

Rafał Sowiński
Uniwersytet Jagielloński
sowinski.rafal@gmail.com

Narczyz w zwierciadle Facebooka

(Magdalena Szpunar, *Kultura cyfrowego narcyzmu*, Wydawnictwa AGH, Kraków 2016, ss. 220)

Andy Warhol przewidywał, że „w przyszłości każdy będzie sławny przez 15 minut”. Wydaje się, że ten moment właśnie nadszedł lub niewiele nas od niego dzieli. Internet (a w szczególności media społecznościowe) pozwala każdemu, kto ma na to ochotę, dzielić się szczegółami życia osobistego. Wydaje się, że w globalnej sieci zjawisko to jest stosunkowo nowe – wszak jeszcze kilka czy kilkanaście lat temu panowało przekonanie o anonimowości w sieci, czego ikonicznym dowodem jest znany satyryczny rysunek z podpisem „W internecie nikt nie wie, że jesteś psem”¹. Dziś internet jest sferą inflacji prywatności i nie chodzi tu wyłącznie o zbieranie danych o użytkownikach stron www; nierzadko sami, z własnej woli, rezygnujemy z intymności, publikując kolejne *selfie*² czy wpisy zdradzające nasz stan posiadania, poglądy i relacje z innymi ludźmi. O ile ów internetowy ekshibicjonizm rozwinął się dopiero w ciągu ostatnich lat, o tyle jego mechanizm jest znacznie starszy, co Magdalena Szpunar udowadnia w swojej najnowszej książce zatytułowanej *Kultura cyfrowego narcyzmu*.

Magdalena Szpunar jest doktorem habilitowanym nauk społecznych w zakresie socjologii oraz autorką wielu książek i artykułów. Opublikowała między innymi: *Nowe-stare medium*, *Spoleczne konteksty nowych mediów*, *Internet w procesie realizacji badań*. Jej najnowsza książka, o której tu mowa, sta-

¹ Rysunek autorstwa Petera Steinera został opublikowany 5 czerwca 1993 roku w magazynie „The New Yorker”.

² Słowo *selfie* oznacza fotograficzny autoportret wykonany za pomocą wyciągniętej ręki czy nawet specjalnego kijka. Termin zdobył tak dużą popularność, że został uznany słowem roku 2013 przez Oxford English Dictionary.

nowi syntezę wątków dotyczących trzech głównych pól refleksji: psychologii narcyzmu, narcyzmu w kulturze oraz zjawisk narcystycznych w internecie.

Pierwszy rozdział książki autorka poświęciła teoretycznym ujęciom narcyzmu. Źródło tego pojęcia tkwi w greckiej mitologii – stanowi ono odwołanie do mitu o Narcyzie, boskim młodzieńcu, który za pogardę dla uczuć innych zostaje ukarany nieszczęśliwą miłością do samego siebie. Określenie to – jak wiadomo – już w XIX wieku zostało przeniesione na grunt psychologii i psychoanalizy. Wiele uwagi narcyzmowi poświęcił Zygmunt Freud, który odróżniał pierwotną, dziecięcą miłość do samego siebie od narcystycznego zaburzenia u osób dojrzałych. Magdalena Szpunar przytacza przykłady również wielu innych późniejszych ujęć narcyzmu powstałych na gruncie psychologii. Wbrew pozorom narcyzm nie jest przejawem głębokiej pewności siebie – wręcz odwrotnie, stanowi wyraz lęku i próby ucieczki przed nim. Lęk wydaje się immanentnie wpisany w ludzką egzystencję, nie ma też dziedzin życia, które nie mogłyby się stać jego źródłem. Współcześnie uczucie to skutecznie podsycają media napędzane przekazami o agresji, zagrożeniach i braku stabilności. Autorka, nawiązując między innymi do sądów Barry’ego Glassnera i Petera Sloterdijka, pisze o „hiperlękowych mediach kultury strachu” (s. 40–50). Reakcją na lęki – dotyczące nie tylko zewnętrznego świata, ale także własnej wartości – może być budowanie wizji samego siebie na podstawie otrzymywanych pochlebstw czy stanu posiadania, co skutecznie napędza konsumpcjonizm. W istocie żadna z tych reakcji nie likwiduje jednak głównego źródła lęku.

W drugim rozdziale rozważania zostają przesunięte w stronę kultury narcyzmu. Pojęcie to zostało ukute przez Christophera Lascha jako opis kulturowej rzeczywistości Zachodu (w szczególności Ameryki) w drugiej połowie XX wieku – świata, w którym „ja” znajduje się w centrum, prestiż zaś stanowi podstawową walutę. Rozwój internetu pozwolił na prawdziwą eksplozję narcyzmu – oddzieleni od innych przez ekrany i światłowody możemy pozwolić sobie na znacznie więcej. Narcyz w internecie nie tylko kompulsywnie epatuje swoją osobą, ale i szuka opinii innych na swój temat – zjawisko to zyskało miano narcissurfingu. Co warte zauważenia, samozachwyty najczęściej budowany jest wokół zupełnej przeciętności – przejaw tego zjawiska stanowiły już telewizyjne *reality show*. W dobie nieustannej konkurencji na narcystycznym rynku uwagi internet stanowi medium szczególnie „przydatne” – publikować w nim może właściwie każdy, co w wypadku anteny telewizyjnej nie jest już tak łatwe. Zarządzanie wizerunkiem – w sieci, choć nie wyłącznie – zostało ujęte w formie personal branding; człowiek przestał być „tylko” osobą, stał się marką. Jakość marki osoby, tak jak w wypadku produktów i usług, opiera się na rozpoznawalności. W przypadku mediów społecznościowych jej miernikiem jest liczba polubień, udostępnień czy komentarzy. Dbłość o wizerunek w sieci sprowadza się do kreowania wizji nieustannych atrakcji – porównywanie „fajerwerków” z życia innych z prozą własnej codzienności łatwo może wzbudzić frustrację. W kulturze narcyzmu zanik prywatności skorelo-

wany jest z rozrostem upozorowanej intymności – stąd spoglądanie na świat w kategoriach psychiki jednostki. Nadmierne skupienie na wewnętrznym życiu prowadzi do zignorowania zależności jednostki od społeczeństwa – wszelkie problemy rzekomo mają tkwić w psychice danej osoby. Prowadzi to do dominacji dyskursu terapeutycznego i sytuacji nieustannych wyznań: czy to w programie telewizyjnym, czy na facebookowym wallu.

Autorka zajęła się również związkiem narcyzmu z imperatywem sukcesu. Sukces – to, co może budzić podziw – staje się ważniejszy od szczęścia, które trudno przecież eksponować na zewnątrz. Powszechne pragnienie sukcesu prowadzi do kreacji współczesnego mitu *self-made mana*: przekonania o możliwości absolutnej kontroli nad własnym życiem. O powodzenie jesteśmy zmuszeni konkurować z innymi, co napędza nieustanny ruch – żaden sukces nie wydaje się ostateczny. Świadomość tego tylko stymuluje lęk, przed którym próbujemy uciec, dążąc do osiągnięcia kolejnego celu w tej dziedzinie. Atrybutami tak rozumianego powodzenia mogą być dobra materialne, których wartość użytkowa jest drugorzędna wobec konstytuowania „pawiej egzystencji” posiadacza. Do tej roli sprowadzeni zostają też inni, „ważni” ludzie, w których istotności błyszczy również i sam „pasożytniczy” narcyz. Materialistyczna kultura spotyka się jednak z rekcjami przeciwnymi: ideologią *slow life* czy trendem *no logo*.

Ostatni, czwarty rozdział M. Szpunar poświęciła *stricte* objawom narcyzmu w sieci. Portale społecznościowe przedstawione zostają jako przestrzeń nieustannej kreacji i podglądactwa. Główną zasadą konstruowania wizerunku pozostaje autentyczność, przy czym jest to oczywiście autentyczność pozorowana, skrojona na potrzeby rzeczywistej czy urojonej widowni. Ta z kolei musi być jak największa, stąd potrzeba „kolekcjonowania” setek czy tysięcy facebookowych znajomych, z którymi nie łączy nas nic poza okazjonalną wymianą polubień wpisów czy zdjęć³. Swoisty szczyt kultury cyfrowego narcyzmu stanowią wspomniane wcześniej *selfie* i sytuacja, w której przeżycie chwili w pełni, o ironio, staje się mniej ważne niż zdjęcie, które można pokazać innym. Kompulsywne przeglądanie zdjęć innych też jest cechą współczesnej narcystycznej kultury – wyrazem lęku przed przeoczeniem czegoś istotnego, tak zwanego efektu FOMO (*Fear of Missing Out*).

Kultura cyfrowego narcyzmu to pozycja, z którą powinni się zapoznać wszyscy zainteresowani badaniami internetu z perspektywy socjologii, psychologii, kulturoznawstwa czy wreszcie medioznawstwa. Jej szczególnym walorem jest umocowanie omawianych zjawisk w szerszym kontekście: autorka jasno wskazuje, że jednym z najistotniejszych źródeł kultury narcyzmu jest kapitalizm w swojej współczesnej, neoliberalnej odmianie. Zwrócenie uwagi na ten kontekst nadaje pracy krytyczny walor. Potencjalnym problemem przyję-

³ Warto tu przytoczyć hipotezę Robina Dunbara, według której człowiek jest ewolucyjnie przystosowany do stałych, stabilnych kontaktów z około 150 osobami.

tej przez autorkę formuły mogło być zbyt szerokie ujęcie tematu z uwzględnieniem psychologii i socjologii internetu. Zostaje on jednak oddalony dzięki przystępnemu językowi, który nie powinien sprawić trudności również czytelnikowi niezaznajomionemu bliżej z którąś z tych dziedzin. Rozbudowana bibliografia zawierająca literaturę krajową i zagraniczną czyni z *Kultury cyfrowego narcyzmu* idealny punkt wyjścia do dalszego pogłębiania tematu. Wydaje się, że tendencje opisane w pracy będą się nasilać, co może unaoczniać chociażby rosnąca promocja mediów społecznościowych skupionych *stricte* na wizualności, takich jak Instagram czy Snapchat. Omawiana książka stanowi celną diagnozę współczesnej kultury, w szczególności tej, w której zanurzeni są młodzi ludzie. Autorka bez zbędnych uprzedzeń punktuje wyniki z niej zagrożenia, co powinno wzbudzić zainteresowanie również pedagogów.