

UDC 929:004.67

<https://doi.org/10.15407/ub.20.135>

Marta ZAMBRZYCKA,  
doktor nauk humanistycznych,  
adiunkt Katedry Ukrainistyki,  
Uniwersytet Warszawski  
(Warszawa, Polska)  
<https://orcid.org/0000-0002-2123-8531>  
e-mail: m.e.zambrzycka@uw.edu.pl

## AUTOBIOGRAFIA W ŚWIECIE CYFROWYM. PROJEKT AUTOBIOGRAFICZNY JA, NINA JANINY SOKOŁOWEJ

Artykuł dotyczy multimedialnego, autobiograficznego projektu *Ja, Nina* („Я, Ніна”) którego inicjatorką jest ukraińska dziennikarka Janina Sokołowa. Projekt składa się z trzech części: książki, filmu i teledysku. Artykuł dotyczy przede wszystkim książki *Ja, Nina*, napisanej we współautorstwie z Olhą Kuprian. Zasadniczym tematem tekstu jest analiza narracji autobiograficznej, która z tradycyjnej formy „zamkniętego” tekstu drukowanego przechodzi w powielany w mediach komunikat (wywiady z dziennikarką, wpisy na *Facebook*), a także kwestia niejednoznaczność relacji między tożsamością autora i bohatera w autobiografii z pogranicza świata literatury i mediów.

**Słowa kluczowe:** narracja autobiograficzna, rzeczywistość wirtualna, autor, symulakry, tekst.

Artykuł dotyczy analizy rozpoczętego w 2019 roku projektu *Ja, Nina* („Я, Ніна”) którego inicjatorką jest popularna ukraińska dziennikarka, aktorka i blogerka Janina Sokołowa. Projekt składa się z trzech części, do których należy: wydana w 2019 roku autobiograficzna książka Janiny Sokołowej „Я, Ніна”, napisana we współautorstwie z Olhą Kuprian, utwór muzyczny *Siódmy dzień* („Сьомий день”) oraz klip nagrany z zespołem *Druha Rika*, a także film fabularny, w którym Janina Sokołowa gra główną rolę. To ostatnie przedsięwzięcie jest obecnie w fazie realizacji. U podstaw projektu leży realne doświadczenie choroby nowotworowej, o której dziennikarka poinformowała w maju 2019 roku na swojej stronie w sieci społecznościowej *Facebook*. Napisała wówczas, że siedem miesięcy wcześniej dowiedziała się, o nowotworze i pokonała go, przechodząc ope-

rację usunięcia chorych organów oraz cykl zabiegów chemioterapii. W dalszej części artykułu skoncentruję się przede wszystkim na literackiej części projektu, czyli na książce *Ja, Nina*.

Książka Sokołowej/Kuprian ma formę tradycyjną, czyli drukowaną, nie można więc uznać jej bez zastrzeżeń za przykład coraz bardziej popularnego zjawiska literatury cyfrowej, jednocześnie powiązanie i przenikanie się tekstu z funkcjonującymi w przestrzeni wirtualnej przekazami, będącymi kontynuacją bądź komentarzem (a także dopełnieniem) książkowej narracji pozwala nazwać autobiografię *Ja, Nina* multimedialnym działaniem literackim, które Elżbieta Winiecka określiła jako praktyki o niejasnych granicach i nieoczywistym statusie [23, s. 20]. Zachęca to do analizy tego tekstu w szerokiej perspektywie literatury cyfrowej (czy raczej literatury w świecie cyfrowym), co postaram się częściowo zrealizować, ukazując niejednoznaczność relacji między tożsamością autora i bohatera w rzeczywistości z pogranicza literatury i świata mediów. Zagadnieniu temu poświęcę pierwszą część tekstu. W drugiej skoncentruję się na narracji, która z jednostkowej i zamkniętej w ramy tradycyjnego, drukowanego tekstu opowieści o realnym doświadczeniu choroby przechodzi w multiplikowany w mediach, otwarty (nieukończony/nie kończący się) komunikat, oparty na motywującym schemacie walki-zwycięstwa i posługujący się figurą silnej bohaterki.

### **(Auto)biografia w świecie cyfrowym**

Jak słusznie zauważa Dominik Antonik, praktyka pisania autobiografii przez osoby rozpoznawalne medialnie zajmuje we współczesnej kulturze popularnej centralne miejsce i jest aktem nie tyle literackim co społecznym, ekonomicznym i kulturowym [1, s. 82]. Odwołując się do kontekstu polskiego autor konstatuje „wysyp popularnych autobiografii, które oparowały księgarnie i listy bestsellerów”, podkreśla też, że zjawisko to prowadzi do dewaluacji samego pojęcia autobiografii, która zaczyna oznaczać „każdy tekst stworzony z wykorzystaniem osobistej opowieści” [1, s. 82]. Antonik zwraca również uwagę na fakt, że przypadku autobiografii osób znanych nie da się pominąć kontekstu ekonomicznego, gdyż: „opowieści o sobie i rynek funkcjonują nierozłącznie w ramach złożonego systemu współczesnej kultury, a podmiot autobiografii jest dziś zarazem podmiotem ekonomii” [1, s. 81]. Wszystkie konstatacje polskiego badacza są niezwykle trafne, sądzę jednak, że warto dodać tu kontekst istnienia autorów (lub współautorów) i napisanych przez nich autobiografii w rzeczywistości cyfrowej (w mediach, telewizji, Internecie itp.).

Funkcjonowanie zarówno samej dziennikarki Janiny Sokołowej, jak i jej książki w świecie cyfrowym, stawia pytanie o zasadność określenia tego tekstu mianem autobiografii, nie jest bowiem jasne, czy referencja

dotyczy rzeczywistości realnej czy jej znaku, który można określić jako „osobowość medialna”. Samego tekstu książki nie można rozpatrywać w oderwaniu od pozostałych multimedialnych części projektu, nie można jej też wyabstrahować z cyfrowych narracji, na które składają się wypowiedzi Sokołowej, udzielane przez nią wywiady a także wpisy w sieciach społecznościowych. Opublikowane na Facebooku wyznanie dziennikarki oraz fotografia jej pozbawionej włosów głowy wzbudziły sensację i zaoferowały lawiną komentarzy, wywiadów prasowych, telewizyjnych oraz internetowych udzielanych przez nią samą lub jej dotyczących<sup>1</sup>. Stwierdzenie, że współczesna rzeczywistość zostaje zastąpiona znakiem, który jest jej doskonałym naśladownictwem, nie stanowi dziś żadnego novum. Jean Baudrillard już w latach osiemdziesiątych pisał, że żyjemy w „świecie niesamowicie podobnym do oryginału” [4, s. 19], który nie znajduje jednak referencji w rzeczywistości pozaznakowej. Ta nienowa konstatacja staje się aktualna w przypadku przekazu autobiograficznego znajdującego się na pograniczu literatury i świata mediów, w których z definicji „mapa poprzedza terytorium a lustrzane odbicie – odbijany obiekt” [25, s. 166].

### **Autorka-narratorka-bohaterka?**

Jaka jest więc relacja między autorką (w tym wypadku współautorką) książki Janiną Sokołową – rozpoznawalną dziennikarką i aktorką, osobą bardzo aktywną w środkach masowego przekazu i mediach społecznościowych, a narratorką i bohaterką tekstu – Niną Sokił. Czytelnik otrzymuje książkę autorstwa Janiny Sokołowej zatytułowaną *Ja, Nina*, na okładce zaś widzi fotografię dziennikarki, która stanowiła ilustrację do wspomnianego wyżej wyznania na stronie Facebook [9]. Autobiografizm jest tu więc zarówno zadeklarowany autorsko jak i referencyjny, gdyż „opiera się na horyzoncie oczekiwań czytelnika posiadającego pewną wiedzę o biografii twórcy” [18, s. 166]. O tym, że tekst stanowi zapis intymny/autobiograficzny sugerować może zaimek „ja” w tytule, jak również narracja pierwszoosobowa. Jak pisze Phillippe Lejeune: „założona w autobiografii tożsamość narratora i głównego bohatera przejawia się najczęściej w użyciu gramatycznych form pierwszej osoby” [14, s. 32]. I choć w dalszej części słynnego *Paktu autobiograficznego* badacz rozważa różne warianty komplikujące tę prostą zależność między „ja” narratora a „ja” autora, wydaje się, że konwencja omawianej książki a także jej

<sup>1</sup> Nie jest to zresztą na gruncie ukraińskim zjawisko nowe by przypomnieć chociaż „Приватний щоденник” М. Matios, o czym pisała m.in. K. Jakubowska-Krawczyk w artykule *Dzienniki czasu rewolucji godności* [w:] „Slavia Orientalis”, LXVI nr 3, Warszawa 2017, s. 495-504.

„czytelnik modelowy” [7, s. 292] czyli osoba sięgająca po książkę przede wszystkim z powodu zainteresowania życiem rozpoznawalnej osoby a nie w poszukiwaniu głębi literackiej, zakładają odbiór tekstu, który można określić jako lekturę naiwną, a tym samym dokonującą pełnego utożsamienia osoby mówiącej w tekście z realnie istniejącą Janiną Sokołową.

Ten typ lektury narzucają też hasła reklamowe, znajdujące się na okładkach książki, oraz pozatekstowe wypowiedzi na łamach prasy, które głoszą, iż „Я, Ніна” to tekst będący szczerą „spowiedzią” znanej dziennikarki, „pierwszą ukraińską książką o chorej na raka osobie publicznej”. Na stronie internetowej propagującej projekt Sokołowej *yanina.life* dziennikarka deklaruje, iż chce opowiedzieć swoją osobistą historię, podzielić się tym, co przeżyła i wskazać odbiorcy drogę w poszukiwaniu sił i natchnienia. Sokołowa wyraża też nadzieję, że jej historia da siłę innym walczącym z rakiem osobom: „Вірю, що моя історія надихне тих, хто тільки зіткнувся з недугом і не знає, як до цього ставитися і де шукати допомоги, а також тих, хто вже зневірився і перестав боротися” [28]. Osnową projektu jest więc realne doświadczenie współautorki, o którym, po siedmiu miesiącach zmagania z chorobą, opowiedziała publicznie. Bezpośrednie przełożenie książkowej fabuły na rzeczywiste doświadczenia Sokołowej nadaje sformułowanym przez nią, zarówno tekstowym jak i pozatekstowym, refleksjom i poradom znaczenia i umacnia jej autorytet jako osoby mówiącej „z własnego doświadczenia”. Mocy jej słów nadaje więc przede wszystkim (jeśli nie wyłącznie) fakt, że narratorka jest utożsamiana z samą autorką.

Jednocześnie warto pamiętać, że „narracja to coś innego niż lustrzane odzwierciedlenie rzeczywistości, i coś więcej niż wierne opisywanie wytworów ludzkiej kreacji. Narracja zawsze jest w jakiś sposób oderwana od zdarzenia, jest „opowieścią / tekstem nacechowanym” [13, s. 25]. Konstatacja ta jest adekwatna w przypadku projektu Janiny Sokołowej, do którego wchodzi omawiana książka a także film fabularny oraz teledysk. Wszystkie części projektu to oparta na osobistym doświadczeniu forma autokreacji, balansująca – jak każde przełożenie doświadczenia na wypowiedź artystyczną – na granicy fikcji i narracji intymnej. Kreacyjny aspekt historii jest szczególnie istotny w kontekście jej funkcjonowania jako komunikatu medialnego. Przed pełnym utożsamianiem Janiny Sokołowej z narratorką książki „ostrzega” też zresztą (dość kokieteryjnie w świetle przytoczonych wyżej cytatów) sama dziennikarka, pisząc: „Не шукайте співпадінь із моїм життям. Їх там обмаль” [29]. Nieprzekładalność narracji na biografię jest tym istotniejsza, że zarówno autorka jak i jej tekst funkcjonują w świadomości społecznej przede wszystkim jako element kultury cyfrowej, która działając na prawach symulakrum „podważa różnicę pomiędzy tym, co *prawdziwe* i tym, co *falszywe*; tym, co *rzeczywiste* i tym, co *wyobrażone*” [4, s. 8]. Wydaje się więc, że rozważania z poziomu

„czy autorka mówi prawdę” i czy jest to jej „prawdziwa historia” tracą zasadność, gdyż chodzi nie o tożsamość w sensie esencjalnym lecz o wirtualną osobowość, swego rodzaju „autora jako markę”, o którym Dominik Antonik pisze w następujący sposób:

„Autor jako marka jest rodzajem sankcjonowanego społecznie wyobrażenia, jakie mamy na temat pisarza i jego twórczości, a wyobrażenie to powstaje w dynamicznym polu komunikacji – jest efektem tymczasowej stabilizacji krążących tekstów, praktyk odbiorczych, informacji, dyskusji, opinii i wizerunków, które wypełniają komunikację społeczną. Jest rodzajem tożsamości – wyłaniającej się w serii medialnych przepływów i transformacji – która przenika twórczość i wszystkie publiczne wystąpienia pisarza, choć nie jest z nimi tożsama” [2].

Wirtualna tożsamość nie prowadzi więc do autora w sensie osobowym lecz do rozumienia go jako „marki” [2]. Funkcjonowanie osobowości współautorki i jednocześnie bohaterki projektu *Ja, Nina* na prawach „marki” i znaku medialnego podkreślony został również za pomocą wizualnego aspektu przedsięwzięcia.

Wykorzystanie środków pozaliterackich (dźwięk, obraz, kadr) stanowi element charakterystyczny dla zjawisk łączących literackość z rzeczywistością cyfrową [23, s. 25]. Strona wizualna w sposób namacalny ukazuje problematyczność relacji między autorką-bohaterką Janiną Sokołową a jej medialnym znakiem. Dziennikarka wykorzystuje własne ciało jako element gry (gra rolę w filmie, bohaterkę teledysku, pozuje do fotografii), ekspozycja jej ciała nie przekracza jednak ani na chwilę narzuconych przez kulturę wizualną granic fizycznej reprezentacji, które narzucają kobiecie obowiązek pozostawania piękną nawet w ekstremalnej sytuacji choroby. Raka sugeruje tu wyłącznie brak włosów, pozostałe symptomy, charakterystyczne dla wyniszczającego organizmu nowotworu są ukryte pod makijażem, starannym ubiorem i wystudiuowanymi pozami. Realne ciało Sokołowej nie istnieje w tym przekazie – pozostaje wyłącznie cyfrowa ikona. Ewa Szczęsna w książce *Cyfrowa semiopoetyka* pisze o widocznej w mediach tendencji do estetyzacji przedmiotów przedstawianych, która stanowi nie tylko narzędzie przyciągania uwagi odbiorcy, lecz warunkuje również rozumienie samego przekazu. „Informacja odbierana jest przez filtr doświadczenia estetycznego” [21, s. 32] – stwierdza autorka. Dalej pisze, że zabieg estetyzacji wykorzystuje naturalną dla człowieka skłonność łączenia tego co piękne (albo chociaż ładne) z prawdą i rzeczywistością. Cytując badaczkę: „Estetyzacja technologiczna wykorzystuje <...> wywodzącą się jeszcze ze starożytności tendencję do wiązania szeroko pojętego piękna z dobrem i prawdą. Infor-

macja przedstawiona w formie miłej dla oka i ucha, a więc taka, której przypisać można wartość estetyczną wydaje się bardziej wiarygodna i pożądana niż ta, która pozbawiona jest tego waloru” [21, s. 34].

Podkreślana przez samą Sokołową niejednoznaczność relacji (współ)autorka-bohaterka staje się jeszcze bardziej widoczna w filmowej części projektu, która znajduje się obecnie w fazie realizacji. Dziennikarka raz określa swoją bohaterkę mianem „tej kobiety” (wyraźnie oddzielając tym samym autobiografię od fikcji), innym razem zaś mówi, że film jest opowieścią o jej życiu, a autobiografizm wpływa nawet na wybór pory roku w której planowane są zdjęcia do filmu i jest jednym z powodów pośpiechu w ich realizacji. Sokołowa obiecuje także, że filmowa historia będzie pełna wątków erotycznych, miłosnych, zazdrości, siły i walki z własnymi słabościami, a więc będzie fabularną opowieścią. Film ma być – jak mówiła dziennikarka w wywiadzie dla telewizji śniadaniowej kanału „1+1” – historią szczęśliwej kobiety, która w ciągu siedmiu miesięcy swojego życia dowiedziała się, co w życiu jest naprawdę ważne.

Tak daleko posunięta fabularyzacja i kreacja wydarzeń oraz samej osobowości bohaterki sprawiają, że pojęcie biografii staje w przypadku projektu Sokołowej pod znakiem zapytania. Klasyk teorii biografizmu Phillippe Lejeune zwracał wszak uwagę, że autobiografia to przede wszystkim „narzędzie konstruowania tożsamości, budowania własnego ja. Zauważył, że wyłaniająca się w akcie autobiograficznym tożsamość narracyjna to tożsamość siebie” [19, s. 266]. Teoretycy narracji związanych z doświadczeniem choroby wskazują zaś na fakt, że potrzeba odbudowania tożsamości poprzez opowieść nabiera szczególnego znaczenia w przypadku, gdy biografia zostaje zaburzona, a codzienność traci znajomy kształt (co dzieje się w przypadku ciężkiej choroby). Dążenie do przywrócenia ciągłości narracyjnej – twierdzi Iwona Boruszkowska – determinuje powstawanie opowieści o chorobach [5, s. 15-16]. Pojawia się jednak pytanie o jaką tożsamość chodzi w przypadku projektu Janiny Sokołowej. Na to pytanie dość trudno odpowiedzieć. Wydawać się może, że komunikat jakim jest projekt *Ja, Nina* dotyczy w zdecydowanie większej mierze medialnego znaku nie zaś dziennikarki w sensie osobowościowym, jednak, jak zauważa Wojciech Baluch w tekście *Nowe wymiary tożsamości*, wszechobecność mediów i ich przenikanie do wszystkich dziedzin życia współczesnego człowieka powoduje, że w świadomości potocznej fakt istnienia rzeczywistości cyfrowej zaciera się [3, s. 25]. Oznacza to, że w potocznym odbiorze coraz częściej zanika świadomość wirtualności przekazów a rzeczywistość cyfrowa oraz realna istnieją równolegle. Wydaje się, że konstatacja ta jest adekwatna w przypadku projektu *Ja, Nina*, w którym rzeczywistość w sensie esencjalnym zostaje zapośredniczona przez jej cyfrowy znak, który modeluje przekaz na własnych zasadach.

### **Poradnik dobrego życia – autobiografia jako otwarty komunikat**

Fabularyzowana autobiografia Janiny Sokołowej – czyli pierwszoosobowa narracja o doświadczeniu choroby – wychodzi poza ramy drukowanej książki i znajduje kontynuację w rzeczywistości cyfrowej. Stała obecność Sokołowej w mediach (telewizja, rozgłośnie radiowe, prasa, Youtube, blog, media społecznościowe – FB, Instagram) udzielane przez nią wywiady i opowieści o swoich przeżyciach czynią z narracji chorobowej powstający na naszych oczach, dynamiczny tekst, który można określić – inspirując się wprowadzonym onegdaj przez Umberto Eco terminem – jako „dzieło otwarte” [8, s. 69]. W swoich wypowiedziach dziennikarka rezygnuje z typowego dla literatury balansowania między fikcją a rzeczywistością i zaczyna opowiadać bezpośrednio o sobie. Wydaje się więc, że paradoksalnie, prawdziwa autobiografia zaczyna się poza granicami tekstu pisanego, w zwerbalizowanej, multiplikowanej i utrwalonej cyfrowo serii wypowiedzi. Co charakterystyczne dla poetyki cyfrowej – ten „tekst otwarty” zakłada czynny udział odbiorcy [21, s. 41], który ma możliwość reagowania w formie wyrażenia określonej postawy wobec usłyszanej historii, komentowania jej, zadawania pytań lub krytyki.

Podobnie jak samej autorki nie należy utożsamiać z bohaterką/narratorką, tak i opowiadaną przez Sokołową historię trzeba oddzielić od biografii w sensie osobowym, a w każdym razie pamiętać, że charakterystyczny dla mediów system strukturyzowania informacji czyni z tej opowieści komunikat, który nie znajduje pełnej referencji w świecie poza cyfrowym. Jeśli, inspirując się perspektywą semiotyczną, przyjmiemy, że percepcja rzeczywistości zawsze jest zapośredniczona przez znak [24, s. 28], a język „naturalny” stanowi podstawowy filtr percepcyjny, zamykający użytkowników języka w określonym dogmacie poznawczym i interpretacyjnym [6, s. 28], cyfrowa opowieść o chorobie dziennikarki stanie się znakiem znaku, kolejnym poziomem modelowania. Jednym słowem narracja chorobowa staje się komunikatem skonstruowanym według dość prostego kodu, który opiera się na schemacie: nieszczęście-siła-walka-zwycięstwo-morał. Istotne jest również to, iż komunikat ten jest skierowany nie tyle do osób zmagających się z nowotworem lub też do ogółu społeczeństwa, lecz przede wszystkim do jego żeńskiej części.

Sokołowa i Kuprian wykorzystują w książce pole semantyczne choroby nowotworowej, narzucające kulturowym narracjom o niej metaforę militarną (walki, zwycięstwa lub klęski). Od czasów słynnego eseju Susan Sontag wiadomo, że rak to jedna z chorób najsilniej metaforyzowanych, a przez to będących nie tylko zjawiskiem medycznym ale w równym stopniu fenomenem kulturowym [15, s. 8]. Choroba nowotworowa funkcjonuje przede wszystkim jako synonim drapieżności, wrogości, „pożerania”, wyniszczania. Rak jest więc w większości dotyczących go nar-

racji „podstępny wrogiem”, „drapieżnikiem”, z którym toczy się bezwzględna walkę. Terminologia opisująca chorobę nowotworową odwołuje się najczęściej do określeń z dziedziny wojskowości [20, s. 10]. Taka metaforyka determinuje rozumienie procesu chorowania i wyzdrowienia jako walki i zwycięstwa a co za tym idzie wzmacnia medialny wizerunek Janiny Sokołowej (jej „markę”) który już wcześniej opierał się na obrazie kobiety bardzo silnej, niezłomnej, odważnej, mającej niewiarygodne pokłady energii. W przestrzeni publicznej funkcjonowała ona jeszcze przed chorobą jako bezkompromisowa odważna dziennikarka, która nie boi się mówić o trudnych i niebezpiecznych tematach, krytykować władzę, otwarcie wyśmiewać rosyjską propagandę i bronić wyznawanych przez siebie wartości. Przekaz odwagi sugeruje już hasło widniejące na okładce „Тепер я нічого не боюся.” Opowieść o postawie wobec choroby – zarówno w książce jak i w wypowiedziach publicznych Janiny Sokołowej składa się z kilku, powtarzanych komunikatów, dotyczących: niezłomności charakteru i niezwykłej siły psychicznej, postawy walki i niepoddawania się. Wszystkie wymienione elementy projektu „choroba nowotworowa Janiny Sokołowej” spięte zostały klamrą nabierającą coraz większego znaczenia tendencji do podkreślania roli i znaczenia kobiet w życiu społecznym w Ukrainie. Skierowana głównie do żeńskiego odbiorcy narracja maladyzna wykracza więc poza historię choroby i kreuje wizerunek silnej, niezależnej i niezłomnej kobiety, bardzo atrakcyjny we wciąż jeszcze zmagającym się z patriarchalnymi wzorcami społeczeństwie [11].

Skierowany przede wszystkim do żeńskiej części społeczeństwa komunikat wzmocniony został narracją, którą można określić jako motywującą<sup>2</sup>, a która przybiera postać zestawu powtarzanych za każdym razem porad. Porady te układają się w ciąg haseł typu: „walczcie”, „nie poddawajcie się”, „życie chwilą”, „uczynicie swoje życie takim, za jakie warto walczyć”. Przekaz ten uzupełniony jest też autorską definicją nowotworu, który dziennikarka określa mianem „choroby braku miłości” i który – co oczywiste – nie ma żadnego związku z jakąkolwiek diagnostyką medyczną. Motywujące wypowiedzi Sokołowej współgrają ze wzrastającą dziś popularnością praktyk coachingowych, które w formie prostych wskazówek życiowych przenikają ze sfery działalności profesjonalnej do wszystkich dziedzin codziennej aktywności. Znaczenia nadaje wypowiedziom dziennikarki wyłącznie wiedza odbiorcy o realnej chorobie, którą przeżyła Sokołowa oraz jej niewątpliwy autorytet jako osoby nieprzeciętnej i profesjonalnej. Warto zauważyć, że postawy, które dziennikarka proponuje wcielić w życie doty-

<sup>2</sup> O podobnej roli bestsellera *Badania terenowe nad ukraińskim seksem* Oksany Zabużko wspomina Paulina Olechowska w artykule *Feminizm we współczesnej literaturze ukraińskiej?* [w:] „Studia Ucrainica Varsoviensia”, pod red. dr hab. I. Mytnik, nr 1/2013, s. 405.

czą zarówno osób cierpiących na nowotwory jak i niedoświadczonych żadną dysfunkcją. Ich uniwersalizm wynika między innymi z faktu, iż za podstawę mają świadomość kruchości i nieprzewidywalności ludzkiego życia. Współautorka projektu „Я, Ніна” stwierdza na przykład w wywiadzie:

„[Если у вас обнаружили рак], <...> нужно каждый день стараться жить так, чтобы получать удовольствие от жизни, и реализовывать то, что, возможно, вы не реализовывали перед этим <...> жить стоит каждый день, как последний, и тогда ты по крайней мере не будешь жалеть о том, что чего-то не сделал, не сказал, не почувствовал” [27].

W posłowniu książki czytamy zaś:

„<...> щастя залежить тільки від вас самих. <...> Живіть на повну. Ризикуйте, закохуйтеся, подорожуйте <...> Приймайте себе такими, якими ви є. Рак-дурак. Але він навчив мене любити і боротися. <...> Не відкладайте життя на потім. Живіть кожен день, як останній” [29, s. 204-205].

Autorki eksploatują więc poznawczy potencjał choroby konstruując swoją książkę na wzór poradnika. Nowotwór, który uświadomił narratorece wartość życia, nauczył cieszyć się chwilą, okazywać miłość i bliskość, ma stać się również narzędziem zmiany w życiu innych osób – potencjalnych czytelników. Świadczą o tym choćby umieszczone na okładkach informacje o książce, będące bezpośrednią obietnicą, skierowaną do odbiorców: „Ця історія змінить ваше життя <...> Вона – інструмент для пошуку себе та власних цінностей. <...> Бо собою ми стаємо тільки тоді, коли втрачаємо. Як зберегти себе й чому варто жити – моя сповідь. Надихніться... І любіть, щоб не сталося” [29].

Relacja między rzeczywistością cyfrową i „realną” nie jest jednostronna a świat cyfrowy trudno dziś określić jako wtórny wobec realnego. Relacja między tymi dwoma poziomami rzeczywistości jest zwrotna, funkcjonują one równolegle i wpływają na siebie wzajemnie. Poetyka każdego tekstu cyfrowego zakłada interaktywność i czynny udział odbiorcy, jest to wyraźnie widoczne również na przykładzie projektu autobiograficznego *Ja, Ніна*, który dąży do wprowadzenia realnych zmian zarówno w rzeczywistości społecznej jak i w sferze postaw i wartości odbiorców. Poza „coachingowym” zestawem porad życiowych i afirmacją znaczenia kobiet w społeczeństwie, jednym z aspektów zarówno książki jak i pozostałych części projektu *Я, Ніна* jest kampania, mająca na celu uświadomienie Ukraincom sytuacji ludzi chorych oraz edukacja, gdyż reakcje strachu, niechęci, unikania znacznie pogarszają możliwości funkcjonowania społecznego osób z nowotworem. Problemy związane z nie-

odpowiednimi reakcjami przy spotkaniu z osobą chorą podkreśla dziennikarka zarówno w wywiadach jak i w samej książce [26]. W wywiadach zaś Sokołowa zauważa, że celem rozpoczętego przez nią projektu jest zmiana stosunku chorych na nowotwory do samych siebie – zarówno w płaszczyźnie życiowych postaw jak i w odniesieniu do własnego ciała. Projekt Janiny Sokołowej aspiruje więc do roli narzędzia zmian w świadomości społecznej i niewykluczone, że spełni tę rolę przynajmniej w jakiejś mierze. Na stronie [yanina.life](http://yanina.life) można przeczytać, że kampania dziennikarki to: „Проект, який змінює ставлення соціуму до онкохворих та хворих на рак до самих себе”. Sokołowa rozpoczęła akcję krwiodawstwa i zbierania od wolontariuszy włosów na peruki dla osób po chemioterapii, prowadzi również działania na poprawy warunków medycznych i zmian w prawie między innymi legalizację leczniczej marihuany. Warto zauważyć, za Ewą Szczęsną, że to oddziaływanie na rzeczywistość społeczną i w ogóle poza cyfrową jest charakterystyczną cechą medium Internetu [21, s. 19].

Książka Janiny Sokołowej i Olhi Kuprian należy zdecydowanie bardziej do kultury popularnej i świata mediów niż do przestrzeni literatury. Jej związek z rzeczywistością wirtualną podkreśla zarówno fakt, iż stanowi tylko jedną z kilku części multimedialnego projektu jak i poszerzenie pola narracji o pozatekstowe komunikaty (wywiady, wpisy, komentarze), publikowane w sieciach społecznościowych i mediach cyfrowych. Sprawia to, że analiza tego tekstu nie może przebiegać w granicach wyznaczonych przez tradycyjnie rozumiane literaturoznawstwo, lecz – jak postulują współcześnie sami badacze nowych zjawisk w literaturze – powinna obejmować szeroki zakres analiz z dziedziny antropologii kulturowej, komunikacji społecznej i nowych technologii cyfrowych. Jak zaznacza Maciej Maryl, na ostateczny kształt przekazów – również literackich – wpływa bowiem interakcja czynników technologicznych i społecznych [16, s. 159]. Projekt Janiny Sokołowej jest też ciekawym obiektem dla badań nad nowymi formami autobiografizmu, funkcjonującymi powszechnie w kulturze popularnej i znajdującymi wyraz w przestrzeni cyfrowej, zarówno w mediach społecznościowych jak i bardziej tradycyjnych – jak telewizja. Powszechność pisania o sobie unaocznia się zarówno we wspomnianym na wstępie wysypie tekstów autobiograficznych „osób znanych” jak i w zalewających Internet wpisach użytkowników „o sobie samych”. Konstatacja, że każda autobiografia czy narracja o sobie stanowi rodzaj kreacji nie jest odkrywczą, nabiera jednak świeżości w przypadku pytania o osobowość wirtualną i jej relacje z osobą w sensie esencjalnym.

1. Antonik, D. (2019). Przemysł autobiografii. Ghostwriting, kultura sławy i utowarowienie tożsamości [The Autobiography Industry. Ghostwriting, Fame Culture and Identity Commodification]. *Teksty Drugie, 1*, 80-105. <https://doi.org/10.18318/td.2019.1.6> [In Polish].
2. Antonik, D. (2016, February). Autor na miarę naszych czasów? [An Author of Our Times?]. *Znak, 729*, 92-99. Retrieved from <https://www miesiecznik.znak.com.pl/autor-na-miare-naszycz-czasow/> [In Polish].
3. Baluch, W. (2016). Nowe wymiary tożsamości – media, kultura popularna, rzeczywistość cyfrowa [New Dimensions of Identity – Media, Popular Culture, Digital Reality]. *Przestrzenie Teorii, 25*, 245-262. <https://doi.org/10.14746/pt.2016.25.11> [In Polish].
4. Baudrillard, J. (2005). *Symulakry i symulacja* [Simulacra and Simulation] (S. Królak (Trans.)). Warsaw, Poland: Sic! [In Polish].
5. Boruszkowska, I. (2016). *Defekty. Literackie auto/pato/grafie. Szkice* [Defects. Literary auto/pato/graphies. Sketches]. Cracow, Poland: WUJ. [In Polish].
6. Czerwiński, M. (2012). *Semiotyka dyskursu historycznego* [The Semiotics of Historical Discourse]. Cracow, Poland: WUJ. [In Polish].
7. Eco, U. (1987). Czytelnik modelowy [Model reader]. *Pamiętnik Literacki: Czasopismo Kwartalne Poświęcone Historii i Krytyce Literatury Polskiej, 78(2)*, 287-305. [In Polish].
8. Eco, U. (2008). *Dzieło otwarte. Forma i nieokreśloność w poetykach współczesnych* [The Open Work. Form and Indeterminacy in Contemporary Poetics] (L. Eustachiewicz, J. Gałuszka, A. Kreisberg, M. Oleksiuk, & K. Żaboklicki (Trans.)). Warsaw, Poland: W.A.B. [In Polish].
9. Gliniecka, M. (2017). Profil na Facebooku – awatar, wirtualna maska czy obraz siebie? O konstruowaniu tożsamości internetowej [Facebook Profile – Avatar, Virtual Mask or Self-Image? About Building an Internet Identity]. *Zarządzanie Mediami, 5(2)*, 89-103. <https://doi.org/10.4467/23540214ZM.17.007.7296> [In Polish].
10. Jakubowska-Krawczyk, K. (2017). Dzienniki czasu rewolucji godności [Diaries of the the Time of Revolution of Dignity]. *Slavia Orientalis, 66(3)*, 495-503. [In Polish].
11. Jakubowska-Krawczyk, K. (Ed.). (2013). *Kobieta we współczesnej kulturze ukraińskiej* [A Woman in Contemporary Ukrainian Culture]. Warsaw, Poland: UW. [In Polish].
12. Jakubowska-Krawczyk, K., & Olechowska, P., Romaniuk, S., & Zambrzycka, M. (Eds.). (2016). *Ciało i tożsamość w ukraińskiej kulturze, sztuce, literaturze, języku* [Body and Identity in Ukrainian Culture, Art, Literature and Language]. Warsaw–Ivano-Frankiivsk, Poland–Ukraine. [In Polish/In Ukrainian].
13. Kołodziej, J. H. (2017). Narratologia w badaniach komunikacji politycznej. Metodologiczne przymiarki [Narratology in the Study of Political Communication. Methodological Tries]. *Polityka i Społeczeństwo, 15(1)*, 21-32. <https://doi.org/10.15584/polispol.2017.1.2> [In Polish].
14. Lejeune, P. (1975). Pakt autobiograficzny [The Autobiographical Pact]. *Teksty: Teoria Literatury, Krytyka, Interpretacja, 5 (23)*, 31-49. [In Polish].

15. Łeńska-Bąk, K., & Sztandara M. (Eds.). (2009). *Wokół choroby, medycyny i praktyk leczniczych. Teorie – konteksty – interpretacje* [Around disease, medicine and healing practices. Theories – contexts – interpretations]. Opole, Poland: WUO. [In Polish].
16. Maryl, M. (2010). Technologie literatury: wpływ nośnika na formę i funkcje przekazów literackich [Literature Technologies: Influence of the Medium on the Form and Functions of Literary Messages]. *Pamiętnik Literacki*, 101(2), 157-178. [In Polish].
17. Olechowska, P. (2013) Feminizm we współczesnej literaturze ukraińskiej? [Feminism in Contemporary Ukrainian Literature?]. *Studia Ucrainica Varsovensia*, 1, 401-417. [In Polish].
18. Pokrywka, R. (2013). Powieść autobiograficzna – kariera pojęcia [Autobiographical Novel – Career of a Concept]. *Dzisiaj i Jutro Poetyki. Tematy i Konteksty*, 3 (8), 164-181. [In Polish].
19. Poznańska, J. (2013). Narracyjne konstruowanie tożsamości. O autobiografii Niny Berberowej [Narrative Construction of Identity. About the Autobiography of Nina Berberowa]. *Wschodni Rocznik Humanistyczny*, 9, 265-278. [In Polish].
20. Sontag, S. (1999). *Choroba jako metafora. AIDS i jego metafory* [Illness as a Metaphor. AIDS and its Metaphors]. (J. Andres (Trans.)). Warsaw, Poland: Karakter. [In Polish].
21. Szczęsna, E. (2018). *Cyfrowa semiopoetyka* [Digital Semiopoetics]. Warsaw, Poland: IBL PAN. [In Polish].
22. Tobiasz-Adamczyk, B. (2012). “Życie w ramach” wyznaczonych chorobą nowotworową – rola socjologii medycyny [Living in the Frames Determined by Cancer – the Role of Medical Sociology]. *Przegląd Socjologiczny*, 61(2), 81-118. [In Polish].
23. Winięcka, E. (2020). *Poszerzanie pola literackiego. Studia o literackości w Internecie* [Widening the Literary Field. Studies of Literary in the Internet]. Cracow, Poland: Universitas. [In Polish].
24. Wysłouch, S. (2001). *Literatura i semiotyka* [Literature and Semiotics]. Warsaw, Poland: PWN. [In Polish].
25. Żukiewicz, P. (2008). Kondycja władzy w świecie postmodernistycznym. Refleksje inspirowane myślą Jeana Baudrillarda [The Condition of Power in the Postmodern World. Reflections Inspired by the Thought of Jean Baudrillard]. *Świat Idei i Polityki*, 8, 163-179. [In Polish].
26. Ivanova, A. (2019, June 3) “Rak – eto bolezn, kotoruiu mozhno pobedit tolko lyuboviu”, – Ianina Sokolova [“Cancer is a Disease that can Only be Defeated by Love” – Yanina Sokolova]. In *ELLE*. Retrieved from <https://elle.ua/ludi/interview/rak—eto-bolezn-kotoruyu-mozhno-pobedit-tolko-lyubovyu—yanina-sokolova> [In Russian].
27. Mne nichego ne daetsia legko. Ianina Sokolova v interviu NV – o borbe s rakom, podderzhke onkobilnyh i meditsinskom kannabise [Nothing Comes Easy for Me. Yanina Sokolova in an interview with NV – about the Fight Against Cancer, Support for Cancer Patients and Medical Cannabis]. (2020, January 2). In *NV*. Retrieved from <https://nv.ua/radio/forperspectiveshow/yanina-sokolova-otkrovenno-rasskazala-o-rake-podderzhke-bolnyh-medicinskom-kannabise-novosti-ukrainy-50062355.html> [In Russian].

28. Pro projekt [About Project]. (n. d.). In *Ya, Nina* [Me, Nina]. Retrieved from <https://yanina.life/about> [In Ukrainian].
29. Sokolova, I., & Kuprian, O. (2019). *Ya, Nina* [Me, Nina]. Kyiv, Ukraine: Knyholav. [In Ukrainian].

*Стаття надійшла 15.08.2020 р.*

**Марта ЗАМБЖИЦЬКА**, доктор гуманітарних наук, науковий співробітник кафедри україністики Варшавського університету (Варшава, Польща).

**Автобіографія у цифровому світі. Автобіографічний проект «Я, Ніна» Яніни Соколової.**

Стаття присвячена мультимедійному автобіографічному проекту «Я, Ніна» української журналістки, актриси та блогерки Яніни Соколової, зокрема однойменній книжці, написаній Яніною Соколовою у співавторстві з Ольгою Купріяном. Проект, який було започатковано у 2019 році, складається з трьох частин: книжки, фільму та музичного кліпу. Основною темою статті є аналіз автобіографічного наративу, який з традиційної форми «закритого», друкованого тексту книжки переростає у відкрите (а тому нескінченне) повідомлення, що відтворюється та доповнюється новим змістом у ЗМІ (інтерв'ю з журналісткою, пости у Facebook). Важливим аспектом статті є також питання неоднозначного взаємозв'язку між особистістю авторки та головної героїні в автобіографічному проекті, котрий належить до літератури й разом з тим функціонує в просторі сучасних медіа. У традиційному розумінні автобіографія — це історія автора про його життя, натомість у ситуації функціонування автобіографії в медіа-просторі, основною особливістю якого є створення віртуальної реальності, постає важливе питання: кого стосується описана історія — автора/оповідача чи його медіа-образу?

Яніна Соколова стверджує, що мета започаткованого нею проекту — змінити ставлення хворих на рак до себе та поінформувати громадськість про їх становище. Тому її проект — це соціально значуща діяльність. Він також є цікавим об'єктом для дослідження нових форм автобіографії, якими зазвичай послуговується масова культура — як у соціальних мережах, так і в більш традиційних медійних засобах (телебачення). Популярність автобіографії очевидна: полиці книжкових магазинів наповнені автобіографічними історіями знаменитостей. Вона також виявляється в нових явищах, таких як обмін думками в Інтернеті (у соціальних мережах та блогах), публікаціях, де невідомі люди говорять про себе, своє життя, повсякденну діяльність. Ці нові форми автобіографічного письма є дуже цікавим предметом досліджень у галузі літературознавства, культурної антропології, психології та соціології.

**Ключові слова:** автобіографічний наратив, віртуальна реальність, автор, симулякри, текст.

**Marta ZAMBRZYCKA**, Ph.D. (Humanities), Adjunct, Ukrainica Department, Warsaw University (Warsaw, Poland).

**Autobiography in the digital world. Autobiographical project Я, Ніна by Janina Sokolova.**

The article concerns the multimedial, autobiographical project named *Ja, Nina* (“Я, Ніна”) which was initiated by Ukrainian journalist, actress and blogger Janina Sokolova. The project was launched in 2019 and it consists of

three parts: a book, a movie and a music video. The article concerns mainly the book *Ja, Nina*, written in co-authorship with Olha Kuprian, and the main topic is the analysis of the autobiographical narrative, which transforms from the traditional form of a “closed” printed text into an open (endless) message reproduced in the media (interviews with a journalist, Facebook entries, comments). An important aspect of the article is also the issue of the ambiguous relationship between the identity of the author and the hero in an autobiography from the borderland of literature and the world of media. In the traditional sense, autobiography is the author’s story about his life, in the case of mass media, that creates virtual reality, the important question is – who is the story about – the author/narrator, or his media image.

Janina Sokołowa claims that the aim of the project she has started is to change the attitude of cancer patients towards themselves and to make the public aware of the situation of people suffering from cancer. Her project is therefore a socially engaged activity. Janina Sokołowa’s project is also an interesting object for research on new forms of autobiography that are commonly used in popular culture, both in social media and in more traditional media – such as television. The popularity of autobiographical writing is evident if we will look at the shelves of bookstores – full of autobiographical stories from celebrities. The popularity of autobiography is also evident in new phenomena such as sharing on the Internet (on social media and blogs), posts where unknown people talk about themselves, their lives, thoughts and daily activities. These new forms of autobiographical writing are a very interesting subject of research in the field of literary studies, cultural anthropology, psychology and sociology.

**Key words:** autobiographical narrative, virtual reality, author, simulacra, text.