

Sławomir Iwasiów

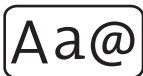
Cybernaryzm

Autobiografia. Literatura. Kultura. Media nr 2 (7), 187-198

2016

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.



AUTOBIOGRAFIA nr 2 (7) 2016 s. 187–198
ISSN 2353-8694
DOI: 10.18276/au.2015.2.7-13

ROZBIORY

SŁAWOMIR IWASIÓW*
Uniwersytet Szczeciński

Cybernarcyzm

Streszczenie

Niniejszy artykuł dotyczy związków autobiografii ze współczesnymi przejawami narcyzmu, który rozwija się w przestrzeni internetu. Z jednej strony popularna jest literatura auto/biograficzna, z drugiej strony – coraz więcej osób prowadzi konta na portalach społecznościowych, gdzie udostępniane są prywatne, a nierzadko intymne treści. W związku z tym autor mierzy się w artykule z takim problemem: jakie są związki pomiędzy rozwojem współczesnych mediów elektronicznych a dużym zainteresowaniem odbiorców (i twórców) literatury auto/biograficznej?

Słowa kluczowe

autobiografia, narcyzm, internet

We like the mirror and the mirror likes us.
Jonathan Franzen

„Lubimy lustro, a lustro lubi nas” – konstatuje amerykański pisarz w eseju z „New York Times’a” zatytułowanym *Liking Is for Cowards. Go for What Hurts*¹. W niniejszym tekście, biorąc pod

* Kontakt z autorem: siwasiov@wp.pl

¹ Jonathan Franzen, *Liking Is for Cowards. Go for What Hurts*, „New York Times” 2011, www.nytimes.com [dostęp 10.09.2016].

uwagę aforystyczne stwierdzenie Franzena, podejmując próbę opisanego, jakie formy przybiera obecnie lustro (literackie, medialne) i jak bardzo uległy zmianie narcystyczne zachowania od momentu, kiedy mityczny młodzieniec zakochał się w swoim odbiciu.

Za długie, żeby czytać

Dzisiaj wszyscy patrzymy na siebie, co znajduje – *nomen omen* – odzwierciedlenie w piśmiennictwie oraz przepływie ofert medialnych i być może jest najlepiej widoczne w powszechnie używanych mediach społecznościowych.

Na przykład Instagram to specyficzny gabinet luster, w którym każdy/każda ogląda nie tylko refleksy rzucane przez inne osoby, ale przede wszystkim podziwia swoje własne odbicia. W najnowszej książce Lva Manovicha – *Instagram and Contemporary Image* (2016) – zostały zawarte wyniki badań nad 16 milionami zdjęć opublikowanych na Instagramie, a to zaledwie wycinek uniwersum mediów społecznościowych². Z kolei na Facebooku największą sensację wzbudzają z reguły posty opatrzone zdjęciami – nikt nie ma czasu na czytanie rozbudowanych tekstów według zasady *tldr* (ang. – *too long, didn't read*). Główne założenie aplikacji Snapchat jeszcze bardziej odzwierciedla krótkie życie internetowych komunikatów: zdjęcia i filmy mogą być wyświetlone tylko raz, potem szybko znikają. YouTube stał się platformą, na której każdy może stworzyć własny kanał, a jednym z popularniejszych gatunków jest *vlog* – krótkie nagranie wideo (kilku-, kilkunastominutowe), coś w rodzaju internetowego filmu „pamiętnikarskiego”. Przykładów zapewne dałoby się znaleźć więcej, choć wszystkie te media łączy wspólna cecha: narcyzm użytkowników, podziwiających innych i oczekujących podziwu ze strony widowni.

Niemniej jednak dominujące w szybkiej komunikacji media cyfrowe (w tym przede wszystkim media społecznościowe) to jednak tylko część narcystycznej kultury XXI wieku. Prosty przykład: półki sieciowych księgarni zostały zdominowane przez literaturę faktu. Wchodzi w jej skład i biografistyka, i reportaż, i esej historyczny. Szczególnie ta pierwsza odmiana, biografia, jak również jej wariant – czyli autobiografia – znajduje obecnie zainteresowanie dużej liczby czytelników. W finałach ogólnopolskich i europejskich nagród literackich klasyczna fabuła powieściowa zaczyna wyraźnie przegrywać z reportażem i biografią (autobiografią). Im bardziej „prawdziwa” opowieść, tym potencjalnie większa szansa na nagrody, filmowe adaptacje i duże nakłady. Fikcja odchodzi w niepamięć, a „prawdziwa” opowieść, której bohaterem jest autor/autorka (jako reporter albo jako narrator intymnych historii). Część z tych literackich konwencji przenika zapewne do mediów społecznościowych – i na

² Zob. Lev Manovich, *Instagram and Contemporary Image*, www.manovich.net [dostęp 10.09.2016].

odwrot, ponieważ coraz częściej w narracjach prozatorskich pojawiają się odniesienia do stylu znanego z krótkich wpisów internetowych. I kolejny przykład: fabularne wątki powieści Joanny Bator *Ciemno, prawie noc* – książki popularnej, szeroko komentowanej i często nagradzanej – są przeplatane zapiskami z internetowych forów. Narracje użytkowników sieci – niekoniecznie te w powieści Bator – są czasem dziwniejsze od fikcji.

Wydaje się zatem, że opowiadanie o losach innych ludzi – albo w jeszcze większym stopniu: mówienie o sobie – jest tym sposobem literackiego wyrażania myśli, który opanowaliśmy na przełomie XX i XXI wieku do perfekcji. Autobiografia jest nie tylko gatunkiem literackim; „autobiograficzność”, jako modalność narracyjna, stała się cechą charakterystyczną kultury późnej, rozciągniętej w czasie nowoczesności. Mówienie (i pisanie) o sobie uchodzi za wyznacznik statusu, pozycji, umiejętności – ten, kto pisze esej autobiograficzny albo powieść z wątkami autobiograficznymi, albo reportaż, przeważnie uważany jest za „lepszego” (czyli: autentycznego) pisarza. Przykładem może być Andrzej Stasiuk, mistrz autobiograficznej autokreacji.

Nie inaczej sprawy się mają w przestrzeni wirtualnej, w której największą wartością jest umiejętność zaprezentowanie własnego wizerunku. Na ile te wirtualne „autobiografie” (profile, *vlogi*, kanały itp.) są powiązane z literackimi odpowiednikami? Cóż, na pewno nieco trudniej napisać kilkusetstronicową powieść – nawet najbardziej autobiograficzną – niż kilkuwersowy post na Facebooku czy 140 znaków na Twitterze. Są zatem „autobiografie” i „autobiografie” – ich poziom zależy i od formy, i treści. Nie ma jednak wątpliwości, że dzisiaj każdy/każda może być – nawet jeśli w ograniczonym sensie – twórcą/twórczynią autobiografii.

Można by rzec i tak: „Pokaż mi, co masz na swoim *wallu*, a powiem ci, kim jesteś”. Auto-promocja, promocja wizerunku, albo też – jak pisze Magdalena Szpunar w jednej ze swoich najnowszych publikacji – „kultura cyfrowego narcyzmu”³ – to określenia adekwatnie charakteryzujące zderzenie „wirtualnej rzeczywistości” i „realnej wirtualności”.

Inaczej jeszcze rzecz ujmując, jesteśmy „cybernarcyzami” – zapatrzonymi we własne i cudze odbicia ludźmi XXI wieku, którzy żyją w otoczeniu audiowizualnych mediów społecznościowych i w tych mediach kreują rozmaite wersje auto/biografii. Współczesny narcyz – bohater naszych czasów – to nie piękny młodzieniec wpatrzony w taflę lustra, ale skupiony na ekranie laptopa lub smartfona *youtuber*.

³ Zob. Magdalena Szpunar, *Kultura cyfrowego narcyzmu*, Wydawnictwa AGH, Kraków 2016.

Narcyz(m) w sieci

W thrillerze *Nerve* (USA 2016, reż. Henry Joost, Ariel Schulman) grupa nastolatków gra w popularną grę sieciową, która zasadami przypomina zabawę w „pytanie i wyzwanie”. Główna bohaterka, Vee, dołącza do rozgrywki z kilku powodów: trochę dlatego, że chce spróbować czegoś nowego; trochę dlatego, że pragnie przeciwstawić się mamie; i wreszcie dlatego, że namawia ją koleżanka, ambicjonalnie traktująca rywalizację o miano „królowej liceum”. Jeszcze inny powód z czasem przesłania te wcześniej wymienione: Vee szybko zostaje kimś, kogo obserwują i podziwiają tłumy. Całości obrazu dopełnia fakt, że dziewczyna poznaje przystojnego chłopaka – w tym sensie *Nerve* to nie tyle technothriller, ile film inicjacyjny, obyczajowy, opowiadający o wchodzeniu bohaterki w dorosłe życie.

Tytułowa gra funkcjonuje w sieci, choć sama rozgrywka toczy się w świecie realnym: wchodzący do *Nerve*, za pomocą smartfona, wybierają jedną z dwu kategorii: albo są Widzami, albo Graczami. Jeśli ktoś „obserwuje”, to jego/jej rola polega na wymyślaniu kolejnych, nierzadko karkołomnych zdań, które Gracze muszą wykonywać (są to rzeczy w rodzaju: „Przejdź po drabinie przerzuconej pomiędzy budynkami na wysokości piątego piętra” albo „Jeźdź na motocyklu z prędkością 100 km/h z zasłoniętymi oczami”). Nadrzędny warunek gry ma źródło, by tak rzec, technologiczne: każde zadanie musi być nagrywane smartfonem. Jeśli Graczom się powiedzie, to dostają pieniądze na konto i zdobywają uznanie widzów; jeśli zawiodą – tracą zainteresowanie widowni (i uzbieraną gotówkę). Mogą też zginąć, ponieważ zadania są coraz trudniejsze, podkreślane emocjami tłumu. I wreszcie trzecia opcja: jeśli ktoś przeciwstawi się regułom gry (jedna z tych reguł mówi, żeby nie donosić policji), to zostaje Więźniem. Nikt nie chce być Więźniem.

Vee wybiera rolę Gracza i w tym momencie rozpoczyna się jej przygoda na pograniczu dwóch światów – wirtualnego i realnego. Jak twierdzi Jacek Pyżalski, obie te płaszczyzny – przede wszystkim w odniesieniu do takich zjawisk, jak cyberprzemoc czy cyberbullying, które przebijają z akcji filmu – są trudne do oddzielenia⁴. I tak też skonstruowana jest fabuła *Nerve*: z jednej strony świat realny jest „planszą” (w myśl zasady: *All the world's a stage*), na której toczy się gra, z drugiej strony – oliwy do ognia dolewają żądni wrażeń Widzowie, śledzący każdy ruch Graczy za pośrednictwem aplikacji zainstalowanych na smartfonach i laptopach. Jest to swego rodzaju działanie przemocowe, ponieważ Widzowie wymyślają coraz trudniejsze zadania – nie zawsze po to, żeby Gracze mogli je wypełnić, ale raczej po to, żeby zobaczyć ich ewentualną, niemniej jednak przeważnie spektakularną, porażkę. Kto w związku z tym odpowiada za przebieg gry: Widzowie czy Gracze? Gdzie przebiega cienka

⁴ Zob. *Realność i wirtualność tworzą jeden świat*, z Jackiem Pyżalskim rozmawia Sławomir Iwasów, *Zachodniopomorski Dwumiesięcznik Oświatowy „Refleksje”* 2014, nr 3, s. 6–7.

granica między realnością a wirtualnością? Może, jak twierdzi wspomniany Jacek Pyżalski, obecnie ta granica uległa zatarciu?

Wydaje się, mimo wszystko, że twórcom *Nerve* chodziło o pokazanie nie tyle zderzenia wirtualnej rzeczywistości z realnym życiem, ile o zaproponowanie współczesnego obrazu „wirtualnej realności” czy też „realnej wirtualności”. Wprawdzie bohaterowie filmu „grają w rzeczywistość” – ponieważ wszystkie zadania wykonują w prawdziwym świecie, a nie w świecie stworzonym w środowisku cyfrowym (jak w grze wideo⁵) – ale każdy ich krok jest rejestrowany, „lajkowany” i „szerowany”, a zatem to wirtualność nakręca w tym wypadku tryby realności. Koło tej zabawy szybko się jednak domyka: gdyby nie Widzowie, nie byłoby Graczy, a sami Gracze nie bawiliby się w grę, gdyby nie motywowali ich do tego Widzowie – fotografujący, filmujący, „lajkujący” itd.

Cały film nie jest może najlepszym przykładem ambitnej kinematografii – to raczej obraz o nastolatkach dla nastolatków – ale nie brakuje w nim tematów ważnych i interesujących dla każdego typu widzów. Ponadto intryguje pytanie twórców: na ile, poprzez technologiczną rewolucję, wzbudzamy potrzebę podziwiania samych siebie? Czy nie jest tak, że Facebook, Twitter, Instagram, YouTube i Snapchat wytworzyły przestrzeń dla nowych form narcyzmu i uprawomocniły narcystyczne zachowania, sprowadzając je do poziomu codzienności? Kiedyś zdjęcia rodzinne były raczej czymś intymnym, oglądanie ich stanowiło prywatny rytuał, a dzisiaj fotografie otwarcie są prezentowane na portalach społecznościowych. Czy w związku z tym oglądanie siebie – i podglądanie innych – można uznać za *Zeitgeist* XXI wieku? Z której strony lustro współczesny narcyzyp wypatruje swojego odbicia?

Nastolatki w filmie *Nerve* są uzależnione od smartfonowych ekranów. Obserwują siebie – patrzą na innych. Potwierdzenia własnej wartości szukają w liczbie „zalaikowanych” filmów, na których robią niebezpieczne rzeczy. Za garść dolarów i dla pokłasku sprzedają swoją tożsamość, stawiają na ostrzu noża swoje życie, karmią fantazje niezaspokojonego tłumu widzów. Anthony Giddens – diagnozując problemy społeczne ery mediów cyfrowych w perspektywie prac Christophera Lascha – zwrócił uwagę, że głównym przejawem patologii

⁵ Jak twierdzi Piotr Kubiński, autor książki *Gry wideo. Zarys poetyki*, nie wolno nie doceniać wpływu gier na współczesną kulturę. „Wpływ poetyki gier da się wskazać w różnorodnych formach tekstowych, a także w takich sferach działalności człowieka, jak marketing, zarządzanie czy edukacja” (Piotr Kubiński, *Gry wideo. Zarys poetyki*, Universitas, Kraków 2016, s. 26). Nie jest zatem tylko tak, że jedynie twórcy gier wideo inspirowali się literaturą czy filmem, mamy również do czynienia z sytuacją odwrotną: dzisiaj i książki, i filmy czerpią dużo z poetyki gier.

późnonowoczesnych społeczeństw jest narcyzm, wynikający ze zbyt dużego skupienia uwagi na sobie, a zbyt małej uwagi wobec innych⁶.

Oczywiście, *Nerve* wyolbrzymia pewne problemy i przerysowuje konkretne sytuacje. Jak to w amerykańskim filmie – chciałoby się rzec. Wszyscy młodzi ludzie są ładnie ubrani, nie muszą chodzić do szkoły, raczej nie pracują. Rodzice też ich nie pilnują (oprócz zatroskanej mamy Vee, która jest chyba jedyną, choć przecież drugoplanową „dorosłą” postacią w filmie). Licealiści wpadają zatem w pułapkę cybernarcyzmu, połączonego z czymś w rodzaju cyber-sadyzmu czy cyberbullyingu: jedni obserwują, jak drudzy się zmagają z przeciwnościami losu, i rzucają im kłody pod nogi.

Opowieść kończy się dobrze, choć nie jest to zakończenie pocieszające. Konkluzja jest taka: grę trzeba sabotować, rozmontować, zniszczyć od środka – to jedyny sposób, żeby wyzwolić się z jej sideł. Na końcu wszyscy, Gracze i Widzowie, przechodzą do trybu *offline*. Czy na zawsze? Czy można uwolnić się od sieci, gier, cybernarcyzmu? Czy współczesne media i nowoczesne technologie nie są przyczyną powstawania zachowań na granicy społecznej patologii?

Narcyzm w (cyber)kulturze – kultura (cyber)narcyzmu

Pojęcie „kultura narcyzmu” zostało ukute przez wspomnianego Christophera Lascha, którego książka, pod takim właśnie tytułem, ukazała się niedawno w polskim tłumaczeniu (oryginalne wydanie pochodzi z 1979 roku)⁷. Lasch zdiagnozował w niej ponowoczesne społeczeństwo jako siedlisko zapatrzonych w siebie konsumentów, ludzi stawiających osiągnięcia jednostki ponad dobrem wspólnym, korporacyjnych wyrobników spełniających się w samozachwyce. Paweł Ciołkiewicz, recenzując dzieło amerykańskiego historyka, dopasowywał tezy z lat siedemdziesiątych XX wieku do współczesności:

Mówiąc o mediach nie sposób dziś nie wspomnieć także o portalach społecznościowych, które stają się obszarem, gdzie narcyzm idzie w parze z nieposkromionym ekshibicjonizmem. Wprawdzie nie brakuje medioznawczych diagnoz, według których media społecznościowe wnoszą do życia społecznego wiele pozytywnych zjawisk, ale trudno pominąć milczeniem także zjawiska ewidentnie negatywne⁸.

⁶ Anthony Giddens, *Nowoczesność i tożsamość. „Ja” i społeczeństwo w epoce późnej nowoczesności*, przeł. Alina Szulżycka, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010, s. 263–268.

⁷ Zob. Christopher Lasch, *Kultura narcyzmu. Amerykańskie życie w czasach malejących oczekiwań*, przeł. Grzegorz Ptaszek, Aleksander Skrzypek, Wydawnictwo Akademickie Sedno, Warszawa 2015.

⁸ Paweł Ciołkiewicz, „*Brawo ja*”, czyli wszyscy jesteśmy narcyzami, „Interdyscyplinarne Studia Społeczne” 2016, nr 1, s. 83.

Lasch nie mylił się wtedy, blisko czterdzieści lat temu, i wciąż pozostaje aktualny – twierdzi recenzent.

Do rozpoznania Christophera Lascha nawiązała Magdalena Szpunar w przywołanej już książce *Kultura cyfrowego narcyzmu* – badaczka również kreśli niepokojącą wizję kultury późnej nowoczesności. Medioznawczyni twierdzi, że:

Rozdźwięk pomiędzy tym, co realne, a idealne, czy wyobrażeniowe ma znaczenie wtórne. Narcystycznym zachowaniom sprzyja technologiczny duch epoki, który wzmacnia i utrzymuje narcystyczne inklinacje jednostek. Stąd uprawnione wydaje się być mówienie nie tylko o narcyzmie jednostek, ale narcyzmie całej kultury, której totalna permissywność przybrała rozmiar karykaturalny⁹.

Szpunar rozpoczyna opowieść o narcystycznej kulturze XXI wieku od przywołania różnych wersji dobrze znanego mitu. Mimo rozmaitych wariantów (greckiego, Owidiusza, Kanona) Narcyz zawsze musi zapłacić najwyższą cenę za przejawy samozachwyty – nie znajduje przecież ani miłości, ani przyjaźni, ani tak bardzo pożądanego podziwu. „Niezależnie od różnych wersji przypowieści o Narcyzie, jego figura pozostaje zasadniczo niezmienna, ukazując go jako reprezentację niedojrzałości, egoizmu, zogniskowania na sobie, czy nieumiejętności obdarzenia innych uczuciem”¹⁰ – autorka wylicza „grzechy” mitycznego młodzieńca.

Mit to jednak jedynie podstawa do teoretycznych rozważań podejmowanych w książce *Kultura cyfrowego narcyzmu*. Istnieją bowiem, według Szpunar, trzy główne sposoby postrzegania zachowań narcystycznych. Pierwszy – to „narcyzm genetyczny”, związany z rozwojem człowieka; drugi – „narcyzm kliniczny”, traktowany jako choroba; trzeci – „narcyzm społeczny” – to postawa, którą jednostka przejawia wobec otoczenia¹¹. Ten trzeci sposób rozumienia narcyzmu autorka rozwija w dalszej części swoich rozważań, za przykład przyjmując tezy z książki *Kultura narcyzmu*.

To właśnie prace Lascha – twórcy terminu „kultura narcyzmu” – są punktem odniesienia krakowskiej badaczki. „Autor ten za kluczowe czynniki sprzyjające narcyzmowi uznaje biurokrację, rozprzestrzenianie się obrazów, terapeutyczne ideologie, kult konsumpcji oraz przemiany dokonujące się w obrębie rodziny”¹² – stwierdza autorka *Kultury cyfrowego narcyzmu*. Nie mniejsze znaczenie ma rozwój mediów – przede wszystkim telewizji, która stała

⁹ Magdalena Szpunar, *Kultura cyfrowego narcyzmu*, s. 9.

¹⁰ Tamże, s. 15.

¹¹ Tamże, s. 15–16.

¹² Tamże, s. 51.

się zwierciadłem kultury XX wieku. „Ramówka telewizyjna aż roi się od narcystycznego celebrytwa własnego wyglądu i kultu własnych osiągnięć”¹³ – zauważa Szpunar.

Telewizja, jaką znamy jeszcze z XX wieku, to jednakowoż przeżytek – Pierre Bourdieu twierdził w latach dziewięćdziesiątych XX wieku, że telewizja u progu milenium była zdominowana przez formaty typu *talk show*, w których tania sensacja mieszała się z równie błahym ekshibicjonizmem¹⁴. Telewizja XXI wieku przekształciła się pod wpływem internetu – to „użytkownicy” zaczynają wkraczać na scenę telewizyjnych programów, przede wszystkim w formatach w rodzaju *talent show*, gdzie każdy może zostać (jak na YouTube) bohaterem pięciu minut przed kamerą – w erze mediów cyfrowych narcyzm zaczyna przybierać zupełnie nowe oblicze.

Nietrudno przy tym dostrzec, że wraz z upowszechnieniem internetu przybyło zachowań narcystycznych – coraz większa liczba „luster” przyciąga coraz więcej osób chętnych do podziwiania własnych odbić. Właśnie to chyba stanowi kolejną różnicę pomiędzy „klasycznym” narcyzem a jego uwspółcześnioną wersją: cybernarcyzm ma wiele odbić, pomnaża je, powiela, żeby dotrzeć do jak największej liczby osób. Jak diagnozuje Magdalena Szpunar:

Internet jest medium narcystycznym, umożliwiającym erupcję zachowań skierowanych na własne ja. Dziesiątki aplikacji służą wielu celom, ale przede wszystkim wspierają celebrowanie samego siebie. Medium to, jak żadne inne wzmacnia i podtrzymuje narcystyczne inklinacje jednostek, sprawiając, że kluczowa staje się autoprezentacja i odpowiednio spreparowana prezentacja samego siebie. Intensyfikując niezwykle wyraźne tendencje kultury opartej na wizualności, staje się źródłem epidemii narcyzmu. Narcyzmu, którego skala dzięki cyfrowemu obliczu zdaje się nie mieć końca¹⁵.

Słowa te otwierają rozdział książki *Kultura cyfrowego narcyzmu* zatytułowany *Cyfrowa odłona narcyzmu*. Interesujące, że jako motto autorka wybrała fragment autobiograficznej prozy Andrzeja Stasiuka z tomu *Dziennik pisany później*. Przytoczony fragment – zawierający słowa: „Żeby obraz był ostrzejszy, żeby mieć pikseli przynajmniej z miliard” – to dość typowa dla tego autora obserwacja, która polega na zestawieniu „naturalnej” narracji o podróży z obserwacją rozpanoszonej turystyki: ponowocześni turyści robią nikomu niepotrzebne zdjęcia, odtwarzają to, co jest odbitką kolejnej odbitki. Zatem doświadczenie poznawania

¹³ Tamże, s. 53.

¹⁴ Pierre Bourdieu, *O telewizji. Panowanie dziennikarstwa*, przeł. Karolina Sztandar-Sztanderska, Anna Ziółkowska, red. i przedmowa Małgorzata Jacyno, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2009, s. 79.

¹⁵ Magdalena Szpunar, *Kultura cyfrowego narcyzmu*, s. 147.

świata rozpływa się – zdaniem Stasiuka i chyba zdaniem Szpunar – w nieskończonym szeregu „własnych kopii”, a ten, kto powinien poznawać rzeczywistość, w gruncie rzeczy nastawiony jest jedynie na podziwianie samego siebie. Trudno mimo wszystko uznać Stasiuka za pioniera krytycznego myślenia na temat związków podróży, turystyki i mediów. Jak stwierdził Zygmunt Bauman, choćby w tomie *Etyka ponowoczesna*, mieszkańcy świata późnej nowocześnieści to pielgrzymi bez celu pielgrzymki¹⁶. Dzisiaj wszyscy dobrze wiedzą, jaki jest cel „pielgrzymki” – chodzi przecież o to, żeby zrobić jedyne w swoim rodzaju *selfie*. John Urry wykazał, że w nowoczesnym i ponowoczesnym świecie przepływ obrazów jest podobnym przejawem mobilności jak podróżowanie ludzi czy transfer idei¹⁷. To zdjęcia dzisiaj podróżują, wcale nie wolniej niż ludzie – przez Facebook, Instagram, Snapchat.

Robienie sobie zdjęć – w różnych sytuacjach – i prezentowanie ich (dosłownie) światu to właśnie znak naszych czasów. Współczesny człowiek fotografuje już nie tylko innych ludzi, miejsca, zdarzenia – robi zdjęcia przede wszystkim sobie, rozciągając granice narcyzmu. Od przeglądania się w lustrze do *selfie* – długą drogę przebył mityczny młodzieniec. Nie przez przypadek zatem Magdalena Szpunar kończy swoją książkę analizą pojęcia *selfie* jako emanacji kultury cyfrowego narcyzmu. Autorka opisuje nas samych w takich słowach:

Niepewne siebie i zalęknione jednostki niezwykle łatwo uzależniają się od pochwał otrzymywanych od oglądającej ich (choćby wirtualne) publiczności. Bycie dostrzeżonym oznacza dzisiaj tyle, co bycie obdarzonym uznaniem. Gdy mamy do czynienia z deficytem uwagi, narcystyczny człowiek sięga po środki kompensacyjne – bogactwo, prestiż i władzę, niwelujące brak zainteresowania ze strony innych. Pozwalają one ponownie zogniskować na sobie uwagę otoczenia. Konkutowanie o uwagę innych stanowi formę nie tyle przypominania o sobie, co konieczność wyprzedzania innych. Internet oferuje szansę na zaistnienie niemal wszystkim, jednakże status gwiazdy zapewnia jedynie nielicznym¹⁸.

Dodać należałoby, że „kultura cyfrowego narcyzmu” pogłębia nierówności społeczne. Nie tylko dlatego, że nie wszyscy mają równy dostęp do najnowszych technologii i mediów, ale także dlatego, iż nie wszystkim są tak samo dostępne „środki kompensacyjne”. Dlatego nastolatki z filmu *Nerve* trudno uznać za przykłady postnowoczesnych everymanów – nie każdy jest młody, piękny i mieszka w amerykańskiej metropolii.

¹⁶ Zygmunt Bauman, *Włóczęga i turysta: typy ponowoczesne*, w: Zygmunt Bauman, *Etyka ponowoczesna*, przeł. Janina Bauman, Joanna Tokarska-Bakir, przekład przejrzał Zygmunt Bauman, PWN, Warszawa 1996, s. 326–333.

¹⁷ Zob. John Urry, *Socjologia mobilności*, przeł. Janusz Stawiński, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2009.

¹⁸ Magdalena Szpunar, *Kultura cyfrowego narcyzmu*, s. 182.

Pytanie tylko, gdzie kończy się narcyzm, a zaczyna narcystyczna utopia? Czy wciąż można być Narcyzem w narcystycznym świecie? Jean Baudrillard twierdził, że narcyzm to cecha naszej cywilizacji. „Fantazmat uchwycenia rzeczywistości na żywo, bez jakiegokolwiek pośrednictwa, trwa niezmiennie od czasów Narcyza pochylonego nad swym odbiciem w źródle”¹⁹ – pisał francuski socjolog. Czy narcystyczna kultura nie doprowadzi w końcu do przesilenia, implozji, rozpadu, kiedy okaże się, że już wszyscy są Narcyzami i nie ma komu podziwiać cudzego samozachwyty?

Zakończenie: kto odłączy cybernarcyza od sieci?

Gdzie w tym wszystkim miejsce dla literatury i autobiografii? Myślę, że literatura może stanowić remedium na choroby społeczne XXI wieku, może leczyć: zanik więzi społecznych, brak zaufania, nieefektywność edukacji itp. W tym sensie i Lasch, i Baudrillard, i Giddens – to wczorajsze *newsy*. Potrzebujemy dzisiaj raczej krytycznej teorii mediów, która pokazywałaby, jak można twórczo wykorzystać media i co można z nimi zrobić, choćby w przestrzeni edukacji.

W dużej mierze „kultura cyfrowego narcyzmu” będzie prowadziła – jeśli już tego nie robi – do wytworzenia swojego przeciwieństwa, czyli „kultury niecyfrowego altruizmu”. Oznaczałoby to wszak, że współczesny człowiek do pewnego stopnia powinien porzucić albo rozpocząć myślenie o porzuceniu – choć zapewne niezupełnie – części swoich przyzwyczajzeń wynikających z korzystania z mediów cyfrowych, nowych mediów, wszelkich nowoczesnych technologii.

Na problem uzależnienia społecznej aktywności człowieka od mediów cyfrowych zwrócił uwagę m.in. Manfred Spitzer, autor takich książek, jak *Cyfrowa demencja* (2013) i *Cyberchoroby* (2016). Teza niemieckiego psychologa i psychiatry brzmi mniej więcej tak: jeśli będziemy bezgranicznie ufać mediom cyfrowym oraz nowym technologiom, to będziemy musieli zmierzyć się ze skutkami ich oddziaływania: apatią, neurozą, depresją itd. Internet i media społecznościowe tylko pozornie pomagają nawiązywać wartościowe kontakty międzyludzkie – w rzeczywistości są raczej przyczyną społecznych erozji i degradacji komunikacji społecznej. Uczniowie, siedząc w szkolnych ławkach, trzymają głowy nisko spuszczone. Boją się? Nudzą się? Nie, najzwyczajniej w świecie nie słuchają, ponieważ trzymają wzrok utkwiony w ekranach smartfonów.

Można ufać Spitzerowi, można też nie zgadzać się z jego tezami – faktem jest jednak, że dzięki internetowi komunikacja przyjęła rozmiary globalne, przełamała pewne bariery (choć niektóre umocniła), zbliżyła ludzi do siebie (choć czasem oddaliła niektóre jednostki

¹⁹ Jean Baudrillard, *Symulakry i symulacja*, przeł. Sławomir Królak, Wydawnictwo Sic!, Warszawa 2005, s. 131.

od świata). Być może zatem nie jest najlepszym pomysłem wprowadzanie do edukacji na wszystkich etapach – poczynając od najmłodszych dzieci – pomocy dydaktycznych opartych na technologicznych nowinkach. Prawdopodobnie sensownym rozwiązaniem metodycznym – i alternatywą dla mediów cyfrowych – będzie rozwijanie „tradycyjnych” kompetencji, jak czytanie, dyskusowanie i pisanie.

Taką tradycyjną kompetencją jest także tworzenie autobiografii, w sensie literackim, narcyzyjnym: nie od rzeczy zatem – jako remedium na „cyberchoroby” – mogą być warsztaty kreatywnego pisania tekstów autobiograficznych. Każdy ma przecież swoją biografię i może się nią podzielić z innymi – niekoniecznie w narcyzyjnym sensie, wrzucając fotkę na Facebooka, która szybko zostanie „przeskrolowana” i zapomniana. Lustro nas lubi, to prawda, ale może trzeba na chwilę odwrócić od niego wzrok?

Jeśli tak się nie stanie – jeśli cyberkultura nie znajdzie krytycznych punktów odniesienia – można spodziewać się najgorszego. Cybernarycz prawdopodobnie rozplynie się w zmultiplikowanych obrazach samego siebie – w końcu nie rozpozna swojego odbicia i straci tożsamość.

Bibliografia

- Baudrillard Jean, *Symulakry i symulacja*, przeł. Sławomir Królak, Wydawnictwo Sic!, Warszawa 2005.
- Bauman Zygmunt, *Włóczęga i turysta: typy ponowoczesne*, w: Zygmunt Bauman, *Etyka ponowoczesna*, przeł. Janina Bauman, Joanna Tokarska-Bakir, przekład przejrzał Zygmunt Bauman, PWN, Warszawa 1996, s. 326–333.
- Ciołkiewicz Paweł, „Brawo ja”, czyli wszyscy jesteśmy narcyzami, „Interdyscyplinarne Studia Społeczne” 2016, nr 1, s. 77–86.
- Franzen Jonathan, *Liking Is for Cowards. Go for What Hurts*, „New York Times” 2011, www.nytimes.com [dostęp 10.09.2016].
- Giddens Anthony, *Nowoczesność i tożsamość. „Ja” i społeczeństwo w epoce późnej nowoczesności*, przeł. Alina Szulżycka, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010.
- Iwasiów Sławomir, *Realność i wirtualność tworzą jeden świat*, z Jackiem Pyżalskim rozmawia Sławomir Iwasiów, Zachodniopomorski Dwumiesięcznik Oświatowy „Refleksje” 2014, nr 3, s. 6–7.
- Kubiński Piotr, *Gry wideo. Zarys poetyki*, Universitas, Kraków 2016.
- Lasch Christopher, *Kultura narcyzmu. Amerykańskie życie w czasach malejących oczekiwań*, przeł. Grzegorz Ptaszek, Aleksander Skrzypek, Wydawnictwo Akademickie Sedno, Warszawa 2015.
- Manovich Lev, *Instagram and Contemporary Image*, www.manovich.net [dostęp 10.09.2016].
- Szpunar Magdalena, *Kultura cyfrowego narcyzmu*, Wydawnictwa AGH, Kraków 2016.
- Urry John, *Socjologia mobilności*, przeł. Janusz Stawiński, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2009.



Cyber narcissism

Summary

The article is focused on the relations between autobiography and present-day narcissism, which takes a whole new turn within the cyberspace. On the one hand, we can observe significant popularity of autobiographical literature, on the other – more and more people create their image using internet and social media. Therefore the author is trying to answer to a significant question: what is the main connection between new media and autobiographical literature?

Keywords

autobiography, narcissism, internet

Translated by Sławomir Iwasiów

PROSIMY O CYTOWANIE TEGO ARTYKUŁU JAKO:

Sławomir Iwasiów, „Cybernarcyzm”, *Autobiografia. Literatura. Kultura. Media* 2 (7) (2016): 187–198. DOI: 10.18276/au.2016.2.7-13