

Diagnozy, doświadczenia, praktyki

DOI: 10.5604/01.3001.0011.6061

„LAJKI” I „FOLLOWERSI” NA PORTALACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH SPOSOBEM NA POSZUKIWANIE WŁASNEJ TOŻSAMOŚCI

ADAM ANDRZEJEWSKI

Akademia Pedagogiki Specjalnej im. Marii Grzegorzewskiej w Warszawie

Wprowadzenie

W publikacji skoncentrowano się na związku ludzkiej tożsamości z aktywnością na portalach społecznościowych. Facebook i Instagram to przestrzeń, w której możemy komunikować się z każdym, kto należy do tych społeczności. Pozwalają one na publikowanie własnych zdjęć, wspomnień, bieżących aktywności, filmików przy jednoczesnym przyzwoleniu dla innych użytkowników portalu do obserwowania naszego życia i ekspresji własnego ja. W tej społecznej przestrzeni ludzie kreują swój wizerunek oraz tożsamość w kontekście psychologicznym i społecznym, doświadczają różnorodnych przeżyć, ale także czasem za wszelką cenę zdobywają popularność, kosztem swojego zdrowia i życia. „Nie dziwi zatem to, że Facebook i inne portale tego typu stały się przedmiotem zainteresowania wielu środowisk akademickich. Tożsamość w sieci, prywatność, e-learning i inne zastosowania edukacyjne, rola społeczna, biznesowa, a nawet polityczna...” (Tanaś, 2016, s. 6).

Przedmiotem analiz w publikacji uczyniono następujące zagadnienia:

1. Tożsamość kreowana na portalach społecznościowych Facebook i Instagram.
2. Poczucie własnej wartości uzależnione od liczby „lajków”.
3. „Ostateczne selfie” – popularność, za którą płaci się życiem.

Tożsamość kreowana na portalach społecznościowych Facebook i Instagram

Zygmunt Bauman, analizując problematykę serwisów społecznościowych i odbierania na nich ludzi, podkreśla, że ludzie z reguły przejmują się opinią na własny temat, zależy im na tym, żeby w oczach innych byli postrzegani jako osoby inteligentne, kreatywne, mające swoje zdanie. Na wizerunek składa się mnóstwo aspektów, takich jak np. sposób ubierania, wyrażanie siebie, czy też pasje, hobby, którymi się zajmują. Sieć internetowa stała się sferą, gdzie ludzie ukazują się tak, jak chcą. Tak więc serwisy

społecznościowe, które ułatwiają kontakt z innymi, dają możliwość przedstawienia siebie w zupełnie innym świetle niż w świecie realnym. W sieci można ukryć swoje wady, uwydatnić zalety, pokazać swoje najlepsze strony, w sposób, który może zainteresować innych. Często osoby, które mają problem z relacjami, otwierają się na świat dzięki kontaktom z ludźmi w sieci. Czują się tam docenieni, lub po prostu chwaleni za to co robią, lub jak wyglądają (zob. Bauman, 2009, s. 9–10).

Zdaniem Magdaleny Szpunar (2016, s. 183) „Być bowiem oznacza dzisiaj tyle, co istnieć *online*, a wirtualna kreacja, staje się niejednokrotnie ważniejsza od rzeczywistej tożsamości. Fantazmaty stworzone *online*, wypierają realne osobowości, stają się emanacją potrzeb, ale przede wszystkim braków jednostek, żyjących w stale zmieniającym się i niepewnym świecie”. Jak słusznie akcentuje Bogusław Śliwerski (2016, s. 30), „Współczesne nauki społeczne dekodują ponowoczesny świat jako sprzyjający fragmentaryzacji tożsamości osób, jej rozproszeniu, a nawet jej inscenizowaniu”.

Tylko na portalu Facebook zarejestrowanych jest ponad dwa miliardy osób (<http://www.wirtualnemedi.pl/arttykul/ilu-uzytownikow-ma-facebook-dwa-miliardy>). Praktycznie każdy może napisać komentarz oraz wyrazić opinię pod naszym zdjęciem czy wpisem, który publikujemy. Bez wątpienia z uwagi na kształt ludzkiej osobowości nic nie dostarcza internaucie większej przyjemności niż aprobaty innych oraz polubienie (z ang. *like*) materiałów, które zamieścił w sieci. Jak zauważa Szpunar (2016, s. 174), „[...] Swoją pozycję społeczną młodzi ludzie mierzą liczbą «*lajków*» publikowanych pod ich zdjęciami. Jeśli dana fotografia nie osiąga pożądanej liczby polubień jest z profilu usuwana”.

Facebook udostępnił w tym celu bardzo proste i skuteczne narzędzie w postaci charakterystycznej niebieskiej ikony z kciukiem uniesionym do góry, dostępnym w niemal każ-

dym miejscu na stronie portalu oraz w aplikacji mobilnej. Każda osoba, która wciśnie ten przycisk pod naszym zdjęciem, przekazuje jednoznaczny sygnał o tym, że komplementuje nasz wygląd, styl, ubiór czy miejsce, w którym została wykonana fotografia.

Mechanizm ten ma bardzo istotny wpływ na kształtowanie się naszej tożsamości w ujęciu psychologicznym i społecznym. Tożsamość charakteryzuje się świadomością własnej osoby, poczuciem odrębności, wiedzą o swojej niepowtarzalności, indywidualnych cechach odróżniających wybraną jednostkę od innych, ale również to przyjęcie opinii otoczenia na swój temat. To, jak odnajdujemy się w otoczeniu, klasyfikuje tożsamość w ujęciu społecznym. Tożsamość społeczna to świadoma identyfikacja jednostki z wybraną grupą społeczną, kulturą. W celu uformowania tożsamości istotne jest wyznaczenie granicy, podziału na „my” i „oni”. Jednostka poddana złożonym i wielowymiarowym oddziaływaniom poznawczo-kognitywnym i emocjonalno-motywacyjnym a także społeczno-wychowawczym dookreśla granice swojego „Ja” i odnajduje swoje miejsce w społeczeństwie (tzw. rolę społeczną) (zob. Giddens, 2005; Goffman, 2008; Gasiul, 2006; Oleś, 2016). To wizja własnej osoby, jaką posiadamy, poczucie indywidualności. Dotyczy relacji z samym sobą i innymi ludźmi. Portale społecznościowe służą do budowania sieci społecznościowych oraz stosunków społecznych opartych często na wzajemnych opiniach. Sposób, w jaki dokonujemy na nich autoprezentacji, rodzaje treści, które udostępniamy, a w szczególności to, jak jesteśmy oceniani przez innych użytkowników, którzy niekoniecznie muszą być naszymi znajomymi z realnego życia, ma szczególnie wpływ na fundamentalne segmenty tożsamości. Facebook i Instagram pomagają w świadomy sposób, milionom ludzi, wykreować neurotyczną tożsamość zamkniętą w celi własnego wizerunku. „Jedną z dominujących cech neurotyków w naszych czasach jest ich nad-

mierna zależność od aprobaty lub uczucia innych osób” (Horney, 2002, s. 40).

Potrzeba ta stanowi źródło permanentnego niepokoju, nadmiernej wrażliwości na brak akceptacji, a w rezultacie skłonności do doświadczania stanu lęku, gniewu i obniżonego nastroju w chwilach braku przejawów tej aprobaty ze strony innych. Powstałe w konsekwencji poczucie własnej niższości związane jest z poczuciem bycia odrzucanym lub „przeoczanym” (Gilbert i in., 2009, s. 125). Lęk i obawa przed tym odrzuceniem prowadzą do nieustannego monitorowania siebie samego (Gilbert, 2000, s. 176), swojego wyglądu oraz zachowania, a idealną do tego platformą stał się w obecnych czasach Facebook i Instagram.

Poczucie własnej wartości uzależnione od liczby „lajków”

Dla młodych ludzi Facebook to bezpłatny komunikator, przestrzeń, gdzie mogą pochwalić się swoimi osiągnięciami przed grupą znajomych, nową fryzurą, awansem w pracy, czy też zwyczajnie opublikować zdjęcie lub nagranie z miejsca, w którym się aktualnie znajdują. „Wielu młodych ludzi umieszcza swoje fotografie w eleganckich strojach, ciekawych miejscach lub eksponując swój stan majątkowy. Inne aktywności wzbudzające zainteresowanie jednostką to «intensywne» życie towarzyskie, a mianowicie częste zmiany «stanów uczuciowych» [...]. Te wszystkie działania mają na celu zwrócenie uwagi na swoją osobę, wzbudzenie zainteresowania innych użytkowników. Opisywane zjawiska coraz częściej nazywa się «narcyzmem». Niekiedy chęć bycia popularnym jest tak duża, iż łączy się z kłamstwem lub przesadnym eksponowaniem prywatnego życia” (Andrzejewska, Bednarek, 2016, s. 75). Staje się to powszechnym trendem życiowym, który na stałe wpisał się w styl życia młodych ludzi.

Otrzymywanie komplementów, czy to wirtualnie, czy w inny sposób, jest bardzo miłe,

nie jest jednak dobrze, gdy uzależnimy od niego poczucie własnej wartości. Łatwo zaobserwować, że wśród osób, które nadużywają Facebooka w celu kreowania własnej osoby, dominuje pogląd „Im więcej masz «lajków», tym jesteś lepszy!” Warto również zastanowić się nad innym wymiarem Instagramu. Czy za wrzucanymi do sieci zdjęciami kryje się niebezpieczeństwo i patologia?

Definicja uzależnienia kojarzona jest do tej pory z synonimem alkoholizmu i narkomanii. W wielu obserwacjach i analizach ludzkiego zachowania nie bierzemy jednak pod uwagę faktu istnienia grupy uzależnień behawioralnych, takich jak m.in.: zakupoholizm, uzależnienie od „selfie” i Instagramu. Trudno założyć, że ulubiona i popularna na całym świecie aplikacja może mieć tak wiele wspólnego z zaburzeniami osobowości i identyfikacji tożsamościowej.

Mnóstwo kobiet uwielbia robić sobie „selfie”, koniecznie takie z ustami ułożonymi w śmieszny dzióbek, chętnie prezentując przy tym swoje wdzięki. Robią je spontanicznie w łazience przed lustrem, przy biurku czy w drodze do szkoły lub pracy. Nie byłoby to oczywiście nic niepokojącego, gdyby przykładowa użytkowniczka publikowała na swojej tablicy jedno zdjęcie w miesiącu a nie 30 w ciągu jednego dnia. Kobiecie, która spaceruje ulicą, jest przecież miło, kiedy oglądają się za nią inni mężczyźni. Identyczny mechanizm wywołuje „lajk” czy pozytywny komentarz pod umieszczonym zdjęciem w Internecie i to bez wychodzenia z domu. Sprawia, że czuje się atrakcyjna, inteligentna, zgrabna i uwodzicielska. Można postawić tezę, że „lajk” w Internecie działa jak sygnał mówiący, że ktoś mnie akceptuje, podobam się, a to, co robię, jest słuszne i skoro spotkało się z aprobatą wielu osób, musi być popularne. Kiedy otrzymujemy takie informacje, czujemy się lepiej, nasza samoocena wzrasta, a nastrój się polepsza i nietrudno uzależnić się od takiej przyjemności.

Dodatkowo, gdy otrzymujemy kilkanaście „lajków” lub instagramowych serduszek

więcej pod zdjęciem zinfantylizowanym przez filtr z aplikacji Snapchat, który uzupełniając wygładzi naszą twarz, rozświetli włosy oraz powiększy oczy i usta, nasze poczucie własnej wartości zostaje dodatkowo sztucznie nadmuchane. „Krąg określanych w jednym z najpopularniejszych serwisów społecznościowych mianem przyjaciół, tak naprawdę stanowi zbiorowość osób nie oczekujących od siebie niczego więcej jak dostrzeżenia, afirmacji i aprobaty. Znaczenie ma jedynie ten, kto potrafi zaoferować uwagę i poklask, a relacje z innymi sprowadzone zostają do poziomu kultury permanentnego «lajka»” (Szpunar, 2016, s. 182).

Takie zachowania mogą leżeć u podstaw histrionicznego zaburzenia osobowości cechującego się „przesadnym wyrazem emocjonalnym, teatralnością zachowań, staraniami o zwrócenie na siebie uwagi i prowokacyjną seksualnością” (Reber, 2002).

W dobie mediów społecznościowych zarówno młode dziewczyny, jak i dorosłe dojrzałe kobiety przescigają się nawzajem w sposobach na zyskanie większej liczby „lajków” pod zdjęciem wykonanym z ręki na Facebooku czy „followersów” na Instagramie. Społecznie pożądanym i wykreowanym przez media wizerunek kobiety to doskonale zadbaną, szczupłą, z wzorowo zarysowanymi mięśniami nóg i brzucha, sztucznym biustem modelka stanowiąca substytut piękna i seksualności. Ten niedościgniony i bezkonkurencyjny ideał staje się celem wielu zagubionych dziewczyn o nieukształtowanej osobowości. Na siłowniach liczba uparcie trenujących kobiet często przerasta liczbę trenujących mężczyzn. Na forach internetowych o tematyce kulturystyki i fitnessu coraz więcej kobiet zasięga porad z zakresu dietytyki i suplementacji. To zjawisko przybiera wciąż na sile: w celu ukształtowania idealnej, upragnionej, instagramowej sylwetki, młode sfrustrowane dziewczyny nie wahają się przed niczym. Coraz więcej z nich decyduje się na przyjmowanie niebezpiecznych pochodnych amfetaminy w celu szybkiego

pozbycia się zbędnych kilogramów, lub sterydów anabolicznych, które mają sprawić, że nogi, pośladki i ramiona będą bardziej umięśnione i wyrzeźbione. Preparaty oparte na amfetaminie to psychostymulanty, które nawet u osoby zdrowej mogą wywołać chociażby takie konsekwencje jak zaburzenia rytmu serca, a nawet zatrzymanie krążenia i oddychania. Sterydy anaboliczne mające spowodować przyrost mięśni to lekarstwa hormonalne stosowane w terapiach poważnych chorób. Stosowane uparcie przez adeptki w siłowniach prowadzą do restrykcyjnych zmian w układzie hormonalnym, niosąc za sobą szereg przykrych następstw, takich jak zaburzenia miesiączkowania, nadmierne owłosienie ciała, pozbawiają kobietę cech kobiecości i destrukcyjnie działają na organy wewnętrzne.

W krajach naszych zachodnich sąsiadów dynamika przyrostu liczby wykonywanych operacji plastycznych powiększania biustu rośnie z roku na rok i to u coraz to młodszych pań. Jest to przykład ryzykownej ingerencji we własne ciało, mającej uatrakcyjnić sylwetkę, którą na pewno pokocha Internet. Słyszymy o rosnącej liczbie nieudanych operacji, wykonywanych często „na szybko” w nieprofesjonalnych klinikach przez niekompetentnych lekarzy, gdzie dochodzi do odrzucenia implantu i poważnych powikłań prowadzących nawet do śmierci.

Instagram jest obecnie uznawany za najlepsze medium z tych wyznaczonych głównie do eksponowania zdjęć. Prawie wszyscy użytkownicy Instagramu idealizują swoje życie. Prezentują tylko te doskonałe i perfekcyjne chwile swojego życia; jeśli zaś zdjęciom brakuje tej perfekcji, można użyć wielu dostępnych filtrów, dzięki którym nawet bez znajomości podstaw grafiki komputerowej i specjalistycznego oprogramowania do obróbki zdjęć, można szybko i efektywnie poprawić swój wygląd i udoskonalić rzeczywistość.

Teoretycznie nie ma niczego złego w chęci pochwalenia się nową fryzurą i niecodzien-

nym makijażem. Natomiast w sytuacjach, kiedy ktoś zaczyna myśleć o wykonywaniu swoich zdjęć obsesyjnie, każdego dnia, włączając w to później poczucie przymusowego przemeblowania całego mieszkania, wraz z przemalowaniem ścian, by otoczenie do „selfie” było lepsze, należy zdać sobie sprawę, że mamy do czynienia z poważnym zaburzeniem. Osoby uzależnione od internetowych pochlebstw Instagramu i Facebooka pozbawia ono całkowicie cennych wartości, takich jak prywatność i intymność. Mimo wszystko jednostki te dla zachowania swojego poczucia tożsamości wrzucają zdjęcia do oceny z każdego możliwego zakątka, o każdej porze dnia i nocy.

Instagram to też często związana z nim niezdrowa konkurencja o jak największą liczbę fanów, tzw. followersów, spośród osób, które śledzą nas na portalu i pozytywnie komentują wszystkie poczynania. Nie możemy pozwalać na to, by instagramowe serduszkapolubienia wpłynęły na naszą samoocenę. Czy jest ich dziesięć tysięcy czy tylko jedno, samoocena powinna być stabilna i ugruntowana na wewnętrznym przekonaniu, że jesteśmy w porządku niezależnie od tego, czy publikując zdjęcie na Instagramie, zyska ono popularność czy zostanie kompletnie niezauważone i pominięte. Chora pogoń za doskonałością może się skończyć brakiem pewności siebie, depresją oraz izolowaniem się od innych w życiu codziennym.

Gdzie właściwie znajduje się granica pomiędzy normalnością a podporządkowaniem swojego życia Instagramowi i Facebookowi? Wydaje się, że dochodzi do tego w momencie, kiedy wszystkie siły i myślenie koncentrują się wokół liczby fanów w mediach społecznościowych. Konstruujemy wtedy poczucie własnej wartości na zewnętrznych opiniach innych ludzi, zupełnie zapominając o tym, kim naprawdę jesteśmy. Czerwona lampka powinna zapalić się już w momencie, gdy przed wyjściem z domu robimy 10 „selfie” i szukamy tego najlepszego, a kolejno w drodze do szkoły czy pracy

sprawdzamy, ile osób je polubiło. Instagram i Facebook działają destrukcyjnie i niszczą życia. Wyobraźmy sobie wspólny rodzinny obiad, romantyczną kolację ze swoim partnerem lub ważny wykład na uczelni. W tym wszystkim jesteś Ty i to najczęściej z „selfie stickiem” bądź wyciągniętą dłonią. Zamiast przeżywać pełnię emocji, te wszystkie piękne chwile z najbliższymi, wolimy fotografować siebie, prezent od dziewczyny i to, co zaraz zostanie nam podane na talerzu w restauracji. Mimo że uzyskane zdjęcie zrobi być może na krótką chwilę furorę, jest ono jedynie kompensacją braku poczucia własnej wartości i dowodem, że aplikacja w pełni zawładnęła już naszą psychiką.

„Ostateczne selfie” – popularność, za którą płaci się życiem

„Ostateczne selfie” (z ang. *The Ultimate Selfie*) to nowa gra uznana za następcę makabrycznego „Niebieskiego Wieloryba”. Przypomnijmy, że „Niebieski Wieloryb” to niebezpieczna i śmiertelna gra, zapoczątkowana w Rosji, która obiegła już cały świat. W grze uczestnik otrzymuje od tajemniczego opiekuna z tzw. grupy śmierci na platformie Facebook 50 zadań, których wykonanie musi potwierdzić i udokumentować zdjęciami albo nagraniami. Do gry najczęściej werbowane są dzieci i młodzież. Zadania są bardzo często nietypowe i śmiertelnie niebezpieczne. Polegają m.in. na uciekaniu z domu i ukrywaniu się przed rodzicami, niespaniu w nocy, samookaleczaniu się ostrymi narzędziami. Na ostatnich poziomach gracz, żeby wygrać, musi zamordować członka własnej rodziny. Finalnym zadaniem jest popełnienie samobójstwa. W tę grę zagrały już na świecie setki dzieci i nastolatków. Według ogólnodostępnych informacji twórca gry został już zidentyfikowany i ukarany przez wymiar sprawiedliwości. Bazując na medialnych statystykach, gra odebrała już życie ponad 130 młodym

ludziom na całym świecie (<http://www.newsweek.pl/polska/-niebieski-wieloryb-dotarl-do-polski-,artykuly,407315,1.html>). Choć z punktu widzenia litery prawa sam udział w grze oraz nakłanianie do udziału w niej jest przestępstwem, rozprzestrzenia się ona przez sieć mediów społecznościowych po świecie niczym wirus. W efekcie psychopatycznej manipulacji odbiera sens życia setkom nastolatków i doprowadza uczestników gry do samobójczej śmierci.

„Ostateczne selfie” to zjawisko nowe, którego występowanie w mediach społecznościowych zaobserwować możemy od marca 2014 r. Wówczas doszło prawdopodobnie do pierwszej tragedii. Młody 21-letni Hiszpan wspiął się na dach jadącego pociągu w celu wykonania niezwykłego zdjęcia, którym następnie planował pochwalić się przed znajomymi na Facebooku. Niestety w trakcie wykonywania zdjęcia dotknął ręką przewodu trakcyjnego. Wysokie napięcie z przewodu poraziło go na śmierć. Nowa moda polega na zrobieniu sobie samemu zdjęcia w skrajnie niebezpiecznych okolicznościach. Fotografia udostępniana jest w mediach społecznościowych i poddana ocenie oraz komentarzom. Zwycięzcą staje się autor zdjęcia, który uniknie śmierci i zdobędzie najwięcej „lajków” oraz wyświetleń.

Nowy trend jest manifestacją pragnienia popularności za wszelką cenę. Istotą „ostatecznego selfie” jest wykonanie sobie zdjęcia w szokującej dla odbiorców i ekstremalnie groźnej dla życia sytuacji. Na Instagramie rozgłos i uwagę oraz największą liczbę polubień zdobędzie dopiero zdjęcie wykonane przez osobę stojącą na krawędzi dachu dwudziestopiętrowego wieżowca, na torach kolejowych tuż przed nadjeżdżającym pociągiem czy z głową umieszczoną w otwartej paszczy krokodyla. W odróżnieniu od „Niebieskiego Wieloryba” nikt nami nie steruje, ani nikt nas do tego ryzyka faktycznie nie zachęca. Motorem napędowym jest narcystyczne pragnienie uzyskania nadmiernej uwagi innych na portalu społecznościowym.

Naukowcy z Carnegie Mellon University w Pittsburghu w pracy badawczej pt. „Me, Myself and My Killfie: Characterizing and Preventing Selfie Deaths” przeanalizowali 127 przypadków śmierci w latach 2014–2016 powiązanych z wykonywaniem sobie niebezpiecznych autoportretów. Demograficznie, pod względem krajów występowania zjawiska, najwięcej wypadków śmiertelnych, ze wszystkich badanych krajów, miało miejsce w Indiach – 76. Tam na schodach świątyni Tadž Mahal zginął japoński turysta. Próbuąc wykonać „selfie”, poślizgnął się i upadając z dużej wysokości, odniósł śmiertelne obrażenia głowy. Na kolejnej liście krajów znajdują się: Pakistan – dziewięć, USA – osiem, Rosja – sześć, po cztery wypadki śmiertelne w Chinach i na Filipinach, trzy w Hiszpanii, po dwa w Indonezji, Peru, Portugalii i Turcji, po jednym w Rumuni, Australii, Meksyku, Włoszech, Nepalu, Serbii, Chile i Hongkongu. W badanej grupie indywidualnych przypadków pod kątem wieku ofiar wypadków, statystyka prezentuje się następująco. Aż 41 ofiar tragicznych wypadków spośród osób, które dążyły do uzyskania mistrzowskiego zdjęcia, było poniżej 20. roku życia. 45 innych zmarłych było pomiędzy 20. a 24. rokiem życia w chwili nieudanego czynu. 17 spośród ofiar miało 30 lat lub więcej. Pod względem płci statystycznie więcej ginie młodych mężczyzn niż kobiet. Pod względem przyczyny śmierci w zestawieniu przodują upadki z bardzo dużej wysokości. Następne na liście są utopienia, często w wyniku upadków z klifów albo mostów do wody. Na trzecim miejscu znajdują się rozjechania przez pociąg, przy próbie wykonania zdjęcia tuż przed nadjeżdżającą lokomotywą. Kolejną przyczyną są niekontrolowane wystrzały z broni palnej z lufą w ustach. Krwawe żniwo wśród spragnionych uwagi amatorów „selfie” zbiera szybka jazda samochodem. Młodzi rozpędzają auto na drodze do dużej prędkości, a następnie wykonują zdjęcie na tle licznika obrotowego, który wskazuje ponad 200 km

na godzinę. Pozostałe przyczyny stanowią porażenia prądem w wyniku wykonywania, gwarantujących dużą liczbę polubień zdjęć, w których ich autor z suszarką w ręku jest zanurzony w wannie pełnej wody. Reszta zgonów dotyczy fotografowania w obecności drapieżnych i dzikich zwierząt, takich jak tygrysy czy krokodyle (https://www.researchgate.net/publication/309738417_Me_Myself_and_My_Killfie_Characterizing_and_Preventing_Selfie_Deaths).

Destrukcyjny trend dotyczy także obywateli Polski i dotarł niestety również do naszego kraju. Pierwszą polską ofiarą, która uległa internetowej prowokacji na bycie w centrum uwagi Instagramu i Facebooka, była 23-letnia Sylwia Rajchel. Dziewczyna studiowała pielęgniarstwo i była wzorową studentką oraz uwielbiała wykonywać sobie zdjęcia typu „selfie”, które chętnie publikowała w Internecie. W 2014 r. wyjechała do Hiszpanii w ramach międzyuczelnianej wymiany studentów Erasmus. Tam uczyła się i zdobywała doświadczenie, a każdą wolną chwilę poświęcała na zwiedzanie pięknego kraju. Chciała poznać jak najwięcej jego zakątków, wiedząc, że w lutym musi wrócić do kraju i przygotować się do obrony pracy magisterskiej (<http://www.fakt.pl/wydarzenia/polska/polska-studentka-zginela-w-hiszpanii-sylwia-robila-zdjecie-i-zginela/f27yqe5>). Dramat rozegrał się na jednym z bulwarów, gdzie podekscytowana wyjazdem Sylwia chciała pochwalić się światu pięknymi kurortami Hiszpanii. Zdecydowała się w tym celu wspiąć na murek mostu, żeby wykonać „selfie” na tle pięknego krajobrazu. Niestety straciła równowagę i spadła z ponad 10 metrów na ziemię. Mimo wielogodzinnych prób, lekarzom nie udało się uratować jej życia (tamże).

Kolejny przykład to wypadek 31-letniego mieszkańca z Bytomia, który przyjechał do Warszawy na koncert legendarnego zespołu AC/DC. Lubiący brawurę bytomianin, w trakcie wizyty w stolicy chciał wykonać sobie na pamiątkę unikatowe „selfie”.

Próbował uczynić to na krawędzi Mostu Świętokrzyskiego. Niestety wpadł do Wisły i utopił się. Jak udało się ustalić, mężczyzna został zidentyfikowany przez szwagra, który wraz z nim przyjechał do Warszawy na koncert legendarnej australijskiej grupy (<http://www.dziennikzachodni.pl/artukul/4697160,przyjechal-z-bytomia-do-warszawy-na-koncert-acdc-spadl-z-mostu-most-swietokrzyski-tragedia.id,t.html>, 06.11.2017). „Wszystko wskazuje na to, że był to nieszczęśliwy wypadek, jednak u jego źródła stała zwykła głupota. Według świadków, 31-letni mężczyzna celowo skoczył z mostu, by zrobić sobie atrakcyjne zdjęcie, które zrobi furorę w sieci i zginął” (tamże). Trend „ostatecznego selfie” rośnie, na co wskazują aktualne doniesienia ze świata. Tylko do października 2017 r. media odnotowały 27 śmiertelnych wypadków powiązanych z okolicznościami wykonywania sobie selfie. Oto najbardziej szokujące i drastyczne z nich:

1. 11 czerwca 2017 r., jak podaje dziennik „Siberian Times”, trójka dzieci z miejscowości Nadezhdinsky District w wieku od 10 do 13 lat zginęła w tragiczny sposób, próbując wykonać sobie zdjęcie tuż przed nadjeżdżającym pociągiem. Niestety nie zdążyli, a rozpedzona lokomotywa porzuciła ciała na odległość kilkudziesięciu metrów. Motywacją nieletnich było wykonanie zdjęcia, które zaszokowałoby kolegów i koleżanki z klasy na Facebooku (<http://siberiantimes.com/other/others/news/selfie-horror-on-trans-siberian-rail-line-as-three-children-killed-by-freight-train/>).
2. 13 czerwca 2017 r. piętnastoletni mieszkaniec Rosji wspinał się na słup wysokiego napięcia w celu wykonania „selfie” z jego szczytu. Niestety nie miał szczęścia, ponieważ zahaczył nogą o kabel pod wysokim napięciem i spłonął żywcem, spadając na ziemię z dużej wysokości (<http://www.dailymail.co.uk/>

news/article-4620702/Six-children-die-taking-ultimate-selfies-Russia.html).

- 25 lipca 2017 r. 31-letni mieszkaniec Indii wykorzystując nieuwagę pracowników, przedostał się bez pozwolenia do Bannerghatta Biological Park znajdującego się w okolicach Bangalore, w celu wykonania sesji zdjęciowej z dzikimi zwierzętami. Znajomi mężczyzny relacjonują, że pragnął zaimponować znajomym z Instagramu, wykonując sobie „selfie” z dzikim słoniem. Mężczyzna pokonał wszystkie zabezpieczenia i zbliżył się na niedozwoloną odległość do słonia. Autoportret się nie udał, ponieważ zwierzę zdeptało 31-latkę na śmierć (http://www.huffingtonpost.in/2017/07/27/man-crushed-to-death-while-taking-selfie-with-elephant_a_23051194/).

Podsumowanie

Media społecznościowe to doskonałe narzędzie do dzielenia się swoimi przeżyciami z innymi. Wszystko jest pod kontrolą, do momentu kiedy nie przekraczamy pewnych granic zdrowego rozsądku. Tą granicą jest uzależnienie swojego poczucia wartości od opinii często anonimowych osób z tego środowiska. Łatwo ją przekroczyć, kiedy brakuje nam w życiu codziennym aprobaty, szacunku i miłości ze strony otoczenia i najbliższych. Śmiertelną zasadzką, która czyha na każdego młodego człowieka borykającego się z deficytem tych uczuć, jest opisany w artykule fenomen „ostatecznego selfie”, który powinniśmy interpretować jako rozpaczliwą próbę zwrócenia na siebie uwagi, często kosztem własnego życia.

Bibliografia

- Andrzejewska, A., Bednarek, J. (2016). Społeczno-informacyjne uwarunkowania aktywności młodzieży w cyberprzestrzeni. W: M. Tanaś (red.), *Nastolatki wobec Internetu*. Warszawa: Wydawnictwo NASK.
- Bauman, Z. (2009). *Konsumowanie życia*. Kraków: Wydawnictwo UJ.
- Gasiul, H. (2006). *Psychologia osobowości. Nurty, teorie, koncepcje*. Warszawa: Wydawnictwo Difin.
- Giddens, A. (2005). *Socjologia*. Warszawa: WN PWN.
- Gilbert, P. (2000). The relationship of shame, social anxiety and depression: The Role of the evaluation of social rank. *Clinical Psychology and Psychotherapy*, 7, 176.
- Gilbert, P. i in. (2009). The dark side of competition: How competitive behavior and striving to avoid inferiority are linked to depression, anxiety, stress, and self-har., *Psychology and Psychotherapy: Theory, Research and Practice*, 82, 125.
- Goffman, E. (2008). *Człowiek w teatrze życia codziennego*. Warszawa: WN PWN.
- Horney, K. (2002). *Neurotyczna osobowość naszych czasów*. Poznań: Dom Wydawniczy REBIS.
- Oleś, P. (2016). *Wprowadzenie do psychologii osobowości*. Warszawa: WN PWN.
- Reber, A. (2002). *Słownik psychologii*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Szpunar, M. (2016). *Kultura cyfrowego narcyzmu*. Kraków: Wydawnictwo AGH.
- Śliwerski, B. (2016). Czy sieć zastąpi szkołę i rodziców w edukacji i wychowaniu. W: M. Tanaś (red.), *Nastolatki wobec Internetu*. Warszawa: Wydawnictwo NASK.
- Tanaś, M. (2016). *Diagnoza funkcjonowania nastolatków w sieci – aspekty społeczne, edukacyjne i etyczne*. Warszawa: Wydawnictwo NASK.

Strony internetowe

- <http://siberiantimes.com/other/others/news/selfie-horror-on-trans-siberian-rail-line-as-three-children-killed-by-freight-train/> (dostęp: 10.11.2017).
- <http://www.dailymail.co.uk/news/article-4620702/Six-children-die-taking-ultimate-selfies-Russia.html> (dostęp: 12.11.2017).
- <http://www.dziennikzachodni.pl/artykul/4697160,przyjechal-z-bytomia-do-warszawy-na-koncert-acdc-spadl-z-mostu-most-swietokrzyski-tragedia,id,t.html> (dostęp: 6.11.2017).

<http://www.fakt.pl/wydarzenia/polska/polska-studentka-zginela-w-hispanii-sylwia-robila-zdjecie-i-zginela/f27yqe5> (dostęp: 6.11.2017).

http://www.huffingtonpost.in/2017/07/27/man-crushed-to-death-while-taking-selfie-with-elephant_a_23051194/ (dostęp: 14.11.2017).

<http://www.newsweek.pl/polska/-niebieski-wieloryb-dotarl-do-polski,artykuly,407315,1.html> (dostęp: 4.11.2017).

<http://www.wirtualnemedial.pl/artykul/ilu-uzytkownikow-ma-facebook-dwa-miliardy> (dostęp: 3.11.2017).

https://www.researchgate.net/publication/309738417_Me_Myself_and_My_Killfie_Characterizing_and_Preventing_Selfie_Deaths (dostęp: 5.11.2017).

“LIKES” AND “FOLLOWERS” ON SOCIAL PORTALS AS A WAY OF SEARCHING FOR PERSONAL IDENTITY

Abstract

The publication focuses on the connection between humans' personal identity and activity on social networks. Facebook and Instagram are a kind of (cyber-communication) sphere in which we are able to communicate with everyone who belongs to these (cyber-)communities. It allows us to publish our photos, memories, current activities, and videos while simultaneously allowing the portal's other users to observe our life and expression of our Self. In this (cyber-)social space, people are able to create their image and (cyber-)identity in a psychological and social context, encounter a variety of (personal) experiences, but also gain popularity – sometimes at all cost, at the expense of their health and life.

The following issues are discussed in the publication:

1. (People's cyber-)identity created on the social networks: Facebook and Instagram.
2. Self-esteem depending on the number of “likes”.
3. “Ultimate selfie” – the popularity for which you pay with your life.

Key words: (cyber-)identity, likes, followers, social portals, ultimate selfie