

WOJCIECH SIWAK

Autobiografizm w sieci – autobiografia jako baza danych

Tożsamość jednostki można opisywać w kategoriach jej biografii. Tworzenie biografii czy autobiografii zależy od naszej pamięci, pamięci rozumianej jako rezerwuar doświadczeń, przeżyć, wspomnień. Czy media społecznościowe i technologie informacyjno-komunikacyjne sprzyjają temu procesowi? Czy wspierają konstrukcję tożsamości, dając możliwość natychmiastowego tworzenia i udostępniania biografii?

Autobiografia w sieciach społecznościowych

*Jeśli każdy miałby opowiedzieć swoje historie w internecie,
mielibyśmy niekończącą się ludzką opowieść,
ze zmiennymi perspektywami*

Justin Allyn Hall¹

Liczba użytkowników sieci społecznych wzrosła gwałtownie w ostatnich latach. Jedną z głównych funkcjonalności portali społecznościowych, takich jak Facebook czy MySpace, jest możliwość

¹ R. J. Tulley, *An Exhibitionist's Paradise: Digital Transformations Of The Autobiographical Impulse, Autobiography*, Ph.D dissertation, Case Western Reserve University, Ohio LINK, USA, January 2010, <http://etd.ohiolink.edu/send-pdf.cgi/Tulley%20Ronald%20Jerome.pdf?case1259785288> [10.11.2012].

tworzenia indywidualnych charakterystycznych profili osobistych, konstruujących w rezultacie większą wspólnotę profili. Te sieci społeczne dają możliwości dosłownej, dialogicznej relacji między autorem a publicznością poprzez autobiografie online jako wyraz rzeczywistej komunikacji, którą otrzymujemy od odwiedzających poszczególne strony i działania podejmowanych przez wielu z użytkowników, tworzących własne strony, profile, wpisy i posty w reakcji na naszą aktywność. Możemy przesłać teksty i komentarze, pliki dźwiękowe i muzykę, zdjęcia i filmy, by opowiedzieć naszą historię.

Jakie są różnice między tekstem tradycyjnym i tekstem online w sieci społecznej? Po pierwsze, dystans między autorem i czytelnikiem załamuje się (znika) w hiperprzestrzeni, ponieważ czytelnik ma obecnie możliwość wypowiedzenia się szczegółowo na temat treści w osobistym profilu cyfrowym, publikując osobiste wiadomości na tablicach ogłoszeń w profilu, dodając lub zmieniając niektóre obszary treści (przez na przykład udostępnianie wideo, przesyłanie muzyki), a także przez bezpośredni kontakt z autorem za pośrednictwem wiadomości (prywatnie lub na tablicy postów), za pomocą czatu lub przez pocztę elektroniczną. Czytelnik lub widz oglądający czy czytający autorski cyfrowy profil może odkrywać szczegóły dotyczące autora poprzez linki do przyjaciół i znajomych autora, a także poprzez poprzednie komentarze innych odwiedzających. Autor nie ma już absolutnej i wyłącznej kontroli nad tym, jak materiał jest prezentowany po tym, jak stworzył wstępną konstrukcję profilu osobistego w szablonie.

Po drugie, portale społecznościowe pokazują, że hipertekstowa autobiografia internetowa przekształciła się w otwartą, jawną i dialogiczną konstrukcję, gdzie autora nigdy nie będzie już można odczytać bez pośredniczących wpływów partycypującej publiczności.

Po trzecie, medium, które pozwala widzowi stać się autorem rodzaju relacji między czytelnikiem i autorem, kreuje w istocie dynamiczny charakter tych relacji. Ten widoczny wzór relacji w sieciach społecznych ma charakter okrężny – nie ma początku, środka i końca autobiografii napisanej w postaci hipertekstu, ponieważ cyfrowe teksty mają punkty wejścia, nie posiadają jednak stałych początków czy punktów końcowych, jak w przypadku druku. Podczas gdy or-

ganizacyjne zasady struktury narracyjnej nie są całkowicie zniesione – znaczniki czasu i daty nadal istnieją – autobiografia rozwija się w sieci dyskursywnie i narracyjny punkt widzenia ujawnia się dzięki językowym wyborom społeczności będących w relacji/opozycji/dialogu z indywidualnymi wyborami autora profilu.

Tradycyjna autorska linearna narracja jest w konstrukcji treści sieciowych wypierana przez hipertekst, który kataloguje i porządkuje informacje i narracje częściej według etykiet nośników (na przykład „zdjęcia”, „filmy”, „kanały RSS”) lub słów kluczowych, charakterystycznych dla kategorii stosowanych w bazach danych, niż według chronologicznej osi czasu.

Chronologiczność w pewnej postaci próbowały wytworzyć blogi, ale tam porządek chronologiczny został odwrócony – posty prezentowane są od najnowszych do najstarszych – i dopiero zbudowanie archiwum postów konstruuje widoczną, czasową oś zdarzeń na blogu.

W Polsce sukces portalu Nasza Klasa przed kilku laty oparty był po części również na elemencie autobiograficznym, na poszukiwaniu śladów pamięci osób, z którymi użytkownicy mieli kontakt w czasach szkolnych, a potem mogli opisać te relacje nawiązując do teraźniejszości. Nie mieli oni jednak w portalu wyraźnych narzędzi porządkowania chronologicznego.

Stąd Facebook w ostatnich miesiącach zaproponował użytkownikom moduł Timeline (Oś czasu), który zdaniem ekspertów może spowodować, że twórcy blogów korzystający z takich systemów jak na przykład WordPress przeniosą swą aktywność do tego największego portalu społecznościowego.

Życiopisanie w Web 2.0

Zdecydowana większość opisywania życia w sieci odbywa się w blogach i serwisach, które są, dosłownie, bazami danych. Kiedy ludzie piszą blog, przesyłają zdjęcia do serwisu Flickr, lub wprowadzają treści do swych profili na Facebooku, *de facto* wypełniają bazy danych, a więc zasadniczo tworzą historie swojego życia w formie bazy danych.

Na podstawie tych danych przedstawiane są nam konkretne wybory i podejmowane są konkretne dotyczące nas decyzje. Ale dla autorów i artystów działających w nowych mediach, dane i bazy danych są również ważne, ponieważ są one fundamentalne dla funkcjonowania komputerów i są często substancją i logiką, a czasami wyraźną treścią prac tworzonych komputerowo.

Standardowa definicja bazy danych oznacza uporządkowany zbiór danych, zorganizowany w celu szybkiego wyszukiwania i pobierania przez komputer. W pracy *Język nowych mediów* Lev Manovich opisuje bazę danych jako jedną z dwóch form podstawowych nowych mediów. Zdaniem Manovicha, baza danych i algorytm konstytuują „ontologię świata według komputera”². „Algorytmy i struktury danych łączy symbiotyczna zależność. Im bardziej skomplikowana jest struktura danych programu komputerowego, tym prostszy może być algorytm i na odwrót. Struktura danych i algorytm to dwie połówki ontologii świata według komputera. Komputeryzacja kultury pociąga za sobą rzutowanie tych dwóch głównych składników oprogramowania tworzących równocześnie unikalną ontologię komputera na sferę kultury”³. Manovich argumentuje, że oprócz dosłownych baz danych, które organizują informację na płytach CD i DVD, gry komputerowe, i całej sieci World Wide Web, baza danych działa również jako „nowa metafora, którą używamy do konceptualizacji indywidualnej i zbiorowej pamięci kulturowej”⁴, „nowa symboliczna forma wieku komputera, (...) nowy sposób kształtowania naszego doświadczenia siebie i świata”⁵.

Literatura, a następnie film i telewizja, uprzywilejowały narrację jako główną formę kulturowej ekspresji. Zachowała ona swój status praktycznie do lat 90. ubiegłego wieku. Informacjonalizm, komputery i Internet wprowadzają, jak twierdzi Manovich, jej korelat – bazę danych. Większość nowych mediów nie opowiada żadnych historii.

² L. Manovich, *Język nowych mediów*, przekł. P. Cypryański, WAIiP, Warszawa 2006, s. 223.

³ Tamże, s. 340.

⁴ Tamże, s. 214.

⁵ Tamże, s. 219.

„Są one raczej zbiorami indywidualnych części składowych, z których każda ma takie samo znaczenie jak pozostałe: obiekty nowych mediów (...) wydają się zbiorami elementów, na których użytkownik może dokonywać różnego rodzaju operacji – oglądać, nawigować, wyszukiwać. Doświadczenia płynące z kontaktów użytkowników z owymi skomputeryzowanymi kolekcjami są zatem zupełnie odmienne od czytania utworów fabularnych, oglądania filmów lub przemieszczania się po dziełach architektonicznych. Podobnie jest w przypadku literackiej lub kinowej fabuły, planu architektonicznego i bazy danych – każde z nich stanowi inny model struktury świata”⁶.

Wytwory multimedialne łączą w jedno obraz, pismo, mowę czy dźwięk. Charakteryzuje je, jako bazę danych, swoista „bezkresność” i „nieokreśloność”, nie mają one bowiem (potencjalnie) zamkniętych ram. Stanowią mozaikę różnych tekstów, obrazów czy dźwięków. Ich kolejną ważną cechą są związki intertekstualne i intermedialne – zawierające różne punkty⁷.

Mapowanie cyberprzestrzeni a autobiografie sieciowe

Autobiografia sieciowa może być pisana w różny sposób. Madeline Sorapure podaje przykłady działań artystycznych w polu sztuki komputera, sieci i technologii komunikacyjnych, wskazując na różne podejścia artystów i kategorie organizujące ich twórczość. Wykorzystuje w tym celu koncepcję „map cyberprzestrzeni” Dodge’a i Kitchina. Martin Dodge i Rob Kitchin w książce *Mapping Cyberspace* opisali cztery typy map, które przedstawiają cyberprzestrzeń i Internet: statyczne, animowane, interaktywne i dynamiczne⁸. Mapa statyczna zapewnia migawkę miejsce w określonym czasie, więc z określonego punktu widzenia jest tym, co zwykle uważamy za mapę. Animowana mapa jest sekwencją statycznych map lub szeregów czasowych, często używaną, aby pokazać obiekty z różnych perspektyw, w różnych

⁶ Tamże, s. 334.

⁷ Tamże, s. 333.

⁸ M. Dodge, R. Kitchin, *Mapping cyberspace*, Routledge, London 2000.

miejscach i ukazać zmiany w czasie. Interaktywna mapa polega na tym, że użytkownicy mogą poruszać się i dynamicznie odkrywać zamapowane miejsca z różnych punktów widzenia. Mapę dynamiczną charakteryzuje to, że informacje wykorzystane w jej konstrukcji są na bieżąco aktualizowane. Madeleine Sorapure proponuje użycie tej typologii, by opisać wybrane autobiograficzne akty artystów nowych mediów oraz określić dominującą strategię wykorzystywaną do reprezentowania siebie wobec innych. Wybrane przez nią przykłady są na tyle interesujące, że stały się obiektem uwagi również innych badaczy mediów. Pragnę je zatem przedstawić według klucza zaproponowanego przez Sorapure, ale nie tylko po to, by ukazać przemiany autobiograficznych ujęć i narracji w sieci, lecz także po to, by owe gesty artystów, będące komentarzami i znakami przestrogi przed automatyzacją naszych biografii, zestawić z praktykami „tworzenia nas przez używanie” – jako rekordów cyfrowych autobiografii – za pomocą narzędzi głębokiej sieci i marketingowych strategii korporacji.

Autoportret – mapa statyczna

Przykładem autoportretu wykorzystującego statyczne „mapowanie sieci” jest projekt „databody”, stworzony w 2001 roku przez Brooke Singer, artystkę nowych mediów i wykładowcę New York State University. W projekcie „databody” kobieca sylwetka jest wypełniana danymi, które Singer zebrała korzystając z różnych baz danych systemów decyzyjnych, jak na przykład serwisy zakupowe, dane wyborcze, etc. Wokół tej sylwetki Singer pojawia się tekst opisujący, z jak niezwykłą łatwością była w stanie dostać się do danych, kupując je z systemu rejestracji wyborców agencji rządowej stanu Pensylwania. Powiedziano jej, że „można mieć wszystko: nazwisko, adres, płeć, datę urodzenia, narodowość, przynależność partyjną, etc. za okres ostatnich dziesięciu lat”. Koszty, które Singer wynegocjowała za owe dane w agencji, to tylko 20 dolarów za 1 000 rekordów.

W „databody” wizerunek kobiety składa się z danych, zatem, jak pisze Singer, dane stają się „idealnym materiałem do malowania wspól-

balk at something) and asked if, in the name of research, I could get a discount. I was transferred from person to person, until I ended up speaking with the man directly below the Director. When I asked for a discount, he declared, "I am the Data Caretaker. You'll have to speak with the Director. He is the Data Owner." This is where my search ended. Today, data is something we take seriously: we collect it, we organize it and we take good care of it. Many people want it and others own it-- and it is almost always for sale. And it is this data--of different origins, types and qualities--that has become the perfect material for painting contemporary portraits. What is a portrait after all but a representation of the individual for public consumption? Everyday worldwide databases recreate my image with increased resolution documenting my every move and working to define future ones.

data body

Portrait of BROOKE SINGER
by the Compass database
maintained by National Decision Systems
Companies nationwide pay to use this database to help with marketing, sales, and retail site selections. This database is an amalgamation of Census and consumer data. The above profile consists of probable facts about my consumer habits and lifestyle choices. Data was gathered on 06/13/01. To see what you look like in a similar system, visit YOU ARE WHERE YOU LIVE at <http://www.falchurch.claritas.com/YAWYL/Default.wjsp?System=WL>. And while online, go to www.bsing.net for related projects by Brooke Singer and the technology and art collective, TnA. Text written Summer 2001 by Brooke Singer.

Brooke Singer, *databody* – sylwetka kobiety wypełniona danymi zakupionymi w internecie

Źródło: Singer, 2001

czesnych portretów”⁹. Pyta: „Czyżże jest portret, jeśli nie reprezentacją jednostki przeznaczoną do publicznej konsumpcji?, do użytku publicznego? Codzienne na całym świecie bazy danych odtwarzają mój obraz w coraz lepszej rozdzielczości, dokumentując każdy mój ruch i pracę, by zdefiniować mą przyszłość”¹⁰. Singer udowadnia, że nie są to koniecznie autoportrety, ponieważ, jak pokazuje „databody”,

⁹ B. Singer, strona domowa, projekt „databody”, http://www.bsing.net/writing/link_databody.pdf [20.11.2012].

¹⁰ Tamże. Tłum. moje – W. Siwak.

łatwo jest zakupić dane od innych ludzi. Rzeczywiście, nasze dane są zbierane i układane, kupowane i sprzedawane przez innych, a z tych danych tworzone są nasze portrety lub profile, które mają realne konsekwencje w naszym życiu codziennym¹¹.

W artykule zatytułowanym *Przeciw determinizmowi danych w sieciowym świecie*¹² Brooke Singer wprowadza terminy takie jak „cyfrowe ja” (*digital self*), „sobowtór danych” (*data doppelganger*), aby opisać te profile lub dane-jaźnie (*dataselves*), które składają się z danych, które świadomie lub nieświadomie przyczyniają się do ich konstruowania. Jak pisze: „Moja «data-self» [«moje cyfrowe, złożone z danych „ja”» – tłum moje, W.S.] narasta jako produkt uboczny moich oddziaływań w światach fizycznych i wirtualnych. Za każdym razem, gdy używam karty kredytowej, surfuję w sieci, rozmawiam przez telefon komórkowy, odwiedzam lekarza i czy rejestruję się na liście wyborczej, wyzwalam strumień danych”¹³. Strumień danych może podążać za nami, jako ślad, ale też nas wyprzedzać, tworząc swoje „przebudzenie danych”. Dane niekiedy wyprzedzają nas i budzą, tworząc podstawy dla takich oznaczeń jak to, jakie książki Amazon.com nam poleca i czy możemy ubiegać się o kredyt.

Dla Singer i wielu innych artystów–badaczy sieci, kluczowe kwestie związane z danymi to kontrola i prywatność. Fakt, że nasze własne „data-selves” nie są pod naszą kontrolą i nie są nawet w pełni poznawalne przez nas jest powodem do niepokoju. obrońcy prywatności twierdzą, że ludzie powinni być w stanie kontrolować, kiedy i jak ich własne dane są używane, w szczególności w świecie po 11 września. Celem projektu „databody” jest zatem zwrócenie uwagi na ten problem i pokazanie artysty jako przejmującego kontrolę, choćby symboliczną, nad procesem przekształcania nas w dane, poprzez znajdowanie i komponowanie własnych „dataselves”.

Projekt Brooke Singer to przykład „mapy statycznej”, niemniej proponowała ona widzom strony tworzenia własnych „databody” po-

¹¹ B. Singer, *Data Body*, Link: „A Critical Journal on the Arts in Baltimore and the World”, Issue 7: „Becoming–Machine, Becoming–Live”, Fall 2001.

¹² B. Singer, *Against Data Determinism in a Networked World*, <http://www.bsing.net/writing/agstdata-determinism.pdf> [20-11-2012].

¹³ Tamże. Tłum. moje – W. Siwak.

dając link. Ten gest artystki w kierunku interaktywności miał przypominać nam o naszej bezsilności w obliczu „posiadaczy danych”, wielkich korporacji i agencji rządowych, ale też administratorów systemów i hakerów.

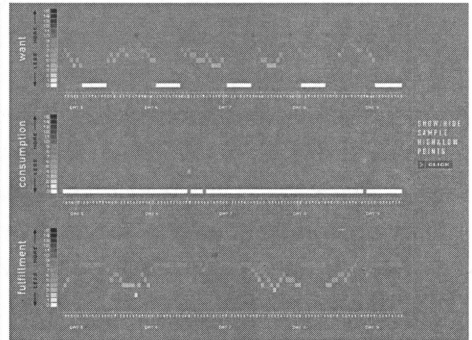
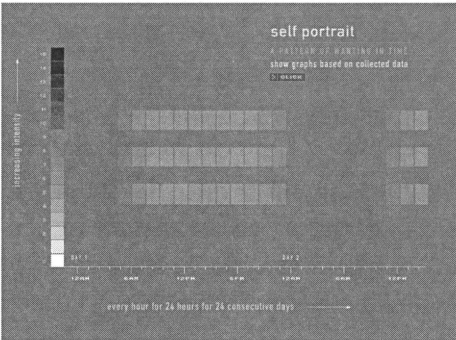
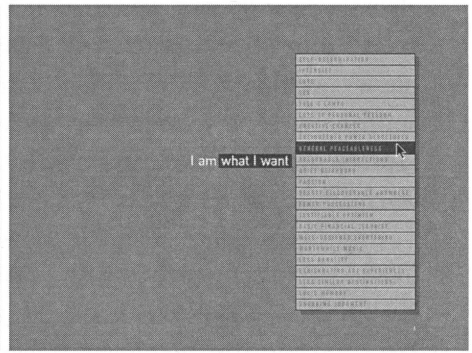
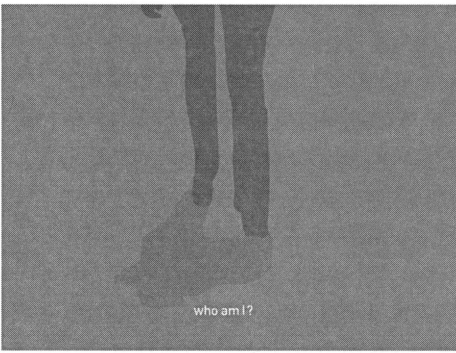
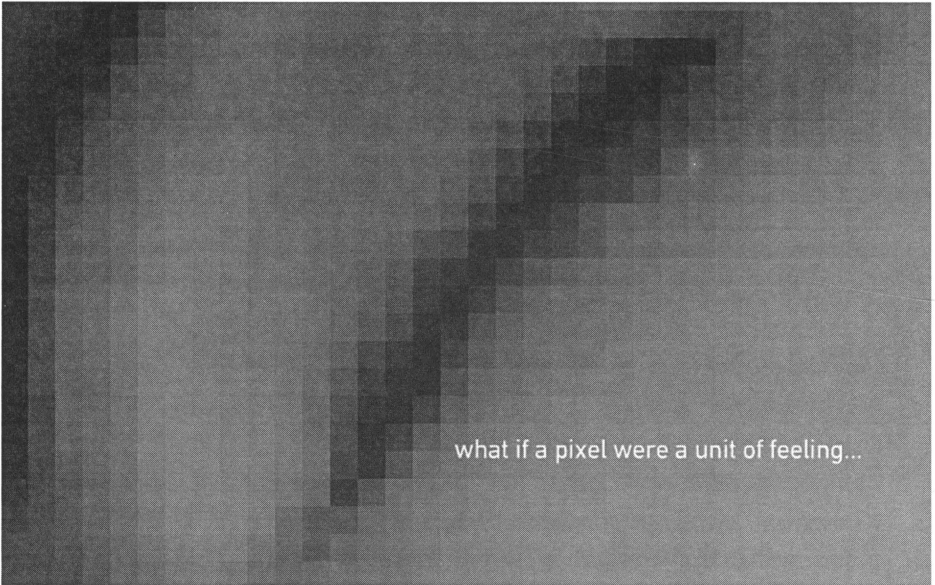
Autoportret – mapa animowana

Friederike Paetzold na stronie opisującej swój projekt *Grey Area* (*Szara strefa*) pisze: „Jesteśmy definiowani przez to, czego pragniemy, co chcemy mieć i to, jak szczęśliwi jesteśmy z tego, co mamy. Grey Area to autoportret oparty ma poziomach pragnienia, brania i posiadania, rejestrowany w ciągu 24 dni. Zebrane dane określają końcowy rezultat, jako obraz. Czy rasteryzacja psyche spowoduje, że osoba pojawi się bardziej dyskretnie, czy bardziej uniwersalnie?”¹⁴. Paetzold zbierała dane o sobie, w szczególności, o swoich pragnieniach, wzorcie konsumpcji, i poczucie spełnienia, przez okres 24 dni. Następnie wyświetliła te dane w różnych formatach: animowanych wykresów liniowych; szybko przesuwających się list pragnień, konsumpcji i spełnień; poddanych morfingowi zdjęć twarzy; ścieżek dźwiękowych, które rzekomo zostały zdigitalizowane z danych.

Paetzold próbuje odnaleźć przestrzeń pośredniczącą pomiędzy ludzką sferą emocji i pragnień i cyfrową rzeczywistością liczb i danych. Piksel, pojedynczy punkt w cyfrowym obrazie, wyraźnie nie jest jednostką uczucia, ale „co by było, gdyby...”. Pytanie to skłania do spekulacji: Co to jest szara strefa pomiędzy człowiekiem a komputerem, punkt, w którym staje się jasne rozróżnienie, granice są niewyraźne, a nowe elementy mogą się pojawić? Jakie reprezentacje „ja” mogą powstawać się w tej szarej strefie?

Praca Paetzold jest krytyczną reakcją wobec idei, że nasza tożsamość kształtowana jest na podstawie danych, które sami generujemy lub które są generowane o nas. Zwraca uwagę na cechy, które są w istocie ludzkie, niemożliwe do uchwycenia przez komputery, ta-

¹⁴ F. Paetzold, *Grey Area*, dokumentacja projektu w serwisie turbulence.org, <http://www.turbulence.org/Works/greyarea/> [20.11.2012]. Tłum. moje – W. Siwak.



Friederike Paetzold, animacje z projektu *Grey Area* przedstawiające dane ilustrujące pragnienia, konsumpcję i spełnienia

Źródło: dokumentacja projektu w serwisie turbulence.org, <http://www.turbulence.org/Works/greyarea/> [20.11.2012].

kie jak pragnienia i samorealizacje. Artystka ironizuje, pokazując bowiem dane jako główny temat tworzy w istocie niemożliwy rodzaj bazy danych. *Grey Area* opowiada historię w sposób przewrotny, wszystkie dane rzekomo pochodzą z dwudziestu czterech dni w życiu Paetzold, ale dowiemy się o tym życiu niewiele, pomimo założenia, że jest to autoportret. Zdarzenia i animacje celowo przebiegają szybko, zakłócając naszą intencję poznania Paetzold. Lista pragnień, zdarzenia powiązane z pragnieniem, konsumpcją i spełnieniem w animacjach przesuwają się za szybko, by przeczytać wszystkie pozycje. Kolejne frustracje przeżywamy próbując dowiedzieć się, co tak naprawdę wydarzyło się w ciągu 24 dni. Gdy klikamy, animacja porusza się zbyt szybko, abyśmy przeczytali wszystkie informacje. Wyłapujemy jakieś okruchy, biograficzne skrawki. Dzięki tym małym fragmentom próbujemy uchwycić narrację i ideę projektu. Jednak to, o co naprawdę chodzi Paetzold, to uniemożliwienie nam stworzenia autoportretu. Artystka wykorzystuje bowiem te biegnące szybko animacje, by udaremnić czytelnikowi linearną percepcję i zakłócić jakąkolwiek ciągłość narracji.

Animacje w tej pracy mają też inne znaczenie. Stosowane techniki i algorytmy – morfing, transkodowanie – danych w piksele, pikseli w dźwięki, statycznych klatek w animacje – zwracają naszą uwagę na strefy „pomiędzy”, na szare obszary, gdzie tkwi znaczenie relacji człowiek–maszyna.

Autoportret – mapa interaktywna

W pracy *Autoportret* z 2005 roku kanadyjski artysta David Bouchard używa innego rodzaju interaktywności i angażuje zasoby rzeczywistej bazy danych, to znaczy całego internetu. Możesz wchodzić w interakcje z *Autoportretem*, wykorzystując swoje imię i nazwisko oraz fotografię. Program działa wyszukując twoje dane, na przykład nazwisko, i wytwarza obraz w oparciu o wyniki uzyskane z przeszukiwanych kategorii. Twój obraz, innymi słowy, dosłownie składany jest z informacji o tobie w sieci, ale także o ludziach, którzy mają takie jak ty nazwisko czy imię. W ten sposób twój „autoportret” jed-

nocześnie potwierdza i zaprzecza twą wyjątkowość i poczucie indywidualności. Twoje zdjęcie rekonstruowane jest z kompozytów informacji na temat wielu ludzi. Gdy patrzysz na tak skonstruowany autoportret, możesz zobaczyć zarówno obraz lub tekst, ale nie zobaczysz obu z nich wyraźnie w tym samym czasie. Gdy poruszasz się po ekranie, kolor czcionki napisów tworzących obraz zmienia się na biały, ale równocześnie zniekształca twój fotograficzny obraz. Gdy wycofasz się z zaznaczania tekstu, obraz staje się znów wyraźny.

Bouchard pisze: „Czy kiedykolwiek szukaliście swojego nazwiska w internecie? Wiem, że w którymś momencie wielu z was to robiło. Co wyskoczyło? Jeżeli jesteś aktywny w sieci, istnieje duża szansa, że niektóre informacje o tobie wypływają na powierzchnię”¹⁵. Twierdzi on, że doznaje zjawiska „echo-osobowości”, gdyż żyje w cieniu znane go kanadyjskiego autora książek dla dzieci, noszącego identyczne imię i nazwisko. „To zjawisko echo-osobowości nasila się w internecie, gdzie pula osób mogąca mieć to samo nazwisko jest o rzędy wielkości większa niż w innych systemach komunikacji”¹⁶. *Autoportret* jest tutaj zależny także od obiektywnego istnienia jego *alter ego*. Bouchard ma więc ograniczony wpływ na swój wizerunek, który, jak jego życie, ulega wpływom innych ludzi. Jest odbiciem w rzeczywistości nieosobistej, ulegającej ciągłym zmianom. Artysta pisze: „Stworzyłem ten projekt, a nawet stale rosnącą dynamiczną serię autoportretów, aby zastanowić się nad naturą tożsamości online. Elementy tekstowe tworzące mój autoportret są migawkami z tego, co Google pokazywał odnośnie mego nazwiska w tym czasie”¹⁷.

Autoportret pozwala również odwiedzającym wziąć udział w eksperymencie i być świadkami, jak internetowa tożsamość zmienia się w czasie. Czy te autoportrety zmieniają się w kierunku bardziej dokładnego odbicia osoby i jej osiągnięć, czy też nasze Google-tożsamości stają się jeszcze bardziej wyraźne, przeplatając i nakładając w nowych i nieprzewidywanych formach?

¹⁵ D. Bouchard, *Autoportrait*, <http://www.deadpixel.ca/projects/autoportrait/> [20.11.2012]. Tłum. moje – W. Siwak.

¹⁶ Tamże. Tłum. moje – W. Siwak.

¹⁷ Tamże. Tłum. moje – W. Siwak.

Boucharde parodiuje coraz częściej występującą w korzystaniu z sieci praktykę: dowiedzieć się o sobie, obserwując to, co inni mówią o tobie. Autor nazywa to zjawisko „tożsamością Google”, która jest płynna i zmienia się w czasie, gdyż imiona, nazwiska, pojęcia i dane w sieci są płynne i z każdą chwilą wyniki wyszukiwania mogą ujawnić nowe obiekty lub unicestwić te, które uznawaliśmy za istniejące.

Autoportret – mapa dynamiczna

Idea dynamicznej mapy, jaką opisali Martin Dodge i Rob Kitchin¹⁸, polega na tym, że jest ona aktualizowana automatycznie po otrzymaniu nowych danych. Prace takie są rzadkie w Internecie, prawdopodobnie z powodu ograniczeń przepustowości i jakości przeglądarek, stąd widzimy je sporadycznie.

Projekt z 2005 roku *Greenwich Emotion Map*¹⁹ Christiana Nolda, brytyjskiego artysty i teoretyka nowych mediów, to praca stanowiąca połączenie interfejsu sieci i jej aplikacji z elementami spoza Internetu, jak przypinane do ciała urządzenia pomiarowe. Projekt jest częścią większej całości związanej z użyciem przez Nolda techniki biomapping. Polega ona na umieszczeniu uczestników w danej lokalizacji i wyposażeniu każdego uczestnika z dwa urządzenia: GPS, który rejestruje dane o lokalizacji danej osoby, oraz czujnik galwanicznych reakcji skóry GRS (przypominający nieco wykrywacz kłamstwa, mierzący zmiany poziomu potu na skórze), który przechwytuje dane dotyczące pobudzenia fizjologicznego osoby odnośnie jej odczuć w czasie spaceru w określonym miejscu. Te dwa zestawy danych są opracowywane, a następnie renderowane jako „mapa emocji”, która jest nałożona na rzeczywistą mapę miejsc, w których osoba/osoby przebywały, a ostateczny wynik przedstawiany jest widzom za pomocą Google Earth. Podstawowe składniki interfejsu Google Earth pozwalają zobaczyć różne cechy krajobrazu, zarówno rzeczywistego (ukształtowanie terenu, budynki, firmy, drogi), jak i wirtualnego

¹⁸ M. Dodge, R. Kitchin, *Mapping cyberspace*, Routledge, London 2000.

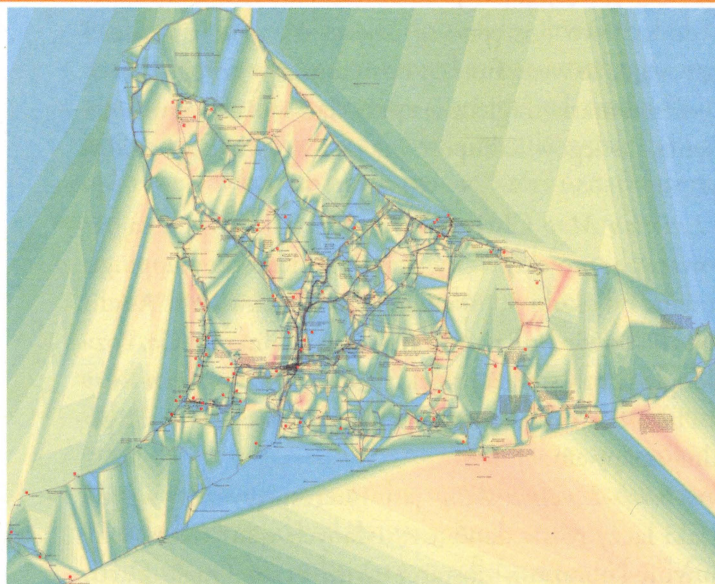
¹⁹ Ch. Nold, *Greenwich Emotion Map*, <http://www.emotionmap.net/> [20.11.2012].

(granice). Informacje o miejscach są stale aktualizowane, zmieniając dynamicznie, dodatkowo dostępne są zdjęcia o wysokiej rozdzielczości. Nic dziwnego, że wiele funkcji dostępnych w Google Earth wiąże się z handlem i marketingiem, na przykład wskazywanie lokalizacji wyżywienia, noclegów, zakupów, miejsc rozrywki czy banków i bankomatów.

Greenwich Emotion Map Christana Nolda jest jednym z najbardziej rozbudowanych projektów z wykorzystaniem biomappingu. Prezentuje on dane od około 50 mieszkańców Greenwich w Anglii, którzy spacerowali i odwiedzali różne miejsca w swoim mieście. Poza interfejsem Google Earth strona projektu *Greenwich Emotion Map* oferuje wideo i film flash dokumentujący wyniki projektu oraz postać drukowalną „mapy emocji”.

Projekt *Greenwich Emotion Map* jest interesujący ze względu na sposób, w jaki łączy różne dane: GPS i danych GSR wraz z danymi przestrzennymi i obrazami dostarczonymi przez Gogle Earth. Daje to wraz z elementami narracji występującymi w komentarzach uczestników reprezentację doświadczenia osobistego i wspólnotowego. Innymi słowy, *Greenwich Emotion Map* zawiera autobiograficzne lub empiryczne fragmenty stworzone przez wiele osób łączących się w zbiorowym doświadczeniu miejsc. Chociaż idea odkrywania naszej tożsamości jako związanej z konkretnym miejscem nie jest nowa w narracjach autobiograficznych, w doświadczeniu z użyciem lokalizacji i biomappingu wyrażona jest ona zupełnie inaczej, jako połączenie danych zgromadzonych zarówno bezprzewodowo, jak i fizycznie z ciał uczestników, a następnie przedstawienie jej w interaktywnym interfejsie Google Earth.

O ile w projekcie Brooke Singer „databody,” występuje skupienie się na indywidualnych kwestiach prywatności, o tyle w *Greenwich Emotion Map* Christiana Nolda chodzi o to, kto zbiera i posiada dane o nas. Christian Nold koncentruje się na grupie społecznej i kwestii nadzoru. Na swojej stronie internetowej opisuje technikę biomapping jako sposób korzystania z technologii nadzoru nie pod presją czy w sposób utajony, ale jako działanie umożliwiające ludziom dobrowolnie zbieranie informacji i przyczynianie się do tworzenia „informacji wspólnej”, tworzonej dla wspólnego dobra, na



How was the Greenwich Emotion Map created?

The map was created by Christian Nold, a geographer and digital artist, who collected data from various sources including Google Earth, Ordnance Survey, and personal observations. The map is a 3D visualization of emotional data collected from the Greenwich area in London.

What is the relationship between emotions and physical space?

The map illustrates how physical space influences human emotions. Different locations are associated with specific feelings, such as 'Felt Bored' near the Tate Modern or 'Felt Bored' near the London Eye. The map shows how the physical environment shapes our emotional experiences.

How can you use this map?

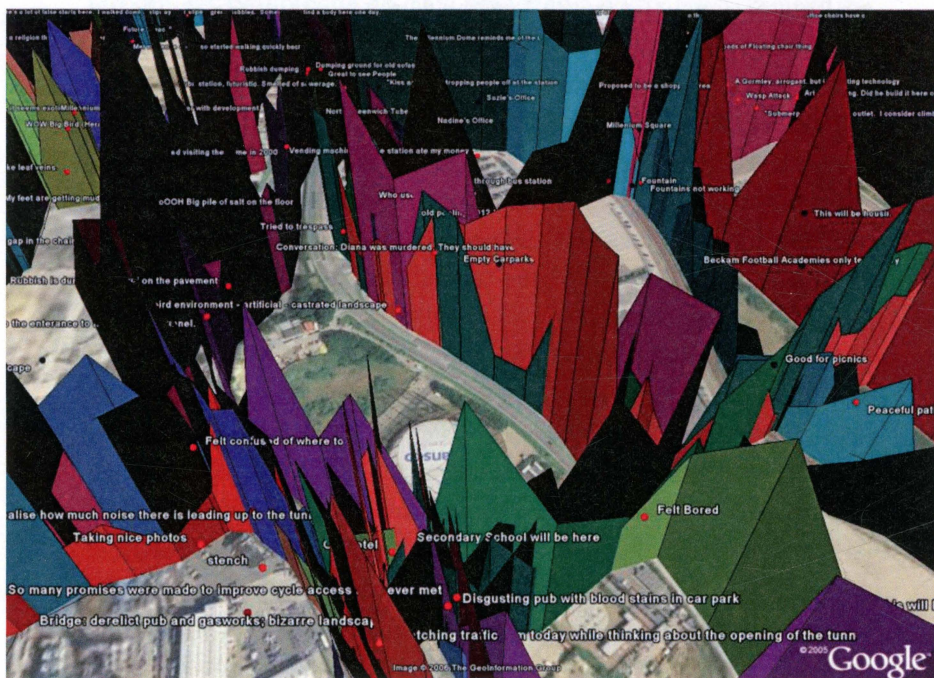
The map can be used to explore the emotional landscape of Greenwich. It can help identify areas of high emotional intensity and understand the relationship between physical space and human emotions. The map is available online at www.emotionmap.net.

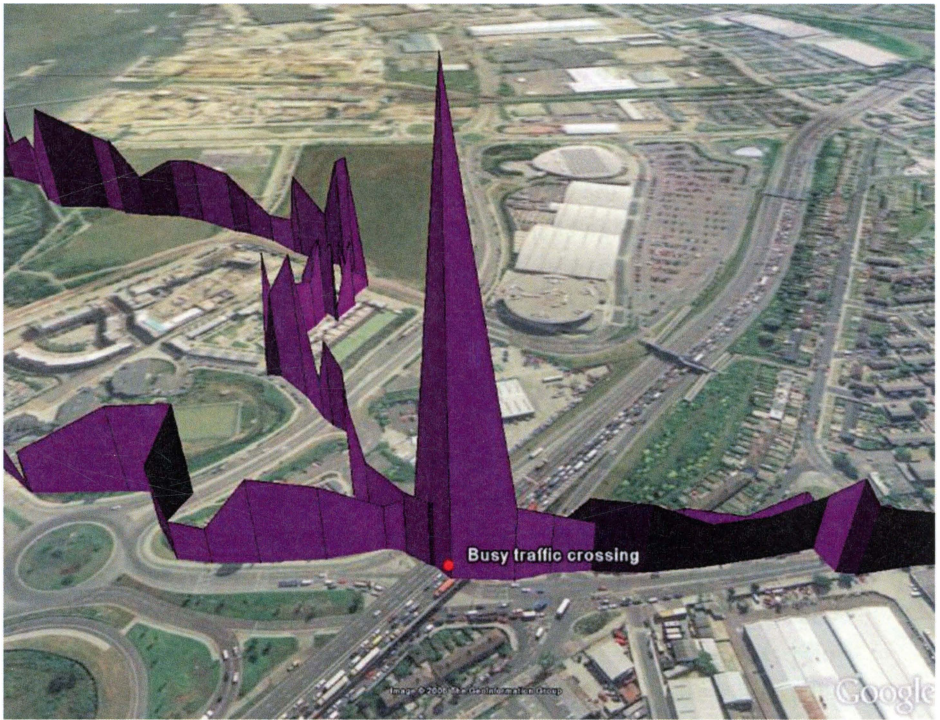
Key

Scale 1:3000

Participants

A collection of small images showing people interacting with the map and the environment. The participants are individuals who provided data for the map, including their names and locations.





Christian Nold, *Greenwich Emotion Map*, 2005 – krajobraz opatrzonej tekstem i zilustrowany grafiką przedstawiającą reakcje uczestników w różnych obszarach miasta

Źródło: Ch. Nold, *Greenwich Emotion Map*, <http://www.emotionmap.net/> [20.11.2012].

przykład wspólnie określającej komponenty społeczne i emocjonalne przestrzeni, w których przebywamy i które zamieszkujemy. Można się zastanawiać nad tym, czy ludzie są naprawdę w stanie obalić lub przezwyciężyć lęk przed nadzorem poprzez chętnie zbieranie i przekazywanie danych o sobie. W rzeczywistości jednak, w blogach i społecznych przestrzeniach sieciowych, widzimy, że ludzie dobrowolnie ujawniają wiele rzeczy o sobie, choć być może nie powinni. Samo-przedstawianie staje się zatem również aktem zarządzania, gospodarowania informacją, to znaczy organizowania i rozliczania informacji o sobie. Informacje takie mogą być na przykład celowo ujawniane przez siebie, ale też nieświadomie gromadzone i rozpowszechniane przez innych.

Autobiografia w szablonie – narzędzia autobiograficzne w Facebooku

W ciągu ostatnich dwóch lat największy portal społecznościowy świata, Facebook, nie tylko osiągnął liczbę użytkowników powoli zbliżającą się do magicznej granicy miliarda osób, ale także rozwinął szereg usług, które z jednej strony rozwijają możliwości autobiograficznej narracji, a z drugiej tworzą coraz to bardziej wyszukane narzędzia do wykorzystania tych narracji i działań im towarzyszących w celach komercyjnych i marketingowych.

Pierwsze z owych narzędzi nich to usługa Places (Miejsca), będąca reakcją na spektakularny sukces serwisu Foursquare sprzed kilku lat. Places opiera się na geolokalizacji, umożliwiającą pokazanie znajomym z portalu, gdzie jesteście w danym momencie. Obserwuje się już migrację użytkowników z serwisu Foursquare, a Places pojawia się w kolejnych telefonach komórkowych i smartfonach. Facebook przejął również system Gowalla, aplikację również wykorzystującą geolokalizację. Serwis Gowalla działał na zasadzie meldowania się w różnych punktach miasta. Osoby meldujące się częściej od innych zostawały „liderami” społeczności i miejsc. Dodatkowo za dodawanie nowych miejsc i zapisywanie się do istniejących w serwisie użytkownicy otrzymywali różne odznaczenia i przedmioty. Facebook wykupił serwis Gowalla, a następnie zamknął go po niecałych czterech miesiącach. W ten sposób nie tylko pozbył się silnej konkurencji dla swojego modułu Places, ale również zyskał zespół zdolnych pracowników, którzy wspierają go w rozwoju kolejnych usług. Idee Gowalla rozwijają się w usługach typu Places, nie tylko pokazując lokalne miejsca, i poprzez zabawę reklamując lokalne usługi, ale także pokazując całą historię działań użytkowników i prezentowane przez nich wędrowki.

W planach Facebooka pojawia się także wykorzystanie usług geolokalizacyjnych do modnej ostatnio formy internetowych zakupów grupowych, na przykład jako aplikacja dająca sklepowi czy innemu usługodawcy proponowanie zniżek czy promocji dokładnie w momencie, kiedy potencjalny, zlokalizowany przez Places lub podobne narzędzia klient pojawia się w pobliżu. Nasza wędrowka może zatem przestać

być anonimowa – aplikacje społecznościowe, ale także wykorzystujące geolokalizację aplikacje mobilne o profilu kulinarnym, rozrywkowym, turystycznym czy innym mogą nasze wędrówki i wyprawy – o ile znajdziemy się w zasięgu sieci – wypełnić pasmem niekończących się marketingowych propozycji – na lewo muzeum, na prawo katedra, a dwa kilometry przed nami słynna restauracja, przesyłająca nam aktualne menu bezpośrednio na smartfona. Jeżeli dołączymy do tego rozwijającą się dynamicznie technologię Augmented Reality (AR), tworzącą na ekranach telefonów, smartfonów, tabletów czy innych wyświetlaczy (okulary Google) dynamiczne animacje 3D i pakiety informacji nakładane na widzianą okiem kamer tych urządzeń otaczającą nas realną rzeczywistość, personalny atak marketingowy rodem z filmu *s-f Report mniejszości* stanie się niebawem faktem.

Oś czasu w sposób zasadniczy zmieniła nie tylko wygląd, ale całą filozofię profilu użytkownika Facebooka. Nowa konstrukcja profilu prezentuje bowiem użytkownika przez jego historię życia, przede wszystkim związaną z historią jego korzystania z Facebooka. Wcześniej tę biograficzno-historyczną funkcję miały blogi. Zauważyć można jednak, iż tendencja do tworzenia coraz krótszych treści, co zdaje się potwierdzać sukces serwisu Twitter, może spowodować, iż blogosfera zacznie się stopniowo kurczyć, a jej miejsce wypełnią internetowe portale społecznościowe i społecznościowe aplikacje mobilne.

Timeline, wyposażona w blogowy element historyczności (datowane archiwa, czasowy układ wpisów, etc.), ma przewagę nad na przykład WordPressem, największym systemem blogowym na świecie, z którego korzysta prawie 70 milionów użytkowników, gdyż daje łatwe narzędzie dokumentowania swojej biografii i przemyśleń, dodatkowo włączając geolokalizację jako atrybut tych biograficznych narracji.

Timeline, jak wiele aplikacji i narzędzi Facebooka, został narzucony użytkownikom w sposób dość bezceremonialny. Sieć znajomych tworzona na Facebooku może być wykorzystana jako baza danych, ale także jako zbiór indeksów mogących być wykorzystanymi w systemach poszukiwania pracy i tworzeniu profilowanych sieci zawodowych.

Facebook, podobnie jak Google proponuje możliwość subskrypcji użytkowników, którzy nie są naszymi znajomymi oraz narzędzia, pozwalające połączyć ich w grupy. Idea ta, charakterystyczna dla ser-

wisu społecznościowego Google+, polega na możliwości obserwacji osób, które nie są naszymi znajomymi, na przykład możemy się interesować życiem gwiazdy filmowej poprzez obserwację jej profilu (ten rodzaj obserwacji charakteryzuje też serwis Twitter), podczas gdy obserwowaną osobę nie interesuje to, co dzieje się u nas. Ta praktyka „jednokierunkowej znajomości” jest oczywiście znana od wieków, i przybiera różne skale – od zwykłego zainteresowania, przez hobbystyczne fascynacje po skrajne „fanowskie” uwielbienia i adoracje. Może się zatem zdarzyć, że w portalach społecznościowych obserwujący piszą biografie obserwowanych, często bez ich akceptacji i wiedzy.

Procesy autobiograficzne a immanentne utowarowienie sieciowych biografii

Kenneth C. Werbin opisuje, jak kilka lat temu, podczas poszukiwania swego nazwiska w Google (ten rodzaj wyszukiwania nazywany jest „ego-surfing”), wysoko w pozycji wyników wyszukiwania pojawiła się strona Zoominfo.com. Po wizycie na stronie, Werbin był zaskoczony, gdy odkrył, ile zgromadzonych i skoncentrowanych ciągów informacji osobistych i danych biograficznych pozostawił w Internecie. „Zoominfo.com nie tylko wygenerował automatycznie mój życiorys, ale automatycznie znajdował również w sieci moje relacje z innymi. Obraz mnie, stworzony przez Zoominfo.com można rozumieć jako towar w formie autobiografii, która obejmuje nie tylko samo-reprezentacyjne praktyki generowania treści i reprezentowania siebie w jednym miejscu lub platformie, ale także automatyczne logiki agregacji, gdzie samo-przedstawiające treści, które wytwarzałem, przekształcane są w analizowane i indeksowane bity danych, otwarte na niekończące się rekursywne trajektorie obiegu, rekombinacji i utowarowienia poprzez całą reszłę nieograniczonych stron i platform”²⁰.

²⁰ K. C. Werbin, *Auto-biography: On the Immanent Commodification of Personal Information*, „IRIE: International Review of Information Ethics” 07/2012, t. 17, s. 46–53. Tłum. moje – W. Siwak.

Oprócz Zoominfo.com istnieje wiele innych automatycznych platform samo-reprezentacyjnych, nie tylko łączących biograficzne treści z popularnych serwisów społecznościowych, takich jak Facebook, z Web 2.0 czy sieci w ogóle, ale również monitorujących (wysysających) osobiste informacje zawarte w rozległych i trudno dostępnych (choć publicznych) bazach danych, do których roboty wyszukiwawcze, takie jak stosowane na przykład w wyszukiwarce Google, nie docierają (przynajmniej w odniesieniu do tego, co jest dostępne dla codziennych użytkowników końcowych).

Pojawia się zatem określenie „głęboka sieć” (*deep Web*) czy „niewidzialna sieć” (*invisible Web*), odnoszące się do podstawowych tricków, forteli czy sztuczek całej ekologii mediów cyfrowych, które mogą być zastosowane wobec rozległych baz infrastruktury społecznej, politycznej, gospodarczej i rządowej, w tym: danych osobowych, dokumentów sądowych i zapisów prawnych, systemów kredytowych, papierów wartościowych i publicznych rejestrów giełdowych, baz danych wywiadowczych, a także danych z witryn takich jak Lexis Nexis, Amazon, Ebay, Date.com, z których informacje generalnie nie są „wyłapywane” przez tradycyjne wyszukiwarki. W tym względzie utowarowiona forma autobiografii, którą produkują witryny takie jak Zoominfo.com, wylania się przez serię tajemniczych procesów, które najprawdopodobniej uciekają uwadze i świadomości użytkownika. Strony podobne do Zoominfo.com, Pipl.com, 123people.com, Yasni.com czy nawet akademicki system Scholar nieustannie wydobywają i przetwarzają osobiste informacje, z głębokiej sieci i poza nią, nie tylko po to, by przedstawiać życie ludzi, ale także, by zaangażować algorytmiczną logikę sieci do przedstawienia połączeń między nimi, nie tylko przechwytyjąc to kim są ci ludzie, ale także pokazując, z kim są połączeni. Przeszukujący zasoby „głębokiej sieci” serwis Pipl.com, określa siebie jako „najbardziej kompleksowy system wyszukiwania informacji w internecie”:

„W przeciwieństwie do typowego systemu wyszukiwawczego, Pipl przeznaczony jest do pobierania informacji z głębokiej sieci. Nasze roboty są ustawione na interakcję z przeszukiwalnymi bazami danych i wyciąganie faktów, danych kontaktowych i innych istotnych informacji z osobistych profili, publikacji naukowych, katalogów

członkowskich, zapisów sądowych i wielu innych źródeł «głębokiej sieci». Pipl nie chodzi tylko o znalezienie większej ilości wyników; używamy zaawansowanej analizy językowej i algorytmów rankingowych, aby dać wam najbardziej odpowiednie bity informacji na temat danej osoby (...)²¹.

W tym kontekście pojęcie „biograficzny” jest stosowane w odniesieniu do bitów informacji osobistych i danych biograficznych, które są wydobywane i agregowane przez te platformy, a pojęcie „autobiografii” dotyczy tego, jak elementy biograficzne cyrkulują i są zbierane w utowarowionych formach, w zautomatyzowanych procesach samo-reprezentacyjnych.

Zdaniem Kennetha C. Werbina, istnienie stron przeszukujących „głęboką sieć” i portali autobiograficznych, jak Zoominfo.com, rzuca światło na zawilgości ekonomii politycznej mediów cyfrowych w trzech perspektywach. Uważa on, że po pierwsze, „podkreślają one zwrotną, niewidoczną lub «utajoną» naturę procesów autobiograficznych, oraz to, w jaki sposób akt samoprezentowania jest nierozdzielnie spleciony z reprezentowaniem siebie w kulturze cyfrowej²². Po drugie, odsłaniają one „rekurencyjną naturę tych procesów, czyli to jak utowarowione formy «biograficzności» i «autobiografii» są tymi, które spłodzą więcej towarów w procesach «immanentnego utowarowienia»²³. I wreszcie, po trzecie, implikują one „etykę ekspozycji (obnażania) dotyczącą tego, jak procesy autobiograficzne w sieci nagle zaczęły uczestniczyć w erozji prywatności, a równocześnie, w umacnianiu intensywnego utowarowienia i wzmacnianiu systemów nadzoru²⁴.

²¹ Serwis Pipl.com, <http://pipl.com/help/deep-web/> [20.11.2012]. Tłum. moje – W. Siwak.

²² K. C. Werbin, dz. cyt., s. 46–53. Tłum. moje – W. Siwak.

²³ Tamże. Tłum. moje – W. Siwak.

²⁴ Tamże. Tłum. moje – W. Siwak.

Zwrotność: immanentne utowarowienie informacji osobistej

Istnieje zwrotna relacja oznaczająca procesy autobiografii tu wymienione: tak jak użytkownicy sieci i mediów społecznościowych produkują i łączą treści, by przedstawiać siebie, tak treści, które generują i dane, które produkują, są wydobywane i agregowane, by reprezentować użytkowników. Innymi słowy, „użytkownicy są tworzeni przez używanie”. Procesy autobiografii przedstawione tutaj zgodne z podwójną logiką, gdzie na poziomie najbardziej podstawowym, akt generowania danych może być postrzegany jako związany z byciem generowanym jako dane. Podobnie, akt produkowania treści jest nieodłączny od bycia produkowanym jako treść. Rzeczywiście, w sieciowych konstrukcjach autobiografii, „wrażać siebie” oznacza „być wyrażanym”, tak jak „samo reprezentować” oznacza „być samo reprezentowanym”.

Te podwójne logiki są nieodłączną częścią procesów urynkowania, które leżą u podstaw stworzenia Web 2.0. Model biznesowy, który jest w samym sercu tych konstrukcji jest zasadniczo oparty na przekształceniu treści i danych generowanych przez użytkowników do formy towaru. W tym zakresie zwrotna, rekursywna logika związana z procesami sieciowych autobiografii zgodna jest z tym, co Vincent Mosco opisuje jako „immanentne utowarowienie”²⁵ lub z tym, jak „towary wytwarzają swoje własne nowe utowarowienia”²⁶. W procesach autobiografii związanych z kaskadową naturą immanentnego utowarowienia, zasoby informacji osobistych, treści samoreprezentatywne i dane odnoszące się do wzorców interakcji i komunikacji przekształcają się w towary, które z natury posiadają potencjał, aby być dalej utowarowione. Oznacza to, że wątki i elementy biograficzne, które użytkownicy wytwarzają, gdy generują treści i dane, posiadają nie tylko potencjał związany z wartościami wymiany ustalonymi pomiędzy korporacjami takimi jak Google czy Facebook oraz reklamodawcami i marketerami, z którymi korporacje te prowadzą

²⁵ V. Mosco, *The Political Economy of Communication*, Second Edition, SAGE Publications, London 2009, s. 141. Tłum. moje – W. Siwak.

²⁶ Tamże. Tłum. moje – W. Siwak.

illiquidate's photostream

Sets Galleries Tags People Archives Favories Profile

Slideshow Share



autoportret without me 8

All rights reserved
Uploaded on Jan 3, 2007
7 views / Add a comment



autoportret without me 6

All rights reserved
Uploaded on Jan 3, 2007
5 views / Add a comment



autoportret without me 5

All rights reserved
Uploaded on Jan 3, 2007
11 views / Add a comment



autoportret without me 4

All rights reserved
Uploaded on Jan 3, 2007
9 views / Add a comment



autoportret without me 2

All rights reserved
Uploaded on Jan 3, 2007
4 views / Add a comment



autoportret without me 1

All rights reserved
Uploaded on Jan 3, 2007
7 views / Add a comment

Videoblog użytkownika „illiquidate” na serwisie Flickr. Seria *Autoportret bez me*

Źródło: <http://www.flickr.com/photos/96637943@N00/> [20.11.2013].

interesy. Te autobiograficzne wątki i elementy posiadają również potencjał, aby być utowarowione przez zewnętrzne systemy wyszukiwawcze, które wygrzebują i wydobywają wnętrzości (głębokiej) sieci w poszukiwaniu zasobów, dających się przekształcić w utowarowioną formę autobiografii. W rezultacie taka utowarowiona forma autobiografii pojawia się potem nie tylko jako produkt procesów urynkwienia, ale także jako wiarygodna, autorytatywna i fetyszyzowana reprezentacja jednostki, wyposażona w moc formowania i kształtowania wielu aspektów naszego osobistego życia.

Coda

Tworzymy bazy danych i one tworzą nas. Tworzymy przedmioty i nimi się stajemy. Tworzymy autobiografie i one nas tworzą. Istniejemy w nich fizycznie i nie istniejemy. Być może do ich tworzenia my



sami nie jesteśmy już potrzebni. Niech tworzą nas inni, niech tworzą nas algorytmy, czy w końcu, niech tworzą nas przedmioty, jak stara się to pokazać w serii *Autoportret beze mnie* fotograf kryjący się za pseudonimem „illiqudate”...

