

 <https://orcid.org/0000-0002-5948-2716>

Wojciech J. Burszta

Uniwersytet SWPS w Warszawie

 <https://orcid.org/0000-0001-7055-1252>

Michał Rydlewski

Uniwersytet Wrocławski

NARCYZM – AUTENTYCZNOŚĆ – ATOPIA. CYFROWE TWARZE „NOWEGO CZŁOWIEKA”

Narcissism – authenticity – atopy. Digital faces of the “New Man”

Abstract: Narcissism, as mentioned by many authors, is one of the defining characteristics of modern culture. Substantial technological changes, especially in communication and media changed our own experience of aloof narrative of ourselves into a narrative “from ourselves”, by means of democratization and fetishization of the self-narrative. It would not be possible to such extent if not for the unprecedented expansion of multimedia and the complete time consumption which they offer. It can be said that the digital culture and its typical logorrhea of word-pictures are the very core of XXI century narcissism in all its appearances and allow us to think that a completely new man is created who finally can exercise his/her own individuality without boundaries and can be “authentic”. One of the most insightful observers of that oecumenical illusion is Byung-Chul Han – a German culture expert and philosopher whose reflections we fill with empirical matter.

Keywords: narcissism, authenticity, atopy, Byung-Chul Han

Autentyczność w Roju

W pierwszym rozdziale swojej słynnej *Kultury narcyzmu* Christopher Lasch proro-
czo zanotował:

Narczyż, bez względu na swoje czasowe złudzenie wszechwładzy, zależy od innych, bo dzięki nim może ocenić własną wartość. Nie może żyć bez podziwiającej go publiczności. Jego pozorne uwolnienie się od więzów rodzinnych oraz ograniczeń instytucjonalnych nie uwalnia go od bycia samotnym czy szczycenia się swoją indywidualnością. Wręcz przeciwnie, przyczynia się do jego niepewności, którą może pokonać, widząc tylko swoje „wspaniałe *ja*” odzwierciedlone w uwadze innych lub dołączając do tych, od których emanuje sława, władza i charyzma.

Dla narcyza świat jest niczym lustro, natomiast zatwardziały indywidualista widzi świat jako odludzie, które kształtuje na swoją własną modłę¹.

Nie ma wątpliwości, że książka Lascha utworowała drogę dla dzisiejszej kariery pojęcia narcyzmu, który stał się niemal jedną z definicyjnych cech czasów, w których żyjemy. To, że w XXI stuleciu istnienie osobowości uzależnione jest od wystawienia jej na publiczny poklask, że musi być ona zachwalana i konsumowana przez jak największą liczbę ludzi, a tym samym eksponowana na potrzeby zewnętrznego, zmieniającego się świata, stało się poglądem obiegowym. Richard Sennett, Anthony Giddens, Zygmunt Bauman, Charles Taylor, Jeffrey Alexander, Michel Maffesoli, Jean Baudrillard, Thomas Frank, Luc Boltanski czy Guy Sorman piszą w odmiennych stylistykach i z różnych punktów widzenia właśnie o tym². Jest to w istocie przyznanie i obwieszczenie ostatecznego triumfu ideologii konsumeryzmu i konsumpcyjnego stylu życia w realiach ewoluującego kapitalizmu. To, przed czym ostrzegali intelektualiści obserwujący narodziny molocha, zwanego kulturą masową, na przełomie XIX i XX wieku, ziściło się oto na naszych oczach i nie bardzo widać jakiegokolwiek nadzieje, aby proces utowarowienia ludzkiej tożsamości zatrzymać albo choćby spowolnić. A takie nadzieje wyrażał jeszcze Erich Fromm, do którego poglądów warto w tym momencie sięgnąć, aby po raz kolejny doświadczyć *déjà vu*. Jego słynna w czasach kontrkultury i kontestacji książka *Revolucja nadziei* zaczyna się następująco:

Stanęliśmy oto w obliczu demona, choć jeszcze niewielu dostrzeża go wyraźnie. Nie jest to już stary duch komunizmu czy faszyzmu, lecz widmo społeczeństwa całkowicie zmechanizowanego, nastawionego maksymalnie na produkcję dóbr materialnych i konsumpcję, kierowanego przez komputery. Człowiek poczyna jawić się jako niewiele znaczący element totalnej maszyny, właściwie odżywiany i zabawiany, lecz bierny i bez życia, pozbawiony niemal uczuć. Zanikają indywidualizm i prywatność, a uczucia wobec innych programowane są za pomocą warunkowania psychologicznego i innych mechanizmów czy też środków farmakologicznych odgrywających rolę nowego rodzaju doświadczenia introspekcyjnego³.

Pomijając nieco archaiczne już dzisiaj sformułowania, Fromm w roku 1968 uważał zarówno „korozię charakteru” Sennetta, jak i określał warunki sprzyjające rozwojowi „kultury narcyzmu” Lascha. Wybitny psycholog proponował ponadto, aby bliżej przyjrzeć się swoistemu procesowi podmiiany pojęć, do jakiego doszło w wypadku – jakże modnego dzisiaj – terminu tożsamość. Odwołując się do potocznego,

¹ Ch. Lasch, *Kultura narcyzmu. Amerykańskie życie w czasach malejących oczekiwań*, przeł. G. Ptaszek, A. Skrzypek, Wydawnictwo Akademickie Sedno, Warszawa 2019, s. 54.

² W tym fragmencie tekstu odwołujemy się i rozwijamy ustalenia z tekstu: W.J. Burszta, *Narcyzm, kontrkultura i styl życia. W stronę kulturoznawstwa krytycznego*, w: *Ściągną konsumpcyjne. Próby z kulturoznawstwa krytycznego*, red. W.J. Burszta, M. Czubaj, Wydawnictwo Naukowe Katedra, Gdańsk 2013, s. 19–50.

³ E. Fromm, *Revolucja nadziei. Ku uczłowieczonej technologii*, przeł. H. Adamska, Rebis, Poznań 2000, s. 23.

a nie freudowskiego pojęcia ego, Fromm jasno powiada, że pojęcie Ja różni się od pojęcia ego z tej racji, że doświadczenie mojego ego to doświadczenie siebie samego jako przedmiotu posiadania. Człowiek, o którym powiada się, że ma „rozdęte” albo „wielkie” ego (a taki chciałby być dzisiejszy narcyz), patrzy na siebie jak na rzecz, a jego rola społeczna jest kolejną cechą bycia rzeczą. Dzisiaj powszechnie myli się tożsamość ego z tożsamością Ja, czyli z osobowością. Ba, jest to wręcz celowy zabieg, gdyż tylko takie przesunięcie znaczeniowe pozwala tożsamości istnieć jako towarowi szczególnie pożądanemu, podobnie jak stało się to z pojęciem stylu życia.

Doświadczenie ego i tożsamość ego opiera się zatem na pojęciu posiadania. Fromm pisze: „Mam «siebie» tak samo, jak posiadam wszystkie inne rzeczy, które to ego posiada. Tożsamość Ja odnosi się do kategorii bycia, nie zaś posiadania. Jestem Ja tylko w tym zakresie, w jakim jestem żywy, zainteresowany, powiązany ze światem i aktywny, i w jakim osiągnąłem zespolenie swojego obrazu z innymi lub ze sobą i z istotą własnej osobowości”⁴. Język, którym się posługujemy, który jakże przy tym często jest kalką reklamowych spotów albo psychologicznych poradników, także dobitnie odzwierciedla tę różnicę. O ile kiedyś mówiliśmy o sobie, że „jestem smutny”, dzisiaj brzmi to: „mam problem”; pytanie „kim jestem” sprowadza się zaś do zastanowienia nad tym, „jak zmienić moją tożsamość”, podobnie jak otwartość i szczerść przemienia się w „poprawę poziomu asertywności”. Czy dziwi zatem fakt, że tak nastawiona jednostka zawiera ekspertom od kolejnych „wymiarów” swoje rozdęte od dzieciństwa (wychowanie) i ciągle utrzymywane w stanie pobudzenia (konsumpcjonizm) ego? Czas, jaki upłynął od diagnoz Fromma, później zaś Lascha, tylko uwypuklił i rozpiął na kolejne fragmenty doświadczenia ego owe dawno już stwierdzone tendencje.

A jednak coś istotnego stało się w ostatnich dwóch dekadach, coś, co każe na narcyzm powszechny spojrzeć przez pryzmat fetyszycacji własnego doświadczenia pod postacią narracji o sobie, która zastąpiła zdystansowaną narrację „od siebie”. Nie byłoby to możliwe na taką skalę, gdyby nie niebывały rozwój multimediów i całkowita kolonizacja czasu, jaką one zapewniają, umożliwiając tym samym realizację narcystycznych celów 24/7. Można wręcz powiedzieć, że kultura cyfrowa i typowa dla niej logorea słowoobrazów⁵ jest matecznikiem narcyzmu XXI wieku we wszystkich jego odsłonach, pozwala ludzić się, że powstaje zupełnie nowy człowiek, który wreszcie może realizować bez ograniczeń własną indywidualność i być „autentycznym”.

Jednym z najbardziej przenikliwych tropicieli tego powszechnego złudzenia jest niemiecki kulturoznawca i filozof Byung-Chul Han. W swoich niewielkich książeczkach, krok po kroku, aspekt po aspekcie, dokonuje analitycznego rozbioru dzisiejszej postaci „neoliberalizmu sieciowego”, którego jednym z imperatywów jest „przymus autentyczności”. Zostawiając na inną okazję szczegółową egzegezę jego poglądów⁶,

⁴ E. Fromm, *Rewolucja nadziei...*, op. cit., s. 115.

⁵ Bliższe objaśnienie tego określenia w: W.J. Burszta, *Preteksty*, Wydawnictwo Naukowe Katedra, Gdańsk 2015.

⁶ Zob. W.J. Burszta, *Umykanie. Pomyślenia z etnografii życia* (w przygotowaniu).

zajmijmy się tylko tym ich fragmentem, który koresponduje z naszymi zainteresowaniami w niniejszym tekście. Oto w *Expulsion of the Other* tę powszechną obsesję, by nieustająco komunikować i manifestować swoje ego, nazywa wręcz „terrorem” autentyczności, jako że – w wymiarze sieciowej samoprezentacji – definiujemy siebie poprzez siebie, każdy jest autorem, twórcą samego siebie, co rozwija przymus skupiania się na sobie, ciągłego pytania o siebie, wsłuchiwanie się w siebie. Tym samym zaś wszystko, co robimy, to intensyfikacja narcystycznych samoodniesień⁷. Przymus/terror autentyczności skłania, aby Ja samo się wytwarzało, stając się osobistą, ostateczną neoliberalną formą produkcji siebie na sprzedaż⁸. Wszystko zaś w imię, rzekomo, nieskrępowanej wolności, która jest wyjątkowo perfidną formą zniewolenia. Antytezą tak rozumianej „wolności” jest to, co znajdziemy w pięknych słowach, jakie skreślił Fernando Pessoa:

Wolność to możliwość odosobnienia. Jesteś wolny, jeśli potrafisz odgrodzić się od ludzi, tak aby nie ciągnęła cię do nich potrzeba pieniędzy, życia stadnego, miłości lub sławy ani ciekawości, bo te w ciszy i samotności nie znajdują pokarmu. Jeżeli nie potrafisz żyć samotnie, rodzisz się niewolnikiem. Możesz mieć najwspanialsze cechy charakteru, wszelkie przymioty ducha – jesteś niewolnikiem wysokiego rodzaju albo inteligentnym sługą, jednak nie jesteś wolny⁹.

Dzisiaj ten imperatyw zmierzenia się z samotnością, aby być nieskrępowanie wolnym, zdaje się jawić jako najgorszy koszmar.

Dążenie do autentyczności prowadzi do nieustających porównań z innymi, przy czym logika porównywania pozbawiona jest aporii, jaką jest każda odmienność w mocnym sensie (*alterity*). Odmienność stawia opór, wymaga spojrzenia z dystansu, kiedy jednak zamiast o *alterity* w sensie fenomenologicznie ujętej Inności powszechnie mówi się o „różnorodności” albo „zróżnicowaniu” (*diversity*), logika porównań zyskuje postać systemową: różnorodność to swoisty zasób do eksploatacji. Każdy pragnie odróżnić się od innych, aliści autentyczność tak pojmowana nie ma nic wspólnego z „osobliwością” czy „pojedynczością”. Te dwie ostatnie są nieporównywalne jako *atopos*, ta pierwsza wpisuje się w imperatyw porównywalności, stając się w istocie samoodtwarzaniem tego samego, formą stadnego narcyzmu. To główny imperatyw neoliberalnej polityki „dzielenia się”, dobrowolna zgoda na obnażanie siebie jako przymus i realizacja pożądanego celu, jakimi rządzi się dzisiejsza odmiana kontroli – psychopolityka¹⁰. Daje ona złudzenie władzy, indywidualnej kreacji, a jest formą technologicznego nadzoru: „Dzisiaj wkraczamy w erę cyfrowej psychopolityki. Oznacza ona przejście z pasywnego nadzoru do aktywnego sterowania”¹¹. Wszystko robimy dobrowolnie, dostarczając wiedzy o sobie w imię imperatywu bycia

⁷ B.-Ch. Han, *The Expulsion of the Other*, Polity, Cambridge 2018, s. 19–20.

⁸ *Ibidem*, s. 20.

⁹ F. Pessoa, *Księga niepokoju spisana przez Bernarda Soaresa, pomocnika księgowego w Lizbonie*, przeł. M. Lipszyc, Lokator, Kraków 2013, s. 251.

¹⁰ B.-Ch. Han, *Psychopolitics: Neoliberalism and New Technological Power*, Verso, London 2017.

¹¹ *Ibidem*, s. 11. Cytaty z dzieł obcojęzycznych w tłumaczeniu autorów, chyba że zaznaczono inaczej.

autentycznym. Atopia, oznaczająca wyobcowanie i alienację, zdystansowanie wobec rzeczywistości, jest postawą niepożądaną. Ponadto atopia wymaga porzucenia *vita activa* na rzecz *vita contemplativa*, o którą pięknie upomina się Han w zakończeniu jednej ze swoich książek, zaprzestania bycia *animal laborans* i realizowania sztuki życia nieśpiesznego (*art of lingering*)¹².

Adam Dziadek w pięknym i mądrym tekście tak pisze o, wieloznacznym skądinąd, pojęciu atopii:

Atopia jest postawą intelektualną i etyczną wobec świata nieogarnialnego i niewyraźnego. Opiera się na tym, że wszystko jest do przyjęcia i do zrozumienia, nie ma w niej niechęci wobec Innego, nie ma odrzucenia. Doświadczenie atopii łączy się z marzeniem: żyć we wspólnocie i jednocześnie nie dać się usidlić, zachować niezależność poza konwencjami, zwyczajowymi wzorcami zachowań (toposy czy topy). Oddzielić się od ewidentnej, łatwo postrzegalnej głupoty zbiorowości, która przytłacza, tłamsi, gwałci, zmusza do uległości, jakąś niewidzialną siłą przyspila do miejsca wspólnego, udaremnia jednostkowość i niepowtarzalność¹³.

Han przywołuje z kolei, za Platonem, Sokratesa, postać nieporównywalną z nikim innym, wzór *atopos* w tym podstawowym sensie, że nigdy więcej podobna osoba się nie pojawiła, co więcej – różni się nie tylko od innych ludzi, ale także od wszystkiego, co tych innych różni¹⁴.

Społeczeństwo konsumpcyjne jest jak „rój”, a społeczności sieci są rojem digitalnym, w którym *homo digitalis* to nic innego jak „nikt”. Zachowuje swoją prywatną tożsamość, nawet gdy tworzy część roju. Chociaż wyraża się anonimowo, z reguły ma profil – i nieustannie pracuje nad jego optymalizacją. Zamiast być nikim, nalega, by się pokazywać i walczyć o uwagę. Z drugiej strony „nikt”, za pośrednictwem środków masowego przekazu, nie zwraca na siebie uwagi. Jego prywatna tożsamość wygasła. Zniknął w masie. To także buduje poczucie jego szczęścia: w końcu, jeśli jest „nikim”, nie może być anonimowy. Z drugiej strony *homo digitalis* często wychodzi na scenę anonimowo. On nie jest „nikim”, ale „kimś” – kimś anonimowym¹⁵. Skoro tak, imperatyw autentyczności owego „nikogo” rodzi narcystyczny przymus. Narcyz jest ślepy na Innego, jest on dlań widoczny tylko wówczas, kiedy rozpoznaje własne ego. Podmiot narcystyczny widzi świat tylko w cieniu samego siebie. To nie jest nawet samouwielenie, które nie musi odrzucać szacunku do inności (wówczas Inny istnieje dopóty, dopóki ego rozpoznaje się w nim). Metaforą narcyza cyfrowego jest *selfie*: uzależnienie od niego „to nic innego jak beczynny ruch samotnego podmiotu. W obliczu wewnętrznej pustki na próżno usiłuje się wytworzyć. *Selfie* są

¹² B.-Ch. Han, *The Scent of Time: A Philosophical Essay on the Art of Lingering*, Polity Press, Medford 2017.

¹³ A. Dziadek, *Atopia – stadność i jednostkowość*, „Teksty Drugie” 2008, nr 1–2, s. 242–243.

¹⁴ B.-Ch. Han, *The Scent of Time...*, *op. cit.*, s. 20.

¹⁵ *Idem*, *In the Swarm*, The MIT Press, Cambridge, MA 2017, s. 11.

jaźnią w pustych formach; uzależnienie od *selfie* potęguje uczucie pustki. Wynika to nie z miłości własnej, ale z narcystycznego odniesienia do samego siebie¹⁶.

Byung-Chul Han bezustannie powraca do swojej naczelnej myśli, że każdy chce być dzisiaj inny, ponieważ wszystko jest takie samo: „Komunikacja osiąga maksymalną prędkość, kiedy to samo reaguje na to samo”¹⁷. Refleksje niemieckiego kulturoznawcy i filozofa traktujemy jako doskonały pretekst do naszych własnych rozważań dotyczących narcyzmu oraz przymusu autentyczności. Sami „odnajdujemy” się w jego argumentacji, ale jednocześnie poza nią wykraczamy ku temu, czego u Hana nie ma. Chodzi o etnograficzny detal, owo swoiste „praktykowanie teorii” w konkretnym środowisku, ilustrujące – mamy nadzieję – ogólniejsze, zarysowane powyżej w skrócie procesy.

Autentyczność na sprzedaż

Przede wszystkim należy zauważyć, iż poszukiwanie autentyczności, odnalezienia swojego prawdziwego Ja, „bycia sobą”, jest możliwe dopiero wtedy, kiedy tożsamość staje się tożsamością wyboru, a nie tożsamością losu, czyli wtedy, kiedy zyskuje się samoświadomość kulturową. Upowszechnianie i sukces kategorii autentyczności tej świadomości to okres nowożytny w historii kultury europejskiej¹⁸. Ogromna część filozofii XX wieku to filozofia krytycznie odnosząca się do istnienia „ja transcendentalnego”, niezależnego od społecznego kontekstu¹⁹. Człowiek ponowoczesny podejmuje różnego rodzaju działania i praktyki (przekonania zarządzające nimi nie zawsze są jawne dla jego świadomości), mające na celu stworzenie swojego Ja, przy czym w milczącej sferze wiedzy myślenia o tych działaniach i procesach używa on raczej metafory odkrywania swojego prawdziwego Ja niż tego Ja konstruowania.

Pojawiają się dwa zazębiające ze sobą pytania. Pierwsze: skąd pewność, że Ja jest już czymś wypełnione (jest jakieś), a nie jest puste (jest nijakie)? Drugie: czym miałoby być to, co jest odkrywane, nim zostanie to skonstruowane? Być może nam się tylko wydaje, że coś tam było wcześniej (i było już jakieś), bo niby jak mielibyśmy to sprawdzić przed procesem udanej konstrukcji? Metaforyka odkrywania traktowana jako rzeczywistość, coś empirycznego, a nie metaforyka właśnie, jest oczywiście funkcjonalna wobec psychicznego bezpieczeństwa jednostki, która po udanym procesie konstrukcji czuje się sobą i – co więcej – czuje się wolna, zdolna zarządzać sobą i podejmować działania płynące z jej wnętrza. Dla naszego bezpieczeństwa ontologicznego korzystniej jest myśleć o sobie w perspektywie odkrywania niż

¹⁶ *Idem, The Expulsion...*, op. cit., s. 25.

¹⁷ *Idem, Psychopolitics...*, op. cit., s. 83.

¹⁸ M. Warchała, *Autentyczność i nowoczesność. Idea autentyczności od Rousseau do Freuda*, Universitas, Kraków 2006.

¹⁹ K. Gurczyńska-Sady, *Człowiek jako słowo i ciało. W poszukiwaniu nowej koncepcji podmiotu*, Universitas, Kraków 2013.

konstruowania, gdyż ta druga słusznie wskazuje, że to Ja jest potencjalnie zmienne i mogłoby być inne, niż jest. Z punktu widzenia ideologii neoliberalnej (ale w zasadzie każdej ideologii) metafora odkrywania jest funkcjonalna, gdyż nie jest nastawiona na zmianę, a ponadto zakrywa cały proces konstruowania, czyni skonstruowane czymś, co było tam wcześniej, co czekało już gotowe. Świetnie pokazuje to Han w swojej najnowszej książce *Good Entertainment*²⁰.

Kultura ponowoczesna oferuje cały wachlarz możliwości odnalezienia swojego prawdziwego Ja, które w coraz większym stopniu są praktykami wytwarzania zdyscyplinowanego podmiotu, funkcjonalnego wobec kapitalizmu i dyktatu rynku, czego znakomitym przykładem są praktyki coachingowe²¹. W tym sensie poszukiwanie swojego Ja zostaje wciągnięte w neoliberalną logikę, co przejawia się między innymi w istnieniu całej gamy medialno-internetowych postaci – trenerów mentalnych, fit-trenerów, vlogerów, youtuberów, influencerów – zaludniających medialno-internetową przestrzeń, dającą im możliwość nieświadomego promowania neoliberalnego imaginarium. Wszyscy oni *implicite* lub *explicite* zakładają, że kluczem do powodzenia życiowego, jak i biznesowego jest bycie sobą (*ergo*: znalezienie własnej autentyczności), co czyni jawnym założenie, że dotychczas żyliśmy w świecie spektaklu, wizerunkowych kreacji, niebędących prawdziwymi. Teraz trzeba postawić na autentyczność, gdyż do tej pory autentyczni nie byliśmy. Kłopot w tym, że z autentycznością jest trochę tak jak z ciszą: im więcej się o niej mówi, a nawet kiedy w ogóle wymówi się jej imię, staje się ona problematyczna, albowiem problematyczne jest przejście z postawy zaangażowanej do postawy zdystansowanej oraz zyskiwanie samoświadomości kulturowej (funkcjonowanie w rzeczywistości społecznej staje się porowate, a nie gładkie²²). Autentyczność wymienionych „duchowych przewodników” jest kreowana na potrzeby rynku i poprzez dyktat rynku, choć spora ich część osiągnęła swój sukces dzięki autentyczności właśnie, która jednak szybko przerodziła się w coś, co określilibyśmy mianem autentyczności odgrywanej. Autentyczność jest czymś na sprzedaż (Hanowa autentyczność tego samego), a co więcej – czymś możliwym do „przemielenia” przez ideologię neoliberalną w taki sposób, że mamy do czynienia jedynie z autentycznością na pokaz, analogicznie jak z buntem

²⁰ B.-Ch. Han, *Good Entertainment: A Deconstruction of the Western Passion Narrative*, The MIT Press, Cambridge, MA 2019.

²¹ M. Rydlewski, *Fikcjonariusze fałszywej ideologii. Antropologia coachingu*, w: *Antropologia, media, komunikacja*, red. M. Czapięga, M. Rydlewski, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2019, s. 39–71.

²² M. Rydlewski, *Samoświadomość a gładkość funkcjonowania w kulturze*, w: *Zjawisko szaleństwa w kulturze*, red. M. Kasprzowicz, M. Kopyciński, S. Drelich, Wydawnictwo Naukowe UMK w Toruniu, Toruń 2010, s. 66–77.

na sprzedaż²³, co dobrze obrazuje jeden z odcinków serialu *Black Mirror*²⁴ czy ostatnia książka Luca Boltanskiego i Arnauda Esquerre'a²⁵.

O autentyczność, jako że jest na sprzedaż, trzeba dbać i należy ją kontrolować, zapewnić jej odpowiednie opakowanie, szczególnie w przypadku internetowych celebrytów przemienionych w produkt, w osobowościową markę/brand. Marketingowy język maskuje przy tym proces utowarowienia człowieka, który sam siebie radośnie do tego towaru sprowadza. Znakomitym tego przykładem jest wypowiedź youtuberki Weroniki Szymańskiej, posługującej się pseudonimem Billie Sparrow. Zapytana podczas wywiadu, czy mogłaby reklamować coś, co jest sprzeczne z jej wartościami, odpowiada: „Co z tego, jeśli zaraz miałabym kryzys wizerunkowy, na którym straciłabym dużo więcej? Autentyczność jest moją siłą i nie mogę tego zniszczyć. Inna rzecz, że gdybym postąpiła wbrew własnym zasadom i wartościom, to by mnie to strasznie gryzło”²⁶.

Na tym przykładzie, i wielu innych podobnych, widać, jak wielka jest troska o autentyczność, jest to coś, co podlega nieustannej wewnętrznej kontroli, opartej na świecie zewnętrznym (kryzys wizerunkowy). Youtuberka musi być autentyczna nie dlatego, że chce, ale dlatego, że na byciu nieautentyczną po prostu więcej by straciła. Nawiasem mówiąc, trudno tutaj nie zauważyć naleciałości myślenia magiczno-metamorficznego, w którym dochodzi do identyfikacji podmiotu z wykreowanym obrazem, z tego względu osoby te tak bardzo źle reagują na wszelką krytykę swojego wizerunku, gdyż one faktycznie wierzą (choć często deklarują coś innego), że są tymi wizerunkami²⁷.

Ponadto autentyczność medialno-internetowych celebrytów jest w zasadzie niczym innym jak skonstruowaniem wizerunku/obrazu samego siebie według sztamowych wzorców, na przykład w postaci cielesno-estetycznego wyglądu, czego znakomitym przykładem jest analiza wielu popularnych fit-trenerek obecnych na Instagramie²⁸. To medium społecznościowe nie tylko przemienia człowieka w obraz (ewolucję mediów społecznościowych można postrzegać jako ewolucję od słowa do

²³ J. Heath, A. Potter, *Bunt na sprzedaż. Dlaczego kultury nie da się zagłuszyć*, przeł. H. Jankowska, Warszawskie Wydawnictwo Literackie Muza, Warszawa 2010.

²⁴ Bing, bohater drugiego odcinka pierwszego sezonu tego serialu, występował w telewizyjnym *talent show*, w którym obnażył jego sztuczność, nieautentyczność odbieraną jako prawdę. Jego występ tak się spodobał jury, że w nagrodę otrzymał swój własny program. Oto przykład, jak kontrkulturowy gest zostaje przez logikę systemu wprowadzony w kulturę, przestając jej *de facto* zagrażać: zostaje rozbrojony.

²⁵ L. Boltanski, A. Esquerre, *Enrichment: A Critique of Commodities*, Polity, Cambridge 2020; tytułowe „wzbogacanie” dotyczy dopingowania narcystycznej osobowości do jak największej aktywności.

²⁶ Zob. <https://noizz.pl/lifestyle/billie-sparrow-poetka-w-swiecie-youtubea/pxm6d7y> (dostęp: 7.03.2019).

²⁷ M. Rydlewski, *Dyssolucja kulturowa w nowych mediach na przykładzie magiczno-metamorficznego aspektu tożsamości wirtualnej*, „Kultura Współczesna” 2019, nr 4, s. 41–60.

²⁸ Analizę fit-trenerek na Instagramie przeprowadza Aleksandra Wiza w przygotowanej pod kierunkiem Michała Rydlewskiego pracy licencjackiej pod tytułem *Kopiuj, wklej – jak Instagram zawładnęła kobiecymi ciałami i umysłami*.

obrazu²⁹), ale z całą mocą ujawnia proces fizycznego ujednoczenia człowieka, gdyż fit-trenerki przestają się różnić wyglądem (ich twarze wyglądają w zasadzie identycznie), stylizacjami, przybieranymi pozami. Oto świat piekła tego samego, świat, który wyraża reklamowe hasło: „Bądź sobą, wybierz pepsi”.

Podsumowując, trudno odmówić racji Erichowi Frommowi, kiedy dekady temu pisał:

Człowiek przekształcił się w towar i traktuje własne życie jako kapitał do zainwestowania z zyskiem. Jeśli mu się to powiedzie, wówczas odnosi „sukces”, a jego życie ma sens; jeśli nie – staje się „porażką”. Jego „wartość” zawiera się w jego atrakcyjności rynkowej, a nie w wartościach humanistycznych jak miłość, rozważa czy zdolności artystyczne. Dlatego też poczucie własnej wartości zależy od czynników zewnętrznych; jego sukcesu, oceny innych. Z tego właśnie powodu jest on zależny od innych, a jego poczucie bezpieczeństwa wynika z konformizmu, z nieoddalania się nigdy zbyt daleko od stada³⁰.

Z tego względu człowiek

[...] doświadcza samego siebie nie jako aktywnego zarządcę własnych sił i zamiarów, lecz jako wyjałowiony „przedmiot”, zależny od innych zewnętrznych przedmiotów, na które przerzucił swoją „substancję życiową”³¹, co w ostatecznym rozrachunku powoduje, iż jest on przepelniony lękiem³². Neoliberalizm odnosi taki niebywały sukces w tworzeniu nowego człowieka, gdyż człowiek jest – jak ujmuje to Fromm – człowiekiem wyalienowanym w tym sensie, [...] że jego działania i siły zostały oderwane; stoją ponad nim i przeciwko niemu, i to one rządzą nim, a nie on nimi³³.

Należy koniecznie podkreślić, że człowiek rządzony przez te siły zupełnie ich nie rozumie, na co zwrócił uwagę Andrzej Szahaj³⁴. Naszym zdaniem to między innymi niezamierzony efekt niebywałej kariery psychologii w XX wieku oraz jej przedostania się do myślenia potocznego i życia codziennego. To nowoczesna psychologia jest w dużej mierze odpowiedzialna za „tyranię intymności”, o czym w przekonujący sposób pisał Richard Sennett, twierdząc, iż aksjologia i metodologia psychologii skupiała się na tym, co indywidualne, poszukując we wnętrzu jednostki, jej psychice, rozwiązania wszelkich kłopotów i problemów z zupełnym pominięciem kontekstu kulturowego tworzącego ową psychikę. Wynikiem tego jest zaabsorbowanie sobą, skupienie się na analizie swojego Ja, „[...] wszystko – twierdzi Sennett – sprowadza się do motywu: czy naprawdę to czuję? Czy naprawdę mam to na myśli? Czy jestem

²⁹ Można ją zrekonstruować, przyglądając się, z jednej strony, zniknięciu Naszej Klasy, z drugiej zaś ofertom typu Instagram i Tinder.

³⁰ E. Fromm, *O byciu człowiekiem*, przeł. M. Barski, Ł. Kozak, Vis-à-Vis, Kraków 2017, s. 34.

³¹ *Ibidem*.

³² *Ibidem*, s. 36.

³³ *Ibidem*, s. 34.

³⁴ A. Szahaj, *Kultura upokarzania*, „Odra” 2012, nr 2, s. 40–44.

autentyczny?”³⁵. Kulturowy narcyzm opisywany przez Sennetta³⁶, wzmocniony przez hiperindywidualizm, rozbuchany konsumpcjonizm oraz upowszechnienie mediów społecznościowych, umożliwiającą budowanie relacji pomiędzy ludźmi poprzez odsłanianie swojej osobowości, doprowadził, z grubsza rzecz biorąc, do obecnego stanu kultury, w którym autentyczność jest fetyszem, kultem i nowym idolem.

„Ponizam, więc jestem?”

W przedmowie do książki Michała Rydlewskiego pt. *Scenariusze kultury upokarzania. Studium z antropologii mediów* Andrzej Szahaj, trawestując słynne Kartezjańskie „Myślę, więc jestem”, zauważa istotny związek pomiędzy kulturą upokarzania a strategią budowania własnej tożsamości³⁷. Tym, co konstituuje tożsamość i wyznacza wartość nowego, neoliberalnego człowieka, jest zdolność i posiadanie możliwości, w tym szczególnie zasobów widzialności i medialnego autorytetu, ponizania innych ludzi. To także wynik istnienia permanentnego wyścigu po materialne i symboliczne dobra, społeczny prestiż, nieustanne porównywanie się z innymi i poddawanie ich ocenie poprzez posiadane gadżety, ubiór, wygląd ciała.

W wielu programach telewizyjnych typu *talent show* i *makeover shows*, będących w dużej mierze odzwierciedleniem zbudowanej przez nas kultury neoliberalnego kapitalizmu, daje się zauważyć niemal konieczność posiadania umiejętności zadawania cierpienia innym ludziom, jest to umiejętność wręcz pożądana, wyznaczająca wartość człowieka. Jurorzy i przedstawiciele dominującej „klasy szampańskiej” budują swoją siłę na symbolicznej i ekonomicznej bezsilności przedstawicieli klasy podporządkowanej, którą z sadystyczną lubością upokarzają na oczach widzów³⁸.

Przykładem osoby, której medialne istnienie jest oparte na strategii budowania swojej tożsamości w poczuciu wyższości nad innymi ludźmi, jest Magda Gessler. Ze względu na osiągnięty sukces, polegający na uzyskaniu rozpoznawalności (raczej jako „kreatorka smaku” i restauratorka niż kucharka), jest przekonana o swojej wszechwiedzy i nieomyślności w stosunku do wszystkich innych. Ujawnia się to w wielu momentach *Kuchennych rewolucji*, szczególnie w tych, w których dokonuje

³⁵ R. Sennett, *Upadek człowieka publicznego*, przeł. H. Jankowska, Warszawskie Wydawnictwo Literackie Muza, Warszawa 2009, s. 433.

³⁶ Szerzej zob.: M. Musiał, *Intymność i jej przemiany. Studium z filozofii kultury*, Universitas, Kraków 2015, s. 250–256; zob. także: W.J. Burszta, *Teoria kultury, czyli „dłużej klasztoru niż przeora”*, w: *Kultura jako przedmiot badań. Studia filozoficzno-kulturoznawcze*, red. B. Kotowa, J. Sójka, K. Zamiara, Wydawnictwo Humaniora, Poznań 2001, s. 157–169.

³⁷ A. Szahaj, *Ponizam, więc jestem?*, w: M. Rydlewski, *Scenariusze kultury upokarzania. Studium z antropologii mediów*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2019, s. 7–11.

³⁸ M. Rydlewski, *Scenariusze kultury upokarzania...*, *op. cit.*

czegoś na kształt terapii uczestników metamorfozy³⁹, gdyż ich życie musi wyglądać tak, jak chce tego restauratorka.

Na przykładzie Magdy Gessler daje się zauważyć istotny związek narcyzmu oraz autentyczności. Na coraz częściej pojawiające się zarzuty o jawne upokarzanie uczestników programu Gessler odpowiada, że taka po prostu jest, chce być zawsze sobą, co przejawia się między innymi poprzez mówienie prawdy. Jest bezkompromisowa, jak informuje początek każdego odcinka *Kuchennych rewolucji*. Fakt, że wypowiadanie tej prawdy jest zabarwione wręcz sadystyczną szczerością i publicznym ujawnianiem rodzinnych konfliktów, sekretów, a nawet nałogów, zupełnie jej nie zajmuje, a może to prowadzić do nieprzewidzianych i niepożądanych konsekwencji w sensie psychologicznym⁴⁰. Zdaniem wielu fanów Gessler, i niestety nie tylko jej, takie zachowanie zasługuje na szacunek i uznanie, gdyż każde inne jest fałszywe, w domyśle nieautentyczne, a zdolność zawierania kompromisu jest od razu odczytywana jako słabość, brak charyzmy, osobowości. Naszym zdaniem to pewnego rodzaju wtórna racjonalizacja i swoiste uzasadnienie głębszego pokładu narcystycznej kultury, której cechą jest ulokowanie swojego ego w centrum i zupełne nieliczenie się z emocjami drugiej osoby. „Autentyczność ponad wszystko! Dlaczego mam ograniczać swoją ekspresję? Bo to może skrzywdzić innych? Trudno, moja wolność ponad wszystko!” – tak można by określić z istoty swojej neoliberalną wykładnię takiego podejścia.

Warto także odnotować kwestię nieumiejętności panowania nad sobą restauratorki, co jeszcze do niedawna we wzorach kultury zachodniej, i jej obyczajach sięgających czasów nowożytnych, było pożądane. Co więcej, wcale nie wchodziło w konflikt z poczuciem własnej podmiotowej autentyczności, pomieszanej wspólnie z neoliberalną wykładnią wolności, w której nie należy liczyć się z nikim innym poza sobą. Wyjaśnianie owego braku panowania nad sobą tylko i wyłącznie psychologizującym „wybuchowym temperamentem” maskuje głębsze pokłady kultury.

Znacznie jednak ciekawszymi przykładami kultury narcyzmu są postaci związane z kulturą cyfrowego narcyzmu, który zawdzięczamy w ogromnej mierze Internetowi. Jego świat jest zaludniany – jak już wspomnieliśmy – przez różnego rodzaju influencerów, vlogerów, amatorskich trenerów mentalnych / coachów. Niektóre z tych postaci to swoiście rozumiani fikcjoniariusze ideologii neoliberalnej, naturalizujący oraz biologizujący narcystyczną formę życia⁴¹. Najważniejsza część neoliberalizmu, w tym jego cyfrowego świata kultury, jest napisana, by użyć metafory Andrzeja Szahaja, „drobnym drukiem”.

³⁹ J. Piotrowska, *Ekspert, nauczycielka czy tyran? Postać Magdy Gessler w programie „Kuchenne rewolucje” (studium przypadku)*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2018, nr 4, s. 985–1000.

⁴⁰ M. Rydlewski, „Nigdy nie przeżyłem takiego upokorzenia”. *Victim show jako nowy gatunek medialny*, w: *Studia i perspektywy medioznawcze*, red. K. Konarska, P. Urbaniak, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2019, s. 105–119.

⁴¹ M. Rydlewski, *Fikcjoniariusze fałszywej ideologii...*, *op. cit.*

Jedną z takich postaci jest Dorota Goldman, bardziej znana pod pseudonimem Olfaktoria – pochodzącym od nazwy jej bloga o ekskluzywnych perfumach, dzięki któremu stała się rozpoznawalna w tej branży. Po pewnym czasie jej blog kosmetyczny zamienił się w blog promujący konsumpcyjno-ekskluzywny styl życia, podobnie jak kanał założony na YouTubie. Uzyskała rozgłos po opublikowaniu niespełna dziewięciominutowego nagrania, w którym opisuje osiem cech idealnego dla niej mężczyzny. To przede wszystkim opis tego, co mężczyzna powinien posiadać, jak wyglądać oraz jakimi cechami powinien dysponować. Z filmu dowiadujemy się, iż mężczyzna – wedle wyobrażeń Olfaktorii – powinien pracować na etat, zarabiać więcej niż ona, ci ze średnią krajową jako nieudacznicy odpadają („nie będę go szanować”), musi być starszy (najlepiej około dziesięciu lat, co związane jest z faktem, że mężczyźni dojrzewają później i są bardziej doświadczeni w relacjach damsko-męskich), powinien być ambitny („zorientowany na cel i sukces”), przedsiębiorczy, zarobić pieniądze sam, chyba że rozwija firmę rodziców, powinien być dobrze wychowany, co oznacza w dużej mierze hołubienie jej osoby. Ponadto Olfaktoria potrzebuje mężczyzny inteligentniejszego i mądrzejszego od siebie, gdyż przy innej osobie się nie rozwinię, a rozwój jest dla niej najważniejszy.

Powyższy opis to amalgamat neoliberalnych wartości oraz kultu wizerunku ze szczególnym uwzględnieniem coachingowej nowomowy, skutkujący budowaniem pozbawionych emocji relacji z drugim człowiekiem, opartych tylko na zasadach biznesowych, o czym zresztą Olfaktoria wspomina w innych swoich materiałach internetowych (nie ma przyjaciół, gdyż ich nie potrzebuje, ponadto nie lubi słuchać ich zwierzeń). W tym sensie ma rację Magdalena Szpunar, pisząc, iż: „Kupowanie staje się zastępnikiem bycia z innymi i wewnętrznej pustki, chwilowo podwyższając nastrój konsumenta”⁴², choć – rzecz jasna – owa pustka i nastrój wyznaczany jest z innej, niekonsumpcyjnej perspektywy (prawdopodobnie samej Olfaktorii takie życie jakoś szczególnie nie uwiera).

Dokonując analizy kariery Olfaktorii i kontrowersji związanych ze zbudowanym przez nią wizerunkiem⁴³, można dostrzec pisany „drobnym drukiem” scenariusz jej sukcesu. W swojej kilkustronicowej historii motywacyjnej pt. *Od patologii do sukcesu* buduje typowy dla neoliberalizmu obraz kariery. Szczerze przyznaje, że pochodzi z biednej rodziny, w której ojciec alkoholik stosował przemoc fizyczną oraz psychiczną. Była ograniczona przez swoje wiejskie pochodzenie: „Zupełnie nie pasowałam do mentalności tamtejszych ludzi. Niemających ambicji, chęci wybicia się czy

⁴² M. Szpunar, *Kultura cyfrowego narcyzmu*, Wydawnictwo AGH, Kraków 2016, s. 125. Innym przykładem potwierdzającym tezę Magdaleny Szpunar jest vlogerka Weronika Jagodzińska, znana jako Szusz. Jej vlogi, pokazujące codzienne, ekskluzywne życie, obrazują także jej relacje z partnerem, które sprowadzają się do trzech wymiarów: co kupiliśmy i co kupimy, co zjedliśmy i co zjemy, gdzie podróżowaliśmy i gdzie będziemy podróżować.

⁴³ Olfaktoria jest jedną z bohaterek pracy licencjackiej pt. *(De)maskowanie rzeczywistości na przykładzie wybranych celebrytów social media*, napisanej przez Patrycję Kierepkę pod kierunkiem Michała Rydlewskiego. Autorce dziękujemy za inspirację.

spełnienia wielkich, najbardziej nawet nierealnych marzeń. Ludzi, którzy ciągnęli mnie w dół. Wiedziałam, że jeśli nie zmienię tego otoczenia, prędzej czy później stanę się taka sama, zgodnie z powiedzeniem: kto z kim przestaje, takim się staje. Dlatego przy najbliższej nadarzającej się okazji postanowiłam stamtąd uciec⁴⁴. Po ukończeniu liceum wyjechała do Warszawy na studia psychologiczne, które podjęła na SWPS. Była kelnerką, pracowała również w perfumerii. Od momentu, w którym upowszechniła wspomniane nagranie dotyczące cech idealnego mężczyzny, zaczęła być szerzej rozpoznawalna. Jej droga do sukcesu to wynik ciężkiej pracy oraz determinacji, gdzie wszelkie przeszkody traktuje się jako wyzwania. Umiejętnie buduje ona swój wizerunek jako, z jednej strony, osoby odległej ze względu na swoją determinację i osiągnięcia uwieńczone luksusowym poziomem życia (podróże, zakupy, restauracje), z drugiej zaś jako podobnej do nas („Skoro udało się mnie, uda się każdemu”). Jak celnie zauważa Wiesław Godzic, strategią charakterystyczną dla celebrytów jest mediowanie pomiędzy obszarami swojskość – obcość, typowość – wyjątkowość⁴⁵, czego Olfaktoria jest dobrym przykładem. Opisując swój sukces, bohaterka stwierdza: „[...] nie znoszę leni i nieudaczników życiowych, wiecznie użalających się nad swoim losem. Jesteś z biednej rodziny? Z małej wsi? Masz ojca sadystę? Matkę alkoholicką? Chorego brata? I co z tego?! Na własnym przykładzie mogę powiedzieć, że z każdej, nawet najgorszej sytuacji życiowej można wyjść zwycięsko. Każdy jest kowalem własnego losu – masz dokładnie takie życie, na jakie sobie zapracujesz. Wiara w przeznaczenie jest dla ludzi słabych i leniwych – usprawiedliwia niepowodzenia i pozwala czuć się lepiej. Ale nie przyczynia się do polepszenia życia⁴⁶.

Wspomniany „drobny druk” przejawia się w dwóch, poniekąd zązębiających się ze sobą kwestiach. Pierwsza to niesprawiedliwe i w gruncie rzeczy poniżające traktowanie świata społecznego, z którego się wywodzi. Druga to kwestia relacji z partnerem jako relacji mającej na celu podwyższenie swojego statusu społecznego.

Kwestia pierwsza nie jest tak prosta, jak może się wydawać, nie znamy bowiem kryteriów określających rozumienie ambicji i sukcesu, jakimi Olfaktoria ocenia swoich współmieszkańców, choć prawdopodobnie są to wartości „kultury osiągnięć”, zdobycie popularności w Internecie i pieniędzy, co nie musi być przecież kompatybilne z rozumieniem owych kryteriów przez mieszkańców jej wsi. Ponadto historia w nieuprawniony sposób sugeruje, że mieszkańcy wsi to ludzie niezaradni, pozbawieni ambicji, społeczny *underclass*, patologia. Jest to zresztą typowy obraz mieszkańców wsi, wpisujący się w neoliberalną narrację traktującą ich jako ofiary

⁴⁴ Zob. <https://www.aniamaluje.com/2014/03/historia-motywacyjna-od-patologii-do.html> (dostęp: 18.01.2019).

⁴⁵ W. Godzic, *Obciach – to, czego celebryci nie znają*, w: *Moda na obciach. Materiały z Ogólnopolskiej Konferencji Kulturoznawczej „Moda na obciach. Co Polacy robią z kulturą popularną?”*, Wydawnictwo Wilk Stepowy, Elbląg 2008, s. 55–77.

⁴⁶ Zob. <https://www.aniamaluje.com/2014/03/historia-motywacyjna-od-patologii-do.html> (dostęp: 18.01.2019). Wszystkie przywołane cytaty pochodzą z tej kilkunastuściowej historii.

nienowoczesnego stylu życia. To ludzie godni jedynie upokorzenia i wyśmiania, gdyż nie są warci tyle, ile budujący swoją wartość na konsumpcji i ponowoczesnym stylu życia mieszkańcy wielkiego miasta, co znakomicie obrazują programy *Damy i wieśniaczki* oraz *Dżentelmeni i wieśniacy*⁴⁷. Z pewnością Olfaktorii udało się zdobyć grono odbiorców, poznać ludzi z „klasy szampańskiej” i przez to awansować społecznie. To spowodowało, że poczuła się lepsza od innych i upokarza tych niżej sytuowanych, w tym przypadku mieszkańców swojej wsi, traktując ich jako nieudaczników.

Co do kwestii drugiej, to jej kariera, potwierdzenie neoliberalnego wyobrażenia o dochodzeniu do wszystkiego własnymi siłami, nie budziłaby kontrowersji, gdyby nie postać jej partnera Janusza (pознаła go w restauracji; Janusz zażądał rachunku i jej numeru telefonu, który otrzymał). Olfaktoria wielokrotnie mówiła, że do wszystkiego doszła sama, jednak w pewnym momencie swojej kariery przyznała, że to właśnie Januszowi i jego pieniądзом wiele zawdzięcza. Istnieje zatem poważna rysa na zbudowanym przez nią wizerunku, przy czym zaprzecza ona temu tak skutecznie, że wydaje się faktycznie w to wierzyć: w tym sensie mit neoliberalnej kariery okazuje się „silniejszy”, tj. psychicznie bezpieczniejszy (zapewnia bezpieczeństwo ontologiczne) niż empiria. W jednym z materiałów Olfaktoria mówi, iż mężczyzna musi ją zawsze wspierać w jej decyzjach i wyborach. Ze wsparciem emocjonalnym czy psychicznym, jak widać, idzie w parze także to finansowe, w czym ostatecznie nie ma niczego złego. Kłopot w tym, że taki obraz relacji wcale nie jest bezproblemowy, jeśli chodzi o sam model związku (mamy obecnie do czynienia z jego interesującymi przemianami w kulturze współczesnej) oraz jego potencjalny odbiór przez młode osoby, gdyż czyni związek relacją biznesową, ocierającą się nieomal o nową formę znacznie bardziej zawoalowanego sponsoringu. Jest to szczególnie kłopotliwe dla niedysponujących odpowiednimi finansami i pozycją społeczną, czyli dla młodych kobiet poddających się *de facto* mężczyznom (będących ich utrzymankami i niewidzących w tym nic złego, co oznacza koniec feminizmu), jak i dla młodych mężczyzn opierających swoją wartość na posiadaniu, gdyż bez niego nie zdobędą odpowiednio (konsumpcyjnie) już nastawionych wobec życia partnerek.

Ponadto w zarysowanym przez Olfaktorię ujęciu jej partner, w momencie kiedy dorówna mu intelektem, nie będzie już spełniał jednej z pożądaných cech, w związku z tym może go zastąpić ktoś, kto je spełnia, czyli zapewnia rozwój, który jest dla niej najważniejszy. Dany człowiek jest po prostu środkiem/narzędziem do celu, jakim jest samorozwój. Postrzeganie w ten sposób związku nie jest jedynie spontanicznym głosem Olfaktorii, ale zaleceniem niektórych coachów i trenerów biznesu. Przykładem może być Aleksandra Motriuk, która dając rady mające na celu zrealizowanie noworocznych postanowień, poleciła: „Znajdź partnera, czyli kogoś, komu powiesz,

⁴⁷ M. Rydlewski, *Nowi-starzy obcy w realnym kapitalizmie. Mieszkańcy polskiej wsi jako ofiary swojego stylu życia na przykładzie wybranych programów telewizyjnych*, w: *Retro sentyment, retro moda, retro nadzieje*, red. M. Czapiga-Klag, M. Rydlewski, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2020, s. 113–145.

co chcesz osiągnąć i kto będzie cię motywował, sprawdzał postępy i wspierał”⁴⁸. Zakochaj się, chyba że stać cię na coacha...

Podsumowując, Olfaktoria reprodukuje i podtrzymuje neoliberalny system, a jej zachowania są regulowane przez kulturę cyfrowego narcyzmu, w której podmioty kultury są nadmiernie uzależnione od aprobaty innych podmiotów, owładnięte kompulsywną potrzebą podobania się oraz imponowania innym i sobie za pomocą różnych atrybutów, w szczególności prestiżu, władzy, posiadania⁴⁹.

Warto również zaznaczyć, że wspomniane nagranie naraziło Olfaktorię na bardzo ostrą krytykę, która była podyktowana negatywną oceną jej skrajnie materialistycznej i egoistycznej postawy życiowej. Podobna w tonie krytyka spotyka także Magdę Gessler, która zdaniem części odbiorców przekracza etyczne granice w traktowaniu uczestników metamorficznych rewolucji. Skłania to do refleksji, iż ostra krytyka, a nawet nienawiść i pogarda, okazywana szczególnie Olfaktorii, jest częścią narcystycznej ekonomii uwagi, gdyż nie tylko uwielbienie ze strony widowni oraz chęć podobania się wszystkim wypełnia figurę narcyza. W tym sensie można dodać kolejną opozycję, pomiędzy którą mediuje Olfaktoria: uwielbienie – nienawiść. Wartość danej osoby jest budowana nie tylko przez tych, którzy ją uwielbiają, ale także tych nienawidzących. Ostra krytyka, mylona niekiedy z hejtem, jest odbierana przez atakowane osoby, a szczególnie przez grono ich fanów, jako rezultat zazdrości krytykujących, gdyż sami są nikim i nic nie osiągnęli. Tak odbierana i interpretowana krytyka ze strony odbiorców to efektywne paliwo cyfrowej ekonomii uwagi, wcale nie wykluczającej „narcystycznej” interpretacji fenomenów i zjawisk medialnych. Nawiasem mówiąc, sam hejt, który odróżniamy od krytyki (nawet ostrej), jest w zasadzie rewersem narcyzmu, gdyż hejter to – naszym zdaniem – urażony narcyz, czyli narcyz, który nie jest doceniony tak, jak według siebie na to zasługuje (nie jest wielbiony, komplementowany, chwalony, wywyższany tylko i wyłącznie ze względu na fakt swojego istnienia), co wzbudza w nim agresję, chęć odwetu i upokarzania innych.

(Nie)potrzebna wrażliwość, czyli „ludzie odpady” kultury narcyzmu

Choć bez wątplenia neoliberalizm posiada moc regulacyjną współczesnej kultury, to nie jest na szczęście tak, że reguluje całość praktyki społecznej oraz życia społecznego wszystkich grup społecznych czy określonych wspólnot kulturowych. Kultura oraz jej wzory myślenia i działania stworzone przez neoliberalizm nie są przecież tożsame z całością świata znaczeń i form życia, z którymi się stykamy. Pomimo faktu, iż neoliberalna forma kultury coraz brutalniej anektuje nowsze obszary,

⁴⁸ A. Motriuk, *Tym razem się uda*, „Głos Mordoru” 2020, nr 1–2, s. 8.

⁴⁹ M. Szpunar, *Imperializm kulturowy internetu*, Instytut Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2017, s. 91.

dotychczas pozostające na uboczu jej zainteresowań, istnieją kulturowe zasoby mogące dopomóc w zdiagnozowaniu nowego, narcystycznego człowieka oraz zdolne poddać go krytyce.

Jednym z takich zasobów jest etnologia. Pokazuje ona, szczególnie jej twórcom, czyli Europejczykom, że w poszczególnych miejscach na Ziemi ludzie określa raczej kultura niż ich biologiczna natura, wszak fundamentalnym zagadnieniem antropologów jest zróżnicowanie form życia pomimo jednej biologicznej natury. Kultura jest możliwa do zmiany, co równa się zmianie podmiotów tejże kultury: ich przekonań, sposobów widzenia świata, interpretowania go i doświadczania. Kultura europejska posiada takie laboratoria innowacji myślowych i zmiany. W naszym rozumieniu etnologia uznaje romantyzm kulturowej autokreacji, nie czyniąc człowieka niewolnikiem jego genów, natury ludzkiej czy mózgu. Szczególnie niebezpiecznie dla nas samych dzieje się wtedy, kiedy te nauki (anektujące zdrowy rozsądek), rozpoznające jakoby naturę ludzką, uzasadniają, i *de facto* naturalizują, ideologię neoliberalną (jako ludzie z natury jesteśmy jakoby skłonni do bezwzględnej rywalizacji, posiadania jak największej ilości dóbr materialnych, mających wyznaczać wartość osoby itd.). Opisy natury są opisami na wskroś przesiąkniętymi kulturą, w której powstają. To teza dobrze udokumentowana⁵⁰. Warto o niej pamiętać, mając na uwadze ideologię neoliberalną, która stała się przezroczysta i w swoim mniemaniu tę naturę jakoby odzwierciedla (to temat na osobny artykuł, choć ten wątek był przez nas już podejmowany⁵¹).

Dobrym kontrapunktem dla takiej narracji jest refleksja wiążąca ze sobą kulturowo powstałe (mające kulturową genezę) i odpowiednio regulowane emocje oraz procesy medykalizacji osób, a niekiedy całych wspólnot doświadczających owych emocji. Iwona Kabzińska w inspirującym artykule pt. *Nadwrażliwi – kulturowi „odmieńcy”*, wychodząc od ustaleń psychologów opisujących biologiczne uwarunkowania osób „ponadprzeciętnie wrażliwych”, „wyjątkowo wrażliwych”, stwierdza, że stanowią oni nie tylko mniejszość definiowaną w kategoriach psychologiczno-medycznych, ale i swoistą mniejszość kulturową. Podkreśla tym samym, że fakt posiadania „delikatniejszego centralnego układu nerwowego” (aspekt biologiczny) jest ściśle związany z typem społeczeństwa, w jakim żyją nadwrażliwi (aspekt kulturowy). To ten drugi decyduje o postrzeganiu tych osób przez inne, jak i sposób życia samych nadwrażliwych, z tego też względu konieczne jest przyglądanie się procesom kulturowego konstruowania medyczno-psychiatrycznych jednostek chorobowych⁵²,

⁵⁰ R.M. Young, *Darwin's Metaphor: Nature's Place in Victorian Culture*, Cambridge University Press, Cambridge 1985.

⁵¹ W.J. Burszta, *Nowa biopolityka. Od selfhood do brainhood*, w: *Zwodnicze imaginarium. Antropologia neoliberalizmu*, red. W.J. Burszta, P. Jeziński, M. Rauszer, Wydawnictwo Naukowe Katedra, Gdańsk 2016, s. 183–209; M. Rydlewski, *Fikcjonariusze fałszywej ideologii...*, *op. cit.*

⁵² Znakomite studium na ten temat przedstawił niedawno Michał Wróblewski (M. Wróblewski, *Medykalizacja nadpobudliwości. Od globalnego standardu do peryferyjnych praktyk*, Universitas, Kraków 2018).

ale także możliwości ich kulturowego wywoływania⁵³. Warto także podkreślić, że z punktu widzenia akceptowanej przez nas perspektywy konstruktywistyczno-kulturalistycznej także ów aspekt biologiczny jest uregulowany kulturowo, gdyż to w ostateczności badacze zakorzenieni w danej kulturze przenoszą jej kryteria normalności⁵⁴ na określanie tego, co jest normą delikatności w układzie nerwowym, a co nie. Słowem – gdyby badacze żyli w kulturze znacznie bardziej „uwrażliwionej”, to ona byłaby prawdopodobnie normą, a zwykła wrażliwość odstępstwem od normy. Społeczeństwa pod kątem uznawania tego, co jest wrażliwością, brakiem wrażliwości, a nadwrażliwością, mogą zdecydowanie się różnić.

Innym, niezwykle mądrym i pięknym przykładem jest artykuł Jadwigi Mizińskiej pt. *Czułość*. Filozofka kultury opisuje w nim sposób widzenia i doświadczania świata poprzez chorobę Alzheimera, na którą cierpiała jej mama⁵⁵. Pokazuje ona, jak płytkim jest traktowanie tej choroby i towarzyszącej jej czułości na świat, której przykładem była mama autorki, jako wyniku starczego zdziecinnienia czy „rozmiękczenia mózgu”. To punkt widzenia ludzi „normalnych”, czyli dopasowanych i realizujących wzory swojej egocentrycznej i „przyśpieszonej” kultury, natomiast – jak przekonuje Mizińska – nasi „chorzy na Alzheimera” mogą nas wiele nauczyć i uprzytomnić. Pogarda dla starości i medykalizacja tej swoistej mniejszości kulturowych „odmieńców” zupełnie tej nauce nie sprzyja.

Iwona Kabzińska przywołała w swoim artykule postać Lwa Myszki z powieści Fiodora Dostojewskiego pt. *Idiota*. Zdaniem warszawskiej etnolog niektórzy nadwrażliwi są w jakimś stopniu jego odpowiednikami, albowiem: „U Dostojewskiego to postać głęboko uduchowiona, jest nośnikiem filozofii humanistycznej przeciwstawionej pazerności tego świata. Myszkin w powieści jest postacią współodczuwającą niedole osób, które napotyka na swojej drodze, przy swojej nadmiernie rozwiniętej wrażliwości przeżywa ból egzystencjalny”⁵⁶. Określenie „idiota” ma tu znaczenie metaforyczne, albowiem „[...] w świecie, w którym dominują silne, agresywne jednostki, ktoś, kto jest osobą tak delikatną, kto wszystkim przebacza i pochyla się serdecznie nad drugim człowiekiem, uważany jest za idiotę, frajera”⁵⁷, z kolei u Mizińskiej można by powiedzieć o figurze zdziecinniałego starca, któremu „pomieszało się w głowie”.

Neoliberalna kultura promuje ludzi nastawionych na swój własny sukces, niezadko kosztem innych („Maszeruj w neoliberalnym pochodzie albo giń”), osoby przebojowe, przedsiębiorcze, potrafiące się zaprezentować, „zrobić wrażenie”,

⁵³ A. Dobosz, *Myślenie magiczno-mityczne a schizofrenia*, Oficyna Wydawnicza Epigram, Bydgoszcz 2013.

⁵⁴ J. Sowa, *Kulturowe założenia pojęcia normalności w psychiatrii*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1984.

⁵⁵ J. Mizińska, *Czułość*, „Kwartalnik Polonistyczny. Konteksty Kulturowe” 2008, nr 4, s. 57–73.

⁵⁶ I. Kabzińska, *Nadwrażliwi – kulturowi „odmieńcy”*, „Etnografia Polska” 2017, t. 61, z. 1–2, s. 102.

⁵⁷ T. Stankiewicz-Podhorecka, *Zamiast Myszki Nastazja*, „Nasz Dziennik”, 25–26.02.2017, s. 12, cyt. za: I. Kabzińska, *Nadwrażliwi...*, *op. cit.*, s. 83–103.

potrafiące zbudować i kontrolować swój medialny wizerunek. Osoby przekonane o swojej wartości, pewności, że mają coś oryginalnego do powiedzenia światu, w czym ostatecznie nie ma niczego złego, gdyby jednak zechciały mówić od siebie, a nie głównie o sobie. Słowem – promuje hiperindywidualizm sprzężony z kulturą narcyzmu. Nie widzimy niczego droższego w indywidualizmie, wszak jest on cechą naszej nowożytno-europejskiej kultury zachodniej, ale dostrzegamy niebezpieczeństwa hiperindywidualizmu, co dobrze zdiagnozował Andrzej Szahaj⁵⁸, wskazując na egoizm i socjaldarwinizm, a my dodalibyśmy jeszcze – za Richardem Sennettem – upadek sfery publicznej⁵⁹ oraz – za Maciejem Musiałem – swoisty solipsyzm kulturowo-komunikacyjny czy wręcz autyzm kulturowy⁶⁰.

W takim obrazie naszej narcystycznej kultury osoby nadwrażliwe mogą z łatwością zostać zaliczone do „ludzi odpadów”, „ludzi na przemiał”, „ludzi zbędnych”, „ludzi nieprzystosowanych” w sensie baumanowskim⁶¹. Ze względu na swoją osobowość oraz styl życia nie mogą przystosować się do wymogów neoliberalnej rzeczywistości. Nie tylko, jak pisze Iwona Kabzińska, nie dostrzega się ich zdolności, bo nie są w ogóle za takie uznawane, ale i nie dostrzega ich potencjału w leczeniu innych, gdyż leczeni są oni sami⁶². Jak trafnie zauważa Magdalena Szpunar: „Kultura narcyzmu deprecjonuje wrażliwość, dostrzeganie emocji i potrzeb innych, które są postrzegane jako oznaki słabości i naiwności, na piedestał wynosząc rozbuchane do granic możliwości ego”⁶³. Nie znosi zatem jakiegokolwiek formy atopii. Atopia jest niefunkcjonalna, jest bowiem w sferze Innego, a nie tyranii Tego Samego.

To wszystko każe zastanowić się nad nowymi, przezroczystymi sposobami wykluczenia społecznego ludzi „innych”, o których antropologowie zawsze się upominali. W tym sensie kapitalne znaczenie mają badania nad wspólnotami „kulturowych odmieńców”, a w szerszej perspektywie refleksja nad kategorią (nie)potrzebnej wrażliwości, o której interesująco piszą antropologizujący medioznawcy⁶⁴. Takie

⁵⁸ A. Szahaj, *Epidemia narcyzmu*, „Rzeczpospolita. Plus Minus”, 3–4.11.2018, s. 36–37.

⁵⁹ R. Sennett, *Upadek człowieka...*, *op. cit.*

⁶⁰ M. Musiał, *Intymność i jej przemiany...*, *op. cit.*, s. 268–274.

⁶¹ Z. Bauman, *Życie na przemiał*, przeł. T. Kunz, Wydawnictwo Literackie, Kraków 2005.

⁶² I. Kabzińska, *Nadwrażliwi...*, *op. cit.*, s. 83–103.

⁶³ M. Szpunar, *Imperializm...*, *op. cit.*, s. 99.

⁶⁴ *Eadem, (Nie)potrzebna wrażliwość*, Instytut Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2018. Rzecz jasna – mamy tutaj na myśli, zgodnie z intencjami krakowskiej medioznawczyni, autentyczną wrażliwość/czułość, a nie jej medialny pozór, który może tę autentyczną symulować. Z tego względu należy być czujnym, gdyż tak jak w przypadku autentyczności, wrażliwość może być wrażliwością na sprzedaż i w gruncie rzeczy sprowadzić się do wymiaru wizerunkowo-marketingowego wpisanego w przemysł medialny. Wrażliwość na innych ludzi sprowadzi się ostatecznie do promocji samego siebie, inni staną się środkiem do celu, jakim jest widzialność mojej wrażliwości (wrażliwość istnieje, o ile jest postrzegana przez innych). W tym zakresie można powiedzieć o praktykach profesjonalnego kreowania wizerunku, m.in. celebrytów jako filantropów, oraz, co chyba nawet ciekawsze, swoistego „pomagania dla selfie”, tj. angażowania się w akcje pomocowe służące w gruncie rzeczy zdobyciu cyfrowej popularności, ale pod pretekstem

podejście zazębia się z refleksją nad depresją, jaką przedstawia Byung Chul-Han⁶⁵. Zmedykalizowana inność jest dobrym sposobem diagnozowania neoliberalnego stanu kultury, gdyż jak dekady temu zauważył Fromm: „Paradoksalnie najbogatsze społeczeństwa okazują się najbardziej chore, a postęp medycyny wewnątrz tych społeczeństw naznaczony jest wielkim wzrostem wszelkich form chorób psychicznych i psychosomatycznych”⁶⁶. Opisujący przez nas w duchu katastroficznym stan kultury jest stanem chorobowo-patologicznym, i to zarówno w sensie empirycznym, jak i metaforycznym. Co dalej z „wypalonym społeczeństwem”?

Bibliografia

- Bauman Z., *Życie na przemiał*, przeł. T. Kunz, Wydawnictwo Literackie, Kraków 2005.
- Boltanski L., Esquerre A., *Enrichment: A Critique of Commodities*, Polity, Cambridge 2020.
- Burszta W.J., *Narcyzm, kontrkultura i styl życia. W stronę kulturoznawstwa krytycznego*, w: *Ściągną konsumpcyjne. Próby z kulturoznawstwa krytycznego*, red. W.J. Burszta, M. Czubaj, Wydawnictwo Naukowe Katedra, Gdańsk 2013, s. 19–50.
- Burszta W.J., *Nowa biopolityka. Od selfhood do brainhood*, w: *Zwodnicze imaginarium. Antropologia neoliberalizmu*, red. W.J. Burszta, P. Jezierski, M. Rauszer, Wydawnictwo Naukowe Katedra, Gdańsk 2016, s. 183–209.
- Burszta W.J., *Preteksty*, Wydawnictwo Naukowe Katedra, Gdańsk 2015.
- Burszta W.J., *Teoria kultury, czyli „dłużej klasztoru niż przeora”*, w: *Kultura jako przedmiot badań. Studia filozoficzno-kulturoznawcze*, red. B. Kotowa, J. Sójka, K. Zamiara, Wydawnictwo Humaniora, Poznań 2001, s. 157–169.
- Burszta W.J., *Umykanie. Pomyślenia z etnografii życia* (w przygotowaniu).
- Cushman P., *Why the Self Is Empty*, „American Psychologist” 1990, No. 45, s. 599–611.
- Dobosz A., *Myślenie magiczno-mityczne a schizofrenia*, Oficyna Wydawnicza Epigram, Bydgoszcz 2013.
- Dziadek A., *Atopia – stadność i jednostkowość*, „Teksty Drugie” 2008, nr 1–2, s. 237–243.
- Fisher M., *Realizm kapitalistyczny*, przeł. A. Karalus, Instytut Wydawniczy Książka i Prasa, Warszawa 2020.
- Fromm E., *O byciu człowiekiem*, przeł. M. Barski, Ł. Kozak, Vis-à-Vis, Kraków 2017.

pomagania, gdyż wiele osób nie chce się przyznać, że tej popularności zwyczajnie pragnie (w swoim mniemaniu są krytyczni wobec dominujących wzorów), bo tak została zsocjalizowana.

⁶⁵ B.-Ch. Han, *The Burnout Society*, Stanford University Press, Stanford, CA 2015. Na ten temat zob. także: M. Fisher, *Realizm kapitalistyczny*, przeł. A. Karalus, Instytut Wydawniczy Książka i Prasa, Warszawa 2020; P. Cushman, *Why the Self Is Empty*, „American Psychologist” 1990, No. 45, s. 599–611. W artykule tym postawiono śmiałą hipotezę, iż depresja związana jest z samorefleksją i poszukiwaniem siebie, gdyż owo odpowiednio głębokie poddawanie się refleksji może doprowadzić do stwierdzenia, że jaźń jest pusta. Można więc powiedzieć, że ktoś taki rozpoznaje proces kulturowego konstruowania „siebie”, na który zupełnie nie był przygotowany, będąc przekonanym, że jakieś Ja istnieje i było ono zawsze gotowe. Jeśli amerykański psycholog ma rację, to psychologia jest nauką, która w pewnej mierze nieświadomie odpowiada za stworzenie leczonej przez siebie choroby.

⁶⁶ E. Fromm, *O byciu... op. cit.*, s. 37.

- Fromm E., *Rewolucja nadziei. Ku uczłowieczonej technologii*, przeł. H. Adamska, Rebis, Poznań 2000.
- Godzic W., *Obciach – to, czego celebryci nie znają*, w: *Moda na obciach. Materiały z Ogólnopolskiej Konferencji Kulturoznawczej „Moda na obciach. Co Polacy robią z kulturą popularną?”*, Wydawnictwo Wilk Stepowy, Elbląg 2008, s. 55–77.
- Gurczyńska-Sady K., *Człowiek jako słowo i ciało. W poszukiwaniu nowej koncepcji podmiotu*, Universitas, Kraków 2013.
- Han B.-Ch., *Good Entertainment: A Deconstruction of the Western Passion Narrative*, The MIT Press, Cambridge, MA 2019.
- Han B.-Ch., *In the Swarm*, The MIT Press, Cambridge, MA 2017.
- Han B.-Ch., *Psychopolitics: Neoliberalism and New Technological Power*, Verso, London 2017.
- Han B.-Ch., *The Burnout Society*, Stanford University Press, Stanford, CA 2015.
- Han B.-Ch., *The Expulsion of the Other*, Polity, Cambridge 2018.
- Han B.-Ch., *The Scent of Time: A Philosophical Essay on the Art of Lingerig*, Polity Press, Medford 2017.
- Heath J., Potter A., *Bunt na sprzedaż. Dlaczego kultury nie da się zagłuszyć*, przeł. H. Jankowska, Warszawskie Wydawnictwo Literackie Muza, Warszawa 2010.
- Kabzińska I., *Nadwrażliwi – kulturowi „odmieńcy”*, „Etnografia Polska” 2017, t. 61, z. 1–2, s. 83–103.
- Lasch Ch., *Kultura narcyzmu. Amerykańskie życie w czasach malejących oczekiwań*, przeł. G. Ptaszek, A. Skrzypek, Wydawnictwo Akademickie Sedno, Warszawa 2019.
- Mizińska J., *Czulość*, „Kwartalnik Polonistyczny. Konteksty Kulturowe” 2008, nr 4, s. 57–73.
- Motriuk A., *Tym razem się uda*, „Głos Mordoru” 2020, nr 1–2, s. 8.
- Musiak M., *Intymność i jej przemiany. Studium z filozofii kultury*, Universitas, Kraków 2015.
- Pessoa F., *Księga niepokoju spisana przez Bernarda Soaresa, pomocnika księgowego w Lizbonie*, przeł. M. Lipszyc, Lokator, Kraków 2013.
- Piotrowska J., *Ekspert, nauczycielka czy tyran? Postać Magdy Gessler w programie „Kuchenne rewolucje” (studium przypadku)*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2018, nr 4, s. 985–1000.
- Rydlewski M., *Dyssolucja kulturowa w nowych mediach na przykładzie magiczno-metamorficznego aspektu tożsamości wirtualnej*, „Kultura Współczesna” 2019, nr 4, s. 41–60.
- Rydlewski M., *Fikcjoniariusze fałszywej ideologii. Antropologia coachingu*, w: *Antropologia, media, komunikacja*, red. M. Czapiga, M. Rydlewski, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2019, s. 39–71.
- Rydlewski M., *„Nigdy nie przeżyłem takiego upokorzenia”. Victim show jako nowy gatunek medialny*, w: *Studia i perspektywy medioznawcze*, red. K. Konarska, P. Urbaniak, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2019, s. 105–119.
- Rydlewski M., *Nowi-starzy obcy w realnym kapitalizmie. Mieszkańcy polskiej wsi jako ofiary swojego stylu życia na przykładzie wybranych programów telewizyjnych*, w: *Retro sentyment, retro moda, retro nadzieje*, red. M. Czapiga-Klag, M. Rydlewski, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2020, s. 113–145.
- Rydlewski M., *Samoświadomość a gładkość funkcjonowania w kulturze*, w: *Zjawisko szaleństwa w kulturze*, red. M. Kasprówicz, M. Kopyciński, S. Drelich, Wydawnictwo Naukowe UMK w Toruniu, Toruń 2010, s. 66–77.
- Rydlewski M., *Scenariusze kultury upokarzania. Studium z antropologii mediów*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2019.

- Sennett R., *Upadek człowieka publicznego*, przeł. H. Jankowska, Warszawskie Wydawnictwo Literackie Muza, Warszawa 2009.
- Sowa J., *Kulturowe założenia pojęcia normalności w psychiatrii*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1984.
- Stankiewicz-Podhorecka T., *Zamiast Myszki* Nastazja, „Nasz Dziennik”, 25–26.02.2017, s. 12.
- Szahaj A., *Epidemia narcyzmu*, „Rzeczpospolita. Plus Minus”, 3–4.11.2018, s. 36–37.
- Szahaj A., *Kultura upokarzania*, „Odra” 2012, nr 2, s. 40–44.
- Szahaj A., *Poniżam, więc jestem?*, w: M. Rydlewski, *Scenariusze kultury upokarzania. Studium z antropologii mediów*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2019, s. 7–11.
- Szpunar M., *Imperializm kulturowy internetu*, Instytut Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2017.
- Szpunar M., *Kultura cyfrowego narcyzmu*, Wydawnictwo AGH, Kraków 2016.
- Szpunar M., *(Nie)potrzebna wrażliwość*, Instytut Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2018.
- Warchala M., *Autentyczność i nowoczesność. Idea autentyczności od Rousseau do Freuda*, Universitas, Kraków 2006.
- Wróblewski M., *Medykalizacja nadpobudliwości. Od globalnego standardu do peryferyjnych praktyk*, Universitas, Kraków 2018.
- Young R.M., *Darwin's Metaphor: Nature's Place in Victorian Culture*, Cambridge University Press, Cambridge 1985.

Źródła internetowe

- <https://noizz.pl/lifestyle/billie-sparrow-poetka-w-swiecie-youtubea/pxm6d7y> (dostęp: 7.03.2019).
- <https://www.aniamaluje.com/2014/03/historia-motywacyjna-od-patologii-do.html> (dostęp: 18.01.2019).