

Magdalena Wasylewicz\*

## IKONOSFERA W KOMUNIKACJI A PRYWATNOŚĆ WSPÓŁCZESNEJ MŁODZIEŻY

### WPROWADZENIE

**K**ultura wizualna stanowi pod wieloma względami wyjątkowy obszar postmodernistycznej kontestacji:

Obecnie jest ona niezwykle zróżnicowana i bogata i ściśle powiązana zarówno z codziennym komunikowaniem się ludzi, jak i z funkcjonowaniem mediów. Obraz nadal przekazuje informacje, budzi namiętności, rodzi przekonania, wywołuje pożądania, wzrusza i przeraża. Obraz staje się przedmiotem świadomego rozszyfrowania, ale także oddziałuje na podświadomość. Można go też czytać jak tekst. Coraz częściej zyskuje wielkie znaczenie w komunikacji międzyludzkiej. (Wasylewicz, 2011, s. 94)

Wielu autorów zwraca uwagę na swoisty *zwrot obrazowy* w społeczeństwie nowoczesnym (Sztompka, 2005). S. Sontag przytacza „szeroko rozpowszechnioną diagnozę, iż społeczeństwo staje się *nowoczesne* wtedy, gdy jednym z jego głównych działań jest produkcja i konsumpcja obrazów”, gdzie „społeczeństwo kapitalistyczne wymaga kultury opartej na obrazie” (1978, s. 153).

Dostęp do obrazów rośnie w sposób nieograniczony – dzięki czasopismom, telewizji i Internetowi istnieje możliwość oglądania obrazów oddalonych o tysiące kilometrów czy powstałych setki lat temu.

Żyjemy w społeczeństwie złażnionym obrazów – ekran znajdziemy nawet w samolotowym fotelu, a aparat fotograficzny w telefonie. Inaczej aniżeli słowa, wymagające od nas poświęcania im czasu i wysiłku, obrazy zmuszają nas, abyśmy na nie patrzyli, a ich przekaz jest natychmiastowy. W rezultacie, kiedy obrazy i słowa rywalizują ze sobą, jednomyślnie opowiadamy się za tymi pierwszymi, albowiem obraz jest tym, o czym będą pamiętać następnego dnia, w przyszłym tygodniu i prawdopodobnie przez całe swoje życie. (Olechnicki, 2009, s. 7)

Obecnie przyszła również pora na tworzenie samodzielnych obrazów produkowanych w coraz większej ilości, w miarę jak technologie wizualnego rejestrowania rzeczywistości stają się coraz przystępniejsze w obsłudze dla przeciętnego użytkownika. Żadna

---

\* Uniwersytet Rzeszowski.

uroczystość rodzinna czy wakacje nie mogą się obejść bez kamery wideo lub co najmniej aparatu fotograficznego (Błaszczyk, 2011). Kolejne generacje już od dzieciństwa uczą się odszyfrowywać przekaz wizualny – jest to część procesu socjalizacji – procesu przystosowywania do życia społecznego i kulturalnego, który w największym stopniu kształtuje światopogląd i sposób postrzegania rzeczywistości. Widzenie obrazów i ich odczytywanie jest znamienne w kulturze masowej, ale też zmienia proces komunikacji społecznej, który nabiera charakteru wizualnego. S. Magala zwraca uwagę na pojawiający się „natłok informacji wizualnej i nałóg konsumpcji obrazów” (2000, s. 14), zwłaszcza przez młodzież, która *karmiona* jest niezliczonymi ilościami obrazów dostarczanych codziennie przez media i codziennie jest *głodna* nowych wrażeń.

Jednocześnie pielęgnowana przez całe tysiąclecia rodzaju ludzkiego zdolność *rozumienia przez oczy* nastawiona jest na zniekształcenie i utratę rangi w procesie poznawania siebie i innych. Świadczy o tym łatwe przyłgnięcie człowieka, wyrosłego w *cywilizacji obrazu*, do imitacji oraz niedostrzeganie różnicy między oryginałem a kopią (Zwoliński, 2004).

## OSOBOWOŚĆ NARCYSTYCZNA

Coraz szybsze i sfragmentaryzowane życie – pozbawione głębszego sensu i punktów odniesienia – sprawia, iż Internet staje się coraz bardziej popularną formą kreacji siebie. Internetowe życie zaspokaja wiele indywidualnych potrzeb, pełniąc funkcje terapeutyczne, autoprezentacyjne, autopromocyjne, twórcze czy ekshibicjonistyczne. Dotyczy to zwłaszcza młodzieży, która coraz częściej pokazuje siebie całemu światu poprzez umieszczanie swoich zdjęć, często nagich, w sieci. Mamy do czynienia z epoką zaniku intymności, prywatnością na sprzedaż, epoką *lansu* czy epoką *disingu*. Internet podsyca i tworzy coraz częściej osobowość narcystyczną, mającą potrzebę podziwu, przejawiającą tendencję do samouwielbienia. Jak pisze E. Aboujaoude:

Przegląd oznak narcyzmu w Internecie prowadzi od śmieszności do wzniosłości. Popularność „narcystycznego surfowania” (*narcissurfing*) – nowego słowa, które w 2007 roku trafiło na wiele list „słów roku” – wskazuje na obsesję wielu ludzi na punkcie własnych śladów zostawianych w Internecie (wskazówka: im więcej, tym lepiej). (Aboujaoude, 2012, s. 66)

Prym wiodą autoportrety wykonywane z ręki, tzn. selfie. To właśnie selfie w 2013 r. zostało uznane przez twórców słowników Oxford University Press za słowo roku i jak konstatuje autor, przyszło nam podziwiać zdjęcia wykonane do lustra, pozbawione wartości sentymentalnej, na tle toalety, z tzw. dziubkiem (Połownianiuk, 2013). Gail Dines – profesor socjologii z bostońskiego Wheelock College – sygnalizuje, iż zjawisko selfie zupełnie nie koresponduje z próżnością, lecz chodzi tu o ludzką chęć bycia zauważonym (Dudek, 2016). Internet daje doskonałą możliwość bycia zauważonym, a nawet więcej – zakochania się w sobie od nowa, pławiąc się w swoim

blasku, a liczba lajków oraz płytkich i krótkotrwałych znajomości wielu młodym ludziom sugeruje popularność. Internet jest skoncentrowany na *Ja*. Przykładem tego może być akcja zorganizowana przez Yahoo! rozpoczęta w 2009 roku pod hasłem *It's You*. Kampania promocyjna przebiegała pod hasłem *Teraz Internet ma osobowość. Twoją, Cyfrowy świat ma nowego pana. To ty!*. Rok później kampania zmieniła swoje hasła przewodnie na: *Sieć i moje własne ja* lub *Twoje własne osobiste wszystko* (Pająk, 2010). Hasła te nie wymagają komentarza.

Michał Fal na Portalu naTemat.pl w artykule zatytułowanym *Młodzi narcyzi: umieją coraz mniej, ale są zadowoleni z siebie jak nigdy* cytuje opublikowane przez Jean Twenge wyniki badań prowadzonych w Stanach Zjednoczonych, w których autorka pokazała, że choć współcześni studenci pod wieloma względami osiągają słabsze wyniki w nauce od swoich poprzedników, mają o sobie zdecydowanie wyższe mniemanie. J. Twenge w 2013 r. potwierdziła tym samym inne z przeprowadzonych przez nią badań, a mianowicie, że od 1979 roku częstość występowania postaw narcystycznych wzrosła wśród studentów o 30% procent:

Kiedyś nasza kultura promowała skromność i pokorę, a nie przechwalanie się. Zarozumiałstwo uważano za coś złego. (...) Studenci mają coraz większe ambicje i coraz mniej realistyczne oczekiwania wobec świata. Od lat sześćdziesiątych i siedemdziesiątych, kiedy oczekiwania zaczęły rosnąć, odnotowano także wzrost nastrojów lęku i niepewności. (...) W przyszłości będzie coraz więcej osób, którym nie uda się osiągnąć ich celów (...). „Pokolenie narcyzów”, jeśli rzeczywiście możemy już o nim mówić, czeka twarde lądowanie. (Fal, 2013)

Młodzież tworzy więc coraz częściej ulepszoną wersję samych siebie, poszukując uznania i akceptacji swojego wyglądu fizycznego wśród rówieśników, zarówno w kontaktach realnych, jaki i w kontaktach wirtualnych. Jednym z częstych zagadnień na internetowych forach dyskusyjnych są oceny wyglądu fizycznego adolescenta, które niestety z reguły bywają dużym zagrożeniem względem poczucia wartości nastolatków wystawiających się na publiczną ocenę. Przykładem stanowiącym o popularności owych rankingów jest portal zapytaj.onet.pl, którego struktura i funkcjonowanie zbliżone są do tradycyjnego forum dyskusyjnego.

Adolescent, uczestnicząc w forach dyskusyjnych, kreuje swój indywidualny wizerunek, który bywa poddawany ocenom innych, staje się tym samym „otwartą księgą, która może być przeglądana przez przyjaciela, »przyjaciela« i wroga” (Aboujaoude, 2012, s. 226). Wystawianie swojego wizerunku pod ocenę internautów zalogowanych do serwisu najczęściej przebiega w pytaniach o strukturze sondy. Młodzież wieku dorastania, charakteryzująca się sporą wrażliwością na punkcie własnej samooceny, spotykając się z surową krytyczną opinią osób trzecich, może popaść w kompleksy, narażając się na obniżenie poczucia własnej własności, utracić wiarę we własne możliwości, co może prowadzić do bardzo negatywnych konsekwencji. Jednak nawet te pejoratywne skutki nie odstraszą młodych ludzi od tworzenia w przestrzeni wirtualnej swoich przypudrowanych, wyidealizowanych kopii.

Najczęściej ma to miejsce w okresie dorastania, kiedy dokonuje się przeobrażenie dziecka w osobę dorosłą. Początek tego okresu wyznaczają zmiany natury anatomiczno-fizjologicznej. Ale ważniejsza jest faza druga, którą wyznaczają zmiany w sferze psychicznej, przede wszystkim w obrazie własnej osoby. Zakończenie tej fazy wiąże się z osiągnięciem dojrzałości psychicznej, czyli ze zdolnością do decydowania o sobie, odkryciem sensu własnego istnienia i odnalezieniem własnej tożsamości (Strelau, 2000). Wielu psychologów zwraca uwagę na tzw. konflikt pokoleń – konflikt między młodą generacją a społeczeństwem dorosłych. Rozluźnienie się więzów międzyosobowych w relacjach pomiędzy nastolatkiem a rodzicami sprzyja poszukiwaniom potrzebnego wsparcia wśród rówieśników, którzy zdają się zresztą – z racji przeżywanych w tym okresie podobnych sytuacji i emocji związanych z trudami wieku dorastania – stanowić najlepsze źródło potrzebnego wsparcia i pocieszenia. Ikonosfera Internetu kwitnie.

## SEKSTING – PRYWATNOŚĆ NA SPRZEDAŻ

Obraz w komunikacji za pośrednictwem Sieci posiada niebagatelną rolę. Stosowanie elementów graficznych, szczególnie w przypadku młodych ludzi, ma dużą siłę oddziaływania, pozwala na ekspresję samego siebie i jest elementem pomocniczym w słowie pisanym. Ale czy zawsze i czy na pewno?

Termin seksting (ang. *sexting*) powstał na początku obecnego stulecia z połączenia słów *sex* i *texting* w odniesieniu do zjawiska przesyłania między użytkownikami telefonów komórkowych wiadomości tekstowych o charakterze seksualnym (Temple i in., 2012). Niektóre definicje tego zjawiska ograniczają się do użycia telefonów komórkowych, jednak wobec tego, że do przesyłania materiałów o charakterze seksualnym wykorzystywane są także inne mobilne urządzenia, to bardziej zasadne wydaje się szersze definiowanie tego problemu. Seksting więc oznacza przesyłanie intymnych, a czasem nawet pornograficznych tekstów, fotografii oraz filmów za pośrednictwem komputera czy też smartfona oraz odpowiednich do tego programów komunikacyjnych, a także wyspecjalizowanych do tego sieci społecznościowych (Spitzer, 2016).

Obecnie zjawisko to obejmuje wszystkie grupy wiekowe, jednak najbardziej popularne i niebezpieczne jest wśród nastolatków, gdyż to właśnie młodzi ludzie nie zawsze mają świadomość, że rozsyłając tego typu zdjęcia, dopuszczają się po pierwsze czynów karalnych, gdyż naruszają prawa osobiste, ale także narażają się na najpoważniejsze zagrożenie przede wszystkim z uwagi na popularność tej formy kontaktów oraz możliwe konsekwencje. Prezentujące się na zdjęciach osoby stają się często obiektem cyberprzemocy ze strony rówieśników.

M. Spitzer (2016) przytacza dane według szwajcarskich badań JAMES z lat 2012 i 2014, w których uczestniczyło 1107 i 1043 młodych ludzi w wieku od 12-19 lat, które obrazują wzrost zjawiska sekstingu z 6% do 12%. Amerykańskie badania z kolei określają częstotliwość zjawiska na poziomie 10,2% w grupie wiekowej 10-19 lat,

z tym, że dziewczynki częściej niż chłopcy wysyłają zdjęcia. Dla niektórych seksting jest elementem flirtu na początkowym etapie znajomości, dla innych jest po prostu jedną z form komunikowania się w związku. Inni jeszcze inaczej podchodzą do tego zjawiska – wysyłając zdjęcie, chcą podtrzymać zainteresowanie swoją osobą. Amerykańscy naukowcy ukazali, że w kontekście preferowanych więzi społecznych istotny jest typ relacji intymnych z drugą osobą (bezpieczny, lękowy, unikowy). W tym układzie odniesienia autorzy doszli do wniosku, że seksting wiąże się z lękowym typem relacji (Spitzer, 2016).

Pojawia się zatem pytanie, czy dzieje się tu coś niepokojącego, czy oczekiwania i postawy oraz wartości ludzi w bliskich relacjach intymnych zmieniają się w kierunku niepożądanym? Jak więc zachować odpowiednią miarę rzeczy? Wiadomo, że pewna doza wiary w siebie każdemu jest potrzebna. Chodzi o to, żeby obraz nas samych nie był odrealniony, nierzeczywisty. Każdy potrzebuje wglądu w siebie, przeanalizowania, jaki jest. Dopiero po spełnieniu takich warunków powiedzenie po prostu *być sobą* nabiera sensu. Co więc można zrobić, aby uczynić ten świat złakniony obrazów, narcystycznych osobowości bardziej znośnym i bezpiecznym dla młodzieży? Na pewno edukować medialnie, zwracając uwagę na kilka istotnych aspektów:

- Należy rozmawiać na temat wad i zalet umieszczania swoich zdjęć w Internecie.
- Należy wyjaśnić negatywne oddziaływanie fotografii pornograficznych.
- Należy udzielić młodzieży informacji na temat praw autorskich.
- Należy uzmysłwić młodym ludziom, że wygląd zewnętrzny nie jest kryterium oceny wartości człowieka.
- Należy być otwartym na pomysły młodzieży i dyskretnie ukierunkowywać ich działania.
- Należy śledzić to, czym zajmuje się młodzież, by być dla nich zarówno partnerem, jak i autorytetem.
- Należy uświadamiać wartość działalności twórczej.
- Należy umożliwiać młodym ludziom kontakt z fotografią artystyczną i profesjonalną, np. poprzez wspólne wyjścia na wystawy lub prezentację i omawianie obrazów w klasie szkolnej. Fotografia jest atrakcyjnym środkiem dydaktycznym oddziałującym na emocje, rozwijającym wyobraźnię, poszerzającym wiedzę, a częste stykanie się z nim inspiruje do własnej twórczości.
- Należy podejmować dyskusję na temat fotografii, które podobają się młodym ludziom, a które nie. Daje to im poczucie bycia ważnym, wysłuchanym, rozumianym, wzmacnia więzi zarówno w domu, jak i w szkole.
- Należy wspierać uczniów w ich zainteresowaniach, np. poprzez urządzenie wystaw prac czy naukę operowania programami fotograficznymi.

I co istotne, we współczesnym świecie pełnym kopii, retuszu i zafałszowania rzeczywistości to uświadamiać, że najlepiej być po prostu **sobą**.

## ZAKOŃCZENIE

Obszar sieciowy jest terenem działań ludzi żyjących w dwóch równoległych światach – realnym i wirtualnym, które najczęściej traktuje się jako równoprawne. Często świat wirtualny staje się bliższy od rzeczywistego. W świecie wirtualnym można funkcjonować w różnych maskach i w ten sposób kreować swój wizerunek, który całkowicie może odbiegać od tego, który prezentujemy w realnym świecie. Można także pokazać siebie takim, jakim się jest, bez potrzeby zmieniania, korygowania, pudrowania. Ale coraz częściej młodzież pokazuje *za dużo* siebie, mając nieodpartą i nasilającą się potrzebę jednostkowego zaistnienia, autokreacji, potwierdzenia swojej wartości i niepowtarzalności, a idąc za współczesnym modelem kultury masowej, chce za wszelką cenę znaleźć się w centrum społecznego zainteresowania.

Popularność związana jest z dowartościowaniem autora, który kreuje w wirtualnej rzeczywistości swój wizerunek, modyfikuje go, uruchamia refleksyjność wobec siebie, modyfikuje swoje przekonania o normach, wartościach oraz tworzy własną wizję świata społecznego (Seul-Michałowska, 2010). Internetowa ikonosfera niewątpliwie przeżywa czas rozkwitu, będzie się rozrastać i coraz bardziej absorbować, zwłaszcza młode pokolenie. Istotne jest jednak, aby mieć wiedzę i świadomość, do jakiej granicy w mówieniu, a zwłaszcza w pokazywaniu siebie, możemy się posunąć, aby nie przegrać z bezlitosnym światem ludzi po drugiej stronie ekranu. Jednak najważniejsze jest, by świat na ekranie nie zastąpił tego, który jest za oknem, a fotografie ludzi umieszczane na stronach internetowych kontaktu twarzą w twarz.

## LITERATURA

- Aboujaoude, E. (2012). *Wirtualna osobowość naszych czasów. Mroczna strona e-osobowości*. Kraków.
- Błaszczyk, N. (2011). *Fotografia – medium masowe jako materia sztuki współczesnej*. Pobrano z lokalizacji: [http://www.naat.pl/essays/mgr\\_n-blaszczyk\\_naat.pdf](http://www.naat.pl/essays/mgr_n-blaszczyk_naat.pdf)
- Dudek, A.J. (2016). *Selfie nie takie niewinne. Robisz, wrzucasz do sieci... i obniża się Twoją samoocenę*. Pobrano z lokalizacji: <http://natemat.pl/98279,selfie-nie-takie-niewinne-robisz-wrzucasz-do-sieci-i-obniza-sie-twojasamoocena>
- Fal, M. (2013). *Młodzi narcyzi umieją coraz mniej, ale są zadowoleni z siebie jak nigdy*. Pobrano z lokalizacji: <http://natemat.pl/47967,mlodzi-narcyzi-umieja-coraz-mniej-ale-sa-zadowoleni-z-siebie-jak-nigdy>
- Magala, S. (2000). *Szkola widzenia*. Wrocław.
- Olechnicki, K. (2009). *Fotoblogi, pamiętniki z opcją przekazu. Fotografia i fotoblogerzy w kulturze konsumpcyjnej*. Warszawa.

- Pająk, P. (2010). *Yahoo – rewitalizacja z klasą, choć to pewnie nie wystarczy*. Pobrano z lokalizacji: <http://www.spidersweb.pl/2010/05/yahoo-rewitalizacja-z-klasa-choc-to-pewnie-nie-wystarczy.html/amp>
- Połownianiuk, M. (2013). *Selfie słowem roku – o fenomenie zdjęć z ręki*. Pobrano z lokalizacji <http://www.spidersweb.pl/2013/11/selfie-slowem-roku.html>
- Seul-Michałowska, S. (2010). *Blog jako nisza rozwoju młodzieży*. W M. Sokołowski (red.), *Nowe media, nowe interpretacje*. Warszawa.
- Sontag, S. (1978). *On photography*. Farrar, Strauss and Giroux. Nowy Jork.
- Spitzer, M. (2016). *Cyberchoroby. Jak cyfrowe życie rujnuje nasze zdrowie*. Słupsk.
- Strelau, J. (2000). *Podstawy psychologii*. Gdańsk.
- Sztompka, P. (2005). *Socjologia wizualna. Fotografia jako metoda badawcza*. Warszawa.
- Temple, J.R., Paul, J.A., van den Berg P., Le V.D., McElhany A. i Temple, B.W. (2012). Teen Sexting and its Association with Sexual Behaviors. *Archives of Pediatrics and Adolescent Medicine*, 166 (9).
- Wasylewicz, M. (2011). *Uwarunkowania umiejętności czytania informacji wizualnej*. Rzeszów.
- Zwoliński, A. (2004). *Obraz w relacjach społecznych*. Kraków.

## IKONOSFERA W KOMUNIKACJI A PRYWATNOŚĆ WSPÓŁCZESNEJ MŁODZIEŻY

**Słowa kluczowe:** Internet, ikonosfera, zdjęcia, seksting

**Streszczenie:** Obraz jest znamienny w kulturze masowej, zmienia on proces komunikacji społecznej – proces ten nabiera charakteru wizualnego. Obecnie wszystko staje się obrazem. Ikonosfera, jako środowisko obrazu, jest bogata i zróżnicowana, co wynika z jej powiązania z funkcjonowaniem mediów. Każdy człowiek ma własną, niepowtarzalną ikonosferę. I co najbardziej istotne z punktu widzenia niniejszych rozważań – każdy inaczej ją wykorzystuje. W obliczu wielości obrazów elektronicznych zanikają kryteria wartościujące: doskonałość, autentyczność czy oryginalność. Rozpoczyna się epoka *disignu*, epoka zaniku intymności i prywatności. Artykuł jest próbą charakterystyki niebezpieczeństwa, jakie za sobą niesie owo upublicznianie swoich zdjęć przez młodzież w szeroko pojętych mediach. Krótkiej charakterystyce poddane zostało także zjawisko sekstingu.

## THE ICONOSPHERE IN COMMUNICATION AND THE PRIVACY OF CONTEMPORARY YOUTH

**Keywords:** Internet, Iconosphere, photos, seksting

**Abstract:** Images are significant in popular culture, they change the process of social communication, which takes on the visual nature. Today, everything becomes an image. Iconosphere, as the environment of the image, is rich and varied, due to its links to the functioning of the media. Each person has their own unique iconosphere. And what is most important from the point of view of these considerations – everyone uses it. In the face of the multiplicity of electronic image, the evaluative criteria of excellence, authenticity and originality are fading. This begins with the *design era*, the era of decay of intimacy and privacy. The article is an attempt to characterise the dangers which is brought about by making their photos public by the youth in the broad media. Short characteristics of the sexting phenomenon is also provided.