

MAREK JEZIŃSKI  
ŁUKASZ WOJTKOWSKI

# NARCYZM HIPSTERSKI

## MAREK JEZIŃSKI

Profesor dr hab., kierownik Katedry Komunikacji, Mediów i Dziennikarstwa na Uniwersytecie Mikołaja Kopernika w Toruniu. Jego główne zainteresowania naukowe obejmują antropologię społeczną i współczesną kulturę popularną. Jest autorem ponad stu tekstów naukowych z zakresu politologii, socjologii, antropologii, kultury popularnej. W ostatnim czasie opublikował książkę *Muzyka popularna i jej odbiorcy w poszukiwaniu autorytetu* (2017). ORCID: 0000-0003-4335-8216.

W artykule podejmujemy wątek narcyzmu obecnego na hipsterskich kontach w mediach społecznościowych, które określamy mianem blogów wizualnych. Zakładamy, że tożsamość konstruowana przez autorów tych kont ma charakter narcystyczny, definiowany przede wszystkim przez użycie multimodalnej przestrzeni łączącej różne media: fotografie, teksty, krótkie filmy wideo, dźwięki, przy dominacji tych pierwszych. Nadawcy publikujący na tego typu blogach wytworzyli specyficzny sposób obrazowania i reprezentacji własnej tożsamości, polegający na odwzorowywaniu tożsamości realnej za pomocą reprezentacji wizualnych zapożyczanych od innych członków postwspólnoty. Za tym zjawiskiem kryje się tendencja do maskowania się dzięki odpowiedniej technice obrazowania siebie: zdjęcia autodefiniujące hipstera zamieszczane na blogach są niejednokrotnie nieostre, filtrowane, robione z dystansu, pokazują jedynie wybrane praktyki kulturowe, części garderoby i ciała (buty, koszulę, czapkę, brodę, sylwetkę ujętą z tyłu) oraz zestaw gadżetów i miejsc typowych dla środowisk hipsterskich, ujawniając tendencje konformistyczne, podporządkowujące oczekiwaniom grupy odniesienia.

Oznacza to, że praktyki kulturowe, które tworzą tożsamość cyfrowego hipstera, związane są z kreowaniem symbolicznego uniwersum znaczeń, gdzie istotną rolę odgrywają nostalgia i ikonografia wybranych elementów życia jako częste motywy postów (kubek z kawą, rower, kolekcje płyt winylowych, hipsterskie ubrania, przestrzenie miejskie, przyroda itp.).

**ŁUKASZ WOJTKOWSKI**  
 Doktor, adiunkt w Katedrze Komunikacji, Mediów i Dziennikarstwa na Uniwersytecie Mikołaja Kopernika w Toruniu. Jego zainteresowania badawcze koncentrują się na socjologii mediów, kulturze cyfrowej, mediatyzacji i teorii krytycznej. Jest autorem prac z zakresu medioznawstwa, kulturoznawstwa i socjologii. W ostatnich latach współtworzył cykl wystąpień i tekstów o cyfrowych kulturach nostalgii oraz cyfrowych postwspólnotach hipsterskich, w ramach którego ukazał się między innymi tekst *Hipsterzy jako post-wspólnota cyfrowa. Uwagi o post-subkulturowym internetowym folklorze* (2017). ORCID: 0000-0003-0124-427X.

Narcyzm polega tu na przeglądaniu się nie tyle w sobie, ile w symbolicznych przedstawieniach wizualnych, charakterystycznych dla całej hipsterskiej kultury cyfrowej.

Podstawą empiryczną artykułu są badania jakościowe prowadzone z wykorzystaniem netnografii i analizy treści. Zebrany materiał obejmuje głównie dane wizualne i interakcje kulturowe zgromadzone w sposób celowy z 48 blogów hipsterskich prowadzonych na platformach Tumblr, Instagram i Facebook od grudnia 2012 roku do kwietnia 2016 roku. Proces badawczy podzielony był na trzy fazy. W trakcie pierwszej wyznaczyliśmy kody kulturowe charakterystyczne dla hipsterstwa, które obecne były w literaturze opisującej zestaw praktyk kulturowych i komunikacyjnych hipsterstwa<sup>1</sup>. Druga objęła zewnętrzną obserwację interakcji kulturowych i treści publikowanych przez 14 użytkowników Tumblr, co pozwoliło na zbudowanie szkieletu praktyk medialnych, wzorców komunikacyjnych i interakcji. W trakcie trzeciej fazy przeprowadziliśmy pogłębioną obserwację uczestniczącą 48 użytkowników sieci, połączonych we wzajemnej relacji komunikacyjnej w ramach Tumblr. W trakcie tej części projektu dokonaliśmy immersji kulturowej poprzez włączenie się do analizowanej sieci za pomocą konta w serwisie Tumblr. Ze względu na specyfikę obserwowanych obiektów nasza analiza jest ograniczona, jeśli chodzi o zmienne demograficzne użytkowników. Nie zawsze mogliśmy zweryfikować dane dotyczące etniczności, klasowości, narodowości czy płci. Informacje, które posiadamy, wskazują na mniej więcej równy rozkład płci i znaczną przewagę kont amerykańskich, kanadyjskich, brytyjskich i francuskich. W przypadku zmiennej klasowej wiemy, że wszystkie konta prowadzone były przez przedstawicieli klasy kreatywnej, co jeszcze rozwiniemy w dalszej części tekstu. Zdecydowanie dominowała treść wizualna (fotografie, GIF-y, projekty graficzne), przy niewielkim udziale treści tekstowej (jak na przykład cytaty, krótkie wpisy), wideo i audio. Jednocześnie chcielibyśmy

<sup>1</sup> Były to między innymi: B. Ehrlich, A. Bartz, *Stuff Hipsters Hate: A Field Guide to the Passionate Opinions of the Indifferent*, Ulysses Press, Berkeley 2010; *What Was the Hipster? A Sociological Investigation*, red. M. Grief, K. Ross, D. Tortorici, nb+1 Foundation, New York 2010; J. Kinzey, *The Sacred and the Profane: An Investigation of Hipsters*, Zero Books, Winchester 2012.

podkreślić, że z próby nie wykluczaliśmy treści tworzonych przez korporacje, marki i organizacje biznesowe, na przykład w trakcie profesjonalnych sesji lifestyle'owych czy produktowych (motocykle, rowery itp.). Wręcz przeciwnie, mimo że nie są to przykłady *user generated content*, które dominowały w naszej próbie, okazały się istotne w budowaniu i komunikowaniu hipsterskiej tożsamości narcystycznej.

Na podstawie wstępnej analizy materiału założyliśmy, po pierwsze, że istnieje we współczesnym komunikowaniu sieciowym zjawisko, które można określić jako narcyzm hipsterski. Po drugie, że narcyzm hipsterski wychodzi od kulturowej tożsamości bricolage'u opartego częściowo na procesie komodyfikacji.

Biorąc pod uwagę usieciwienie narcyzmu jako takiego, wpisujemy się w sposób pojmowania tego zjawiska w kontekście przestrzeni internetowej, która nasila zachowania zorientowane na „własne ja”<sup>2</sup>. Uznając powyższe spostrzeżenia, narcyzm hipsterski opisujemy, opierając się na dwóch głównych wyznacznikach. Pierwszym jest zjawisko budowania tożsamości indywidualnej poprzez praktyki medialne skoncentrowane na budowie „ja” przez odniesienie się do kodów kulturowych podzielanych przez członków hipsterskiej postwspólnoty „my”. Drugim desygnatem jest proces utowarowienia narcyzmu, w tym przypadku skłaniamy się ku definiowaniu tego zjawiska przez pryzmat konsumpcji kulturowej<sup>3</sup>.

Natomiast za blog hipsterski uważamy każdy blog (a więc formułę komunikowania *online*), który wyróżnia się przede wszystkim formą, w jakiej publikowane są komunikaty. Analizując blogi hipsterskie, zwracamy uwagę na takie elementy, jak: treść komunikatu, jego temat oraz forma. W przypadku blogów hipsterskich wszystkie one są poddane ścisłej kodyfikacji, wyznaczającej ramy sieciowego działania członków tej subkultury. Prymarnym komunikatem w przypadku blogów hipsterskich jest jednak obraz, definiowany jako swoisty warunek konieczny do zakwalifikowania danego tekstu jako hipsterski; układ graficzny, typologia przedstawianych elementów, tło oraz – w pierwszej kolejności – sposób obrazowania w tekstach wizualnych tworzą specyfikę hipsterstwa *online*. Podstawowymi wyznacznikami są w tym kontekście zdjęcia zamieszczone na blogach: treści zdjęć (przedmioty, krajobrazy i osoby portretowane), kadrowanie oraz zastosowane do graficznej obróbki filtry (pozwalające uzyskać matowość zdjęć, efekt *vintage* czy kolor sepii). Uogólniając, strona wizualna dominuje nad całością przekazu i, patrząc na ten aspekt bloga, odbiorca nie ma wątpliwości, że obcuje z wytworem subkultury hipsterskiej. Zwróćmy uwagę, że większą rolę w tym kontekście odgrywa forma bloga, a nie autodefinicja nadawcy komunikatu. Oznacza to, że blogiem hipsterskim jest ściśle zdefiniowany układ komunikacyjny mający dać świadectwo hipsterskości nadawcy poprzez zastosowanie określonej formy komunikatu.

### POSTSUBKULTUROWE RAMY ODNIESIENIA KULTURY GRUPOWEJ HIPSTERÓW

Blogi hipsterskie i sieciowy hipsteryzm są tu interpretowane jako część zachowań społecznych, typowych dla społeczeństwa sieciowego i postmodernistycznej

2 M. Szpunar, *Kultura cyfrowego narcyzmu*, Wydawnictwa AGH, Kraków 2016, s. 146.

3 Por. tamże, s. 25–29.

kultury późnego kapitalizmu. Warto więc spojrzeć na nie pod kątem teorii społecznej, czyli jako na wypadkową następujących koncepcji: po pierwsze, uczenia się ról, przyjmowania ich i grania wobec innych ludzi czy grup odniesienia; po drugie, prezentacji siebie w kontekście funkcjonowania w przestrzeni publicznej oraz odgrywania ról w określonych sytuacjach społecznych; oraz, po trzecie, walki o uznanie społeczne w kontekście teorii narcyzmu.

W procesie przyjmowania ról i uczenia się ich człowiek rozpoznaje społeczne wzorce dotyczące definiowania danej roli i stara się wejść w nią w taki sposób, by uzyskać akceptację innych ludzi, a przede wszystkim tych osób, które należą do jego bezpośredniego otoczenia oraz stanowią dla niego normatywną grupę odniesienia pozytywnego<sup>4</sup>. Wzorce zachowań, rozpoznawania oraz uznawania wartości i symboli są definiowane przez dane środowisko – to grupa uznaje pewne wartości za istotne, jednostka zaś zmuszona jest do ich zaakceptowania, jeśli chce należeć do określonych kręgów społecznych. Grupa subkulturowa jest tu jednym z licznych przykładów grupy odniesienia narzucającej swoim członkom zestaw zachowań i wartości, a hipsterów w tym kontekście można zaliczyć do ugrupowania postsubkulturowego.

Rozwijając tę koncepcję w innym tekście<sup>5</sup>, konceptualizowaliśmy hipsterów jako postwspólnotę cyfrową, czyli formę wspólnoty, w której proces tworzenia tożsamości oparty jest na procesie zmediatyzowanej komunikacji *online* poszczególnych użytkowników. Jednocześnie, mimo cyfrowego charakteru więzi społecznych tworzonych w ramach interakcji zapośredniczonych medialnie, hipsterzy odnoszą się do bardzo tradycyjnych wartości, przywracanych przez nich w ramach nostalgicznie zorientowanych praktyk medialnych. Według Davida Muggletona oznacza to, że „twarde” wartości, związane z ideologią i manifestacją określonych poglądów, wyrażane przez tradycyjne subkultury werbalnie i symbolicznie (ubiór, typ ulubionych rozrywek, styl życia), zostały w XXI wieku zastąpione przez autodefinicję „miękkiego” typu<sup>6</sup>. Dla postsubkultur liczy się przede wszystkim nowy rodzaj komunikowania i kontaktów zapośredniczonych przez sieć, pozwalający na płynne zmienianie tożsamości, niedookreśloność i elastyczność statusu. Subkulturowe wyznaczniki zostają przeniesione w środowisko sieciowe, co oznacza, że jednostka nie przywiązuje się zazwyczaj do funkcjonowania w danego typu układach społecznych, a grupy odniesienia normatywnego nie są przez nią postrzegane w kategoriach jawnie deklaracyjnych. Można to rozpatrywać na następującym przykładzie: w świecie tradycyjnych subkultur będąc punkiem, nie można jednocześnie być metalowcem, i na odwrót. W przypadku postsubkultur tożsamość nie jest definiowana w sposób otwarcie ideologiczny, czy też inaczej – ideologia nie jest głównym elementem definiującym określoną postsubkulturę, odgrywa ona rolę

4 Ch.T. Whelan, B. Maître, *The 'Europeanisation' of reference groups*, „European Societies” 2(11)/2009; G.H. Mead, *Mind, Self and Society*, University of Chicago Press, Chicago 1934; T. Moore, D. Noble-Carr, M. McArthur, *Changing things for the better: the use of children and young people's reference groups in social research*, „International Journal of Social Research Methodology” 2(19)/2016.

5 M. Jeziński, Ł. Wojtkowski, *Hipsterzy jako post-wspólnota cyfrowa. Uwagi o post-subkulturowym internetowym folklorze*, „Przegląd Kulturoznawczy” 2(32)/2017, s. 176–190.

6 D. Muggleton, *Wewnątrz subkultury. Ponowoczesne znaczenie stylu*, tłum. A. Sadza, Wydawnictwo UJ, Kraków 2004.

drugorzędną wobec stosowanych wyznaczników stylu wizualnego. Co istotne, większość postsubkulturowych wyznaczników ma charakter płynny i manifestuje się poprzez kontakty zapośredniczone medialnie, czyli relacje sieciowe, w których realna tożsamość nadawcy komunikatu może pozostać ukryta, a w każdym razie jest ona niesprawdzalna. W tradycyjnych subkulturach przynależność definiowała tożsamość jednostki (wraz ze wszystkimi tego faktu konsekwencjami), w dzisiejszych postsubkulturach nie jest ona traktowana jako ostateczna deklaracja, co sprawia, że uczestnicy grupy raczej grają w subkulturowe gry, a nie przynależą do pewnego środowiska. Aktorzy bazują na specyficznym typie tożsamości, którą za Muggletonem można nazwać „tożsamością sfragmentaryzowaną”<sup>7</sup>, co oznacza, że jednostka odgrywa życiowe role, opierając się nie na tożsamości związanej z jedną rolą i przynależnością do jednej grupy subkulturowej, ale na tożsamości rozproszonej – rozczłonkowanej na wiele grup i nakierowanej na wiele środowisk. Konsekwencją takiego podejścia jest zapożyczanie elementów stanowiących o grupowej tożsamości z różnych środowisk i źródeł<sup>8</sup>. Patchworkowy charakter hipsterskiej postsubkultury stanowi przestrzeń dostarczającą wzorców, które są atrakcyjne dla członków danej grupy, definiując jednocześnie jej status jako część szerszej kultury grupowej. W taki też sposób należy rozumieć kwestię tożsamości jednostek: w działania danej kultury grupowej mogą angażować jedynie część energii i uwagi, poświęcając je także innym grupom, z których każda operuje ograniczoną liczbą kodów symbolicznych. Ta ostatnia kwestia jest niezwykle istotna przy dekodowaniu blogów hipsterskich, stanowiących podstawę badania empirycznego przedstawionego w niniejszym artykule.

Sieciowe publikowanie zdjęć ukierunkowane na grupę odniesienia pełni przede wszystkim funkcje deklaratywne oraz identyfikacyjne i integracyjne. Poprzez dodawanie zdjęć pozostających w konwencji zaakceptowanej przez daną grupę jednostka powiela schemat zaangażowania w działania grupowe, nie redefiniując samych treści, przez co reprodukuje znaczenia, składając wobec innych członków deklarację lojalności i przynależności grupowej. Zdjęcia o określonej tematyce i pozostające w ściśle zdefiniowanej konwencji stylistycznej, zamieszczone na blogu, mają w niepodważalny sposób przekonać odbiorcę, że nadawca komunikatu przyjmuje wyznaczniki granej roli i potwierdza tym samym deklarację przynależności do grupy subkulturowej. A podtrzymując w taki sposób nadany mu i zaakceptowany społecznie status członka subkultury, przyczynia się do reprodukcji wartości grupowych i integrowania społeczności wokół wyznawanych wartości reprezentowanych jako ikonografie.

Zdjęcia zamieszczone na blogach hipsterskich pełnią więc funkcję analogiczną do naszywek i znaczków noszonych na bluzach, kurtkach i koszulkach przez reprezentantów tradycyjnych subkultur. Takie identyfikatory wyrażały gust muzyczny danej osoby i świadczyły o przynależności klanowo-plemiennej, co związane było z koniecznością klarownej identyfikacji owej przynależności. Kategorie

---

7 Tamże, s. 58–60.

8 Tamże, s. 60.

„my” i „oni”, „nasz” i „obcy” związane były z utożsamianiem się z grupą i odnosiły się do prymarnego sposobu identyfikacji jednostki – wyznaczniki widzialne dla innych osób pozwalały dekodować przynależność plemienną i kulturową nieznannej osoby, a dla osób już rozpoznanych w danym kręgu stanowiły potwierdzenie udziału w dotychczasowej grupie. Nowe naszywki i znaczki pozostawały zawsze w stylistyce zaakceptowanej przez grupę subkulturową: nazwy zespołów stanowiły oznakowanie plemienne, a jednocześnie konstituowały estetyczną tożsamość danej grupy. To samo można powiedzieć o zdjęciach na blogach hipsterskich – ich prymarna treść, czyli wyrażona wizualnie tematyka, posiada znaczenie w zasadzie drugorzędne, są one bowiem przede wszystkim potwierdzeniem wyznawania wartości istotnych dla grupy i jednocześnie oznaką totemicznego zaangażowania w reprodukcję owych wartości. Zdjęcia staromodnego roweru czy kubka z parującą kawą mają przekonać odbiorcę bloga, że nadawca we właściwy sposób rozpoznaje treści istotne dla grupy i potrafi wybrać odpowiednie ilustracje, ale także – a może przede wszystkim – mają utwierdzać owego odbiorcę, że nadawca należy do subkultury, identyfikuje się z nią, przejawia typowe dla niej wartości i reprezentuje określony typ wrażliwości, ceniony przez innych uczestników aktu komunikacji w tym środowisku.

Innym, równie istotnym elementem teorii socjologicznej, który pomaga interpretować zachowania narcystyczne w kulturze hipsterskiej, jest koncepcja grup odniesienia. Robert Merton określa w ten sposób grupy, które dla jednostek stanowią pozytywny wzorzec zachowań – aspirując do nich, jednostki starają się przyjmować wartości i normy panujące w owej grupie, co przekłada się potem na realne zachowania w sytuacjach społecznych. Tworzenie się takich grup jest, zdaniem Mertona, istotnym aspektem funkcjonowania ludzi w kontekstach społecznych, pokazuje bowiem, w jakich sytuacjach ludzie przynależący i nieprzynależący do grupy stanowią ramy odniesienia (*frame of reference*) dla jednostki<sup>9</sup>. Najistotniejszą rolę w tym kontekście odgrywają grupy/środowiska odniesienia normatywnego, czyli – jak zauważa Theodore Kemper – „grupy, zbiorowości lub osoby, które zapewniają aktorowi możliwość działania przez wyrażenie nakreślone normy i przyjęte wartości”<sup>10</sup>. Aktorzy życia społecznego potrzebują wzorców, jak powinni grać wybrane przez siebie role – grupy odniesienia nie tylko ich dostarczają, ale też stanowią istotny element w kształtowaniu zachowań i postaw jednostek, odgrywają rolę środowiska formującego postawy i pomagającego manifestować je w realnych interakcjach, a więc poprzez akceptowalne środowiskowo praktyki dyskursywne. Jednostka, chcąc należeć do danej grupy, stara się odgrywać określone role według standardów przyjętych grupowo, co sprawia też, że odstając od normy środowiskowej, naraża się na sankcje społeczne (wykluczenie z grupy, ostracyzm, bojkot towarzyski itp.). Nie oznacza to jednak, że bezwarunkowo i w całości akceptuje grupowe wzorce – chcąc przynależać do grupy, może dokonać powierzchownej asymilacji wybranych elementów, na przykład stylu ubioru czy

9 R.K. Merton, *Continuities in the theory of reference groups and social structure*, [w:] *Social Theory and Social Structure*, red. R.K. Merton, Free Press, Glencoe 1957, s. 223–232.

10 T.D. Kemper, *Reference groups, socialization and achievement*, „American Sociological Review” 1(33)/1968, s. 32.

sposobów spędzania wolnego czasu. Tradycyjne grupy subkulturowe kładły silny nacisk na asymilowanie wartości, które dla grupy były konstytutywne. Przykładowo bycie punkiem oznaczało określony kod zachowań w sytuacjach publicznych, język, ubiór czy słuchanie danego typu muzyki. Badacze subkultur młodzieżowych, jak Dick Hebdige, David Muggleton czy Paul Willis, uznają to za istotny wyznacznik działania grupowego w przestrzeni społecznej, wynikający z symbolicznych uwarunkowań konstytutywnych dla grup jako całości o odrębnym statusie<sup>11</sup>.

Podobnie działa subkultura hipsterska jako grupa odniesienia normatywnego, z tą jednak różnicą, że bazuje na kontaktach zapośredniczonych, a więc takich, które mogą nie przekładać się na relacje w realnym świecie. Podstawą formowania się grup odniesienia są tradycyjnie rozumiane kontakty bezpośrednie, które z natury cechuje pewna emocjonalność i brak neutralności w relacjach grupowych. W przypadku kontaktów zapośredniczonych relacja *face-to-face* nie występuje, co oznacza, że grupa nie tworzy się poprzez realne interakcje, ale bazuje na relacjach wirtualnych i może angażować jedynie część tożsamości aktora sieci społecznej. Co istotne, status danego aktora nie może podlegać weryfikacji, dlatego osoba prowadząca konto na hipsterskim portalu, zamieszczająca odpowiednio stylizowane komunikaty, może nie identyfikować się z założeniami subkultury, a jedynie stylizować się na członka środowiska hipsterskiego jako na atrakcyjne z medialnego punktu widzenia ramy odniesienia dla działań o charakterze estetycznym. Można zatem prowadzić konto hipsterskie na portalu społecznościowym lub fotobloga hipsterskiego, nie identyfikując się z ideami tego środowiska, a dzieląc jedynie jego upodobania estetyczne, związane z wizualną stroną sieciowej aktywności. Oznacza to, że nieistotny jest status nadawcy komunikatu; ważny jest jedynie sam komunikat, ujęty w odpowiednią formę.

### PRAKTYKI MEDIALNE CYFROWEGO NARCYZMU HIPSTERSKIEGO

Antyczna historia o Narcyzie przedstawia nam młodzieńca wpatrzonego w swoje odbicie w wodzie, gardzącego relacjami uczuciowymi z innymi osobami, tak płci żeńskiej, jak i męskiej. Urzeczony własną urodą, której dotychczas nie miał okazji zobaczyć, Narcyz umiera, wpatrując się uporczywie w urokliwe rysy własnego odbicia. W tej opowieści woda staje się ekranem – swoistym medium, które pozwala mu doświadczyć piękna, jakiego wcześniej nie widział i nie spodziewał się ujrzeć. Zachwycony przestaje myśleć o realnym świecie, jest przedmiotem i podmiotem skierowanego na siebie działania. Staje się też metaforą pozbawionego racjonalności działania, związanego z przedkładaniem własnych potrzeb nad jakiegokolwiek relacje grupowe lub interakcje międzyludzkie. Skupiony na voyeurystycznym autoerotyzmie, zatracą umiejętność odróżniania rzeczywistości i związanych z nią potrzeb od kreacji świata nierealnego, bo bazującego na wyobrażonych wizerunkach współgrających z ego bohatera.

Ciekawa wersja Narcyza pojawia się w utworze *Hall of Mirrors* grupy Kraftwerk (z płyty *Trans Europe Express* z 1977 roku). W dziele kwartetu z Dusseldorfu

11 D. Hebdige, *Subculture. The Meaning of Style*, Routledge, London–New York 1979; D. Muggleton, *Wewnątrz subkultury*, dz. cyt.; P.E. Willis, *Profane Culture*, Routledge & K. Paul, London 1978.

młodzieniec staje się gwiazdą mediów masowych, a las ze strumieniem – gabinetem luster prezentujących zmultiplikowane, a przez to zniekształcone odbicie młodego mężczyzny, którego los – podobnie jak los Narcyza – dopełnił się poprzez miłość do własnego wyobrażenia. W piosence Kraftwerk, napisanej 25 lat przed pojawieniem się fotoblogów hipsterskich i kultury obnażania się w mediach cyfrowych, zaskakująco trafnie oddano zacieranie się relacji między tym, co realne, a tym, co wyobrażone: młody człowiek – artysta zakochuje się we własnym odbiciu, w którym raz dostrzega przedstawienia własnej twarzy, a innym razem zniekształcone odbicie kogoś innego. Kulminacyjny moment tekstu: „He made up the person he wanted to be / And changed into a new personality” („Stworzył osobę, którą chciał być / I przybrał nową osobowość”) antycypuje działania narcystycznych młodych ludzi epoki internetu. To, co widać na ekranach komputerów (występujących w roli leśnego strumienia z antycznego mitu i lustra z *Hall of Mirrors*) jest projekcją marzeń o osiągnięciu stanu doskonałości przez człowieka, ale nie poprzez udoskonalenie siebie w kategoriach fizycznych czy duchowych, a jedynie poprzez kontrolę wizerunku publikowanego w mediach i manipulowanie odbiorem owego wizerunku. Człowiek sprowadzony zostaje do autoprezentacji, w której najistotniejszą rolę odgrywa możliwość transformacji za pomocą mediów: nadawca komunikatów w nowych mediach staje się kimś innym niż w rzeczywistości, przyjmując dla symbolicznych korzyści nową tożsamość.

Siłą hipsterskiego narcyzmu jest zatem jego medialne zapośredniczenie, realizowane za pomocą medialnych praktyk użytkowników. Praktyki te, za Nickiem Couldrym, postrzegamy jako zestaw podejmowanych przez ludzi podobnych działań medialnych, które mają na celu podtrzymywanie relacji społecznych, ale jednocześnie są w stanie budować pewnego rodzaju normy zachowań medialnych<sup>12</sup>. Tak rozumiana praktyka powinna spełniać warunek regularności, być zorientowana na społeczeństwo, odpowiadać na potrzeby jednostek i być normatywna. Narcyzm hipsterski ma te wszystkie cztery cechy. Jego regularność obserwować można już na poziomie częstotliwości publikowania treści na blogach (nawet do kilkudziesięciu interakcji dziennie). Postwspólnota budowana jest dzięki mechanizmowi cyrkulacji skierowanemu na budowanie relacji w oparciu o treść, a w zasadzie o podobieństwo treści i znaczeń kodów kulturowych zamieszczanych na blogach. Użytkownicy podobnych kont dzielą się postami, tworząc bricolage kodów/znaczeń cyrkulujących w procesie wymiany kulturowej zorientowanej społecznie. Dzielenie się treściami w celu budowy tożsamości postwspólnoty przybiera tym samym charakter wymiany dar – przeciwdar. W taki sposób praktyka medialna wymiany nie tylko zacieśnia relację między użytkownikami, działając więziotwórczo, ale też odpowiada na potrzeby społeczne cyfrowych hipsterów. Z jednej strony, obserwowaliśmy chęć przynależności do określonej sieci przez znaczenie kodów sieci użytkowników, a z drugiej – dążenie do zbudowania pozycji w owej sieci jako ważnego członka postwspólnoty. Tym samym praktyka medialna cyfrowych hipsterów była normatywna. W jej ramach budowała się

12 N. Couldry, *Media, Society, World: Social Theory and Digital Media Practice*, Polity, Cambridge 2012, s. 33–58.



siatka norm społecznych i kulturowych, która regulowała działania postwspólnoty. Mamy tu na myśli normatywność zbudowaną na trzech poziomach:

- zawartości: podzielenie przez użytkowników określonego zestawu kodów kulturowych przy jednoczesnym zamknięciu operacyjnym – w badanym okresie nowe kody kulturowe przyjmowane były zgodnie z rytmem trendów kulturowych<sup>13</sup>;
- technologicznym: korzystanie z określonej technologii komunikacyjnej, w tym wypadku Tumblr, i aplikacji fotograficznej z wbudowanymi filtrami, na przykład Instagrama;
- instytucjonalnym: system rekomendacji, kogo warto obserwować i czyje/jakie treści repostować.

### NARCYSTYCZNY CYFROWY HIPSTER

Źródeł praktyk medialnych hipsterskiego narcyzmu można szukać w kilku cechach współczesnej kultury masowej, której podporządkowana jest jednostka. Najważniejsze z nich to:

- tendencja do wzrokocentryzmu; kultura ta bazuje na licznych przedstawieniach ikonograficznych (zdjęciach, filmach, obrazkach, grafikach-ikonach);
- kult indywidualizmu, a przede wszystkim zorientowanie własnych działań na odniesienie sukcesu;
- tendencja do eksponowania własnych potrzeb kosztem innych i zaspokajania potrzeb własnego ego, co wiąże się z deficytem uwagi w sytuacjach publicznych;
- wyraziście dominujący w wielu sferach dzisiejszego życia konsumpcjonizm.

Cechy te odnajdujemy na blogach hipsterskich. Mamy tam dużo ikonografii pozwalającej nie tyle kreować znaczenia, ile je konsumować. Oznacza to inflację symboli użytych przy kreowaniu znaczeń grupowych i istotnych nie tylko dla społeczności, ale też dla autodefiniowania jednostki. Nadprodukcja zdjęć zamieszczanych na fotoblogach skutkuje zniechęceniem odbiorcy, który traci zainteresowanie treściami wobec liczby obrazów przedstawiających relatywnie ograniczone zestawy symbolicznych wyobrażeń. Dla hipsterskiego narcyza współczesnym lustrem jest ekran, który pokazuje obraz narcyza, ale złożony z wyselekcjonowanych atrybutów; nie jest to realne przedstawienie określonych przedmiotów, miejsc, krajobrazów czy sytuacji, ale wyobrażenie modyfikowane na podstawie systemu akceptowalnego społecznie działania osadzonego na bazie interfejsu zapośredniczonego komputerowo. W związku z tym narcyzmem jest tu reprodukcja kodów i symboli, które uzyskują status niepodważalnego zestawu wyznaczników modelujących zachowania społeczne w grupie – uczestnictwo jest skorelowane z używaniem symboli istotnych dla grupy przy jednoczesnym braku substytutów dla tych symboli. Hipsterska tożsamość jest kształtowana jako pochodna użycia symboli, jednak w odróżnieniu od wyznaczników tradycyjnych subkultur brak tu miejsca na margines swobody w graniu roli w sytuacjach społecznych.

13 L. Wojtkowski, *Medialne re-konstrukcje kultur popularnych online. Hipsterstwo*. Wystąpienie na konferencji „Współczesne media: medialny obraz świata”, Lublin, 10–11 kwietnia 2014.

Fotoblogi prowadzone przez przedstawicieli postsubkultury hipsterów nie są świadectwem poczucia wyjątkowości przez każdego z nadawców i postrzegania siebie jako zwornika sieci, ale raczej wyrazem silnie ugruntowanej postawy konformistycznej, która jest realizowana jako zaspokajanie potrzeby przynależności. Reprodukacja kodów to ściśle określony rytuał, którego przestrzeganie jest warunkiem koniecznym dla akceptacji grupowej, i to właśnie ta akceptacja jest najwyższą stawką w walce o uznanie społeczne. Presja środowiskowa jest silna, ale jednoznacznie wiąże się z konformizmem i uznaniem wartości oraz symboli grupowych za nadrzędne, czyli takie, z którymi się utożsamia.

Analizowany przez nas cyfrowy, narcystyczny hipster to indywidualista zorientowany na ironię i nostalgię<sup>14</sup>. Jego indywidualizm odcina go wręcz od innych kultur i trendów, powodując narcystyczny pociąg do autentyczności i wyjątkowości. Hipster redefiniuje zatem kody kulturowe używane przez inne grupy, ale nigdy, przynajmniej we własnym przekonaniu, ich nie imituje. Odnosząc się ironicznie do samego zjawiska hipsterstwa, podkreśla własną tożsamość, osłabiając możliwe opinie, które mogłyby uderzać w autentyczność hipsterstwa. Przy tym jest nostalgiczny i w tym sensie buduje postwspólnotę bardziej nastawioną na przeszłość niż na przyszłość. Jego narcyzm jest skierowany na to, co minione, ale jednocześnie pociągające kulturowo, bo dające złudną skądinąd stabilizację. Jak pisaliśmy w innym tekście:

*Hipsterzy poprzez nostalgię przywracają do łask stare przedmioty (np. rowery, płyty winylowe, motocykle), style życia (uprawa i hodowla ekologiczna, życie w lesie) oraz sposoby spędzania czasu (celebrowanie posiłków, picia kawy, rąbanie drewna, budowa domów z drewna), inkorporując je jako własne praktyki kulturowe i komunikując je względem kultury dominującej. Nie bez powodu w ostatniej dekadzie zaobserwowaliśmy powrót do kultury kawiarnianej, browarnicznej czy muzycznej rodem z epok wcześniejszych<sup>15</sup>.*

Takie kodowania widać na przykładzie zdjęcia siekiery. Po pierwsze, jest to schematyczny dowód transformacji znaczenia kodów przyjmowanych przez cyfrowych hipsterów. Po drugie, pokazuje ono proces diametralnej zmiany znaczenia. Po trzecie, uwzględnia proces komodyfikacji badanej postwspólnoty. Wydaje się, że zdjęcie siekiery nie może przedstawiać nic więcej niż siekiere. Jednak dla analizowanych przez nas hipsterów ma ona zaskakująco duże znaczenie, ale nie jako oznaka sytuacji naturalnie związanej z tym przedmiotem, czyli rąbania drewna. Siekiera stała się opisem sytuacji naturalnej, która w ramach uzgodnionej przez hipsterów konwencji kulturowej uległa przekształceniu w symbol przynależności do grupy. Stało się tak dzięki przyjęciu przez postwspólnotę jednorodnego metonimicznego kontekstu kulturowego<sup>16</sup>. Tym samym siekiera, już jako symbol, występuje w relacji kulturowej do innych symboli, na przykład podróży czy wystroju wnętrza. W tym drugim przypadku hipsterska siekiera staje się już

<sup>14</sup> B. Schiermer, *Late-modern hipsters: new tendencies in popular culture*, „Acta Sociologica” 2(57)/2014, s. 167–181.

<sup>15</sup> M. Jeziński, Ł. Wojtkowski, *Hipsterzy jako post-wspólnota cyfrowa...*, dz. cyt.

<sup>16</sup> Por. E. Leach, *Kultura i komunikowanie*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010.

metaforą i dzięki temu może być nośnikiem komunikatu nawet w oderwaniu od pierwotnego znaczenia kodu. Hipsterzy cyfrowi, publikując zdjęcia siekier określonych marek lub zrobionych przez siebie, używają nowego znaczenia kodu, aby pokazać status przynależności do wspólnoty. Zatem siekiera (ale i inne podobnie transformowane symbole) staje się dla nich ikonicznym przedstawieniem stylu życia członków grupy. Jednocześnie proces utowarowienia dogania nowe znaczenie siekiery, kiedy masowi producenci tego narzędzia tworzą linie siekier *vintage* przeznaczone właśnie dla hipsterów i analogicznych grup odbiorców.

„Zakłęci w przeszłości” narcystyczni hipsterzy posługiwali się w badanym przez nas okresie ograniczonym zestawem treści, które definiowały specyfikę postwspólnoty. Jednocześnie wchodzili oni w relatywnie nieduży zestaw interakcji kulturowych, wyznaczony przez opisywaną wcześniej normatywność praktyki medialnej. Obserwowaliśmy głównie relacje w obrębie praktyki cyrkulacji treści ograniczonej przez infrastrukturę platformy mediów społecznościowych, która pozwalała użytkownikom na umieszczanie postów, komentowanie ich, polubienie lub włączenie do kręgu swoich znajomych innego użytkownika.

Treści publikowane w badanym okresie mieszczą się w trzech typach przedstawień (głównie wizualnych). Pierwszy to krajobrazy związane z podróżami i porami roku. Szczególnie dużą popularnością cieszyły się momenty przejścia z jednej pory roku w drugą i wyczekiwania na nie. Co interesujące, najmniejsze zainteresowanie wzbudzały przedstawienia lata, przy jednoczesnym nostalgiczno-romantyzującym zapatrzeniu w jesień, zimę i wiosnę. Mamy tu zatem do czynienia ze swoistym wyczekiwaniem na zmianę, której rezultatem jest metamorfoza stylu ubierania, dekorowania przestrzeni, nowy kierunek podróży/życia. Druga grupa jest niejako pochodną pierwszej, obejmuje bowiem wizualne przedstawienia sytuacji społecznych budujących tożsamość postwspólnoty: wyprawy na łono natury, do lasu, spędzanie czasu w domach nad jeziorem, nad morzem, w górach. Co ważne, mieliśmy do czynienia z sytuacjami, gdzie te wyprawy przyjmowały charakter nostalgiczny, odwzorowujący dawne praktyki podróżnicze, których atrybutami były tradycyjne mapy, kompasy, siekiery, łódki, zegarki, termosy. Nie chodziło zatem o budowanie narcystycznej tożsamości ja poprzez luksus podróży *all inclusive*, ale o alternatywne spojrzenie na zaradność oraz umiejętność radzenia sobie z trudnymi warunkami i osvajania przyrody, na przykład przez budowanie chaty w lesie. Nawet aktywności podejmowane w obrębie miast, takie jak spacerowanie, leniwe przechadzanie się po parkach, nawiązywały – chociażby przez odpowiednie filtrowanie obrazu – do natury i swoistego radzenia sobie z przestrzenią. Po raz kolejny mamy więc do czynienia z narcyzem zapatrzonym w przeszłość, której hipster wszak sam nie doświadczył, zna ją jedynie z kulturowo reprodukowanych opowieści medialnych. Trzeci typ przedstawień obejmuje codzienne praktyki kulturowe wysycone kodami, które określić można jako topos starannie zaaranżowanych wizualnie i kompozycyjnie małych przyjemności. Częste były więc przedstawienia picia kawy, gotowania, pieczenia, efektów tych procesów, czyli stylizowane zdjęcia jedzenia, napojów, kolacji spożywanej w gronie przyjaciół, którzy podobnie jak przedstawiane posiłki i designersko zastawione stoły wpisywali się w stylistykę hipsterską zarówno ubiorem, jak i innymi

elementami dystynktywnymi, na przykład tatuażami, fryzurami czy nakryciami głowy. Nawet słuchanie płyt nawiązywało do minionej, ale odradzającej się tradycji korzystania z gramofonów. Sposób wykonywania tych czynności można określić jako niespieszne życie i codzienne rytuały: słuchania płyt winylowych, popijania kawy, celebrowania posiłków.

Z powyższej analizy kodów/znaczeń i sposobów ich cyrkulacji wyłania się specyficzny obraz narcyzmu hipsterskiego. Z jednej strony, widać odmienny niż w typowych zachowaniach narcystycznych sposób budowania więzi w obrębie postwspólnoty. Jak zaznaczyliśmy już na początku tekstu, tożsamość indywidualna hipstera zbudowana jest na podstawie kodów kulturowych i znaczeń podzielanych przez grupę, w ramach której hipster funkcjonuje. W badanym materiale pojawiały się autorskie obrazy, na przykład *selfie*, skierowane na narcystyczne ja. Owo ja zbudowane było z obrazów zapożyczonych od innych użytkowników sieci. Innymi słowy, hipster-narczy zapatrzony w wyjątkowość grupy pokazywał się tak, jak inni hipsterzy-narczy. Ponadto, poprzez podobieństwo publikowanych przedstawień i ich znaczeń, narcystyczna osobowość przejawiała się w wyjątkowości tożsamości całej postwspólnoty.

Z drugiej strony, indywidualność narcystycznego hipstera jest indywidualnością mocno utowarowioną. Hipster definiuje tożsamość narcystyczną w ramach nostalgicznej konsumpcji kulturowej, o czym szerzej pisaliśmy w innym naszym tekście<sup>17</sup>. Zatem narczy-hipster, jako przedstawiciel klasy kreatywnej (*creative class*)<sup>18</sup>, tworzy nowe znaczenia starych kodów kulturowych, wyznacza trendy, tworząc pewnego rodzaju mit alternatywności kulturowej, a nawet kulturowego oporu. Hipster musi zatem włączyć się w nurt konsumpcji jako aktywny twórca działający w myśli zasady DIY (*do it yourself*), wykorzystując do tego technologicznie zapośredniczone obrazy swojej (lub innych) kreatywności i zyskując tym samym większą niezależność od korporacyjnego stylu życia. *Craft economy*, czyli nowe rzemiosło obecne w kulturze popularnej, od ponad dekady jest właściwe hipsterstwu, dzięki niemu odradza się kultura kawiarniana, browarnicza, spożywcza, restauracyjna, rowerowa itp. Jednocześnie, co może wydawać się paradoksalne, hipster-narczy-indywidualista, a w zasadzie jego wytwory podlegają logice rynkowej i komodyfikacji, a tym samym imitowane są przez wielkie światowe koncerty odzieżowe, spożywcze, technologiczne itp.

## WNIOSKI

Czy narczy-hipster wie, że jest narczyem-hipsterem? Zapewne nie. Zjawisko hipsterstwa i jego narcystycznych desygnatów jest bowiem w dwójnasób paradoksalne. Po pierwsze, narcyzm hipsterski opiera się nie tyle na lustrzanym odbiciu i zapatrzeniu w ja, ile na budowaniu własnej tożsamości za pomocą kodów kulturowych ukierunkowanych na postwspólnotę i przez nią podzielanych. W takim przypadku powinniśmy mówić raczej o tożsamości ja przez my. Badani przez

<sup>17</sup> Zob. M. Jeziński, Ł. Wojtkowski, *Nostalgia Commodified. Towards the marketization of the post-communist past through the new media*, „Medien & Zeit” 4/2016, s. 96–104.

<sup>18</sup> R. Florida, *The Rise of the Creative Class*, Basic Books, New York 2002.

nas hipsterzy cechują się tożsamością bricolage'u, komunikowaną przez blogi za pomocą przedstawień kulturowych zaczerpniętych od innych członków sieci, w której funkcjonują. Narcyz-hipster pokazuje nie tyle samego siebie, co inne, bliskie mu tożsamości, a za ich pomocą definiuje siebie, swoją indywidualność oraz wyjątkowość. Pokazuje nie tyle swoją praktykę słuchania muzyki, co muzykę słuchaną przez innych. Nie tyle to, w co jest ubrany, co zestawienie kodów modowych, które współdzieli z innymi członkami postwspólnoty.

Taka narcystyczna tożsamość ja przez my jest paradoksem z jeszcze jednego powodu. Podlega ona ciągłemu procesowi utowarowienia ze strony próbujących zachować wyjątkowość hipsterów, którzy poprzez własne praktyki tworzenia znaczeń, przedmiotów lub usług zorientowanych na unikalność wpisują się w logikę rynkową. Wpadają w ten sposób w pułapkę kreatywności: wymaga się od nich przystosowania do trudnych zasad logiki medialnej i kulturowej, ustalanych przez przemysł kulturowy, który – widząc potencjał rynkowy hipsterstwa – startuje w wyścigu, na mecie którego uczestników czeka całkowita deindywidualizacja.

## BIBLIOGRAFIA

- Couldry, Nick. *Media, Society, World: Social Theory and Digital Media Practice*. Cambridge: Polity, 2012.
- Ehrlich, Brenna, Andrea Bartz. *Stuff Hipsters Hate: A Field Guide to the Passionate Opinions of the Indifferent*. Berkeley: Ulysses Press, 2010.
- Florida, Richard. *The Rise of the Creative Class*. New York: Basic Books, 2002.
- Grief, Mark, Kathleen Ross, Dayna Tortorici, red., *What Was the Hipster? A Sociological Investigation*. New York: nb+1 Foundation, 2010.
- Hebdige, Dick. *Subculture. The Meaning of Style*. London: Routledge, 1979.
- Jeziński, Marek, Łukasz Wojtkowski. „Hipsterzy jako post-wspólnota cyfrowa. Uwagi o post-subkulturowym internetowym folklorze”. *Przegląd Kulturoznawczy* 32, 2 (2017).
- Jeziński, Marek, Łukasz Wojtkowski. „Nostalgia Commodified. Towards the marketization of the post-communist past through the new media”. *Medien & Zeit* 4 (2016).
- Kemper, Theodore D. „Reference groups, socialization and achievement”. *American Sociological Review* 33, 1 (1968).
- Kinzey, Jake. *The Sacred and the Profane: An Investigation of Hipsters*. Winchester: Zero Books, 2012.
- Leach, Edmund. *Kultura i komunikowanie*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2010.
- Mead, George H. *Mind, Self and Society*. Chicago: University of Chicago Press, 1934.
- Merton, Robert K. „Continuities in the theory of reference groups and social structure”. W: *Social Theory and Social Structure*, red. Robert K. Merton. Glencoe: Free Press, 1957.
- Moore, Tim, Debbie Noble-Carr, Morag McArthur. „Changing things for the better: the use of children and young people's reference groups in social research”. *International Journal of Social Research Methodology* 19, 2 (2016).
- Muggleton, David. *Wewnątrz subkultury. Ponowoczesne znaczenie stylu*. Tłum. Agata Sadza. Kraków: Wydawnictwo UJ, 2004.
- Schiermer, Bjørn. „Late-modern hipsters: new tendencies in popular culture”. *Acta Sociologica* 57, 2 (2014).

- Szpunar, Magdalena. *Kultura cyfrowego narcyzmu*. Kraków: Wydawnictwa AGH, 2016.
- Whelan, Christopher T., Bertrand Maître. „The ‘Europeanisation’ of reference groups”. *European Societies* 11, 2 (2009).
- Willis, Paul E. *Profane Culture*. London: Routledge & K. Paul, 1978.
- Wojtkowski, Łukasz. „Medialne re-konstrukcje kultur popularnych online. Hipsterstwo”. *Współczesne media: medialny obraz świata*. Lublin, 10–11 kwietnia 2014.

Data wpłynięcia: 3 listopada 2019 r. Data zatwierdzenia do druku: 31 stycznia 2020 r.

### HIPSTER NARCISSISM

This article discusses the topic of narcissism on hipster visual blogs where the identity constructed by their authors has a narcissistic dimension defined primarily by the medium they use: photos, texts, short videos and sounds, whereby the former prevail. People who publish such blogs have created a specific code and manner in which they present their real identity by means of visual representations which they borrow from other members of this post-subculture. It is a result of a tendency to disguise oneself by using certain methods of self-presentation. They include self-defining photos of modern hipsters, which however are out of focus or accordingly filtered, show selected cultural practices from a distance or only parts of the body and clothing, a set of gadgets and environments recognised as hipster. As such they reveal conformist inclinations that are in line with the reference group and what is expected from it. This means that cultural practices that create the identity of a digital hipster are associated with generating a symbolic universe of meanings, where nostalgia, symbolism, iconography of selected elements of life are among frequently posted motives (cups of coffee, a bicycle, a collection of vinyl records, hipster clothes, specific urban spaces, nature, etc.). This kind of narcissism is about looking at one's own reflection; however, not so much in the mirror as in symbolic visual representations characteristic of the entire digital hipster culture. Using netnography and based on their content analysis of 48 blogs, the authors argue that the development of one's hipster narcissistic identity is part of a media practice that revolves around building the 'self' by referring to cultural codes shared by members of the hipster post-subculture ('I' and 'us'). As a result, the hipster narcissism studied here seems to take the form and cultural identity of bricolage, and as such is subject to commodification.

**SŁOWA KLUCZOWE:** narcyzm, hipster, komodyfikacja, postsubkultura, wizualność  
**KEY WORDS:** narcissism, hipster, commodification, post-subculture, visuality