

Wprowadzenie

Fotografia daje nam do zrozumienia, że poznamy świat, jeżeli przyjmemy go takim, jaki jawi się w obiektywie. Jest to jednak przeciwieństwo poznania. Poznanie bowiem zaczyna się od nieprzyjmowania świata takim, na jaki wygląda. Wszelka możliwość poznania wynika ze zdolności do powiedzenia »nie«. Ściśle rzecz biorąc, nigdy niczego nie zrozumiemy na podstawie fotografii.

Susan Sontag, *O fotografii*, tłum. Sławomir Magała

Już w 1973 roku w swoim zbiorze klasycznych esejów o fotografii Susan Sontag stwierdziła, że „dzisiaj wszystko istnieje po to, by znaleźć się na fotografii”. W czasach selfie, mediów społecznościowych i wszechobecnych aparatów wbudowanych w telefony komórkowe słowa te nabierają nowego znaczenia. Na jednym z najpopularniejszych portali społecznościowych, Facebooku, co 60 sekund dodawanych jest około 140 tysięcy fotografii, a na portalu Instagram każdego dnia pojawia się ich ponad 100 milionów, oglądanych i lajkowanych ponad 4 biliony razy dziennie (OmnicoreAgency.com, 2019). Fotografia stała się jednym z podstawowych sposobów wyrażenia siebie oraz autoprezentacji i, co za tym idzie, bardzo interesującym z perspektywy psychologicznej obszarem badawczym. Książka, którą składam na ręce czytelnika, jest efektem refleksji i badań nad powiązaniem między cechami osobowości ludzi a ich preferencjami związanymi z autoprezentacją na fotografii oraz nad tym, w jaki sposób są oni na podstawie zdjęć odbierani. Cechy osobowości, które są bardzo silnie powiązane z tematyką autoprezentacji i stanowią interesujący już od wielu lat przedmiot badań psychologicznych, to cechy składające się na tzw. ciemną triadę osobowości – makiawelizm, narcyzm i psychopatia.

Szczególnie interesującym ujęciem ciemnej triady osobowości jest rozumienie jej z perspektywy psychologii ewolucyjnej jako adaptacyjnej strategii „jastrzębia”, polegającej na eksploatowaniu zasobów i wykorzystywaniu innych oraz „szybkiej” strategii reprodukcyjnej, polegającej na nawiązywaniu wielu krótkotrwałych związków, odbijaniu partnerów oraz niewierności. Strategia ta stanowi konkurencję dla strategii „gołębia” – współpracy, którą stosuje większość ludzi. To właśnie współwystępowanie tych dwóch strategii prowadzi do balansu w środowisku.

W coraz większej liczbie prowadzonych na ten temat badań zostaje wykazane, że na podstawie samej fotografii nieznajomej osoby wyciągane są dość trafne wnioski na temat jej cech osobowości, umiejętności interpersonalnych, orientacji seksualnej, a nawet inklinacji kryminalnych. Ponieważ ludzie tworzą opinie dotyczące cech charakteru na podstawie wyglądu, a psychologia ewolucyjna zakłada, że wśród drapieżników rozwijają się mechanizmy oszustwa, wśród osób o wysokim poziomie cech ciemnej triady powinny wykształcić się mechanizmy mające na celu zmylenie ofiar, np. preferencja specyficznych sposobów autoprezentacji. Równocześnie, wraz z wykształcaniem się mechanizmów oszustwa u drapieżników, wśród potencjalnych ofiar powinny pojawić się mechanizmy sprzyjające wykrywaniu oszustwa, np. zdolność do rozpoznawania cech u drapieżników mimo stosowanej przez nie autoprezentacji. Dotychczas nie prowadzono badań nad percepcją wizerunku osób o wysokim i niskim poziomie cech ciemnej triady, które ujmowałyby to zjawisko zarówno z perspektywy osoby manipulującej wizerunkiem, jak i potencjalnego odbiorcy tego zabiegu, czyli osoby manipulowanej.

Powyższe zagadnienia stanowiły punkt wyjścia do wyodrębnienia problemów badawczych, które zostały podjęte w niniejszej pracy. Jej celem było zbadanie zagadnienia percepcji ciemnej triady osobowości zarówno z perspektywy drapieżnika-jastrzębia, jak i z perspektywy ofiary-gołębia. Przeprowadzone badanie dotyczyło zależności między poziomem cech ciemnej triady a preferencją specyficznych strategii autoprezentacji, a także oceną wybranych cech na podstawie fotografii przez zewnętrznych obserwatorów.

Niniejsza publikacja obejmuje sześć rozdziałów. W pierwszych trzech rozdziałach dokonano przeglądu literatury na temat zjawiska ciemnej triady osobowości oraz wizerunku w kontekście autoprezentacji i postrzegania danej osoby przez innych, w tym percepcji na podstawie fotografii. Kolejne trzy rozdziały tworzą część empiryczną pracy. W rozdziale czwartym opisany został zarys badań przeprowadzonych w ramach opracowania. W rozdziale piątym omówione zostały metodologiczne podstawy oraz wyniki badania. Ostatni rozdział zawiera dyskusję i podsumowanie uzyskanych wyników oraz wskazanie ograniczeń przeprowadzonych badań, a także proponowane kierunki przyszłych badań.