

Anna Modzelewska

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej  
Uniwersytet Jagielloński  
ORCID 0000-0003-1969-1836

## CYFROWY NARCYZM W ŚWIECIE POSTPRAWDY

Recenzja książki Magdaleny Szpunar

*Kultura cyfrowego narcyzmu,*

Wydawnictwa AGH, Kraków 2016, 219 s.

Magdalena Szpunar w swojej książce zatytułowanej *Kultura cyfrowego narcyzmu* podjęła problematykę przeobrażeń kulturowych we współczesnym świecie, skupiając się na fenomenie kultury cyfrowego narcyzmu, na który istotny wpływ ma rozwój nowych technologii. Autorka w swojej monografii prezentuje ponowoczesne społeczeństwo ogarnięte obsesją sukcesu, głodem uwagi, chęcią wyróżnienia się za wszelką cenę i tworzenia wyidealizowanych kreacji własnego „ja”. Odwołuje się przy tym do badań i teorii zaczerpniętych z różnych dyscyplin naukowych, jak medioznawstwo, socjologia, psychologia, marketing czy kulturoznawstwo. W swojej monografii obnaża pułapki zbiorowego myślenia, skłania do refleksji nad ponowoczesną kondycją jednostki ludzkiej, zostawiając przy tym czytelnikowi przestrzeń do własnych refleksji.

Czytelnik zostaje stopniowo wprowadzony w opowieść o współczesnym narcyzmie i zmianach kulturowych, których jesteśmy świadkami. Badaczka zwraca uwagę nie tylko na problem narcystycznej chęci estetyzowania własnego wizerunku przez internautów, ale także ukazuje obsesyjne poszukiwania popularności i łaknienie zdobywania „lajków” stanowiące dla jednostki potwierdzenie własnej wyjątkowości. W swojej publikacji pokazuje zmianę mentalności, wartości i postaw charakterystycznych dla znacznej części społeczeństwa.

Jedną z najbardziej pożądaną wartości przez wielu ludzi jest sława i popularność. O ile w przeszłości, sława miała charakter osiągnięty dzięki nietuzinkowym talentom, czy wielkim czynom, będąc właściwie synonimem chwały, o tyle dzisiaj trzeba bardzo niewiele, by

na ową sławę, a raczej popularność, zasłużyć. Wiekopomne czyny bohaterów zostają dzisiaj wyparte przez migotliwe kariery sprytnie zarządzających sobą *celebrities*<sup>1</sup>.

Autorka książki diagnozuje ludzkie marzenie o byciu powszechnie rozpoznawanym, podziwianym i komplementowanym. Ukazuje pragnienie zabyśnięcia, stania się gwiazdą współczesnego społeczeństwa konsumpcyjnego, jednostką znaną z własnej sławy, a nie z osiągnięć. Wskazuje jakże aktualną problematykę narcyzmu w erze mediów cyfrowych, portretując jednostkę ludzką w indywidualistycznym i ukierunkowanym na autopromocję świecie, gdzie liczba neurotyków topnieje na rzecz rosnącej populacji narcyzów desperacko poszukujących akceptacji i uwagi, co czyni sztukę autoprezentacji jednym z fundamentów ich egzystencji.

Autorka zauważa dualność natury narcystycznej jednostki. Obok egocentryzmu i „autozachwytu” pojawiają się także destrukcyjny lęk, niepewność i obawa przed niesprostaniem wyzwaniom współczesnego świata. Permanentny lęk stanowi immantną cechę ponowoczesnego człowieka żyjącego w świecie postprawdy, stąd liczne odwołania do dzieł i sentencji Zygmunta Freuda, Antoniego Kępińskiego i Zygmunta Baumana. Badaczka tłumaczy również hiperlękowe zasady funkcjonowania mediów, oparte na epatowaniu strachem i przemocą. Obszernie na ten temat można przeczytać w pierwszym rozdziale książki, zatytułowanym „Teoretyczne ujęcie narcyzmu”. W tej części książki Magdalena Szpunar przybliży postać mitycznego Narcyza, przywołując różne wersje przypowieści na jego temat. Niezależnie od przyjętego wariantu jego postać jest uosobieniem niedojrzałości, egoizmu, skupienia na samym sobie oraz nieumiejętności obdarzania uczuciem innych, co jest zbieżne z postrzeganiem narcyzmu w recenzowanej pracy. Badaczka nakreśla również szerszy kontekst tego zagadnienia, dowodząc, że może stanowić ono cechę nie tylko jednostek, ale i kultur, czemu poświęcona jest kolejna część książki.

W rozdziale drugim, zatytułowanym „Kultura narcyzmu”, Szpunar – poczynając od odniesień do prac Christophera Lascha, autora pojęcia tytułowej kultury narcyzmu – wyjaśnia znaczenie tego terminu oraz źródła i czynniki sprzyjające jego popularności. Odwołuje się również do charakterystyki kultury amerykańskiej nastawionej na indywidualizm, rywalizację, presję na sukces i wysoką samoocenę, co zdaje się predestynować do narcyzmu. Jak podkreśla badaczka, nowe media przyczyniły się do pogłębienia tych tendencji, promując wyidealizowane wzorce kosztem autentyczności, dając przy tym możliwość zaistnienia i ułatwiając replikację wzorców zachowań. Odwołuje się ponadto do koncepcji medialnej widoczności, która dla wielu ludzi zaczyna stawać się antidotum na uczucie bezsensu.

Autorka wyjaśnia mechanizm działania narcystycznych ludzi, kreujących swój wyidealizowany wizerunek, poszukujących akceptacji i aprobaty. Nawet miłość w świecie narcyzmu jest pozorna i naskórkowa, gdyż jednostki o narcystycznych skłonnościach nie potrafią budować głębszych relacji, skupiając się głównie na

<sup>1</sup> M. Szpunar, *Kultura cyfrowego narcyzmu*, Wydawnictwa AGH, Kraków 2016, s. 10.

własnej osobie. Implikuje to również zmianę podejścia do instytucji małżeństwa, które nie dają już poczucia stabilności. Poza tym zwraca uwagę, że jednostki upodabniają się do siebie: „(...) internet redukuje w tym przypadku indywidualizm, zaptapiając jednostki w morzu łudząco podobnych kont. Stosunki międzyludzkie ulegają urzeczowieniu, gdyż zacierają unikalność i niepowtarzalność osobową”<sup>2</sup>.

W tym miejscu warto zaznaczyć, że obsesja piękna, wyraźnie w omawianej książce zaznaczona, jest wszechogarniająca, i choć w kulturze nie stanowi nowego zjawiska, to nasiliła się właśnie za sprawą internetu. Wolfgang Welsch twierdził, że estetyczność stała się główną walutą w handlu rzeczywistością<sup>3</sup>, podobnie Urszula Jarecka opisywała przykłady estetyzowania wojny i śmierci w tekstach kultury, co przyczynia się do trywializacji i utylitarności pojęcia piękna<sup>4</sup>. Książka Magdaleny Szpunar natomiast nadaje temu wątkowi nowy, aktualny kontekst, skupiając się na specyficznej kulturze, tworzącej się m.in. na portalach społecznościowych. To istotny walor tej publikacji.

Ważny wątek omawiany w *Kulturze cyfrowego narcyzmu* stanowi również obsesyjna potrzeba sukcesu, nawet wyimaginowanego, która zastępuje potrzebę szczęścia, stając się przy tym determinantem aktywności i działania jednostki narcystycznej, co zostało przez autorkę omówione w trzecim rozdziale książki pod tytułem „Narcyzm a imperatyw sukcesu”. Znaczenia nabiera produktywność i efektywność, a relacje z innymi ludźmi schodzą na dalszy plan. Również w tym miejscu, podobnie jak w pozostałych częściach pracy, autorka przytacza liczne wyniki badań i koncepcje teoretyczne, ilustrując w ten sposób nakreślony problem. Akcentuje, że to właśnie ślepa orientacja na sukces i wyniki w pracy powodują częste występowanie pracoholizmu u jednostek narcystycznych. Coraz częściej pojawiają się także fałszywe potrzeby nieustannego kupowania i konsumowania rozlicznych dóbr, co stanowi swoisty erzac i sposób na chwilowe zapomnienie.

Szpunar dowodzi, że nowe media pogłębiają opisywane tendencje, a internet to medium typowo narcystyczne, czemu poświęcony został rozdział czwarty – „Cyfrowa odsłona narcyzmu”. To właśnie internet stwarza milionom użytkowników przestrzeń do kreowania stworzonych przez siebie wyidealizowanych konstruktorów własnego „ja”, do których przekonują nie tylko innych, ale też samych siebie, próbując zaprezentować swoje sukcesy oraz poziom i ciekawość własnego życia. Autorka wykazuje liczne korelacje pomiędzy osobowościami narcystycznymi a sposobami autopromocji w nowych mediach. Potrzeba autentyczności zostaje wypierana, a przybierana maska daje tylko iluzję bezpieczeństwa, potęgując skrywane lęki.

Badaczka zauważa, że rozwój technologii i powszechna możliwość robienia zdjęć powoduje narcystyczną chęć uwieczniania każdego momentu życia,

<sup>2</sup> Tamże, s. 84.

<sup>3</sup> W. Welsch, *Estetyka poza estetyką. O nową postać estetyki*, tłum. K. Guźalska, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych Universitas, Kraków 2005, s. 124.

<sup>4</sup> U. Jarecka, *Nikczemny wojownik na słusznej wojnie. Wybrane aspekty obrazu wojny w mediach wizualnych*, Wydawnictwo Trio, Warszawa 2009, s. 135.

a upublicznienie własnej prywatności staje się szansą na zaistnienie. Powszechne skupienie na przedmiotach staje się natomiast substytutem relacji z innymi ludźmi, zastępując potrzebę budowania więzi społecznych. Autorka zauważa ponadto, że bycie dostrzeżonym staje się synonimem bycia cenionym. Konkluduje, że zdarza się, iż fantazmaty stworzone online są ważniejsze od prawdziwej osobowości, „stając się emanacją potrzeb, ale przede wszystkim braków jednostek żyjących w stale zmieniającym się i niepewnym świecie”<sup>5</sup>.

Podsumowując, Szpunar diagnozuje, że życie w epoce opanowanej przez wszechotaczające nas obrazy, narracje medialne oraz łatwość i dostępność wirtualnych form komunikacji zdominowane zostało przez kult narcyzmu, który ogarnia nie tylko pojedyncze jednostki, ale i całe instytucje. Autorka posługuje się metaforą epidemii narcyzmu, która rozprzestrzeniła się w społeczeństwie i kulturze. Narcyzm wpajany zostaje jednostkom już w trakcie socjalizacji pierwotnej. Na naszych oczach zachodzą zmiany kulturowe, a rzeczywistość dla wielu staje się symulacją. W tak wymodelowanym świecie fikcyjne obrazy postrzegane są jako rzeczywistość. Natarczywość perswazji i próba zwracania na siebie uwagi nikogo już nie porusza, wręcz przeciwnie – wywołuje zubożenie. Mamy do czynienia ze zjawiskiem habituacji, przyzwyczajamy się do stale docierających do nas bodźców i podobnie jak w sytuacji uzależnienia – „potrzebujemy coraz większych dawek, aby bodziec przekroczył próg wrażliwości”<sup>6</sup>.

---

<sup>5</sup> M. Szpunar, dz. cyt., s. 183.

<sup>6</sup> U. Jarecka, dz. cyt., s. 135.