

### [Akceptuje](#)

W ramach naszej witryny stosujemy pliki cookies w celu świadczenia państwu usług na najwyższym poziomie, w tym w sposób dostosowany do indywidualnych potrzeb. Korzystanie z witryny bez zmiany ustawień dotyczących cookies oznacza, że będą one zamieszczone w Państwa urządzeniu końcowym. Możecie Państwo dokonać w każdym czasie zmiany ustawień dotyczących cookies. Więcej szczegółów w naszej [Polityce Prywatności](#)

[Portal](#) [Informacje](#) [Katalog firm](#) [Praca](#) [Szkolenia](#) [Wydarzenia](#) [Porównania międzylaboratoryjne](#)  
[Kontakt](#)



[Laboratoria](#)  
[.net](#)  
[Innowacje](#)  
[Nauka](#)  
[Technologie](#)

[Logowanie](#) [Rejestracja](#) [pl](#)

Newsletter

zapisz się



- [Nowe technologie](#)
- [Felieton](#)
- [Tygodnik "Nature"](#)
- [Edukacja](#)
- [Artykuły](#)
- [Przemysł](#)

[Strona główna](#) > [Edukacja](#)

## Żyjemy w czasach multitożsamości

**Żyjemy w czasach multitożsamości, korzystając z możliwości upiększania się, maskowania. W efekcie media społecznościowe stają się dynamicznym wielogłosem, balem maskowym, ogromnym Hyde Parkiem w wersji cyber - powiedział PAP dr Paweł Fortuna z Perception & Cognition Lab, KUL.**

**PAP:** "Siedzi" pan na Twitterze?

**Dr Paweł Fortuna:** Nie. Mam konto na Facebooku, LinkedIn oraz Researchgate i zaglądam tam na tyle, na ile to konieczne. Instagram, TikToka i Twittera skasowałem. Dlaczego? Zauważyłem, że moje

życie zaczyna być podporządkowane pewnym nawykom, które kształtują się automatycznie: człowiek wstaje rano i przegląda co, kto, na jaki temat twierdzi, wpada w pułapkę poczucia, że nie jest na bieżąco, że coś mu umknie. To jest bardzo frapujące, bo my, ludzie, lubimy stymulację i lubimy mieć poczucie kontroli.

Jednak moja praca polega głównie na myśleniu, czemu sprzyja cisza, którą coraz bardziej cenię, oraz dobry kontakt z samym sobą. Może to jest też kwestia wieku. W pewnym momencie człowiek zaczyna cenić mentalną intymność, a przy tym selektywnie dobiera osoby, którym chce ujawnić zakamarki swojego wnętrza i poddać dyskusji wnioski.

Zrezygnowałem też z opcji tworzenia swoich kanałów. Próbowałem tego wszystkiego, ale doszedłem do wniosku, że nie chcę temu podporządkowywać swojego życia. Podziwiam osoby, które się temu poświęcają. Ja wolę pisać książki, które są często długo wędrującym listem, ale za to do właściwego odbiorcy. To jest mój świadomy wybór, co nie oznacza, że przekreślam media społecznościowe. Po prostu staram się użytkować je w taki sposób, który gwarantuje mi optymalne funkcjonowanie.

**PAP:** Od dawna wiadomo, że nadmierne zaangażowanie w media społecznościowe uzależnia - ta dopamina, której chcemy coraz więcej. Może mają one jednak jakiś pozytywny wpływ na nasze życie?

**P.F.:** Po pierwsze to my powinniśmy mieć pozytywny wpływ na nasze życie. I my, a nie media społecznościowe, jesteśmy za to odpowiedzialni. Istotne jest, żeby w relacjach człowieka z technologią nie zgubić podmiotowości, nie oddać steru życia komuś innemu. Bo czym faktycznie są te media społecznościowe? To organizacje biznesowe. Czasem ludziom się wydaje, że wchodzi na jakąś platformę i są na "wspólnym pastwisku". Nic z tych rzeczy. To jest przestrzeń skonstruowana jako biznesowy projekt przez osoby, które nie parają się działalnością dobroczynną. Chcą zarabiać pieniądze, więc cała konstrukcja tych przestrzeni jest podporządkowana zyskowi - trzeba to przyjąć ze zrozumieniem.

A jeżeli klient jest zadowolony, wydzielają mu się neuromediatory, dzięki którym jego przywiązanie do platformy wzrasta. W efekcie mamy lojalnego, zadowolonego klienta, który nie tylko sam konsumuje, ale również jeszcze poleca produkt innym. I czyni to mimo świadomości obostrzeń i cenzury, której podlega, dostosowując się do narzuconych uwarunkowań.

**PAP:** Ludzie o tym wiedzą, ale korzystają dalej.

**P.F.:** Siła nawyku. Druga sprawa: każdy z nas, przebywając w obszarze mediów społecznościowych, dostarcza danych na swój temat. Reakcja na każdy bodziec, a nawet jej brak tworzy strumień danych, a wraz z nimi matematyczno-statystyczną reprezentację nas samych. Z punktu widzenia wiedzy o człowieku to najlepsze dane, jakie tylko badacz, w tym specjalista marketingu, może sobie wymarzyć: nie deklaracje, lecz "gołe" fakty.

Filozof, Gilles Deleuze, określił tę matematyczno-statystyczną chmurę mianem dywiduum, odróżniając ją od indywiduum, czyli siedzącego przed komputerem użytkownika.

Ale okazuje, że owo dywiduum, ma swój umysł. Są nim algorytmy, do których my użytkownicy nie mamy dostępu. Nie wiemy, jak się nimi zarządza, ale widzimy efekty ich aktywności. Mam na myśli personalizację stron i bezlik podszywanych sugestii. Testowana jest nasza wrażliwość, preferencje, coraz wyraźniejsze są indywidualne wzorce "akcja - reakcja".

Nieustająca pętla sprzężeń zwrotnych między indywiduum i dywiduum kształtuje byt, który można określić mianem "hybrydowego ja". To załączek tożsamości nowego typu, który jest przedmiotem dopiero projektowanych badań. Nie wiemy jeszcze w jakim stopniu splot Ja z tej i tamtej strony

interfejsu wpływa na tożsamość, ale mamy już wyniki badań pilotażowych, które dotyczyły graczy. Okazuje się, że około 30 proc. z nich przyznało, że postaci, którymi grają, w realu funkcjonują w ich umysłach jako dostarcyciele punktów widzenia, a czasem wypowiedzi odnotowywanych jako wewnętrzny monolog.

Sposób użytkowania technologii sprawia, że analiza tego procesu powinna być dokonywana inaczej niż dawniej, kiedy badano jak odbiorca, np. telewidz, zrozumiał to, co nadawca przekazał. Dziś odbiorca jest jednocześnie nadawcą i na odwrót.

**PAP:** Ludzie już wcześniej byli wrażliwi na wirtualne byty. Że sięgnę w prehistorię: kiedyś każdy chłopiec chciał być Jankiem, a dziewczynka Marusią z "Czterech pancernych", utożsamiali się z tymi postaciami.

**P.F.:** I dzisiaj każdy może także być kim chce, tylko jakby... bardziej. Media społecznościowe dają możliwość kreowania różnego typu wizerunków i de facto w wirtualnym świecie kontaktują się ze sobą nie ludzie, lecz ich wizerunki. Żyjemy w czasach multitożsamości, korzystając z możliwości upiększania się, maskowania, zwodzenia, prowokowania. W efekcie media społecznościowe stają się dynamicznym wielogłosem, balem maskowym, ogromnym Hyde Parkiem w wersji cyber.

**PAP:** Nieco chyba demonizuje pan społecznościówki.

**P.F.:** Nic z tych rzeczy. Reprezentuję grupę badaczy, która jest zainteresowana dostrzeganiem i wyjaśnianiem dobroczynnego użytkowania technologii w takich realiach, w jakich żyjemy. Obszar badań tego typu interakcji określiłem w 2021 roku mianem cyberpsychologia pozytywna. Doceniam, że np. w czasie pandemii media społecznościowe były przestrzenią, która umożliwiła przetrwanie ogromnej liczbie ludzi, tak na poziomie biznesowym, jak i w wymiarze towarzyskim.

Rzeczą nie do przecenienia są różne grupy wsparcia, nawet te, które łączą osoby o podobnych zainteresowaniach. Są także portale grupujące naukowców, gdzie można dostać świeże, jeszcze gorące bułeczki z piekarni naukowej... Dobre relacje, wraz z doświadczanym wsparciem są jednym z najważniejszych filarów dobrostanu. Media społecznościowe dają szansę na doświadczenie tego, że we wspólnocie każdy może się wzmocnić siłą innych jej członków.

**PAP:** A nie jest tak, że w tym wirtualnym świecie jest tak samo, jak w realnym: propozycji jest multum, ale każdy wybiera dla siebie to, co jemu smakuje, że nawiąże do tych bułeczek.

**P.F.:** Zgadza się. Nie w mediach problem, lecz w nas ludziach, którzy muszą oswoić się z faktem, że dostarczanie danych na swój temat jest po prostu pracą przymusową XXI wieku. Trudność akceptacji tego stanu rzeczy ujawnia tylko, że jak zawsze, także w styku z nowoczesnymi technologiami, pierwszoplanowe stają się nasza potrzeba podmiotowości, wartości, którymi się kierujemy, to, o co nam w życiu chodzi, jaką mamy koncepcję najlepszego Ja.

Spotykam ludzi, którzy wprost mówią, często z jakimś rodzajem satysfakcji, że w Internecie są trollami, uwielbiają robić burze w sieci, stawiać sprawy na ostrzu noża. Wykorzystują swój intelekt i zasoby wiedzy do tego, żeby miażdżyć innych. Więc jeśli mamy problem z mediami społecznościowymi to dlatego, że mamy problem ze wspólnotą, wzajemnym szacunkiem i samokontrolą.

Społecznościówki ujawniają naszą kondycję w wymiarze interpersonalnym. Smuci mnie, że wielu ludzi o pięknej wrażliwości i umysłowości, a także ogromnej wiedzy milczy na portalach społecznościowych, ale ich rozumiem. Nie chcą tracić energii na kontakt z hejterami, którzy słowo asertywność myślą z grubiaństwem.

**PAP:** Nie dziwię się, człowiek rozsądny, jeśli nie chce dostać po buzi, nie wchodzi nocą do knajpy, w której imprezują bandyci. Niestety, często ton brutalnym walkom w sieci nadają politycy.

**P.F.:** Koń jaki jest każdy widzi. Wielkie kwantyfikatory - ktoś kogoś zaorał, zmasakrował - codzienne walki gladiatorów, igrzyska. Szacunek dla człowieka, prawdy i logiki w wielkościach homeopatycznych schodzą na dalszy plan. Dla kogoś wychowanego na polszczyźnie Schulza, wrażliwości Osieckiej i klasie Holoubka to trudny do akceptacji jazgot.

**PAP:** W takim razie jak żyć w świecie, z którego raczej już nie znikną media społecznościowe?

**P.F.:** Z technologią jest tak, jak z każdym innym narzędziem, np. z młotkiem. Używajmy ją mądrze. Technologia "smart" powinna spotkać użytkownika "smart". Na szczęście dzięki mediom społecznościowym mamy również dostęp do wartościowych treści i wspaniałych osobowości.

Skierujmy wzrok w stronę życia wysokiej jakości, życia wartego przeżycia. Postawmy wysoko poprzeczkę jakości jeśli chodzi o nasze interakcje, o bycie wśród ludzi. Rozkochajmy się w naszym najlepszym Ja, w naszych mocach związanych z samokontrolą, umiarem, wdzięcznością czy podziwem dla piękna. Oczywiście to wszystko również znajdziemy w tych mediach, bo przecież jest w nich przestrzeń na "ludzkie traktowanie". I jeszcze jedna refleksja – może warto zadbać o przejście z pozycji konsumenta do konesera.

Socjal-mediowy biznes, zgodnie z prawidłami marketingu, wzmacnia nasz status konsumenta, który często połyka, co mu dają i jest zadowolony, kiedy może przy okazji formułować oceny, komentować i promować, stając się ogniwem marketingowej maszyny. Koneser nie kupuje byle czego, ma smak, o którym tak pięknie pisał Ludwig Wittgenstein, i tej, wewnętrznej sugestii ufa dokonując codziennych wyborów.

Źródło: pap.pl

<https://laboratoria.net/edukacja/32211.html>

**Informacje dnia:** [PCI Days 2026 Studenci opracowali system zapobiegający zaśnieżeniu za kierownicą](#) [Wielofunkcyjne nanocząstki do produkcji wodoru](#) [Jak wybrać bezpieczną wodę podziemną do picia](#) [Technologia spersonalizowanego wzbogacania mleka dla wcześniaków](#) [Rozwiązania Watson-Marlow wspierają proces produkcyjny](#) [Torbay Pharma](#) [PCI Days 2026 Studenci opracowali system zapobiegający zaśnieżeniu za kierownicą](#) [Wielofunkcyjne nanocząstki do produkcji wodoru](#) [Jak wybrać bezpieczną wodę podziemną do picia](#) [Technologia spersonalizowanego wzbogacania mleka dla wcześniaków](#) [Rozwiązania Watson-Marlow wspierają proces produkcyjny](#) [Torbay Pharma](#)

**Partnerzy**