content/c51ce73a-8ae7-4f5e-aa3c-5e24e471cc7b> (08.03.2025).
- Czech M., *„Jestem w Stegnie” - co w tym śmiesznego? Tłumaczymy fenomen TikToka*, „Dziennik Bałtycki”, 2022, <https://dziennikbaaltycki.pl/jestem-w-stegnie-co-w-tym-smiesznego-tlumaczymy-fenomen-tiktoka/ar/c1-16510607> (20.12.2025).
- Czy SNapy przesłane do Polecanych są moderowane przed opublikowaniem w Polecanych?*, „Snapchat Support”, 2025, <https://help.snapchat.com/hc/pl/articles/7012309738516-Czy-SNapy-przeslane-do-Polecanych-sa-moderowane-przed-opublikowaniem-w-Polecanych> (14.03.2025).
- Dance Your PHD*, „Wikipedia”, https://en.wikipedia.org/wiki/Dance_Your_Ph.D (10.01.2026).
- Dańda-Pyzik M., *TikTok i dzieci. Jak działa przerażająca, niewidzialna siła algorytmów?*, „Strona Zdrowia”, 2026, <https://stronazdrowia.pl/tiktok-i-dzieci-jak-dziala-przerazajaca-niewidzialna-sila-algorytmow/ar/c14p2-28319045> (20.01.2026).
- Nieborg D., Poell, T., Deuze M., *The Platformization of Making Media [w:] Making Media: Production, Practices, and Professions*, Mark Deuze, Mirjam Prenger (red.), 2019, s. 85-96.
- Dąbrowski A., *Naukowcy potwierdzają: TikTok niszczy twój mózg*, „Interia”, 2025, <https://gry.interia.pl/newsy/aktualnosci/news-naukowcy-potwierdzaja-tiktok-niszczytwoj-mozg,nId,22459695> (10.12.2025).

- Dębski M., Pyżalski J., Borchet J., Witkowska H., *Dobre i złe wiadomości – życie online i offline a zdrowie psychiczne polskich nastolatków. Raport z badań*, Fundacja Dbam o Mój Zasięg, Gdańsk 2025. <https://dbamomojzasieg.pl/dobre-i-zle-wiadomosci/> (17.02.2026).
- Digital 2019: global Internet use accelerates*, We Are social, Hootsuite, 2019 <https://wearesocial.com/uk/blog/2019/01/digital-in-2019-global-internet-use-accelerates> (04.09.2024).
- Digital 2024 Global overview report*, We are Social, Meltwater, 2024, <https://wearesocial.com/uk/blog/2024/01/digital-2024/> (04.01.2025).
- Digital 2025 Global Overview Report*, We Are Social, Meltwater, 2025, <https://indd.adobe.com/view/9d9a68f6-38a9-4278-b61c-4506b24240b0?allowFullscreen=true&wmode=opaque> (05.03.2025).
- Distribution of TikTok users worldwide as of April 2024, by age and gender*, „Statista”, 2024, <https://www.statista.com/statistics/1299771/tiktok-global-user-age-distribution/> (04.09.2024).
- Dlaczego filmy są coraz dłuższe?*, „F5”, 2023, <https://www.f5.pl/kultura-i-sztuka/dlaczego-filmy-sa-coraz-dluzsze> (11.01.2026).
- Dodgson L., *Adele explained why she won't make songs for TikTok, despite her team wanting her to appeal to teens*, „Business Insider”, 2021, <https://www.businessinsider.com/adele-30-tiktok-music-gen-z-teenagers-millennials-2021-11?IR=T> (29.11.2025).
- Dorf I, *"Zgniłe Mózgi" podbijają cyfrowy świat dzieci. "To jest takie głupkowate"* Bartek Dajnowski (rep.), 2025, „Dzień Dobry TVN”, <https://dziendobry.tvn.pl/parenting/co-to-jest-brainrot-dlaczego-przyciaga-dzieci-st8785817> (20.02.2026).
- Dredge S., *Vine hopes video creators will snap to the beat of its new music features*, „The Guardian”, 2015, <https://www.theguardian.com/technology/2015/aug/28/vine-video-creators-music-twitter-app> (23.02.2025).
- Dua Lipa, DaBaby, *Levitating Featuring*, „YouTube”, <https://www.youtube.com/watch?v=TUVcZfQe-Kw> (07.12.2025).
- Ed Sheeran's Play LIVE in New York breaks records for biggest artist LIVE of the year with 2.3 million viewers*, „TikTok newsroom”, 2025, <https://newsroom.tiktok.com/ed-recap?lang=en> (20.10.2025).
- Ed Sheeran TikTok Show Breaks Records With 5.5 Million Viewers*, „TikTok newsroom”, 2021, <https://newsroom.tiktok.com/ed-sheeran-tiktok-show-breaks-records?lang=en-GB> (20.10.2025)

- FAQ: Effect Creator Rewards*, TikTok, 2025, <https://effecthouse.tiktok.com/learn/guides/support/faq-effect-creator-rewards#about-effect-creator-rewards> (28.07.2025).
- Filmy Kuby i babci Antoniny hitem sieci*, „Dzień dobry TVN”, 2023, <https://pytanienasniedanie.tvp.pl/66237819/filmy-kuby-i-babci-antoniny-hitem-sieci> (13.09.2024).
- Find Your Favorites on Snapchat*, „Snapchat Newsroom”, 2025, <https://newsroom.snap.com/find-your-favorites-on-snapchat> (14.03.2025).
- Francja zakazuje dzieciom Facebooka, TikToka, Snapchata i Instagrama. Kiedy Polska?*, „Bieganie”, 2026, <https://bieganie.pl/lifestyle/francja-zakazuje-dzieciom-facebookak-tiktoka-snapchata-i-instagrama-kiedy-polska/> (25.01.2026)
- Fraser M., *Krótkie wideo w social mediach psują zdolności poznawcze. Potwierdzają to badania*, „Cyberdefence24”, 2023, <https://cyberdefence24.pl/social-media/krotkie-wideo-w-social-mediach-psuja-zdolnosci-poznawcze-potwierdzaja-to-badania> (10.12.2025)
- Friedman D, *From 1890: The first text Messages*, „Sunday Magazine”, 2010, <https://sunday-magazine.org/2010/08/10/from-1890-the-first-text-messages/> (21.01.2026).
- Frindt M., *Nowy zakaz w polskich szkołach? Wymowna reakcja szefowej MEN*, „Wprost”, 2026, <https://www.wprost.pl/edukacja/12230748/men-i-nowy-zakaz-w-polskich-szkolach-nowacka-damy-narzedzia.html> (25.01.2026)
- Gallimore K., *What We Can Learn From Meghan Trainor's TikTok Strategy*, „Medium”, 2022, <https://medium.com/@belangerkathryn/what-we-can-learn-from-meghan-trainors-tiktok-strategy-2d1c8b377bce>, (20.09.2025).
- Garcia T., *Halsey's Label Responds to Singer's TikTok Claim That They Won't Release New Song*, „Variety”, 2022, <https://variety.com/2022/music/news/halsey-tiktok-label-responds-1235275187/> (29.11.2025).
- Golum C., *Cinema Year Zero: TikTok and the Grammar of Silent Film*, Mubi, 2021, <https://mubi.com/en/notebook/posts/cinema-year-zero-tik-tok-and-the-grammar-of-silent-film> (01.03.2025).
- Golus A., *„Perspektywa Sary”. Kolejna burza w mediach, ochrony dziecka nadal brak*, „Tygodnik Powszechny”, 2025, <https://www.tygodnikpowszechny.pl/perspektywa-sary-kolejna-burza-w-mediach-ochrony-dziecka-nadal-brak-191975> (20.01.2026).
- Grajales A., *I accidentally went viral on TikTok. I learned we failed our youngest generation*, „World Economic Forum”, 2020, <https://www.weforum.org/stories/2020/01/tiktok-viral-social-media-millennials-centennials-internet/> (20.01.2026).
- Grathwohl C., *Oxford word of the year 2024*, 2024, <https://corp.oup.com/word-of-the-year/> (10.12.2025)

Grothaus M., *TikTok age progression: How to get the viral 'time travel' filter that Gen Z is obsessed with*, Fast Company, 2023, <https://www.fastcompany.com/90991023/tiktok-aged-filter-time-travel-progression-gen-z-obsessed-how-to-use> (20.10.2025).

Haasch P., *Like it or not, influencers are probably here to stay on the red carpet*, „Business insider”, 2024, <https://www.businessinsider.com/billie-eilish-influencers-tiktokers-red-carpet-peoples-choice-awards-2024-2?IR=T> (28.10.2025)

Haraway D., *Wiedze usytuowane. Kwestia nauki w feminizmie i przywilej ograniczonej/częściowej perspektywy*, Agata Czarnecka (tłum.), „Think Thank Feministyczny”, <http://www.ekologiasztuka.pl/pdf/f0062haraway1988.pdf> (17.08.2025).

Hartman, *Kochajmy TikToka!*, „Polityka”, 2024, <https://blog.polityka.pl/hartman/2024/05/08/kochajmy-tiktoka/> (19.12.2025).

Hawranek M., *Australia: laboratorium nastolatków. Zakaz to nie najlepsze rozwiązanie, ale innej ścieżki nie ma*, „OKO.press”, 2026, https://oko.press/australia-laboratorium-nastolatkow-zakaz-social-mediow?utm_campaign=feed&utm_medium=referal&utm_source=later-linkinbio&fbclid=PAVERFWAPKf2BleHRuA2FlbQIxMQBzcnRjBmFwcF9pZA8xMjQwMjQ1NzQy-ODc0MTQAAac9vHGEwucqdOxdipQxrlbuAQMRpFstExI2TPc3Huecm97hGm2lifmpQ5WpVw_aem_k9EM9d7y1Rs1xWPjRRcjrQ (20.01.2026).

Herman J., *How TikTok Is Rewriting the World*, „The New York Times”, <https://www.nytimes.com/2019/03/10/style/what-is-tik-tok.html> (13.12.2025).

Hitters H., *Bytedance thins overseas apps further with closure of video app Vigo*, „Technode”, 2020, <https://technode.com/2020/06/15/bytedance-thins-overseas-apps-further-with-closure-of-video-app-vigo/> (28.02.2025).

How TikTok's "Creative Challenge" Works for Brands and Creators, „Dooley Social Studio Blog”, 2023, <https://www.dooleysocial.studio/blog/tiktok-creative-challenge> (20.01.2026).

How TikTok Shop Recommends Content, TikTok, Zob. <https://support.tiktok.com/pl/using-tiktok/exploring-videos/how-tiktok-shop-recommends-content> (27.08.2025).

<https://fb.watch/iRMowRfjbP/> (20.01.2026).

<https://www.facebook.com/groups/962418074105591/permalink/1294160327598029> (05.05.2025).

https://www.reddit.com/r/Tiktokhelp/comments/1bd2di5/when_will_the_creator_rewards_program_come_to/ (14.08.2025).

<https://vm.tiktok.com/ZGJgLuY1p/> (20.02.2025).

<https://vm.tiktok.com/ZMLD2KyR8/> (03.03.2022).

<https://vm.tiktok.com/ZMYuMV9D4/> (28.07.2025).

<https://vm.tiktok.com/ZMLyN5wNn/> (12.10.2024).
<https://vm.tiktok.com/ZMYUX5QoB/> (28.02.2023).
<https://vm.tiktok.com/ZMYUX9m13/> (28.02.2023).
<https://vm.tiktok.com/ZMYUXbuHq/> (28.02.2023).
<https://vm.tiktok.com/ZMYUXDkoR/> (28.02.2023).
<https://vm.tiktok.com/ZMYUXu5am/> (28.02.2023).
<https://vm.tiktok.com/ZMYUXsUQS/> (28.02.2023).
<https://vm.tiktok.com/ZMYUXxo7E/> (28.02.2023).
<https://vm.tiktok.com/ZNecavh7v/> (28.10.2024).
<https://vm.tiktok.com/ZNdRY1SjU/> (20.03.2025).
<https://vm.tiktok.com/ZNdRYJRw2/> (20.03.2025).
<https://vm.tiktok.com/ZNdWeBs9g/> (20.01.2026).
<https://vm.tiktok.com/ZNeEB4pwF/> (21.01.02024).
<https://vm.tiktok.com/ZNeTUagBH/> (11.12.2025).
<https://vm.tiktok.com/ZNRSe8u1k/> (28.07.2025).
<https://vm.tiktok.com/ZNeTUSxcK/> (11.12.2025).
<https://vm.tiktok.com/ZNddopmHS/> (18.03.2025).
<https://www.tiktok.com/t/ZGeEr2x1j/> (13.09.2024).
<https://www.tiktok.com/t/ZGeErP2YU/> (13.09.2024).
<https://www.tiktok.com/t/ZGeErP2qW/> (13.09.2024).
<https://www.tiktok.com/t/ZGeK7VEjT/> (20.12.2025).
<https://vm.tiktok.com/ZGeEsMgWb/> (13.09.2024).
<https://www.tiktok.com/t/ZGeKgB2GN/> (03.09.2024).
<https://www.tiktok.com/t/ZGeKgDpco/> (13.09.2024).
<https://www.tiktok.com/t/ZGeKgo6ee/> (05.09.2024).
<https://www.tiktok.com/t/ZGeKgpYhF/> (05.09.2024).
<https://www.tiktok.com/t/ZGeKgRVAw/> (25.10.2025).
<https://www.tiktok.com/t/ZGeKgSNQj/> (25.10.2025).
<https://www.tiktok.com/t/ZGeKgW6QM/> (05.09.2024).
<https://www.tiktok.com/t/ZGeKgqgKd/> (05.09.2024).
<https://www.tiktok.com/t/ZGeEMPrmP/> (05.09.2024).
<https://www.tiktok.com/t/ZGewCkdUG/> (05.09.2024).
<https://www.tiktok.com/t/ZNecj3cNp/> (13.09.2025).
<https://www.tiktok.com/t/ZNecj4exc/> (13.09.2025).
<https://www.tiktok.com/t/ZNecjCB97/> (05.09.2024).
<https://www.tiktok.com/t/ZNecjCGe3/> (13.09.2024).

<https://www.tiktok.com/t/ZNecjo8Xt/> (25.10.2025).

<https://www.tiktok.com/t/ZNecjtC9P/> (25.10.2025).

<https://www.tiktok.com/t/ZNecjQ5BQ/> (13.09.2024).

<https://www.tiktok.com/t/ZNecjXX35/> (13.09.2025).

HugoDécrypte, *Grands formats, Ma discussion sans filtre, avec Lady Gaga (VF et VO dispo)*, „YouTube”, 2025, https://www.youtube.com/watch?v=cKRX6dd_6dM (25.09.2025).

Hunter T., *TikTok's 'aging' filters bring us face-to-face with mortality*, „The Washington Post”, 2023, <https://www.washingtonpost.com/technology/2023/12/06/tiktok-time-travel-aging-filter/> (5.09.2024).

Hutchinson A., *TikTok Launches 'Creative Exchange' Platform to Connect Brands with Top Creators*, „Social Media Today”, 2021, <https://www.socialmediatoday.com/news/tiktok-launches-creative-exchange-platform-to-connect-brands-with-top-cre/609922/> (20.01.2026).

Hutchinson P., *In-camera kings: The VFX magic of Georges Méliès and early trick filmmakers*, „Silent London Blog”, <https://silentlondon.co.uk/2020/09/30/in-camera-kings-the-vfx-magic-of-georges-melies-and-early-trick-filmmakers/> (23.03.2025).

INSTAGRAM REELS Create, watch, and share short, entertaining videos, Instagram about, <https://about.instagram.com/features/reels> (07.03.2025).

I Can't Think! The Twitterization of our culture has revolutionized our lives, but with an unintended consequence—our overloaded brains freeze when we have to make decisions, „Waldorf Today”, 2011, <https://www.waldorftoday.com/2011/03/i-cant-think/> (25.01.2026).

Italian Brainrot / AI Italian Animals, „Know your meme”, 2025, <https://knowyourmeme.com/memes/italian-brainrot-ai-italian-animals> (28.12.2025).

Jackson C., 2012, *From ASCII to streaming video: How the Internet created a multi-billion dollar porn industry*, <https://thenextweb.com/news/cybersex-ascii-pinups-celebrity-fakes-how-the-internet-created-a-97-billion-porn-industry> (15.03.2025).

Jak przesłać Snapy do Polecanych?, „Snapchat Support”, 2025, <https://help.snapchat.com/hc/pl/articles/7012288096532-Jak-przesłać-Snapy-do-Polecanych> (14.03.2025).

Kardys W., *Alarmujące wieści z USA, które BARDZO dają do myślenia bo pokazują, że ludziom dosłownie palą się mózgi!*, „Facebook”, 2025, Zob. <https://www.facebook.com/photo?fbid=1416422059969095&set=a.478081540469823> (25.01.2026).

Jenkins H., Garcia A., *Teens, Teachers, and Mobile Tech: An Interview with Antero Garcia*, „Confessions of an Aca-Fan”, 2017, <http://henryjenkins.org/blog/2017/9/7/an-interview-with-antero-garcia-part-one> (20.01.2026).

- Kilen N., *TikTok Creator Marketplace – co to jest i dlaczego zmieni marketing?*, „OBTK - On Board Think Kong”, 2021, <https://obtk.pl/tiktok-creator-marketplace/>, (20.01.2026).
- Kobuszevska, „*Jestem w Stegnie na plaży*”. *Autorka wakacyjnego hitu chce pieniędzy od Friza i Tribbsa*, „Onet”, 2022, <https://noizz.pl/informacyjne/jestem-w-stegnie-na-plazy-autorka-chce-pieniedzy-od-friza-i-tribbsa/ylj9j05> (09.10.2025).
- Konieczńska A., *W Australii wprowadzono zakaz korzystania z mediów cyfrowych dla dzieci – czy to słuszna decyzja?*, „Vogue Polska”, 2025, <https://www.vogue.pl/a/w-australii-wprowadzono-zakaz-korzystania-z-mediow-cyfrowych-dla-dzieci-czy-to-sluszna-decyzja> (25.01.2026)
- Kopańko K., *Umarł król, niech żyje król. Musical.ly znika, a na jego miejsce wchodzi TikTok*, „Spider’s Web”, 2018, <https://spidersweb.pl/2018/08/musically-tiktok-polaczenie.html> (01.03.2025).
- Koroma Z., *How I went viral on TikTok and why I hated it*, „The Daily Californian”, 2021, https://www.dailycal.org/archives/how-i-went-viral-on-tiktok-and-why-i-hated-it/article_58ae25d9-5987-5bd6-8b24-6accbcc9f2f4.html (29.12.2025).
- Kosta A., *TikTok i Instagram tworzą pokolenie zombie i degradują mózgi. Uszkadzają mózg, skracają zdolność koncentracji i paraliżują wytrzymałość poznawczą*, „Cynicy.pl”, 2025, <https://cynicy.pl/author/adrian-kosta/> (10.12.2025)
- Kryśkiewicz Ł., *Tiktokizacja i inne epidemie*, „Fundacja Republika”, 2023, https://fundacja-republikanska.org/co_robimy/forum-mlodych-fundacji-republikanskiej/tiktokizacja-i-inne-epidemie/ (23.01.2026).
- Kuchnia M., *Skrajna prawica opanowała TikToka. Mentzen czuje się tu jak ryba w wodzie: "Młodzi lubią, jak ktoś zaora"*, „Wyborcza”, 2025, <https://krakow.wyborcza.pl/krakow/7,44425,31665674,czy-tiktok-wygra-nam-wybory.html> (23.01.2026).
- Kuśmerek M., *Instagram z magicznym przyciskiem. Pozwoli ci zacząć od nowa*, „Spiders Web”, 2024, <https://spidersweb.pl/2024/11/instagram-resetowanie-algorytmu.html> (03.04.2025).
- Lalka A., „*Muzyka na speedzie. Dlaczego internet pokochał przyspieszone wersje utworów?*”, <https://rytmy.pl/muzyka-na-speedzie-dlaczego-internet-pokochal-przyspieszone-wersje-utworow/> (28.05.2023).
- Ledwoń-Blacha, *Czy subkultury umarły? Winna TikTokizacja!*, ledwoledwo.pl (blog), 2025, <https://ledwoledwo.pl/czy-subkultury-umarly-winna-tiktokizacja/> (10.12.2025).

- Lewis I., *FKA twigs says 'all record labels ask for are TikToks': 'I got told off for not making enough effort'*, „Independent”, 2022, <https://www.independent.co.uk/arts-entertainment/music/news/fka-twigs-tiktok-instagram-label-b2082496.html> (22.10.2025).
- Lim D., *6 Ways to Cash in With TikTok's Creator Rewards Program*, „Backstage”, 2025, <https://www.backstage.com/magazine/article/how-to-join-tiktoks-creator-rewards-program-79061/> (20.01.2026).
- LinkedIn rozwija funkcje wideo*, „PRoto”, 2025, <https://www.proto.pl/aktualnosci/linkedin-rozwija-funkcje-wideo/> (16.03.2025).
- Magdalena Bigaj, Wikipedia, https://pl.wikipedia.org/wiki/Magdalena_Bigaj (11.10.2025).
- McIntyre H., *Lady Gaga's 'Bloody Mary' Is Finally a Top 40 Hit. It's taken a decade, but Lady Gaga's "Bloody Mary" is a top 40 hit thanks to Netflix's „Wednesday”*, „Metro Weekly”, <https://www.metroweekly.com/2023/01/lady-gagas-bloody-mary-is-finally-a-top-40-hit/> (28.07.2023).
- McCalman S., *TikToker Charles Mallet and his Granddaughter Show Fans He's More Than His Alzheimer Diagnosis*, „TILT”, 2021, <https://www.thetilt.com/content-entrepreneur/tiktoker-charles-mallet> (15.09.2024).
- Mikołajczyk M., *Ludzie planują, jak się ubrać na "Barbie" i "Oppenheimera". To może uratować kino*, „Na Temat”, 2023, <https://natemat.pl/499832,ludzie-planuja-jak-sie-ubrac-na-barbie-i-oppenheimera-to-moze-uratowa> (20.10.2025).
- Mikulasi M., *Shrimp Jesus and AI Slop*, „Medium”, 2025, <https://medium.com/@michalmikuli/shrimp-jesus-and-ai-slop-0ccf8169f744> (29.12.2025).
- MULTI ogląda ŚMIESZNE TIKTOKI! #61*, YouTube, <https://www.youtube.com/watch?v=slygPNMXgww> (20.02.2025).
- Na czworaka przez galerie handlowe. Polski trend podbija TikToka*, „Rozrywka Wprost”, 2023, <https://rozrywka.wprost.pl/11507062/na-czworaka-przez-galerie-handlowe-polski-trend-podbija-tiktoka.html> (20.01.2026).
- Netflix Polska, *Wednesday | Zapowiedź sezonu 2 | Netflix*, YouTube, <https://www.youtube.com/watch?v=LdHp3QjkUhQ> (28.07.2023).
- Nochowicz A., *"Już wiem, czemu nie jeżdżę nad Bałtyk". Pokazała nagranie ze Stegny*, „Wirtualna Polska”, 2023, <https://wiadomosci.wp.pl/juz-wiem-czemu-nie-jezdze-nad-baltyk-pokazala-nagranie-ze-stegny-6919462018264000a> (20.10.2025).
- Nover S., *What Happened When TikTok Songs Went Silent for Three Months*, „Harvard Business School Working Knowledge” <https://www.library.hbs.edu/working->

- knowledge/what-happened-when-tiktok-songs-went-silent-for-three-months (10.01.2026).
- Nurski M., *Modlitwa czy piąteczka? Spór o znaczenie emoji trwa, a rozwiązanie zagadki jest proste*, „Komórkomania”, 2021, <https://komorkomania.pl/modlitwa-czy-piateczka-spor-o-znaczenie-emoji-trwa-a-rozwiazanie-zagadki-jest-proste,6779840038233729a> (11.12.2025).
- Odgers C. L., Hayes G. R., *Let's Stop Shaming Teens About Social Media Use*, „Educational Leadership”, nr 81 (2), 2024, <https://www.ascd.org/el/articles/lets-stop-shaming-teens-about-social-media-use> (20.01.2026).
- Oglądanie filmów w pakiecie*, „TikTok”, 2025, <https://support.tiktok.com/pl/using-tiktok/exploring-videos/watch-videos-in-a-tiktok-series#1> (20.01.2026).
- Olszewski D., *LinkedIn niczym TikTok? Portal testuje nowe formaty*, „Computerworld”, 2024, <https://www.computerworld.pl/article/2511789/linkedin-niczym-tiktok-portal-testuje-nowe-formaty.html>, (17.03.2025).
- Page S., *Grandparents are dancing with their grandkids on TikTok. People can't get enough*, <https://www.washingtonpost.com/lifestyle/2020/05/14/grandparents-are-dancing-with-their-grandkids-tiktok-people-cant-get-enough/> (13.09.2024).
- Papuczys J., *Jaka piękna katastrofa*, „Performer”, nr 5, 2020, <https://grotowski.net/performer/performer-5/jaka-piekna-katastrofa> [20.02.2026].
- Parzysz P., *„Zniknij bez śladu”. Niebezpieczny trend wśród nastolatków*, „RMF24.pl”, <http://rmf24.pl/fakty/polska/news-zniknij-bez-sladu-niebezpieczny-trend-wsrod-nastolatkow,nId,8030568> (20.01.2026)
- Perez S., *TikTok becomes first non-game app to reach \$10B in consumer spending*, „Tech crunch”, 2023, <https://techcrunch.com/2023/12/11/tiktok-becomes-first-non-game-app-to-reach-10b-in-consumer-spending/> (24.09.2025).
- Pickhardt K., *People Are Sharing How They Accidentally Went Viral Online, And The Stories Are Wild*, „BuzzFeed”, 2021, <https://www.buzzfeed.com/katherinpickhardt/going-viral-horror-stories> (20.01.2026)
- Pinchevski A., *Social media's canaries: content moderators between digital labor and mediated trauma*, „Media, Culture & Society”, nr 1, 2023, s. 212–221.
- Pisani J., *When Grandma Is a TikTok Star and the Grandkids Are the Managers*, „The Wall Street Journal”, <https://www.wsj.com/articles/tiktok-videos-grandma-grandkids-11673045690> (13.09.2024).

- Pittman S., *From TikTok To Hard Tickets: The ABC's Of GAYLE's Success*, „Pollstar”, 2022, <https://news.pollstar.com/2022/02/08/from-tiktok-to-hard-tickets-the-abcs-of-gayles-success/> (29.09.2025).
- Plesser A., *First Video Sharing Site Paved the Way for YouTube - ShareYourWorld.com Was There First to Launch Ten Years Back*, 2007, <https://www.beet.tv/2007/07/first-video-sha.html> (23.03.2025).
- Podsumowanie roku na TikToku. Niezapomniane trendy, twórcy i filmy, które zawojowały platformę w 2022*, „TikTok Newsroom”, 2022, <https://newsroom.tiktok.com/pl-year-on-tiktok-2022-truly-foryou> (20.02.2026).
- Politycy o skrajnych poglądach najaktywniejsi w social mediach*, „Wirtualne Media”, 2021, <https://www.wirtualnemedi.pl/politycy-o-skrajnych-pogladach-najaktywniejsi-w-social-mediach,7170199097951873a> (23.01.2025).
- Polsat, *Julia Kamińska - Blood Mary (Lady Gaga) | Twoja twarz brzmi znajomo*, „YouTube”, <https://www.youtube.com/watch?v=DOX7pFiw9xM> (21.07.2025).
- Przedstawiamy Onet Watch. Nowe formaty, znani twórcy i materiały zza kulis*, „Onet”, 2023, <https://wiadomosci.onet.pl/tylko-w-onecie/onet-watch-nowy-sposob-na-ogladanie-wideo-w-rasp-co-tu-znajdziemy/y0dc2p9> (16.03.2025).
- Raport o stanie gminy Stegna za rok 2022*, Urząd Gminy Stegna, Stegna 2023, <https://stegna.pl/assets/stegna/media/files/66917898-020e-4410-9fc5-b7f07b0e9d06/raport-gmina-stegna-2022.pdf> (20.12.2025).
- Rayan F., *Why TikTok isn't really a social media app*, „The Strategist” (blog Australian Strategic Policy Institute), 2021, <https://www.aspistrategist.org.au/why-tiktok-isnt-really-a-social-media-app/> (20.01.2026).
- Regulamin usługi Snap Inc.*, „Snapchat”, 2024, <https://www.snap.com/terms-02-26-2024?lang=pl-PL> (14.03.2025).
- Regulamin świadczenia usług Snap Inc.*, Snapchat, 2025, <https://www.snap.com/terms?lang=pl-PL#inc-terms> (14.03.2025).
- Richards W., *Florence Welch explains why she now uses “anarchic and hilarious” TikTok*, „NME”, 2022, <https://www.nme.com/news/music/florence-welch-explains-why-she-now-uses-anarchic-and-hilarious-tiktok-3362224> (20.12.2025).
- Rozum i Godność Człowieka*, „KomPost Fandom”, https://kompost.fandom.com/wiki/Rozum_i_Godność_Człowieka (22.03.2026).
- Ruder T., *Instagram Reels vs TikTok - Którego z nich powinieneś używać w 2025 roku?*, „Planable”, 2025, <https://planable.io/blog/reels-vs-tiktok/> (07.03.2025).

- Sakowski Ł., *TikTok to nie miejsce dla uniwersytetów. Oto dlaczego*, „To tylko Teoria”, 2022, <https://www.totylkoteoria.pl/uniwersytety-na-tiktok/> (20.01.2026).
- SGK, *Gwiazdy kręcą własne "pозdrowienia ze Stegny". Zobacz najlepsze przeróbki z TikToka!*”, Onet, 2022, <https://plejada.pl/tiktok/jestem-w-stegnie-gwiazdy-pokochaly-trend-z-tiktoka-najlepsze-przerobki/y84jmeb> (12.12.2025).
- Snap Inc. Dzień Inwestora 2023 – podsumowanie*, „Snapchat Newsroom”, 2023, <https://newsroom.snap.com/investor-day-2023?lang=pl-PL> (10.01.2026).
- Spanos, *Bella Poarch Conquered Her Past, the Navy, and TikTok. Now She's Coming for Pop Music*, „Rolling Stone”, 2022, <https://www.rollingstone.com/culture/culture-features/bella-poarch-tik-tok-build-bitch-1334626/> (27.11.2025).
- Stegna*, „Google Trends”, 2025, <https://trends.google.com/trends/explore?date=all&geo=PL&q=Stegna&hl=pl> (09.12.2025).
- Streaks*, „TikTok Support”, 2025, <https://support.tiktok.com/en/using-tiktok/messaging-and-notifications/streaks> (29.12.2025).
- Sweat Z., *Know Your Meme's Top Internet Trends And Memes Of 2025 Roundup*, „Know Your Meme”, 2025, <https://knowyourmeme.com/editorials/meme-review/know-your-memes-top-internet-trends-and-memes-of-2025-roundup> (29.12.2025).
- Szefer M., *Szaleństwo w Stegny. "Niech pan nie udaje, że pan nie wie"*, Wirtualna Polska, 2022, <https://jedziemywpolske.wp.pl/cala-polska-pozdrawia-ze-stegny-bylem-tam-na-plazy-w-stegny-nad-morzem-baltyckim> (22.11.2025).
- Thompson S., *People are just realising Gnarls Barkley and CeeLo Green are the same person*, „Independent”, 2022, <https://www.indy100.com/viral/gnarls-barkley-riff-challenge-tiktok> (20.09.2025).
- Three Minute Thesis*, „Wikipedia”, https://en.wikipedia.org/wiki/Three_Minute_Thesis (19.12.2025).
- TikTok and Cultures*, „TikTok and Cultures Research Network” <https://tiktokcultures.com/about/> (20.02.2026).
- TikTok Introduces Marketing Partner Program For Advertisers*, „Hello Partner!”, 2020, <https://hellopartner.com/2020/09/04/tiktok-introduces-marketing-partner-program-for-advertisers/> (20.01.2026).
- TikTok LIVE Gifts: How They Work and How Creators Get Paid*, „Influencer Marketing Hub”, 2025, <https://influencermarketinghub.com/tiktok-live-gifts/> (24.08.2025).

- TikTok motywuje do poszerzania wiedzy poza platformą. Tak twierdzi 30% polskich użytkowników*, TikTok, <https://stories.prowly.com/347823-tiktok-motywuje-do-poszerzania-wiedzy-pozza-platforma-tak-twierdzi-30-polskich-uzytkownikow> (21.01.2025).
- TikTok One*, „TikTok”, 2025, <https://support.tiktok.com/pl/business-and-creator/tiktok-one> (20.01.2026).
- TikTok pomoże nastolatkom kontrolować czas spędzany w aplikacji. Nowe funkcje ucieszą też rodziców*, „TikTok newsroom”, 2023, <https://newsroom.tiktok.com/pl-new-features-for-teens-and-families-on-tiktok?lang=pl-PL> (25.01.2026).
- TikTok Reveals the Top Artists and Songs of 2025*, „TikTok Newsroom”, 2025, <https://newsroom.tiktok.com/tiktok-reveals-the-top-artists-and-songs-of-2025> (20.02.2026).
- Tomczak M., *Tiktokizacja i brak wiedzy przeszkadzają w inwestowaniu*, Obserwator Finansowy, 2024, <https://www.obserwatorfinansowy.pl/tematyka/rynki-finansowe/bankowosc/tiktokizacja-i-brak-wiedzy-przeszkadzaja-w-inwestowaniu/> (10.12.2025).
- Trends: What's Next*, „TikTok for Business”, 2025–2026, <https://ads.tiktok.com/business/en/trends-whats-next> (19.01.2026).
- Trendy na TikToku: szkodliwe, a nawet niebezpieczne*, „Serwis Zdrowie PAP”, <http://zdrowie.pap.pl/wywiady/dzieci/trendy-na-tik-toku-szkodliwe-nawet-niebezpieczne> (20.01.2026).
- Trwa nabór zgłoszeń do konkursu FameLab Poland 2025*, „Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu – Aktualności”, 2025, <https://amu.edu.pl/wiadomosci/aktualnosci/studenci/trwa-nabor-zgloszen-do-konkursu-famelab-poland-2025> (20.01.2026).
- Tudhope Ch., *Ideal length of social media posts: a guide for Facebook*, „Communications team blog”, University of St. Andrews, 2024, <https://communications.wp.st-andrews.ac.uk/2024/01/25/ideal-length-of-social-media-posts-a-guide-for-facebook/> (23.01.2024).
- Turning up the volume on the TikTok Commercial Music Library with the Artist Impact Program*, „TikTok Newsroom”, 2023, <https://newsroom.tiktok.com/turning-up-the-volume-on-the-tiktok-commercial-music-library-with-the-artist-impact-program-ca?lang=en-CA> (20.01.2026).
- Turystyczne obiekty noclegowe – wskaźniki (K18, G240, P2396)*, Bank Danych Lokalnych Głównego Urzędu Statystycznego, 2026, <https://bdl.stat.gov.pl/bdl/dane/podgrup/tablica> (20.01.2026).

- Vallese Z., *TikTok users are deleting the app, with removals up 150% following U.S. joint venture*, „CNBC”, 2026, <https://www.cnn.com/2026/01/26/tiktok-uninstalls-are-up-150percent-following-us-joint-venture.html> (12.03.2026).
- Varanasi L., *12 godzin grozy amerykańskich tiktokerów*, „Business insider”, 2025, <https://businessinsider.com.pl/technologie/nowe-technologie/donald-trump-reaguje-na-zawieszenie-dzialalnosci-tiktoka/g7dj366>
- Universal Pictures, X, 2022, <https://x.com/UniversalPics/status/1542910345982902279> (20.01.2026).
- Ustawa z dnia 17 grudnia 2021 r. o zmianie niektórych ustaw w związku z powołaniem Centralnego Biura Zwalczania Cyberprzestępczości*, Dz.U. 2021, poz. 2449, <https://isap.sejm.gov.pl/isap.nsf/DocDetails.xsp?id=WDU20210002447> (20.02.2026).
- Walma M., *Pierwszy taniec Wednesday zatańczyła ona - dewotka Zofia z "1670". "Mów mi Łensdej"*, Gazeta.pl, 2024, https://kultura.gazeta.pl/kultura/7,127222,30561939,pierwszy-taniec-wednesday-zatanczyyla-ona-dewotka-zofia-z-1670.html?utm_source=facebook.com&utm_medium=SM&utm_campaign=FB_Niezwykle&fbclid=IwAR1IFnAzvM9qQ73A7yumuPBEMMWrlUXd6pcrOWe3CgffECfe3_Ly66gG7cw_aem_AU-MiBsURKyTGMIEJMZVG_nyI1Wi2tGbdi4D8Fn_cCbE5FQkaMBdfEfF2DqCflc2L3U (08.10.2025).
- Wharton R., *The TikTok Feta Effect*, „New York Times”, 2021, <https://www.moneycontrol.com/news/world/the-tiktok-feta-effect-6585911.html> (09.11.2025).
- What are Shorties?*, Pornhub HelpCenter, <https://help.pornhub.com/hc/en-us/articles/19695173119251-What-are-Shorties> (20.02.2025).
- Włosek M., *Tragiczna śmierć 11-latki. Podejrzewają niebezpieczny trend na TikToku*, „Fakt”, 2025, <http://fakt.pl/wydarzenia/tragiczna-smierc-11-latki-podejrzewaja-niebezpieczny-trend-na-tiktoku/hhg96eg> (20.01.2025).
- Wojnicz P., *Jak zarabiać na TikToku w 2025 roku? Sprawdzone strategie monetyzacji*, 2025, <https://pawelwojnicz.pl/jak-zarabiac-na-tiktoku-w-2025-roku-sprawdzone-strategie-monetyzacji/> (20.01.2026).
- Woźniak K., *Darmowe wejściówki na koncert Billie Eilish? Fani są wściekli*, 4FUN, 2025, <https://4fun.tv/news/billie-eilish-krakow-koncert-influencerzy-bilety-darmowe-komentarze> (28.10.2025).

- Yang A., *Facebook users say 'amen' to bizarre AI-generated images of Jesus*, „NBC News”, 2024, <https://www.nbcnews.com/tech/tech-news/facebook-users-say-amen-bizarre-ai-generated-images-jesus-rcna143965> (29.12.2025).
- Year on TikTok: Music 2020*, „TikTok Newsroom”, 2020, <https://newsroom.tiktok.com/year-on-tiktok-music-2020> (20.02.2026).
- Year on TikTok 2021 Music Report*, „TikTok Newsroom”, 2021, <https://newsroom.tiktok.com/year-on-tiktok-music-report-2021> (20.02.2026).
- Year on TikTok 2023*, „TikTok Newsroom”, 2023, <https://newsroom.tiktok.com/year-on-tiktok-2023> (20.02.2026).
- Zdobądź Monety*, „TikTok”, 2025, https://www.tiktok.com/coin?enter_from=web_recharge_referral (20.01.2026).
- Zhang C., *The Mystery of Doja Cat's Unimpeachable TikTok Reign*, „Pitchfork”, 2020, <https://pitchfork.com/thepitch/the-mystery-of-doja-cats-unimpeachable-tiktok-reign/> (20.08.2025).
- Zapal H., *Snapchat Sexting Is More Common Than You Think*, „Bark”, 2017 (update: 2023), https://www.bark.us/blog/teens-sextsnapchat/?srsltid=AfmBOoqTG3WHMMIyGP_f1RT9Xc3D8DAWPB2KQAbxs90YI01sMhylwAq (15.03.2025).
- Ziółkowska K., Suhecka J., *To kolejne niebezpieczne internetowe wyzwanie. Ale "niebezpieczne" inaczej niż możecie myśleć*, „TVN 24”, 2025, <https://tvn24.pl/technologie/48-hours-challenge-czy-to-wyzwanie-istnialo-w-polsce-st8703204> (20.01.2026).
- Zmarł twórca słownika T9. Niech mu ziemia leką Będzin*, „mistrzowie.org”, 2021, <https://mistrzowie.org/767918> (20.12.2025).
- Żyłowska K., *Mamo, to tylko challenge! Poznaj niebezpieczne wyzwania na TikToku*, „SocialPress”, <https://socialpress.pl/2021/11/mamo-to-tylko-challenge-poznaj-niebezpieczne-wyzwania-na-tiktoku> (28.05.2023).

Dyskografia i filmografia

Barbie, Greta Gerwig (reż.), Warner Bros. Pictures, USA / Kanada 2023.

Beyoncé: I Am... World Tour, Beyoncé Knowles, Ed Burke (reż.), Parkwood Pictures / Sony Music Entertainment, USA 2010.

Breitz C., *Working Class Hero (A Portrait of John Lennon)*, White Cube, Londyn 2007.

Doctor Who, prod. BBC, Wielka Brytania, od 1963.

Doja Cat, *Say So* [w:] Doja Cat, *Hot Pink*, Kemosabe Records / RCA Records, 2019.

Dua Lipa, DaBaby, *Levitating* [w:] Dua Lipa, *Future Nostalgia (Moonlight Edition)*, Warner Records, 2020.

Ejae, Audrey Nuna i Rei Ami, *Golden* [w:] *KPop Demon Hunters (Soundtrack)*, Republic Records / Visva, 2025.

Halsey, *Without Me* [w:] *Manic*, Capitol Records, USA 2020.

KPop: Demon Hunters, Maggie Kang, Chris Appelhans (reż.), USA, Sony Pictures Animation / Netflix, 2024.

Lady Gaga, *Bloody Mary* [w:] *Born This Way*, Interscope Records / Streamline, 2011.

Lady Gaga, *The Dead Dance* [singiel], Interscope Records / Streamline, 2025.

Lady Gaga, *MAYHEM*, Interscope Records / Streamline, 2025.

Minionki. Wejście Gru, Kyle Balda (reż.), USA, Illumination / Universal Pictures, 2022.

Natalie Jane, *AVA*, Capitol Records, 2022.

Natalie Jane, *I'm Her*, Capitol Records, 2023.

Oppenheimer, Christopher Nolan (reż.), Universal Pictures, USA 2023.

Wednesday, Tim Burton, James Marshall, Gandja Monteiro (reż.), Netflix, USA, 2022.

Spis ilustracji

Rys. 1. @Justindde, *How bro feels after saying „I uninstaled tiktok I have to lock in” just to watch instagram reels instead*, TikTok, 2024, <https://vm.tiktok.com/ZNRDhKAcW/> (20.01.2026).

Rys. 2. @Jlitterallymecats, *How I feel when I close instagram to open tiktok*, Threads, 2025, <https://www.threads.com/@literallymecats/post/DL2m7SoxR4D/how-i-feel-when-i-close-instagram-to-open-tiktok> (20.01.2026).

Rys. 3. @AnimalFuture, *That part of the song on TikTok / Full song*, 2022, Facebooku pt.; treść usunięta lub niedostępna w pierwotnym źródle w momencie przygotowywania rozprawy. Zrzut ekranu autora pracy.

Rys. 4. *Rappers: *makes song about drugs and suicide. 13 yo on tiktok:* <https://memy.jeja.pl/833985,kolko-graniaste.html> (26.01.2026).

Wykres 1. Długości filmów na portalu YouTube w 2008 roku, na podstawie: X. Cheng, C. Dale, J. Liu, *Understanding the Characteristics of Internet Short Video Sharing: A YouTube-Based Measurement Study*, „IEEE Trans. Multimed”, nr 15, 2013, s. 1186.