



Widok. Theories and Practices of Visual Culture

tytuł:

Fotografia społecznościowa i dialektyka cyfrowego dualizmu

autor:

Witek Orski

źródło:

Widok. Theories and Practices of Visual Culture 2020 nr 26

odsyłacz:

<https://www.pismowidok.org/pl/archiwum/2020/26-empatyczne-obrazy/fotografia-spolesznosciowa-i-dialektyka-cyfrowego-dualizmu>

doi:

<https://doi.org/10.36854/widok/2020.26.2184>

wydawca:

Widok. Fundacja Kultury Wizualnej

afiliacja:

Uniwersytet SWPS

Uniwersytet Warszawski

słowa kluczowe:

fotografia cyfrowa; media społecznościowe; selfie; Nathan Jurgenson

streszczenie:

Omówienie książki Nathana Jurgensona *The Social Photo. On Photography and Social Media* (Verso Books, New York 2019).

Witek Orski - Ur. 1985. Absolwent filozofii i fotograf. Interesują go relacje pomiędzy obrazami, bada społeczne funkcje fotografii, samo medium i jego miejsce w polu sztuki. Mieszka i pracuje w Warszawie.

Fotografia społecznościowa i dialektyka cyfrowego dualizmu

- **Nathan Jurgenson, *The Social Photo. On Photography and Social Media*, Verso Books, New York 2019.**

W każdej mijającej dekadzie mówi się, że fotografia ma obecnie największe znaczenie w historii. Jest to stanowisko za każdym razem prawdziwe.

Nathan Jurgenson, *The Social Photo*

Chcąc na zajęciach akademickich zilustrować zapośredniczenie doświadczenia przez aparaty w smartfonach, po raz kolejny przywołałem wyświechtany przykład: przerysowaną anegdotę o koncercie, na którym niemal cała widownia zamiast uczestniczyć w wydarzeniu, ogląda je na ekranach trzymanyh w dłoniach telefonów. Rejestruje, dokumentuje i transmituje na żywo obrazy. Scenka ta w oczywisty sposób wskazuje alternatywę: albo autentyczne uczestnictwo, albo pośrednictwo komórki. Dotychczas, gdy opowiadałem to millenialsom, tak jak ja dorastającym w błocie dwóch muzycznych festiwali na Śląsku i Pomorzu, szybko znajdowałem nic porozumienia. W mig wychwytywano zawarty tu *implicite* sąd wartościujący. Tym razem nie. Jak zrozumiałem później, kłopotliwa cisza w sali wykładowej i całkowicie obojętna reakcja studentek i studentów była świadectwem mojej – nie ich –



ułamności. Ja, w odróżnieniu od tych młodych ludzi, pozostawałem pod wpływem przesądów cyfrowego dualizmu.

Digital dualism to termin stworzony przez amerykańskiego teoretyka mediów Nathana Jurgensona na określenie zespołu fałszywych przekonań o zasadniczej rozdzielności rzeczywistości cyfrowej i tak zwanego prawdziwego świata. Jurgenson pracuje jako socjolog dla Snapchata, organizuje doroczną międzynarodową konferencję *Theorizing the Web*, prowadzi pismo „Real Life” i współredaguje „New Inquiry”. Jak dowodzi w swoich tekstach i wystąpieniach, ludzie, używając takich pojęć jak „rzeczywistość wirtualna” i „cyberprzestrzeń”, przyswoili przeświadczenie, że to, co podlega cyfrowej produkcji i mediacji, dzieje się w jakimś innym miejscu niż zamieszkiwany przez nas świat – świat, który dla kontrastu miałby być sferą offline, gdzie rozkwita prawdziwe życie (ang. *R.L.* – *real life*). Pogląd, zgodnie z którym to, co internetowe, znajduje się w jakiejś sferze, do której chwilowo się podłączamy, by następnie się odłączyć i powrócić do rzeczywistości, jest niezwykle silnie zakorzeniony we współczesnej kulturze. Jurgenson od lat walczy z tym przesądem, dowodząc w dialektycznych argumentacjach, że podobne przeciwstawienie realnego i cyfrowego nie ma racji bytu, ponieważ z zasady są to sfery współkształtujące się na bardzo głębokim poziomie. Nierozstający się z usieciowionymi, uzbrojonymi w kamery smartfonami obywatelki i obywatele globalnej wspólnoty cały czas są zarazem online i offline. Bez ustanku dzieląc się w sieci perspektywami rzeczywistości, które rejestrują, skutecznie zacierają granicę pomiędzy materialnością i cyfrowością doświadczenia. Internet stał się częścią naszego „prawdziwego życia”, czy tego chcemy, czy nie. W warunkach wymuszonych ostatnio przez pandemię trudno się z tą tezą nie zgodzić.

Pod koniec 2019 roku wydawnictwo Verso Books opublikowało najnowszą książkę Jurgensona pod tytułem *The Social Photo: On Photography and Social Media*. Dzięki zastosowaniu krytyki cyfrowego dualizmu do obrazowania fotograficznego autorowi

udało się stworzyć dzieło wyjątkowe, bo po raz pierwszy tak dogłębnie i z pełną powagą analizujące praktyki fotograficzne w mediach społecznościowych.

Wymagało to wprowadzenia nowego, tytułowego pojęcia „fotografii społecznościowej”, nazywającego praktyki cyfrowego obrazowania i dystrybuowania wizerunków w obrębie Internetu, ze szczególnym uwzględnieniem zdjęć wykonywanych smartfonami i publikowanych na stronach i aplikacjach takich jak Instagram, Facebook, Snapchat, Flickr itd. Nie trzeba przytaczać konkretnych danych, by zauważyć, że większość powstających współcześnie zdjęć to właśnie fotografie społecznościowe¹. Tym bardziej zaskakujące, że ta dziedzina obrazowania, pomimo wysiłków badaczek i badaczy nakierowanych na pojedyncze praktyki takie jak *selfie*, *foodie* i *dick-pics*² czy gatunki takie jak zdjęcia profilowe i instagramowe krajobrazy, nie doczekała się do tej pory całościowego opracowania teoretycznego. *The Social Photo...* jest właśnie taką próbą, całkiem moim zdaniem udaną.

Punktem wyjścia jest w pracy Jurgensona spostrzeżenie, że większość istniejących narzędzi teoretycznych i interpretacyjnych powstała w celu analizowania fotografii artystycznej oraz dokumentalnej. Współcześnie te specjalistyczne praktyki stanowią zaledwie niewielki wycinek tego, czym jest robienie zdjęć, podczas gdy globalnie dominująca fotografia społecznościowa wydaje się wymykać tradycyjnym strategiom analitycznym. Dzieje się tak dlatego, że jej podstawową funkcją jest komunikacja. Zdjęcie społecznościowe służy społecznej wymianie, tworzeniu międzyludzkich więzi, podtrzymywaniu relacji i kształtowaniu tożsamości. Zdjęcie z wakacji umieszczane w serwisie społecznościowym ma być w pierwszym rzędzie nie tyle obiektem kontemplacji, ile narzędziem komunikacji z innymi użytkowniczkami i użytkownikami. Ta podstawowa różnica sprawia, że narzędzia krytyki artystycznej i pojęcia estetyki okazują się nieadekwatne. Jak pisze Jurgenson, „fotografii społecznościowej nie udaje się być «dobrą», tak samo jak

fotografii artystycznej nie udaje się przenieść zapachu” (s. 12). Pstrykane telefonami, rozsiewane przez nas w Internecie zdjęcia nie poddają się również klasycznej interpretacji dokumentalnej. Rozwijając metaforę językową, Jurgenson zauważa, że nasze wizualne wypowiedzi zazwyczaj nie są sprowadzalne do rejestracji zdarzeń i faktów, lecz służą raczej komunikowaniu doświadczeń i emocji. Dlatego niemal nigdy nie wypowiadamy się w naszych zdjęciach społecznościowych wyłącznie jako skryba, ale zawsze zarazem jako poeta / poetka (s. 99). Ta wdzięczna literacka przenośnia wraca parokrotnie w tekście i pomaga autorowi przenieść ciężar rozważań na grunt strategii komunikacyjnych, zamiast wikłać go w nużące dywagacje o relacjach obrazów z ich desygnatami. Wystarcza stwierdzenie, że zdawanie sprawy z rzeczywistości nie jest jedyną funkcją zdjęć, a w przypadku fotografii społecznościowej dokumentacja odgrywa rolę zupełnie inną niż sprawozdawcza.

Nie można jednak autorowi zarzucić, że odcina się od tradycyjnych teorii fotografii. Wręcz przeciwnie, książka naszpikowana jest cytataми z klasyków: Waltera Benjamina, Rolanda Barthes’a, Viléma Flussera, Siegfrieda Kracauera i innych. Jurgenson niejednokrotnie sięga po narzędzia stworzone przez poprzedników, by zastosować je do współczesnych praktyk fotograficznych w Internecie – i czasem działają one znakomicie, choć nie do końca zgodnie z intencjami ich twórców. Jednym z najciekawszych przykładów tego typu są rozważania o powiązaniu potrzeby dokumentowania doświadczeń z nostalgią. Jurgenson przywołuje koncepcję anachronicznej gramatyki Rolanda Barthes’a. Jak pisze, charakteryzująca fotografię społecznościową fiksacja na ciągłym dokumentowaniu otaczającego świata, doświadczeń, własnych nastrojów, przyjmowanych pokarmów i odwiedzanych miejsc opiera się na potencjalności nostalgii. Zgodnie ze spostrzeżeniami Barthes’a fotografia jest operacją anachroniczną, która naszą teraźniejszość przenosi w przyszłość jako potencjalne

wspomnienie przeszłości. Współcześnie owa transplantacja nostalgii w przyszłość uległa jednak nagłemu przyspieszeniu i intensyfikacji. Rozwój technologiczny tanich, łatwych w użyciu i usieciowionych aparatów fotograficznych usprawnia proces kolekcjonowania potencjalnych wspomnień *in statu nascendi*, umożliwiając zarazem natychmiastowe eksponowanie tych zbiorów przed zawsze obecną globalną publicznością. Ciągłe archiwizowanie własnych przeżyć wytwarza w nas stałą dyspozycję dokumentacyjną, która jest zarazem przyczyną i efektem mediów społecznościowych. Jak pisze Jurgenson, „możliwość i skłonność do postrzegania świata jako przedmiotu nieustannej potencjalnej dokumentacji jest tym, co stworzyło media społecznościowe” (s. 32). Facebook, Snapchat i Instagram są więc z jednej strony dziećmi wytworzonego przez fotografię spojrzenia dokumentalnego (*documentary vision*), z drugiej zaś same powołały do istnienia najbardziej globalną i demokratyczną formę fotografii w historii.

Chciałoby się dodać, że te same media powołały również do istnienia jedne z najbardziej niedemokratycznych mechanizmów politycznych i stworzyły nieznane wcześniej formy marketingu opartego bezpośrednio na inwigilacji. Być może z przyczyn światopoglądowych, a może przez wzgląd na afiliację w zespole Snapchata Jurgenson w całej książce konsekwentnie zawiesza sąd w tej kwestii. Brak krytycznej refleksji o mrocznym obliczu mediów społecznościowych okazuje się zresztą najslabszą stroną tej publikacji.

W argumentacji Jurgensona sprzężenie naszych praktyk cyfrowych rozgrywających się w Internecie z fizycznym życiem dowodzi, że te sfery nie tylko się dopełniają, ale wprost współkształtują. Druga połowa książki poświęcona jest analizie tych powiązań na gruncie fotografii społecznościowej, zwłaszcza w formule *selfie*. Jak trafnie zauważa autor, trzeba odróżnić ten wyjątkowy sposób obrazowania od innych praktyk autoportretowych. O wyjątkowości *selfie* świadczą dwa czynniki.

Po pierwsze: jest to obraz wykonywany telefonem trzymanym w wyciągniętej ręce, zwykle za pomocą dodatkowej kamery umieszczonej po stronie ekranu. Sprawia to, że wykonująca *selfie* osoba na żywo widzi swój wizerunek na ekranie i może go na bieżąco kontrolować i kształtować. Aparat staje się przedłużeniem jej ręki – dochodzi zatem do szczególnej sytuacji, w której właściwie ciało samo robi sobie zdjęcie. Jak wnioskuje Jurgenson, czyni to praktykę *selfie* idealnym wzorcem wytwarzania siebie (s. 55). Po drugie: narzędzie, którym rejestrowane są takie obrazy, jest aparatem usieciowionym, niemal zawsze podłączonym do Internetu i mediów społecznościowych. Doskonale wiemy, że te szczególne autoportrety robi się nie po to, by schować je gdzieś na dysku lub w chmurze, ale niemal zawsze w celu podzielenia się nimi z inną osobą lub społecznością. Jest to oczywiste świadectwo komunikacyjnej natury zdjęć społecznościowych, ale przede wszystkim dowód na społeczny charakter praktyki *selfie*. Taka interpretacja może wydawać się paradoksalna. Wykonywanie *selfie* jest przecież często koronnym argumentem w tyradach przeciwko fotografii społecznościowej jako praktyce pochłaniającej uwagę i uniemożliwiającej autentyczne uczestnictwo w chwili, przeżyciu lub doświadczeniu. Jeśli jednak zawiesimy cyfrowy dualizm, czyli przestaniemy postrzegać wykonanie społecznościowego zdjęcia własnej twarzy w danej chwili i danym miejscu jako chwilowego opuszczenia tej realnej czasoprzestrzeni i wejścia w inny „cyfrowy świat”, zrozumiemy, że jest inaczej. *Selfie* może być postrzegane nie jako przerwa w uczestnictwie i przeszkoda w prawdziwym doświadczeniu, lecz raczej jako ich akceleracja w kierunku społecznym. Robiąc sobie zdjęcie w trakcie przeżywania jakiegoś doświadczenia, nie tylko nie negujemy owego przeżycia, ale poprzez rejestrację i upublicznienie własnej ekspresji dzielimy się z innymi zarówno widokiem samej sytuacji, jak i tym, jak na nią reagujemy. Można więc powiedzieć, że robimy *selfie* właśnie dlatego, że są one

społecznym uhonorowaniem naszych realnych doświadczeń, a nie ich negacją.

Przeświadczenie, że skupiając się na społecznościowym autoportrecie, nie uczestniczymy w świecie rzeczywistym, opiera się na błędnym przekonaniu o zerojedynkowym charakterze naszej uwagi, tak jakby istniała jakaś rozłączna alternatywa bycia *online* lub *offline*. Jak pisze Jurgenson, nie ma i nigdy nie było żadnego *offline* (s. 68). Propagowana przez licznych trenerów i samozwańczych psychologów koncepcja prawdziwego życia, które podobno dostępne jest po odłączeniu się od Internetu, jest fetyszem, a sama idea doświadczenia wolnego od mediów społecznościowych jest ułudą. Na nic zdadzą się zabiegi moralizowania na temat czasu spędzanego przed ekranem, który powinniśmy rzekomo „ograniczać”, „kontrolować” i „dawkować”. Nawet wyłączając kamerę w smartfonie i wylogowując się ze wszystkich serwisów, nadal funkcjonujemy w logice mediów społecznościowych i w rzeczywistości, której percepcję kształtuje potencjał nieustannej dokumentacji. Dialektyczna krytyka cyfrowego dualizmu prowadzi Jurgensona do wniosku, że współczesny świat ma cechy rzeczywistości rozszerzonej.

Sieć z rzeczywistością łączy wszystko; zawiera realnych ludzi mających realne ciała, historie i światopoglądy. Żyjemy w pomieszanej, rozszerzonej rzeczywistości, w której materialność i informacja, fizyczność i cyfrowość, ciała i technologie, atomy i bity, offline i online nieustannie się krzyżują (s. 68).

Choć zgadzam się z większością spostrzeżeń Jurgensona, nie podzielam w pełni jego entuzjazmu w stosunku do owego wymieszania rzeczywistości fizycznej z Internetem. W jego wywodzie brakuje zwłaszcza refleksji nad problematyką związaną z ekonomiczno-politycznym uwikłaniem sieci, ze szczególnym uwzględnieniem mediów społecznościowych, stanowiących przecież podstawowe platformy omawianej tu

dziedziny obrazowania. Mówienie o nierozzerwalnym uwikłaniu w Internet wymaga, jak sądzę, postawienia pytania o neutralność sieci, która jest konsekwentnie demontowana przez potężne korporacje z grupy GAFA (Google, Amazon, Facebook, Apple). Szczególnie problematyczne wydaje się polityczne i ekonomiczne uwikłanie korporacji Facebook Inc., która jako właściciel Facebooka i Instagrama jest przecież podstawową platformą produkcji, dystrybucji, wymiany i prezentacji fotografii społecznościowej. Nawet jeśli abstrahujemy od zagadnień związanych z bezpośrednim uwikłaniem w kampanie polityczne i rynek reklamowy, wydaje się znamienne, że w książce Jurgensona nie pojawia się właściwie żaden wątek związany z ekonomią polubień, wolnorynkową walką o udostępnienia i monetyzacją liczby obserwatorów. Tym samym przemilczane zostają wszystkie czynniki, które z jednej strony uzasadniają z perspektywy ekonomicznej istnienie mediów społecznościowych dla ich właścicieli, z drugiej zaś bez wątplenia współkształtują treść i strategię dystrybucji fotografii społecznościowej. Czy tego chcemy, czy nie, logika mediów społecznościowych jest przecież w założeniu logiką narzędzia marketingowego. Bez względu na to, czy tkwimy w ułudzie cyfrowego dualizmu, czy też udało nam się z niej wyzwolić, musimy pamiętać, że wiara, jakoby Internet był neutralną i niezależną siecią łączącą ludzi, jest dziś naiwną fikcją.

Książkę *The Social Photo: On Photography and Social Media* trudno jednoznacznie skategoryzować. Z jednej strony eseistyczna struktura wywodu, lekkość i dość lekki stosunek do podpierania potężnych tez równie silną argumentacją sprawiają, że nie jest to praca typowo akademicka. Z drugiej zaś strony Nathan Jurgenson bezwzględnie daje w niej pokaz ogromnej erudycji, obejmującej dziedzinę od filozofii, antropologii, przez kulturę wizualną, po socjologię. Zakłada przy tym, że czytelniczki i czytelnicy mają już podstawowe rozeznanie w teoriach fotografii. Być może ze względu na tę niejednoznaczność, a może dlatego, że wyczuwalne jest tu dziennikarskie doświadczenia

autora, na pewno zaś dzięki wyborowi tematu i odwadze w jego niezwykle szerokim ujęciu praca ta przypomina mi poświęcone fotografii teksty Susan Sontag. Można wręcz potraktować to dzieło jako współczesny aneks do tomu *O fotografii* – poświęcony takiej fotografii, jakiej powstaje dziś najwięcej.

- 1 Jeśli weźmiemy pod uwagę zdjęcia wykonywane przez ludzi, a nie przez autonomiczne maszyny, roboty, sztuczną inteligencję itd. Por. Joanna Zylińska, *Nonhuman Photography*, MIT Press, Cambridge 2017.
- 2 Por. Stephen Barnard, *Spectacles of Self(ie) Empowerment? Networked Individualism and the Logic of the (Post)Feminist Selfie*, „Studies in Media and Communications” 2016, t. 11; Susanna Paasonen, Ben Light, Kylie Jarrett, *The Dick Pic: Harassment, Curation and Desire*, „Social Media + Society” 2019, t. 5, nr 2; Charles Spence, Katsunori Okajima, Adrian David Cheok, Olivia Petit, Charles Michel, *Eating with our eyes: From visual hunger to digital satiation*, „Brain and Cognition” 2016, t. 110.

