

NOWE SPOJRZENIE NA NARCYZM

Magdalena Szpunar, Kultura cyfrowego narcyzmu, Kraków 2016, Wydawnictwa AGH, ss. 219.

Narcyzm jako pojęcie ma bardzo wiele definicji, najprostszą z nich jest używanie tego pojęcia jako miłości własnej. Klasyczny opis zachowań narcystycznych znajdujemy w micie o Narcyzie, skąd zaczerpnięto nazwę dla zaburzeń narcystycznych. W owym micie Narcyz zostaje ukarany przez bogów miłością niemożliwą do spełnienia tj. do siebie samego.

Autorka w swojej książce pt. „Kultura cyfrowego narcyzmu” rozważania nad zagadnieniem narcyzmu rozpoczyna od przytoczenia znanemu wszystkim mitu o Narcyzie. Szpunar przytaczając mit, wymienia trzy główne trajektorie, wokół których toczy się dyskurs problematyki narcyzmu. Spośród trzech perspektyw wybiera tę, która według autorki jest najbardziej odpowiednia dla problematyki przez nią poruszaną tzn. ujęcie narcyzmu jako postawy charakteru przejawianej wobec otoczenia. Można uznać, że właśnie ta perspektywa będzie najbardziej odpowiednia dla rozważań socjologicznych na temat narcyzmu, gdyż wkracza ona w krąg tego, co uwarunkowane kulturowo, co dotyka całych społeczności znajdujących się w jednym kręgu kulturowym. Medioznawca argumentuje swój wybór tym, że dominacja narcystycznego wzorca we współczesnej kulturze może pociągać za sobą pewne trudności w ustaleniu granic pomiędzy tym, co jest normą, a tym, co może się objawiać jako narcystyczne zaburzenia.

Następnie po argumentacji perspektywy patrzenia na zagadnienie narcyzmu mamy dość płynne przejście do teoretycznych zagadnień, gdzie autorka przybliża postrzeganie narcyzmu na przestrzeni lat, w tej części skupiając się głównie na psychologicznym ujęciu, co stanowi wprowadzenie dla czytelnika jak pojęcie narcyzmu różnie było definiowane w naukach społecznych. Dalej mamy nawiązanie do Christophera Lascha, który nie mógł być pominięty w analizie dyskursu narcyzmu w kulturze cyfrowej. Autorka jako punkt odniesienia wybiera kulturę Amerykańską, co moim zdaniem jest kolejnym dobrym wyborem ponieważ właśnie ta kultura najbardziej, w obecnych czasach promuje indywidualny sukces jednostek, realizowanie własnych potrzeb ponad interes grupy, w której jednostka funkcjonuje oraz kładzie nacisk na wygląd zewnętrzny. Wszystkie te czynniki mogą mieć kluczowy wpływ na promowanie zachowań narcystycznych wśród całego społeczeństwa.

Kolejnym – według mnie kluczowym – zagadnieniem poruszonym w książce, a bezpośrednio wiążącym się z kulturą cyfrowego narcyzmu, jest przejmowanie sfery prywatnej na rzecz sfery publicznej. Moim zdaniem bardzo dobrze, że autorka poruszy-

ła to zagadnienie ponieważ obecnie w erze Facebooka, Instagrama i Snapchata sfera prywatna została praktycznie całkowicie utracona. Wszystko co prywatne, obecnie jest upubliczniane w celu pochwalenia się swoim życiem, czy - jak stwierdza autorka - na rzecz kreowania własnego nieprawdziwego wizerunku. Celnie uchwycone zostało to, że obecnie większość treści publikowanych na różnego typu portalach społecznościowych ma na celu ukazywanie siebie takiego, jakim człowiek chciałby być, a nie takim, jaki jest. Autorka jako przykład takich zachowań podaje przygotowania do robienia sobie *selfie* i wybór jedynie jednego z dziesiątek zdjęć, które odpowiada fotografowi i które spełnia jego często duże oczekiwania wobec siebie.

Następnym równie ważnym zagadnieniem poruszonym przez badaczkę jest promowanie przez różnego typu firmy sztucznych potrzeb wśród społeczności. Coraz częściej jak zauważa autorka ludzie przywiązują się do marek. Jednak jest to dość specyficzne przywiązanie, które objawia się chorobliwym podążaniem za coraz to nowszymi produktami danej firmy, tylko po to, by być *trendy* lub po to, by poprawić sobie własną samoocenę co może mieć bezpośredni związek z tym, że takie jednostki przejawiają zachowania narcystyczne. Firmy obecnie obrały taką drogę marketingu mającą na celu namawianie swoich klientów na kupowanie nowych produktów, ponieważ jest to wyznacznikiem przynależności do pewnych grup społecznych. Przez to ludzie, mimo że np. ich poprzedni telefon komórkowy jest całkowicie sprawny, wyrzucają go na rzecz nowego modelu wydanego przez ich ulubioną markę, z obawy wykluczenia z kręgu społecznego, z którym się utożsamiają i do którego chcą za wszelką cenę należeć.

Podsumowując: według mnie książka Magdaleny Szpunar pt. „Kultura cyfrowego narcyzmu” bardzo dobrze opisuje dyskurs kulturowego narcyzmu w obecnych czasach. Autorka po krótkim wprowadzeniu czytelników w meandry postrzegania narcyzmu w naukach społecznych bardzo trafnie utożsamia kulturowy narcyzm z takimi zagadnieniami jak promowanie fałszywych potrzeb czy przejmowanie sfery prywatnej na rzecz sfery publicznej. Sądzę, że książka jest bardzo ciekawą propozycją socjologiczną dla osób zainteresowanych problematyką kreowania społeczności przez media. Publikacja wyjaśnia, jak wielkie koncerny kształtują obecnie swoją politykę sprzedaży, wykorzystując coraz bardziej widoczne zachowania narcystyczne wśród społeczności (szczególnie amerykańskiej). ■

Adam Dzieja