

# selfie

Jeśli dać wiarę badaniom przeprowadzonym przez Pew Research Center, ponad połowa **millenialsów** (osób w wieku 18–33 lat) udostępniła w mediach społecznościowych co najmniej jedno **selfie**. Zapoczątkowana przez nastoletnich internautów moda urosła w ostatnich latach do rangi rytuału, stając się swoistym fenomenem socjologicznym.



Maria Markowska

Słowa „selfie” użyto po raz pierwszy na australijskim forum internetowym już 13 września 2002 roku, długo jednak trzeba było czekać na jego pojawienie się w słownikach – do zasobu leksykalnego The Oxford English Dictionary zostało wprowadzone dopiero w roku 2013. Kilka miesięcy później ogłoszono je słowem roku. W języku polskim próżno szukać udanego odpowiednika anglicyzmu „selfie”. Najczęściej używane określenia są albo zbyt wulgarne (*samojebka*, *lustrójebka*), albo zbyt infantylne (*sweet focia*, *focia z rąsi*).

Początki selfie sięgają końca lat trzydziestych XIX wieku, kiedy to Robert Cornelius – pionier fotografii i właściciel jednego z pierwszych studiów fotograficznych w Ameryce – wykonał autoportret za pomocą aparatu dagerotypowego. Zdjęcia autoportretowe stały się bardziej popularne dopiero po roku 1900, w którym wprowadzono na rynek pierwszy niedrogi przenośny aparat fotograficzny Kodak Brownie. Kosztował tylko dolara, dzięki czemu fotografia stała się dostępna niemal dla każdego. Jedną z pierwszych nastolatek, które nie oparły się pokusie selfie, była księżna Anastazja Nikołajewna Romanowa, córka cara Mikołaja II. W roku wybuchu I wojny światowej, mając zaledwie 13 lat, sfotografowała swoje odbicie w pałacowym lustrze. Z czasów bardziej współczesnych warto przywołać scenę z filmu „Thelma i Louise”, w której bohaterki robią sobie chyba najbardziej znane filmowe selfie.

Dynamiczny rozwój fotografii cyfrowej po roku 2000, połączony z powstawaniem serwisów społecznościowych, spowodował lawinowy wzrost liczby zdjęć zamieszczanych w sieci. Powszechna dostępność urządzeń mobilnych z wbudowanym aparatem fotograficznym oraz bezprzewodowego Internetu umożliwiła internautom niemal natychmiastową publikację jeszcze ciepłych fotografii w wybranym serwisie. Według dr hab. Krystyny Drat-Ruszczak z SWPS moda na selfie to *naturalna reakcja na czasy, w których żyjemy*. – *Jest taki kwestionariusz, który nazywa się wielowymiarowym inwentarzem osobowości. Znajduje się w nim stwierdzenie: „jestem ważną osobą”, na które można odpowiedzieć: „tak” lub „nie”. W latach 50. pozytywnie odpowiadało od 7 do 10 proc. W tej chwili około 70 proc. osób.* (stylzycia.newsweek.pl). Czytając tego rodzaju komentarze, trudno oprzeć się wrażeniu, że pod wpływem mediów społecznościowych i współczesnych technologii zmieniamy się w kierunku narcystycznym: *Robienie selfies i udostępnianie ich w sieci łączone jest z obsesyjnym zainteresowaniem własnym wyglądem, presją sprostania nieosiągalnym ideałom atrakcyjności, nieustannym poszukiwaniem uznania oraz uzależnieniem od aprobaty anonimowych innych* (malakulturawspolczesna.org).

Określane mianem *ćwiczeń z narcyzmu* bądź *doświadczeń z solipsyzmu* (psmag.com) robienie selfie bywa również postrzegane jako mediująca praktyka, która umożliwiła nowe strategie urynkowania cielesności we współczesnym kapitalizmie sieciowym. Zgodnie z tą tezą *oparte na reifikacji ciała utowarowienie zostaje zastąpione przez projektowanie usieciowionych interakcji, które dąży do wykorzystania wielorakich i nieprzewidywalnych połączeń jako źródła wartości. Tym samym pojęcie produktu nie odnosi się już do skończonej i utrwalonej rzeczy, ale obejmuje raczej „wielokrotny proces eksperymentowania”, za pośrednictwem którego cielesność staje się kopalnią potencjalności zasilających proces akumulacji kapitału* (malakulturawspolczesna.org). Wszechobecne selfie stało się siłą napędową wielu kampanii promocyjnych. „Zostań Królem lub Królową selfie”, „Pstryknij selfie i wygraj 3 000 euro”, „Zrób bag selfie i zostań bohaterką sesji zdjęciowej” – to tylko niektóre hasła reklamowe zachęcające konsumentów do włączenia się w działania promujące dany produkt lub markę w zamian za określone korzyści. Moc oddziaływania selfie doceniły też gwiazdy mniejszego i większego formatu, które za pomocą wykonanych „z ręki” autoportretów komunikują się z fanami, zyskując zarazem ich sympatię.

Okazuje się, że selfie wykonują nie tylko ludzie. W 2011 roku fotograf przyrody David J. Slater wybrał się do Indonezji w celu sfotografowania zagrożonych wyginięciem makaków czubatych. W pewnym momencie zostawił swój aparat fotograficzny bez opieki. – *Gdy jedna z małp nacisnęła guzik migawki, jej uwagę przykuł dźwięk, który wydobył się z aparatu. Zaczęła więc naciskać go raz za razem. Inne małpy najpierw uciekły przestraszone, ale zaraz potem wróciły. To był niezwykle spektakl – wspominał fotograf w jednym z wywiadów* (wyborcza.pl). Rezultatem beztróskiej zabawy samicy makaka były setki zdjęć, w tym jedno, które obiegło cały świat, przedstawiające uśmiechniętą autorkę niecodziennego selfie. Małpi autoportret nie tylko przysporzył sławy Slaterowi, ale jednocześnie wywołał dyskusję na temat praw autorskich do fotografii zrobionej przez zwierzę. Fotograf próbował o nie walczyć, jednak Amerykański Urząd ds. Praw Autorskich (United States Copyright Office) uznał, że zdjęcie wykonane przez małpę nie podlega prawu autorskiemu, w związku z czym powinno być udostępniane na wolnej licencji.

Spektakularna kariera selfie wynika zarówno z uwarunkowań technologicznych, jak i cywilizacyjnych. Jak twierdzi Piotr Grochowski, *robienie foci z rąs stało się obecnie swego rodzaju „ludową” praktyką kulturową. [...] sweet focie są popularne głównie dlatego, że umożliwiają szybkie, półautomatyczne, bezrefleksyjne generowanie komunikatów zawierających określone treści, które z kolei są równie szybko, półautomatycznie i bezrefleksyjnie odczytywane przez odbiorców* (kulturawspolczesna.pl). Selfie mogą poprawiać nastrój, podnosić samoocenę, przede wszystkim jednak są wyrazem potrzeby budowania własnego „ja” na podstawie opinii innych osób oraz dowodem na to, że jako ludzie najbardziej jesteśmy zainteresowani sami sobą. Według prof. Marii Poprzęckiej *Autoportrecik zrobiony smartfonem informuje cały świat o tym, gdzie i z kim jesteśmy, co robimy, a także za kogo się uważamy i za kogo chcielibyśmy być uważani. Selfies zmieniają społeczne relacje, mowę ciała, samoświadomość, prywatność, poczucie humoru. Także publiczne zachowania. Stają się nowym rodzajem wizerunków – typem autoportretu całkowicie odmiennym od znanych w historii* (wyborcza.pl).

Alegoria próżności, skutek uboczny kultury cyfrowej, szczególna forma ekshibicjonizmu, fragment wizualnego pamiętnika?... Jakkolwiek określimy ową „sztukę na wyciągnięcie ręki”, nie zmieni to faktu, że stała się ona nieodłączną częścią fotograficznego uniwersum, którego mieszkańcami jesteśmy. Wszelkie próby wytłumaczenia fenomenu selfie będą jednocześnie próbami zrozumienia ogólnych przemian, jakie dokonują się w świecie współczesnym.

[Patrycjusz Piławski](#)

publikacja: 12.06.2015, 23.35, ostatnia aktualizacja: 13.06.2015, 13.39

Źródła cytatów:

C.N. Cep, „In Praise of Selfies”, *Pacific Standard*, 15 lipca 2013, psmag.com/culture/in-praise-of-selfies-from-self-conscious-to-self-constructive-62486/.

P. Gawlik, „Fotograf dał aparat małpie, która zrobiła sobie zdjęcie. Wikimedia: To makak ma prawa autorskie”, *Gazeta Wyborcza*, 7 sierpnia 2014; wyborcza.pl/1,75477,16441243,Fotograf\_dal\_aparat\_malpie\_ktora\_zrobila\_sobie\_zdjecie\_.html.

P. Grochowski, „Sweet focia jako gatunek foto-folkloru i formuła komunikacyjna”, *Kultura Współczesna*, nr 2 (2014), kulturawspolczesna.pl/readpdf/1704/%22Sweet%20focia%22%20jako%20gatunek%20foto-folkloru%20i%20formu%C5%82a%20komunikacyjna.

R. Kim, R. Gębura, „Nawet małpa robi selfie”, *Newsweek*, 18 sierpnia 2014; stylzycia.newsweek.pl/nawet-malpa-robi-selfie-newsweek-pl,artykuly,346608,1.html.

M. Poprzęcka, „2014 rok według *Książek*. Selfies, czyli ludzkości portret własny”, *Gazeta Wyborcza*, 28 grudnia 2014; wyborcza.pl/1,76842,17155378,2014\_rok\_wedlug\_Ksiazek\_Selfies\_czyli\_ludzkosci.html.

A. Szarecki, „Selfie – urynkowanie cielesności w kapitalizmie sieciowym”, *Mała Kultura Współczesna*, 2 listopada 2014; malakulturawspolczesna.org/2014/11/02/artur-szarecki-selfie-urynkowanie-cielesnosci-w-kapitalizmie-sieciowym/.

Zobacz też:

[tabloidyzacja](#)

