

DOI:

## KULTURA SELFIE

KRZYSZTOF ZAJDEL

ORCID <https://orcid.org/0000-0001-6479-1970>

Uniwersytet Zielonogórski

### Krótki rys historyczny

**M**ożna domniemywać, iż początki zjawiska kultury selfie sięgają czasów pojawienia się lustra czy innych przedmiotów, w których można było się przeglądać, zaspakajając swoje narcystyczne potrzeby. Jak pisze Ana Peraica (2017, s. 18), najstarsze lustra znaleziono w Anatolii i można je datować na 4000 rok p.n.e. Grecy przypisywali lustro bogu Hefajstosowi, który podarował je swojej żonie. Pierwsze lustra zawierały trucizny, takie jak arsen czy antymon, dość często postrzegano lustra jako narzędzia diabła, a kobiety które z nich korzystały oskarżano o czary. W odległych czasach lustra nie były tanie, wymagały pracy ręcznej i umiejętności rzemieślniczych niedostępnych każdemu. Dopiero w 1665 r. we Francji rozpoczęto masową produkcję luster i ceny zaczęły spadać. Ludzie, którzy przeglądali się w lustrach, mogli zobaczyć, jak wyglądają, w tym też okresie wzrosła świadomość praktyk pielęgnacyjnych i co się z tym wiąże: wyglądu ludzi. W średniowieczu dość długo uważano, iż autoportret ma pewne cechy obrazoburcze, z drugiej strony akceptowano „autoportrety” świętych i Chrystusa. Do dzisiaj odbicie Jezusa w materiale (np. Całun Turyński) można uznać za rodzaj autoportretu, który urósł do miana świętości. Obrazy przedstawiające świętych czy samego Zbawiciela traktowano jako dzieła malowane bez świadomości artysty, który je tworzył, jako bezpośrednie autoportrety boskości.

Wszystko zmieniło się, kiedy pojawiły się pierwsze aparaty fotograficzne. Wykonanie autoportretu pierwszym sprzętem fotograficznym było bardzo trudne, gdyż nie posiadał on samowyzwalacza. Dopiero w 1918 r. opatentowano wyzwalacz migawki (Peraica, 2017, s. 20). Czasomierz pozwalający zrobić zdjęcie po upływie określo-

nego czasu wszedł do powszechnego użytku około 1938 r. (było to od pół sekundy do 3 minut na zrobienie zdjęcia, aby ustawić się na planie miejsca, gdzie chcieliśmy zrobić sobie fotografię). Dawało to możliwości robienia autoportretów nawet niedoświadczonym osobom. Lata 60. XX w. spowodowały masowy rozwój różnego rodzaju urządzeń fotograficznych, w tym znanego w późniejszych latach Polaroidu, to także rozwój kultowej marki Kodak w USA.

## Od zdjęcia do selfie

Samo selfie to stosunkowo nowe zjawisko w mediach społecznościowych. Pomimo ogromnej liczby selfie wysyłanych do mediów i sieci społecznościowych, aby zrozumieć to zjawisko, potrzeba wielu badań. Jak piszą badacze z Polski, częstotliwość wysyłania selfie ma związek z osobowością użytkownika mediów społecznościowych (Sorokowski i in., 2016). Wielu psychologów zajęło się badaniem tego fenomenu w odniesieniu do osobowości właśnie, a także płci wykonawców. I tak, wyniki sparowanych badań testowych (1 i 2) wykonanych przez Piotra Sorokowskiego i in. wykazały, że kobiety uczestniczące w badaniach zadeklarowały wysłanie i publikowanie znacznie większej liczby własnych selfie i selfie grupowych niż mężczyźni (Sorokowski i in., 2015). Pomimo faktu, że większość serwisów społecznościowych, takich jak Facebook czy Twitter, zostało uruchomionych ledwie dekadę temu, to dziś biorą w nich udział setki milionów ludzi na całym świecie. Według danych z 2018 r. codziennie tylko do serwisu Facebook zagląda 1,01 miliarda użytkowników (dane: Social Media Marketing z 2018 r.). Jak piszą Susan C. Herring i Sanja Kapidzic, nastolatki są najbardziej zapalonymi użytkownikami zarówno Internetu jak i mediów społecznościowych. Prawie wszystkie nastolatki z USA (95%) w wieku 12 do 17 lat są online w porównaniu do 78% dorosłych. Spośród tych nastolatków aż 80% z nich ma profile na portalach społecznościowych w porównaniu do tylko 64% trzydziestolatków (Herring, Kapidzic, 2015, s. 2)

Trzeba też sobie powiedzieć, że badacze rozróżniają różnego rodzaju selfie, np.: fotografowanie siebie samego na tle lustra, w dziwnych pozach, np. z tzw. „kaczym dzióbkiem” (specjalne ułożenie ust), gdy w tle są różne elementy architektury, atrakcji z wakacji, miejsc niebezpiecznych lub selfie utrwała momenty przed jakimś niebezpiecznym zdarzeniem (np. skok na bungie, skok ze spadochronem z dachu), pojawia się też filmowanie siebie kamerami wysokiej rozdzielczości (najbardziej znana to go-pro), wówczas nie jest to zdjęcie lub seria zdjęć, ale krótki film, gdzie głównym aktorem jest autor tegoż filmu i otoczenie, w jakim przebywa (kamery go-pro posiadają opcję kadrowania zdjęć, czyli można z nich wyodrębnić pojedyncze zdjęcie na selfie). Rynek selfie sprzyja różnego rodzaju gadżetom do selfie, np. specjalne przedłużacze lub reklamowanie miejsc, które się poleca do wykonywania takich fotografii.

To nie są jedyne atrybuty do tworzenia selfie. Jest bardzo dużo konkursów, w których można wygrać wiele nagród, w tym nawet wyjazd na wymianę studencką Erasmus (2018) czy inne cenne nagrody. Są także zestawienia z konkursami selfie na

dany rok, a jest ich sporo. Wiele marek, sprzedając swoje smartfony, od razu w opisie deklaruje bezproblemowość w wykonywaniu selfie, co ma być atutem przy sprzedaży tego produktu.

Można powiedzieć, że w ostatnich latach sztuka autoportretów eksplodowała w „kulturze selfie”. To nowoczesne narzędzie do autoprezentacji stało się globalnym fenomenem popkultury. Zgodnie z „teorią lustra Cooleya (1902) wierzymy, iż indywidualna jaźń jest tworzona poprzez idee i koncepcje, które inni mają na nasz temat. Ta teoria głosiła, że ludzie uczą się kim są od innych, a także od wyobrażenia o tym, co ważne, jak wyglądają dla innych. Zgodnie z tą teorią ludzie używają jaźni jako lustra, a dzisiaj selfie są używane jako lustra” (Lobo, Gowda, 2016, s. 147).

W okresie dorastania nastolatki próbują określić swoją tożsamość, także poprzez autoprezentację. Budują obraz siebie i chcą prezentować się zgodnie z tym obrazem, do czego służy im właśnie selfie. Ponadto, jak piszą Sandra S. Lobo i P.C. Yamini Gowda, ludzie wolą, aby inni widzieli i afirmowali ich takimi, jakimi widzą się sami (Lobo, Gowda, 2016, s. 147). Po otrzymaniu weryfikacji (np. lajki) wzmacniają pewność pozytywnej opinii o sobie, a zatem mogą przewidywać i sprawować pewną kontrolę nad swoim postępowaniem. Pozytywne postrzeganie siebie, w odniesieniu do opinii innych (bez uwzględnienia, jaki to rodzaj opinii), wiele znaczy nie tylko dla dzieci, ale i osób starszych. W okresie dojrzewania akceptacja rówieśników jest bardzo ważna. Ale „im bardziej szkoła utrzymuje młodych ludzi w sytuacji osób niepotrafiących się w świecie odnaleźć i traktujących go jako nieprzyjazny, tym chętniej wycofują się oni w świat Internetu, prywatności, spraw doraźnie przyjemnych, choć niekoniecznie ważnych” (Szafraniec, 2014, s. 17).

Rodzi się pytanie: po co publikować swoje wizerunki publicznie, w różnych „błyskach” życia, kiedy powinniśmy chronić swój świat, swoje delikatne „ja”? Czy zdjęcie intymne, w jakiejś chwili emocji, zadumy, refleksji, z kimś – da nam poczucie satysfakcji, spełnienia? Można przypuszczać, że publikowanie selfie ma pewien cel sam w sobie, jakim jest pozytywny odbiór przez rówieśników, znajomych. Jest też pewna niepisana umowa społeczności w sieci, że zdjęcia mogą podlegać wymianie, pobieraniu, tworzeniu albumów itp. Stąd, aby nasze zdjęcie było lubiane (lajkowane), musi zawierać jakiś ozdobnik, namaszczenie. Będzie nim np. egzotyczne miejsce, ciekawe wnętrze, szalona zabawa, niekiedy bulwersujące zachowanie, łamanie prawa. Statystycznie rzadko spotkać można selfie, na którym widać, kiedy mamy zły dzień, coś nas gnębi, spotkało nas coś przykrego. Internauci generalnie nie lubią takich ujęć. Stąd pojawiająca się w kulturze selfie powszechna iluzja szczęśliwego życia, przyjaźni, zdarzeń, przygód i zabawy.

Wymyślamy świat, w którym tak naprawdę nie funkcjonujemy, lub fotografowane sytuacje zdarzają się sporadycznie. Istnieje przekonanie, że kultura selfie istnieje niekiedy po to, aby u innych wzbudzić zazdrość, aby marzyli o naszym życiu. Utwierdzają nas w tym komentarze pod zdjęciami (oczywiście te pozytywne), lajki i udostępnianie zdjęć. Ta ułudą staje się niektórym potrzebna jak tlen, bez niej nie funkcjonują, czują się nikim. Opisywano w różnych serwisach internetowych przypadek influencerki Jessy Taylor, która po zablokowaniu konta wyznała: „że nie ma

żadnych umiejętności ani kwalifikacji zawodowych i nigdy nie mogłaby pracować w «normalnej pracy». Całe moje życie kręci się wokół Instagrama i Youtuba, na których zarabiam wszystkie pieniądze» (Inn: Poland, 2019). Nadmienić trzeba, że wspomniana Taylor głównie prezentowała się w skąpych strojach.

Prezentowanie swojego profilu i zdjęć ma wywoływać zazdrość a także pragnienie obserwujących: chcę być taka sama/taki sam jak moja/mój bohater. Zazwyczaj osoby odsłaniające swoją prywatność w mediach społecznościowych nie mają za wiele własnych kompetencji do zaoferowania, za to oferują ciało, fizyczność, które upiększają i modelują. Są to osoby skupione na swoim wyglądzie, urodzie. Jak pisze Magdalena Szpunar: „skupione na własnym wyglądzie młode kobiety poświęcają dbaniu o urodę gros swej aktywności, gdyż to właśnie na niej i wizerunku stworzonym online opierają poczucie własnej wartości. Niestety, promowane przez popkulturę wychudzone ideały piękna i pragnienie sławy, staje się dla wielu kobiet źródłem niezadowolenia i frustracji” (Szpunar, 2016, s. 69).

### Meandry próby zbadania zjawiska

W jaki zatem sposób można badać twórczość kultury selfie? Jednym z ważniejszych narzędzi mogą tu być metody (narzędzia) projekcyjne. Jest to, ogólnie rzecz ujmując: grupa środków diagnostycznych, które polegają albo na obserwacji zachowania danego człowieka, albo analizie jego sądów, wytworów wyobraźni, kiedy działają bodźce wieloznaczne. Można też zauważyć, że w „większości metod projekcyjnych istnieje możliwość ujawniania elementów struktury, mechanizmów osobowości, potrzeb psychicznych, uczuć, postaw, mechanizmów obronnych, urazów, kompleksów” (Siek, 1968, s. 82). Selfie jest dziełem autora, dość często dochodzi do niego komentarz, odpowiedzi na komentarze. Czy na takiej podstawie można ocenić osobę, która zamieszcza selfie? Na pewno tak, gdyż w założeniach metodologicznych (np. Murraya) istnieje przekonanie, że człowieka poznaje się po jego wytworach.

Innym sposobem badań stosowanych między innymi w psychologii jest badanie samooceny. Do najpopularniejszych miar samooceny jawnej będą należały „kwestionariusze bazujące na pytaniach o uczucia względem siebie i opiniach na temat własnej sprawności, moralności i innych atrybutów” (Domurat, 2012, s. 224). Im wyższe poczucie samooceny (np. dużo polubień pod selfie), tym częstsze przeżywanie pozytywnych emocji i rzadziej negatywnych, lepszy stan zdrowia (w tym psychicznego) oraz efektywniejsze radzenie sobie w sytuacjach społecznych (Domurat, 2012, s. 224). Ale jest pewien problem wynikający z tego, że wśród osób popadających w konflikty np. z prawem, nie zawsze zauważono u tych osób zaniżoną samoocenę. Co dla zamieszczających selfie może być istotne, to spostrzeżenie, iż „chwiejna” samoocena nie musi być charakterystyczna dla osób o skłonnościach narcystycznych, o czym wcześniej pisałem. Jak pisze Marcin Domurat, w literaturze psychoterapeutycznej są opisane przypadki jednostek, które mają imponujące osiągnięcia i ich relacje z innymi są lepsze, aniżeli osób narcystycznych. Ale, jeżeli doznają porażki, lub brak im osiągnąć, wówczas dotyka ich głębokie załamanie. Zachodzi tu mechanizm psycho-

logiczny, kiedy skrywane poczucie niskiej wartości było kompensowane wysokimi osiągnięciami, jednakże samo myślenie o sobie nie ulegało zmianie.

## Badania

Mnogość selfie w Internecie (zwłaszcza w kręgu opinii badaczy na zachodzie), jak i coraz więcej prac naukowych na ten temat spowodowały, że zainteresowałem się tym zjawiskiem społecznym, byłem autorem badań w trzech krajach, to jest: Polsce, Niemczech i Republice Czeskiej. Kultura selfie dominuje i „zalewa” wszystkie serwisy społeczne, jest częścią (dość znaczną) przestrzeni w Internecie. Na potrzeby tego artykułu postanowiłem zbadać studentów z kilku uczelni, przy czym podzieliłem ich na trzy kategorie:

- studenci będący singlami;
- studenci mający męża/żonę lub partnera;
- studenci po rozstaniach, rozwodach.

Dlaczego taki podział? Dlatego, że zamieszczane zdjęcia w serwisach społecznych nie zawsze akcentują stan rodzinny, bycia w związku lub fakt jego zakończenia. Badania przeprowadziłem wśród studentów studiów dziennych i niestacjonarnych na Uniwersytecie Zielonogórskim, WSHE w Brzegu i filii WSHE Brzeg w Strzelinie. Ogółem badanych, którzy wypełnili narzędzie, było 189 osób. Po weryfikacji udzielonych odpowiedzi, pod uwagę brałem 186 osób i na tej próbie dokonywałem analizy. Dobór próby był celowo losowy, interesowały mnie młode osoby między 20. a 54. r.ż., bez wyboru miejsca zamieszkania, bez podziału na płeć, choć większość stanowiły kobiety. Tak więc, w zebranej grupie były osoby mieszkające w mieście, na wsi, w małych miasteczkach. Przed samymi badaniami nie dokonywałem selekcji: kto robi sobie selfie, a kto nie, interesowało mnie samo zjawisko i jego skala.

Narzędziem badawczym był kwestionariusz ankiety z pytaniami zamkniętymi i otwartymi. Interesowały mnie głównie takie problemy badawcze, jak:

- w jakich sytuacjach i jak często respondenci robią selfie;
- czy obrabiają zdjęcia programami graficznymi;
- czy śledzą polubienia i komentarze.

Zapytałem też o selfie robione w sytuacji intymnej lub pokazujące nagość, lub elementy wstydlive. Samo badanie można potraktować jako niewielki sondaż, gdyż próba badawcza nie była zbyt duża, niemniej uzyskane wyniki mogą stanowić jakies wyobrażenie o skali zjawiska jako elementu kultury czasów obecnych.

Jak pisałem wcześniej, próba liczyła 186 osób. Jak podzieliłem respondentów?

**Tabela 1.** Liczba badanych

| Respondenci | Single | Mający żonę/męża, partnera | Po rozstaniach, rozwodach, samotni |
|-------------|--------|----------------------------|------------------------------------|
| N           | N = 85 | N = 56                     | N = 45                             |
| Wartość     | 100%   | 100%                       | 100%                               |

Źródło: opracowanie własne.

Jaka zatem jest częstotliwość wykonywania selfie przez badanych?

**Tabela 2.** Częstotliwość wykonywania selfie u badanych, dane procentowe

| Częstotliwość   | Badane grupy |                            |                                    |
|---|--------------|----------------------------|------------------------------------|
|   | Single       | Mający żonę/męża, partnera | Po rozstaniach, rozwodach, samotni |
| Dość często, czasami codziennie                       | 15           | 10                         | 5                                  |
| Kilka razy w tygodniu                                 | 25           | 20                         | 7                                  |
| Sporadycznie (raz, dwa razy w miesiącu, nie częściej) | 25           | 20                         | 35                                 |
| W ogóle   | 35           | 50                         | 53                                 |
| <b>Łącznie</b>  | 100          |                            |                                    |

Źródło: opracowanie własne.

Jeżeli wziąć pod uwagę samą częstotliwość robienia selfie, to, uwzględniając częstotliwość codzienną i tygodniową razem (zsumowaną), najczęściej to czynią single, a najmniej chętnie przyznają się do tego osoby samotne. Wytlumaczyć zapewne można to tym, że bycie młodym i atrakcyjnym wymaga „wzmocnień” ze strony innych, skoro ma się poczucie niepewności i brak samoakceptacji. Ci badani jeszcze nie wypracowali pozytywnego myślenia o sobie w kategoriach doświadczenia życiowego, pewności, zaradności, atrakcyjności (bez względu na warunki zewnętrzne) i dlatego, być może, w akceptacji wirtualnej przez innych doszukują się potwierdzenia własnego „ja”. Stąd częstsze wykonywanie zdjęć. Respondenci po rozstaniach, rozwodach robią selfie sporadycznie. Albo nie widzą w tym sensu, lub też mają niską samoocenę. Być może postrzegają się jako osoby nieatrakcyjne, przegrane.

Kolejnym elementem poddanym badaniom był czas, w jakim respondenci umieszczali swoje zdjęcia w serwisach społecznościowych. Oczywiście, odpowiedzi tutaj udzielone dotyczyły tylko tych osób, które deklarowały, że robią sobie selfie.

**Tabela 3.** Czas umieszczania selfie na profilach społecznościowych, dane procentowe

| Częstotliwość   | Badane grupy |                            |                                    |
|---|--------------|----------------------------|------------------------------------|
|   | Single       | Mający żonę/męża, partnera | Po rozstaniach, rozwodach, samotni |
| Staram się od razu zamieścić swoje selfie w mediach społecznościowych | 20           | 15                         | 2                                  |
| Nie umieszczam  | 32           | 60                         | 70                                 |
| Po jakimś czasie i zastanowieniu                                      | 48           | 25                         | 28                                 |
| Nie wiem  | 0            | 0                          | 0                                  |
| <b>Łącznie</b>  | 100          |                            |                                    |

Źródło: opracowanie własne.

Grupa, która najczęściej robiła sobie selfie, czyli single (patrz tabela 2), najszybciej zamieszcza zdjęcia w mediach społecznościowych i jest grupą, która najrzadziej odrzuca (nie zamieszcza) swoje zdjęcia. Mimo niewielkich różnic w odpowiedziach, zarówno osoby w związkach i samotni – nie śpieszą się z zamieszczaniem selfie w mediach. Przy czym badani deklarujący się jako „samotni” bardzo niechętnie dzielili się swoimi fotografiami. Dlaczego takie były opinie badanych? Mogę tylko przypuszczać, że spowodowane to było niską samooceną i obawą o odbiór u innych.

Skoro każda z badanych trzech grup zamieszcza selfie, to jaki odsetek z nich stara się „poprawić” swój wygląd, obrabia zdjęcia programami graficznymi, nakładkami itp.

**Tabela 4.** Obróbka selfie programami graficznymi przed umieszczeniem ich w mediach społecznościowych, dane procentowe

| Odpowiedzi                                     | Badane grupy |                                |  |
|--|--------------|--------------------------------|--|
|  | Single       | Mający żonę/<br>męża, partnera | Po rozstaniach,<br>rozwodach,<br>samotni |
| Tak, obrabiam zdjęcia programami graficznymi   | 45           | 55                             | 80                                       |
| Nie, nie obrabiam zdjęć programami graficznymi | 20           | 15                             | 10                                       |
| Sporadycznie obrabiam programami graficznymi   | 35           | 30                             | 10                                       |
| Nie wiem                                       | 0            | 0                              | 0  |
| <b>Łącznie</b>                                 | 100          |                                |  |

Źródło: opracowanie własne.

Jak przedstawia się w świetle badań kwestia polepszania zdjęć? Oczywiście, trzeba mieć na uwadze skalę zamieszczania zdjęć (tabela 2 i 3). Niemniej, najchętniej „retuszują” swoje zdjęcia osoby po rozstaniach, samotni. Mimo pewnego doświadczenia życiowego, zasobów materialnych, poczucia akceptacji w pracy – w 80 procentach obrabiają swoje zdjęcia regularnie i w 10 procentach sporadycznie. Czy brakuje im poczucia atrakcyjności fizycznej, pewności siebie, bo ich życie potoczyło się tak a nie inaczej? Może, wysunę tutaj pewną hipotezę trudną do zweryfikowania, mają świadomość upływu czasu, swojej fizyczności oraz przekonania, że świat należy do młodych i o atrakcyjnym wyglądzie? Stąd pewne wyrachowanie (przekonanie), że tak należy czynić, aby choć w wirtualnym świecie wyglądać lepiej aniżeli w rzeczywistości (w ich opinii). Oczywiście, co łatwo było przewidzieć, single i osoby w związkach w podobnych proporcjach poprawiają swój wygląd programami dedykowanymi do tego, lecz czynią to rzadziej od osób samotnych.

Kolejne pytanie dotyczyło tematu tabu, a mianowicie robienia selfie w sytuacji intymnej, kiedy publicznie pokazujemy elementy swojego ciała uznane za wstydlive. Jak odnoszą się do tego badani?



**Tabela 5.** Wykonywanie selfie w sytuacji intymnej, dane procentowe

| Odpowiedzi   | Badane grupy |                                  |  |
|--|--------------|----------------------------------|--|
|  | Single       | Mający<br>żonę/męża,<br>partnera | Po rozstaniach,<br>rozwodach,<br>samotni |
| Tak, wykonuję  | 20           | 5                                | 8  |
| Nie, nie wykonuję  | 70           | 86                               | 77                                       |
| Sporadycznie wykonuję  | 10           | 7                                | 15                                       |
| Nie wiem   | 0            | 2                                | 0  |
| <b>Łącznie</b>   | 100          |                                  |  |
| Zdarza mi się zamieszczać selfie intymne w mediach społecznościowych | 4            | 0                                | 8  |
| Nie zamieszczam nigdzie w mediach swoich selfie intymnych            | 96           | 100                              | 92                                       |
| Nie dotyczy  | 0            | 0                                | 0  |
| <b>Łącznie</b>   | 100          |                                  |  |

Źródło: opracowanie własne.

Single najczęściej robią sobie zdjęcia w sytuacji intymnej, Ale czym innym jest robienie sobie takich zdjęć, a czym innym zamieszczanie ich w Internecie. Osiem procent (co stanowi największy wskaźnik) osób po rozwodach i rozstaniach zamieszcza swoje zdjęcia w Internecie. Prosiłem o wskazanie, gdzie są zamieszczane takie zdjęcia i od tych osób uzyskałem odpowiedź, że na stronach, gdzie poszukuje się partnerki lub partnera. Są to otwarte serwisy, ale dla zalogowanych użytkowników, można tam nie podawać swoich pełnych danych osobowych. Takie zdjęcie (eksponujące np. nagość) nie jest wymagane, ale te osoby tam je wstawiały. Single deklarowały, że zdjęcia w sytuacji intymnej, dwuznacznej wykonują, ale nie chwalać się nimi publicznie, bardziej trzymają je „na pamiętkę”. Robią też filmy ze zbliżeń intymnych ze swoimi obecnymi partnerkami/partnerami. Badani dodawali, że wolą takie zdjęcia/filmy mieć na swoim telefonie, niż na telefonie obecnego partnera, gdyż gdyby związek się rozpadł, to nie wiadomo, co z tymi zdjęciami/filmami dalej by się działo. Generalnie nie wstydzą się swojej cielesności, jednak zamieszczanie tego w przestrzeni publicznej nie jest zbyt akceptowane. Przyznają jednak, że gdy byli młodszy, w wieku dorastania, wówczas nie mieli przed tym aż takich oporów.

Ostatnią kwestią, jaka mnie interesowała, było to, jak często zamieszczone selfie jest oglądane pod kątem lajków (polubień).

Deklaracje są w niewielkim stopniu rozbieżne, lecz ze względu na częstotliwość zamieszczanych selfie w sieci (tabela 2) dość znaczące. Z badań wynika, że respondenci najczęściej zamieszczający selfie, chętnie śledzą polubienia (single i osoby mające partnera). Samotni mają wskaźnik 90 procent, czyli czynią to często, lecz tylko 12 procent z tej grupy często umieszcza selfie w mediach społecznościowych (w ciągu tygodnia), zaś osoby deklaruujące się jako single, mają wskaźnik 40 procent częstego umieszczania swoich zdjęć w sieci (w ciągu tygodnia). To oznacza, że bycie atrakcyjnym, młodym



ma swoje prawa i oczekiwania. Natomiast upływający wiek życia i bycie samotnym – wzmacnia oczekiwania pozytywnej oceny samego siebie przez innych.

**Tabela 6.** Śledzenie polubień selfie w mediach społecznościowych. Dane procentowe.

| Odpowiedzi     | Badane grupy |                               |                                       |
|----------------|--------------|-------------------------------|---------------------------------------|
|                | Single       | Mający żonę/męża,<br>partnera | Po rozstaniach, rozwodach,<br>samotni |
| Tak, często    | 70           | 75                            | 90                                    |
| Nie            | 5            | 10                            | 0                                     |
| Czasami        | 25           | 15                            | 10                                    |
| Nie wiem       | 0            | 0                             | 0                                     |
| <b>Łącznie</b> | 1000         |                               |                                       |

Źródło: opracowanie własne.

## Podsumowanie

Te niewielkie badania na grupie 186 respondentów nie przyniosły oczywistych odpowiedzi na to, jakimi imperatywami kieruje się kultura selfie. To rozległe zjawisko, mające różne oblicza i nasilenia. Być może zabrakło w badaniach korelacji, ale gdyby tak się stało, ten artykuł urosłby i nie mieściłby się w większości czasopism czy rozdziałów monografii. Dlatego taka formuła, dość pobieżna, wydawała się akceptowalna i dająca pewien ogląd na samo zagadnienie w aspekcie kultury selfie.

Dlaczego młode osoby robią sobie zdjęcia i nie zachowują ich, nie chronią prywatności? To złożone zagadnienie, gdyż nie ma tutaj prostych odpowiedzi. Aby się tego dowiedzieć, należałoby pewne grupy osób (w zależności od częstotliwości zamieszczania selfie, śledzenia lajków itd.) zbadać testami psychologicznymi, przeprowadzić pogłębione badania. Badacz wycinka tego problemu może tylko domniemywać, dlaczego tak się dzieje. Sądzę, że nakłada się tu wiele czynników (potrzeba akceptacji, uznania, potwierdzenia własnej cielesności, skłonności narcystyczne i inne), ale może to też być samotność. Mimo wielu osób, które spotykamy na uczelni, w gronie przyjaciół, tak naprawdę nie idzie za tym głębia w relacjach. To są płytkie refleksy, a my oczekujemy większej bliskości, zrozumienia, afirmacji. Takiej afirmacji nie otrzymamy w rozmowach, dlatego szuka się innych sposobów, być może jednym z nich jest selfie. I nie chodzi tutaj o zaszokowanie nagością, czy też pozą, ale o to, ile wirtualnie osób nas ogląda: tych które znamy i tych, które są nam obce, obserwują nasz profil lub trafiły tam przypadkowo. Budujemy sobie taką „ułudę”, że nas lubią, akceptują, są z nami w bliskości – mimo że tej bliskości nie ma. To taka proteza. Pedagogika opiekuńcza zna te procesy, zajmuje się nimi, bada, opisuje. Czy odnosi się w swoich badaniach do zjawiska selfie? Tak, choć czyni to nieśmiało, na razie więcej o tym pisze się na Zachodzie, a sądzą, że jest to dość ważne zagadnienie, ze względu na zjawisko.

Przejdę teraz do wniosków, jakie nasunęły mi się po moich niewielkich badaniach.

I tak, częstotliwość wykonywania selfie jest najbardziej akceptowana i realizowana przez singli. Niewiele im ustępują respondenci mający partnerów. Najrzadziej takie zdjęcia robią

sobie osoby samotne. Podobnie się dzieje z czasem umieszczania zdjęć w mediach społecznościowych. Tutaj też te dwie grupy (single i osoby w związkach) najszybciej zamieszczają wytwory swoich działań z aparatem fotograficznym w smartfonach. Bardzo rzadko i niechętnie czynią to osoby samotne, co było zgodne z moimi przypuszczeniami. Za to obróbka zdjęć programami poprawiającymi wygląd osoby sfotografowanej cieszy się największym powodzeniem u osób samotnych. Albo nie są one pewne swojej fizyczności i atrakcyjności, lub też chcą mieć wpływ na to, aby poprawić „to i owo” w swoim wyglądzie, by być ocenianym jako bardziej atrakcyjne niż w rzeczywistości. Single i osoby w związkach mają podobne wskazania w tej kwestii, mniejsze niż u osób po rozstaniach.

Kwestia zdjęć intymnych jest zróżnicowana. Najchętniej robią je single, potem osoby samotne i mające partnera. Wynikać to może z różnych przesłanek. Osoby w związkach znają się, znają swoją fizyczność, więc dlaczego miałyby się nią dzielić publicznie? Ponadto ich wspólne życie podlega ocenie w środowisku rodzinnym i zawodowym. Natomiast single nie mają takich obwarowań. I tak jak już było wspomniane, zamieszczanie zdjęć intymnych w sieci w niewielkim procencie to domena osób samotnych, które to osoby poprzez zamieszczanie takich zdjęć szukają partnera/partnerki, nagość staje się atrybutem samym w sobie. Oczywiście, zarówno single jak i mający partnera częściej robią sobie zdjęcia w sytuacjach intymnych, ale starają się trzymać je w ukryciu, dla siebie lub dla partnera. Za to wszyscy badani deklarują, że intensywnie obserwują polubienia (lajki) w sieci.

Generalnie, badania są dość niejednoznaczne, że względu na wielkość próby. Ale każdy czytelnik na pewno zetknął się z fenomenem selfie i zadawał sobie pytanie: dlaczego tak się dzieje, dlaczego ktoś robi sobie zdjęcia, czasami dziwne, czasami kiczowate, intymne i dzieli się tymi zdjęciami w przestrzeni publicznej, często z osobami, których nie zna? Być może zarówno ten artykuł jaki i same badania pozwolą spojrzeć czytającemu na zjawisko selfie inaczej, pełniej, z uwzględnieniem tych elementów, jakie były poruszane. Będzie rozumiał mechanizmy psychologiczne, jak i sam fenomen selfie, kulturę selfie.

Jakie wnioski może z moich badań wyciągnąć wychowawca, pedagog? W mojej ocenie, nie powstrzymamy tego zjawiska, ale też nie powinniśmy udawać, że o tym nie wiemy, hamować je. Powinniśmy rozmawiać na ten temat z uczniami, młodzieżą, studentami. Uczyć ich, że jest strefa prywatna i publiczna, do której nie zawsze warto wносить sprawy osobiste. Uznanie, szacunek to są cechy pożądane, ale nie zawsze warte poświęcenia tego, co w nas najcenniejsze. Uznanie w mediach jest złudne, czasami fałszywe i za nim nie idzie nic. Można mieć setki lub tysiące osób w sieci, które nas lubią „lajkami”, ale w rzeczywistości, gdy będziemy potrzebować wsparcia, być może jedynymi osobami, które nas wesprą, będzie rodzina, prawdziwy przyjaciel. Poza tym to, co zamieszczamy w sieci dzisiaj, nie znika nigdy. Zawsze może być wykorzystane przeciwko nam przez fałszywych przyjaciół, lub służyć do ośmieszania nas, a nawet szantażu. Przyjaciół nie zdobywa się nagością czy liczbą polubień w mediach społecznościowych. Przyjaciel to rozmowa w cztery oczy i możliwość liczenia na niego, kiedy tej pomocy potrzeba.

Jeśli takie przesłanie zostanie odebrane po przeczytaniu mojego artykułu, to będzie to już mały krok do zrozumienia zjawiska selfie.

## Bibliografia

- Domurat, M. (2012). O różnych miarach samooceny. W: W. Paluchowski, A. Bujacz, P. Haładziński, L. Kaczmarek (red.), *Nowoczesne metody badawcze w psychologii* (s. 223–232). Poznań: Wydawnictwo UAM.
- Herring, S.C., Kapidzic, S. (2015). *International encyclopedia of social and behavioral sciences*, wyd. 2. I.D. Wright (red.). Oxford: Elsevier.
- Lobo, S.S., Gowda, Y. (2016). The selfie phenomenon: self- presentation and its implications. *International Journal of Computational Research and Development (IJCRD)*, 1, 1, 147–153.
- Peraica, A. (2017). *Culture of the selfie: self representation in contemporary visual culture*. Amsterdam, Nederland: Institute of Network Cultures.
- Prokosz, M. (red.). (2004). *Dewiatyjnne aspekty współczesnego świata. Przejawy – zapobieganie – terapia*. Toruń: Wydawnictwo. Adam Marszałek.
- Siek, S. (1968). Zastosowanie metod projekcyjnych do psychologicznej analizy wytworu działalności twórczej pisarza. *Studia Philosophiae Christianae*, 4/1, 81–95.
- Sorokowski, P., Sorokowska, A., Oleszkiewicz, A., Frackowiak, T., Huk, A., Pisanski, K. (2015). Selfie posting behaviors are associated with narcissism among men. *Personality and Individual Differences*, 85, 123–127.
- Sorokowski, P., Sorokowska, A., Frackowiak, T., Karwowski, M., Rusicka, I., Oleszkiewicz, A. (2016). Sex differences in online selfie posting behaviors predict histrionic personality scores among men but not women. *Computers in Human Behavior*, 59, 368–373.
- Szafranec, K. (2014). *Edukacja– wyzwania przyszłości. Jak wykorzystać i nie zmarnować potencjału pokolenia wiedzy*. Warszawa: Kancelaria Prezydenta, Biuletyn: Forum Debaty Publicznej numer 35, głos w dyskusji.
- Szpunar, M. (2016). *Kultura cyfrowego narcyzmu*. Kraków: Wydawnictwo AGH.
- Zajdel, K. (2017). „Different” or students criticized online. *Nauczyciel i Szkoła*, 61, 139–154.

### Netografia

- Inn: Poland Artykuł o zablokowaniu konta: Wszeborowska P.: <https://innpoland.pl/151673,influencerka-stracila-konto-na-instagramie-i-nie-chce-normalnej-pracy>, dostęp: XI 2019.

## SELFIE CULTURE

### Abstract

This article describes the cultural phenomenon that is self. It describes psychological and social conditions as well as historical background. In addition, the theoretical aspect was enriched by research on a sample of 196 respondents from three universities. The questionnaires contained in the questionnaire tried to find answers to many questions, sometimes even controversial, such as the aspect of the self in an intimate situation. The topic of this article is an attempt to find an answer to the question: what is the cause of the phenomenon of selfie all over the world, including Poland. What is the significance of selfie for the persons I have examined (in a narrow range) (singles, having a partner and after divorce). This is important because we know that such pictures are posted in social media, but why and how often – this is usually not known. I was interested in the frequency of posting pictures by the respondents, processing the pictures with graphic programs, posting pictures in an intimate situation as well as tracking their likes and dislikes in social networking sites. The sample allows us to look at the phenomenon and draw some conclusions, which I described extensively in the summary.

**Keywords:** selfie, selfie culture, likes, social media