

KULTURA MEDIA TEOLOGIA

60
2024

ISSN 2081-89-71

KWARTALNIK NAUKOWY
WYDZIAŁU
TEOLOGICZNEGO
UKSW W WARSZAWIE



KULTURA MEDIA TEOLOGIA

NUMER 60/2024

TEMAT NUMERU

KOMUNIKACJA KULTUROWA W MEDIACH –
MEDIA W KOMUNIKACJI KULTUROWEJ

Redakcja naukowa
dr Dagmara Jaszewska, dr Ewa Siuzdak

KULTURA – MEDIA – TEOLOGIA

KWARTALNIK NAUKOWY WYDZIAŁU TEOLOGICZNEGO UKSW W WARSZAWIE

ISSN 2081-8971

Wydawca	Wydział Teologiczny Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego Warszawie, ul. Dewajtis 5, 01-815 Warszawa
Redakcja	ks. dr hab. Rafał Leśniczak, prof. UKSW (redaktor naczelny) ks. dr Waldemar Bartocha (zastępca redaktora naczelnego) dr Marta Jarosz (sekretarz redakcji) dr Dagmara Jaszewska dr Mateusz Kot ks. dr hab. Waldemar Linke, prof. UKSW dr hab. Małgorzata Laskowska, prof. UKSW
Rada naukowa	ks. prof. dr hab. Stanisław Dziekoński (UKSW) ks. prof. dr hab. Witold Kawecki (UKSW) prof. dr hab. Jan Stanisław Wojciechowski (UJ) prof. dr hab. Rafał Habielski (UW) ks. dr hab. Krzysztof Stępiak, prof. UKSW ks. dr hab. Jarosław Woźniak (KUL) ks. dr hab. Mieczysław Różański, prof. UWM Olsztyn dr hab. Mariola Marczak, prof. UWM Olsztyn dr hab. Anna Czajka-Cunico, prof. UKSW dr hab. Damian Guzek, prof. UŚ prof. dr Michał Maśłowski (Université Paris IV – Sorbonne) Prof. Andrius Vaišnys (Uniwersytet Wileński – Litwa) Doc. Mgr. Katarína Fichnová, PhD. – Uniwersytet Konstantyna Filozofa w Nitrze (Słowacja) Prof. Dr. Alexander Fedorov, Ed.D., (Państwowy Uniwersytet Ekonomiczny w Rostowie, Rosja) Prof. Imre Szíjártó, Ph.D. (Uniwersytet Károly'a Eszterházy'ego w Egerze, Węgry) Prof. Paul A. Soukup, S.J. (Santa Clara University, USA) Prof. Daniel Arasa (Pontificia Università della Santa Croce, Włochy) Prof. Norberto González Gaitano (Pontificia Università della Santa Croce, Włochy) prof. HSE dr hab. Victor Khroul (National Research University – Higher School of Economics, Rosja)
Korekta	dr Marta Jarosz oraz Zespół
Skład	Maciej Faliński
Logo	dr hab. Andrzej Adamski, prof. WSliZ
Na okładce	Igor2008, https://pixabay.com
Adres redakcji	Kultura–Media–Teologia, ul. Dewajtis 5, 01-815 Warszawa
Kontakt	e-mail kmt.uksw@gmail.com ; www.kmt.uksw.edu.pl

Redakcja zastrzega sobie prawo skracania i redagowania tekstów oraz zmiany tytułów. Materiałów niezamówionych nie odsyłamy. Wersję pierwotną (referencyjną) wydawanego czasopisma stanowi publikacja online dostępna na stronie kmt.uksw.edu.pl

© Copyright by Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego,
Warszawa 2024

Recenzenci 2024

dr hab. Andrzej Adamski, profesor Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie
dr hab. Zbigniew Anculewicz, profesor Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie
dr Katarzyna Badowska, Uniwersytet Łódzki
dr hab. Bogdan Biela, emeryt. prof. zw. Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach
dr hab. Marek Bielecki, profesor Akademii Sztuki Wojennej w Warszawie
dr hab. Renata Bizek-Tatara, profesor Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie
dr hab. Daniel Boćkowski, profesor Uniwersytetu w Białymstoku
prof. dr hab. Barbara Bogołębska, emeryt. prof. zw. Uniwersytetu Łódzkiego
dr Piotr Bordzoł, Instytut Badań Literackich Polskiej Akademii Nauk w Warszawie
dr Karolina Brylska, Uniwersytet Warszawski
dr hab. Sławomir Bylina, profesor Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego Jana Pawła II
dr Aleksandra Chmielewska, Uniwersytet Warszawski
ks. dr hab. Mirosław Chmielewski, profesor Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego Jana Pawła II
dr hab. Ewa Katarzyna Citko, Profesor Uniwersytetu w Białymstoku
dr hab. Klaudia Cymanow-Sosin, profesor Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie
ks. dr hab. Wojśław Czupryński, profesor Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie
dr hab. Łucja Demby, profesor Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie
dr Katarzyna Domańska, Uniwersytet Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy
dr hab. Jolanta Dzierżyńska-Mielczarek, profesor Uniwersytetu Jana Kochanowskiego w Kielcach
dr Magdalena Filipiak, Uniwersytet Adama Mickiewicza w Poznaniu
dr hab. Katarzyna Gajlewicz-Korab, UW
dr Aneta Głowacka, profesor Uniwersytetu Śląskiego
dr hab. Piotr Gołdyn, profesor Uniwersytetu Kaliskiego im. Prezydenta Stanisława Wojciechowskiego
dr Agnieszka Górka-Chowaniec, Akademia Wychowania Fizycznego w Katowicach
dr Anita Grzegorzewska, Uniwersytet Łódzki
prof. dr hab. Grzegorz Igliński, Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie
prof. dr hab. Jerzy Jastrzębski, emeryt. prof. zw. Uniwersytetu Wrocławskiego
dr Dagmara Jaszewska, Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie
dr hab. Agnieszka Kampka, profesor Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie
ks. prof. dr hab. Witold Kawecki, Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie
dr hab. Jolanta Kępa-Metrak, profesor Uniwersytetu Jana Kochanowskiego w Kielcach
prof. dr hab. Alekxander Kiklewicz, Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie
dr Milena Kindziuk, Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego
prof. dr hab. Karol Klauza, emeryt. prof. zwyczaj. Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego Jana Pawła II
ks. dr hab. Wojciech Kluj, profesor Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie
dr hab. Aleksandra Kłaput-Wiśniewska, profesor Akademii Muzycznej w Bydgoszczy
dr hab. Marek Kochan, profesor Uniwersytetu SWPS w Warszawie
dr Marlena Konrat, Collegium Civitas w Warszawie
dr hab. Evelina Kristanova, profesor Uniwersytetu SWPS w Warszawie
dr Kalina Kukielko-Rogocińska, Uniwersytet Szczeciński
dr hab. Dorota Kulczycka, profesor Uniwersytetu Zielonogórskiego
dr hab. Monika Kulesza, profesor Uniwersytetu Warszawskiego
dr hab. Cecylia Kuta, profesor Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie
prof. dr hab. Florian Lempa, emeryt. prof. zw. Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie
ks. dr Paweł Lewandowski, Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II
ks. dr hab. Rafał Leśniczak, profesor Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego
ks. prof. dr hab. Dariusz Lipiec, Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II
ks. dr Karol Litawa, Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie
dr Janusz Łastowiecki, Uniwersytet Zielonogórski
dr hab. Monika Malinowska, profesor Uniwersytetu Warszawskiego
dr hab. Daria Mazur, profesor Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy
ks. dr hab. Janusz Mierzwa, profesor Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie

dr Joanna Mikosz, Uniwersytet Łódzki
ks. dr hab. Norbert Mojżyn, profesor Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie
dr Dominika Myślak, Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie
ks. prof. dr hab. Jacek Nowak, Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie
dr hab. Małgorzata Okulicz-Kozaryn, profesor Uniwersytetu Adama Mickiewicza w Poznaniu
dr hab. Grażyna Osika, profesor Politechniki Śląskiej w Gliwicach
dr Iga Pękała, Uniwersytet Wrocławski
dr Tomasz Płonkowski, Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie
dr Dominika Popielec, Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie
ks. prof. dr hab. Jan Przybyłowski, Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie
prof. dr hab. Artur Rejter, Uniwersytet Śląski w Katowicach
dr Agnieszka Reszka, Uniwersytet Jana Długosza w Częstochowie
dr Renata Rozbicka, Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie
ks. dr hab. Mieczysław Różański, profesor Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie
dr hab. Elżbieta Rybicka, profesor Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie
dr hab. Damian Sajna-Kunowsky, profesor Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy
dr hab. Paweł Sarna, profesor Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach
prof. dr hab. Małgorzata Schlegel-Zawadzka, emeryt. prof. zw. Collegium Medicum Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie
ks. dr hab. Stanisław Skobel, emeryt. prof. zw. Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie
ks. dr hab. Cezary Smuniewski, profesor Akademii Sztuki Wojennej w Warszawie
dr hab. Piotr Solarz, profesor Menedżerskiej Akademii Nauk Stosowanych w Warszawie
dr hab. Sławomir Soczyński, profesor Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie
dr hab. Sławomir Sowiński, profesor Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie
dr hab. Karina Stasiuk-Krajewska, profesor Uniwersytetu SWPS w Warszawie
dr Xawery Stańczyk, Uniwersytet Łódzki
dr Miłosz Stelmach, Uniwersytet Jagielloński w Krakowie
dr Ewa Szczecińska-Musielak – niezależny badacz
ks. dr hab. Rafał Śpiewak, profesor Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach
dr hab. Dariusz Tworzydło, profesor Uniwersytetu Warszawskiego
dr hab. Agnieszka Walecka-Rynduch, profesor Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie
dr hab. Michał Wendland, profesor Uniwersytetu Adama Mickiewicza w Poznaniu
dr hab. Zbigniew Widera, profesor Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach
ks. prof. dr hab. Andrzej Witko, Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie
prof. dr hab. Paweł Wolnicki, Akademia Jana Długosza w Częstochowie
prof. dr hab. Marta Wójcicka, Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie
dr Aneta Wójciszyn-Wasil, Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II
dr Katarzyna Zdanowicz-Cyganiak, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
prof. dr hab. Piotr Zwierzchowski, Uniwersytet Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy

Spis treści

DAGMARA JASZEWSKA

Komunikacja kulturowa w mediach – w stronę medioznawstwa interdyscyplinarnego 9

Sztuka, kultura, komunikacja

WITOLD KAWECKI

Komunikacja przez sztukę i komunikacja w sztuce 19

MARIOLA MARCZAK

Komunikowanie wartości w filmie
jako medialnym przekazie audiowizualnym 34

ADAM BŁASZCZOK

Konwencjonalne modele scenariusza filmowego
i ich kulturowe modyfikacje 49

Multimodalność i multimedialność w komunikacji artystyczno-kulturowej

NORBERT MOJŻYN

Artykulacja barwno-fakturalna ekspozycji Muzeum Księdza Jerzego Popiełuszki
w Warszawie w perspektywie komunikacji multimodalnej 66

JUSTYNA KUSTO, DAGMARA JASZEWSKA

Czy muzyka gra jeszcze pierwsze skrzypce we współczesnych koncertach? Koncert
jako wydarzenie multimedialne i jako przestrzeń komunikacji kulturowej 79

Kulturowy wymiar narracji medialnych

IDA RUSANOWSKA

Idea sefityzmu w kulturze współczesnej
i jej egzemplifikacje w polskich portalach internetowych 103

MONIKA WOJEWSKA

Obraz Czeczena jako wroga w rosyjskiej narracji medialnej podczas II wojny
czeczeńskiej i jego wpływ na rosyjskie społeczeństwo 125

KATARZYNA MICHALEWICZ

Dialog kulturowy czy promowanie idei? – sytuacja chrześcijaństwa w Republice Chińskiej w świetle wybranym międzywojennym czasopiśmiennictwie w latach 1931-1939

142**Varia****ŁUKASZ BUKSA**

Digital religion – nowe oblicze wiary w erze cyfrowej

163**DAMIAN GUZEK**

Marcin Ciechanowski, Klaudia Cymanow-Sosin, *Ewangelizacja w mediach*, Homini, Kraków 2024, ss. 206, ISBN 978-83-8205-297-8

182**MARTA JAROSZ**

Relacja zbudowana na algorytmach. Co determinuje dziś treści oferowane odbiorcom przez portale informacyjne – na przykładzie serwisu rp.pl

186**MARCIN KOŁODZIEJ**

Fundamentals of the presence of clergy in the media. Theological and canonical aspect

203**ELIZA MATUSIAK**

Rozwój literatury audialnej w platformach streamingowych w Polsce w ostatnich 20 latach

215**DARIUSZ RAŚ, MAGDALENA SZUMIŁO-KULCZYCKA**

Zaburzenia racjonalnej konsumpcji żywności obserwowane w narracji medialnej

249**JAROSŁAW A. SOBKOWIAK**

„Actus humanus” w kontekście sztucznej inteligencji a odpowiedzialność osoby

271**ZBIGNIEW TREPPA**

Rozplątać zaplątane. Co zawiodło w artykule „Więzi” z 27 lutego 2023 roku oraz w projekcie Teologii Politycznej poddanym krytyce w tym artykule?

287**MARCIN ZABORSKI**

Kategoria dzieciństwa w ekspozycjach o Holokauście. Analiza strategii komunikacyjnych wybranych muzeów

302

Recenzje i sprawozdania

ŁUKASZ BUKSA

H.A. Campbell & W. Bellar, *Digital Religion: The Basics*, 1st Edition, Routledge, Abingdon – New York 2023, ISBN 9780367528102, pp. 178

317

NATALIA MAROŃ

Reprezentatywna mikroskala? Rozważania o tożsamości lokalnej mieszkańców Czeladzi z racji udziału ich przedstawicieli w bitwie o Monte Cassino, red. M. Krakowiak, A. Dębska-Kossakowska, Katowice 2016, ss. 384

321

ILONA URYCH

Edukacja dzieci i etyka skoncentrowana na dobru. Obserwacje na marginesie lektury książki *Świat w lustrze. Dobro może być większe*

326

MONIKA WISZNIOWSKA

Lekcja odpowiedzialności z Janem Józefem Szczepańskim, red. M. Krakowiak, LTW, Łomianki, 2023

337

Dagmara Jaszewska

Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie

Katedra Komunikacji Kulturowej i Artystycznej

ORCID 0000-0002-5880-9609

Komunikacja kulturowa w mediach – w stronę medioznawstwa interdyscyplinarnego

Predstawiamy Czytelnikowi jeden z dwóch zaplanowanych numerów tematycznych kwartalnika „Kultura – Media – Teologia”, składających się na zbiorową publikację pt. „Komunikacja kulturowa w mediach – media w komunikacji kulturowej”. Jest on pokłosiem ogólnopolskiej konferencji naukowej (która odbyła się pod tym samym tytułem¹), zorganizowanej 2 września 2024 r. na UKSW w Warszawie przez Katedrę Komunikacji Kulturowej i Artystycznej działającą przy Instytucie Edukacji Medialnej i Dziennikarstwa tegoż Uniwersytetu. Celem tego przedsięwzięcia naukowego było podjęcie refleksji nad miejscem i rolą kultury w komunikacji medialnej. Inicjatywa ta (jak również związana z nią publikacja) wpisuje się w ważne pole badań polskich medioznawców nad tzw. kulturą audiowizualną², jednak jest szerzej zakrojona – zależało nam bowiem na interdyscyplinarności, na maksymalnym otwarciu pola naukowej dyskusji nad wzajemnymi relacjami kultury i mediów³ (zgodnie z tym, że przedstawiciele nauk o komunikacji społecznej i mediach definiują swoją dyscyplinę jako naukę eklektyczną, interdyscyplinarną i otwartą⁴).

¹ Pełny tytuł konferencji brzmiał: „Komunikacja kulturowa w mediach – między promowaniem idei/wartości, tworzeniem wspólnot(y) a walką o znaczenia”. Opis zdarzenia (jeszcze w formie zaproszenia na seminarium naukowe) dostępny jest na stronie unikonferencje.pl: <https://unikonferencje.pl/miniona/15612-komunikacja-kulturowa-w-mediach-miedzy-promowaniem-idei-wartosci-tworzeniem-wspolnot-y-a-walka-o-znaczenia-seminarium-naukowe-02-09-2024-r-uksw-warszawa> (dostęp 25.11.2024).

² Zob. np. M. Hopfinger, *Kultura audiowizualna u progu XXI wieku*, Wydawnictwo Instytutu Badań Literackich PAN, Warszawa 1997; też, *Kultura współczesna – audiowizualność*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1985; A. Gwóźdź (red.), *Pogranicza audiowizualności: parateksty kina, telewizji i nowych mediów*, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych Universitas, Kraków 2010.

³ O relacjach między medioznawstwem a wiedzą o kulturze pisałam wraz z Katarzyną Flader-Rzeszowską w artykule: *Wiedza o kulturze a nauki o mediach w kontekście studiów dziennikarskich – zarys problematyki*, w: J. Olędzki (red.), *Teologia środków społecznego przekazu w naukach o mediach*, Warszawa 2018.

⁴ Zob. np. T. Mielczarek, *Medioznawstwo polskie na mapach świata. Sondaż naukowoznawczy*, „Studia Medioznawcze” 2017 nr 4 (71), s. 13; M. Jabłonowski, W. Jakubowski, *Status teoretyczny nauk o mediach – kilka*

I tak się stało – *call for papers* konferencji przyciągnęło do tej inicjatywy Autorów reprezentujących bardzo różne dyscypliny akademickie. Uczestnikami interdyscyplinarnej debaty nad komunikacją kulturową w mediach byli nie tylko medioznawcy, ale przede wszystkim przedstawiciele nauk humanistycznych: filmoznawcy, historycy, historycy sztuki, kulturoznawcy, filozofowie, pedagodzy, teologowie, socjologowie oraz prawnicy. Mamy nadzieję, że odpowiedzieliśmy w ten sposób na apel prof. Małgorzaty Lisowskiej-Magdziaż, która w 2019 roku pisała na łamach „Studiów Medioznawczych”, że tworzona przez medioznawców wytyczająca rozwój nowej dyscypliny lista badaczy zajmujących się mediami „nie uwzględnia (...) piszących na ich temat kulturoznawców, antropologów, filozofów, teoretyków sztuki, semiologów, socjologów kultury, a także informatyków i projektantów procesów komunikacyjnych, choć wiele naprawdę istotnych prac na temat mediów powstało w ostatnich latach właśnie w tych dyscyplinach i specjalnościach”⁵. Zdaniem tej badaczki, choć „związki mediów z filozofią, estetyką, stylami życia, edukacją, sztuką są istotne”, to ich uwzględnienie w badaniach medioznawczych pozostaje „jedynie w sferze deklaracji”⁶. Lisowska-Magdziaż wśród powodów zaistnienia tej sytuacji wymienia między innymi reformę nauki, wprowadzającą parametryzację i konieczność przypisania się naukowców do konkretnych dyscyplin – jej zdaniem owa reforma utrudnia „wdrożenie modelu federacyjnego medioznawstwa, a w szczególności współpracę dziedzin humanistycznych, nauk technicznych i nauk społecznych”⁷. Celem naszego przedsięwzięcia było również znalezienie sposobów, by tę trudną ideę interdyscyplinarności nauk o komunikowaniu i mediach wcielić w życie.

Komunikacja kulturowa jako przestrzeń badań interdyscyplinarnych

Połączeniu wspomnianych wyżej różnych dyscyplin we wspólnej dyskusji o wzajemnych relacjach kultury i mediów posłużyło w naszym przedsięwzięciu wprowadzenie do niej terminu *komunikacja kulturowa* (do którego odniosła się zdecydowana większość Autorów tego tomu). Czym jest więc owa *komunikacja kulturowa*? Czy każda komunikacja nie jest kulturowa w jakiejś mierze? Owszem; ale warto zauważyć, że może być ona mniej lub bardziej kulturowa, w sensie: niosąca treści mniej lub bardziej ważne dla wspólnoty (której odmianą jest współczesne społeczeństwo),

uwag do dyskusji, „Studia Medioznawcze” 2014 nr 4 (59), s. 17; T. Bielak, G. Ptaszek, *Dwuobszarowość badań nad mediami w Polsce*, w: tychże (red.), *Media.pl. Badania nad mediami w Polsce*, Kraków 2016; A. Adamski, G. Łęcicki, *Teologia i nauki o mediach: interdyscyplinarność jako płaszczyzna wspólnej refleksji naukowej o środkach społecznego przekazu*, „Studia Medioznawcze” 2016 nr 2 (65), s. 13; M. Jabłonowski, T. Gackowski, *Tożsamość nauk o mediach. Obszary, perspektywy, postulaty*, „Studia Medioznawcze” 2012 nr 2 (49), s. 22.

⁵ M. Lisowska-Magdziaż, *Media i komunikowanie społeczne: federacja, ale jaka? Dalsze pytania o przyszłość dyscypliny*, „Studia Medioznawcze” 2019 tom 20 nr 2 (77), s. 120.

⁶ Tamże.

⁷ Tamże, s. 122.

za pomocą mniej lub bardziej podzielanych kulturowo praktyk i kodów komunikacyjnych⁸.

*Koncepcja komunikacji kulturowej*⁹ przede wszystkim zwraca więc uwagę badaczy komunikacji na ludzką wspólnotę i przypomina, że komunikacja owej wspólnoty służy. Takie ujęcie zachęca medioznawców do kierowania się w badaniach osiągnięciami nauk o społeczeństwie i kulturze (socjologia, antropologia, kulturoznawstwo, teologia). Od nauk tych mogą medioznawcy uczyć się stawiania pytań badawczych w kontekście troski o tę wspólnotę i o wszystko, co jest dla niej ważne. Z drugiej zaś strony *koncepcja komunikacji kulturowej* kieruje przedstawicieli nauk humanistycznych ku komunikacyjnemu charakterowi przedmiotu ich badań. Kultura jest jednak bezustannie tworzona przez akty komunikacji (co jest znowuż możliwe dzięki kulturowym kodom i społecznie podzielanym technikom komunikowania), jest dynamiczna, tworzona w debacie (głównie medialnej). Trwające nieustannie akty komunikowania nie tylko podtrzymują wspólnotę, utwierdzają jej wartości i normy, ale też – w kulturze pluralistycznej – są przedmiotem sporów prowadzonych za pomocą argumentów, technik perswazyjnych czy manipulacyjnych. Aby badać kulturę w tym dynamicznym ujęciu, humaniści mogą i powinni wykorzystywać zarówno teorie, jak i metody wypracowane na niwie nauk o komunikacji społecznej i mediach.

Koncepcja komunikacji kulturowej zarazem wprowadza do nauk humanistycznych perspektywę pragmatyczną, upominając się o skuteczność wszelkiej ludzkiej komunikacji. Ma to znaczenie zwłaszcza w badaniu sztuki jako przedmiotu komunikacji kulturowej – wytwory artystyczne stają się w tym ujęciu bardziej przekaźnikami komunikującymi społeczne znaczenia, niż „dziełami sztuki”. Komunikacyjna teoria sztuki wskazuje zatem, jak ważne dla nauk o człowieku są osiągnięcia nauk o komunikacji i mediach. I odwrotnie: humanistyczne badania nad sztukami medialnymi (zwłaszcza filmem) wiele mogą dać interesującym się tymi zagadnieniami medioznawcom, wnosząc w ich warsztat wypracowane w ich obrębie metody badawcze. Trudno nie zgodzić się w tym kontekście z Arkadiuszem Lewickim, który argumentuje, że błędem współczesnych badań nad mediami (szczególnie tymi audiowizualnymi) jest pomijanie długiej, bogatej i wciąż w wielu aspektach inspirującej tradycji badań filmoznawczych¹⁰.

Koncepcja komunikacji kulturowej przypomina również medioznawcom, że tak naprawdę są badaczami ludzkiej komunikacji, a co za tym idzie – kultury. Jeszcze przed

⁸ Zob. J. Mikułowski-Pomorski, *Jak narody porozumiewają się ze sobą w komunikacji międzykulturowej i komunikowaniu medialnym*, Kraków 2012, s. 23. Na temat najważniejszych cech komunikacji kulturowej zob. tamże, s. 19-21.

⁹ Pojęcie to ma dwa znaczenia, analogicznie jak pojęcie komunikacji międzykulturowej: oznacza bowiem zarówno procesy społeczno-kulturowe, jak badającą je refleksję naukową. W tym drugim przypadku będę posługiwać się terminem „koncepcja komunikacji kulturowej”.

¹⁰ A. Lewicki, *Czy medioznawca może zajmować się kinem? Film jako medium*, w: K. Wolny-Zmorzyński, A. Lewicki (red.), *W poszukiwaniu fundamentów nauk o mediach*, Wrocław 2019, s. 82.

utworzeniem dyscypliny nauki o komunikacji społecznej i mediach Marek Jabłonowski i Wojciech Jakubowski pisali: „Przedmiotem materialnym nauk o mediach są środki społecznego komunikowania, natomiast przedmiotem formalnym jest sfera społecznego obiegu informacji i komunikacji społecznej”¹¹ (podkr. DJ). My chcemy tu dodać: kulturowej – o ile jest też społeczna, o ile wpływa na społeczeństwo (a jest tak zawsze – oba te pojęcia dotyczą tego samego, powstały jedynie w innych tradycjach naukowych). *Koncepcja komunikacji kulturowej* przypomina również, że badacze mediów powinni mieć świadomość ważności kultury w funkcjonowaniu współczesnego społeczeństwa. Jak zauważa ks. prof. Witold Kawecki, „człowiek dzisiejszy bowiem pozostaje bardziej pod wpływem otaczającej go kultury (w tym mediów), niżli pod wpływem ideologii czy koncepcji filozoficznych, których najlepszy czas, wydaje się, już przeminął”¹². Badacz ten powołuje się na Samuela Huntingтона, który głosił, że przyszłe konflikty światowe „nie będą mieć charakteru ideologicznego, ani nawet ekonomicznego, lecz będą miały podłoże głównie kulturowe”¹³. Dlatego właśnie medioznawcy powinni zgłębiać wiedzę o kulturze, aby móc rozpoznać, jakie związane z nią idee i wartości kryją się w narracjach medialnych. Wiedza ta jest im potrzebna również dlatego, że (jak głosi *koncepcja komunikacji kulturowej*) charakter komunikowania i mediów zależy mocno od kultury. W tym kontekście Małgorzata Lisowska-Magdziarz zauważa, że przyporządkowanie medioznawstwa wyłącznie do dziedziny nauk społecznych „powoduje niebezpieczną sytuację, w której możemy sobie nieostroźnie <<odpuścić>> czy pozostawić innym dyscyplinom analizę komunikacji zmediatyzowanej jako sfery kultury oraz wpływu kultury zmediatyzowanej na wszystkie niemal inne sfery ludzkiego życia (z polityką łącznie)” (podkr. D. J.)¹⁴.

Medioznawcy powinni też pamiętać, że *komunikacja kulturowa* – mająca dziś wymiar głównie medialny – istniała na długo przed wynalezieniem mediów masowych. Dlatego też za formy komunikatów w tej dziedzinie uznajemy między innymi dzieła sztuki, literaturę, film czy rytuały religijne (a więc fenomeny z pozoru *niemedialne*), jako regulowane przez normy wypracowane w danej kulturze¹⁵. Dlatego też *koncepcja komunikacji kulturowej* pracuje na rzecz włączenia w obszar zainteresowań badawczych medioznawstwa również innych, mniej oczywistych mediów (zgodnie z medialno-kulturową teorią Marshalla McLuhana¹⁶), a także przypomina, że mimo szalonego postępu w dziedzinie nowych mediów, pod ich powierzchnią ukryta jest (ta sama w swej istocie) kultura.

Z drugiej jednak strony współczesna komunikacja kulturowa rozgrywa się w olbrzymim stopniu w przestrzeni medialnej. Kultura staje się coraz bardziej medialnie zapośredniczona – ponieważ komunikowanie społecznych znaczeń i walka o znaczenia

¹¹ M. Jabłonowski, W. Jakubowski, dz. cyt., s. 16.

¹² W. Kawecki, *Komunikacja medialno-kulturowa*, Wydawnictwo Naukowe UKSW, Warszawa 2021, s. 50.

¹³ Tamże.

¹⁴ M. Lisowska-Magdziarz, dz. cyt., s. 120.

¹⁵ W. Kawecki, dz. cyt., s. 42.

¹⁶ Tamże, s. 163.

odbywa się za pośrednictwem mediów. Nic dziwnego więc, że badacze kultury muszą dziś stawać się badaczami mediów (które są jej głównym inkubatorem i motorem rozwoju). W tym kontekście ks. prof. Witold Kawecki proponuje termin *komunikacja medialno-kulturowa*, która jest „czymś oczywistym w dzisiejszej przestrzeni medialnej”¹⁷. Termin ten jest (jeszcze bardziej uściśloną) propozycją spotkania medioznawców i badaczy kultury. Wśród tych ostatnich nie ma chyba nikogo, kto by wątpił, że media stanowią dziś podstawową matrycę współczesnej kultury i wszelkich jej dziedzin (polityka, edukacja, sztuka, praca, rozrywka itp.). Świat społeczny jak nigdy przedtem jest dziś *z mediatyzowany*, co sprawia, że media (w tym masowe) odgrywają w nim przemożną rolę¹⁸ – dlatego perspektywa medialna jest kluczową w naukach społecznych i humanistycznych.

Podsumowując, pojęcia komunikacji kulturowej oraz medialno-kulturowej mają za zadanie stworzyć przestrzeń służącą *zderzeniu nauk o mediach i komunikowaniu z różnymi dyscyplinami nauk humanistycznych i społecznych*, dla których komunikacja kulturowa (przede wszystkim w mediach) jest kluczową perspektywą refleksji nad człowiekiem, społeczeństwem i kulturą, i w których obrębie rozwija się świadomość tego, że społeczeństwo istnieje dziś w dużej mierze w kontekście medialnym.

Komunikacja kulturowa oczami Autorów niniejszej publikacji

Specyfiką prezentowanej tu koncepcji komunikacji kulturowej jest włączenie w jej obręb również sztuki. Jest to konsekwencja profilu działania naszej Katedry Komunikacji Kulturowej i Artystycznej prowadzonej przez ks. prof. Witolda Kaweckiego, od początku zainteresowanej sztuką w komunikacyjnej perspektywie¹⁹ (i współpracującą w tym zakresie z Katedrą Badań Mediów Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie, kierowaną przez dr hab. Mariolę Marczak, profesor tejże uczelni). Jeśli chodzi o niniejszą publikację, specyfikę tę odzwierciedla zwłaszcza pierwszy jej rozdział, zatytułowany *Sztuka, kultura, komunikacja* – otwierający go artykuł autorstwa ks. prof. dr hab. Witolda Kaweckiego pt. „Komunikacja przez sztukę i komunikacja w sztuce” porusza ogólne zagadnienia związane z relacją między wymienionymi w nazwie rozdziału członami. Tekst ten ma przy tym charakter wprowadzenia do całego tematu publikacji, przypominając w pierwszej części jej założenia: nierozzerwalny związek między komunikacją a kulturą, medialne zapośredniczenie dzisiejszej komunikacji kulturowej i kulturotwórczą rolę mediów. Następnie Autor skupia się na przedmiocie (ogólnie rozumianej) sztuki i – nie tracąc z oczu jej komunikacyjnego charakteru – ukazuje, że stanowi ona jądro kultury. Przywołując koncepcję Marshalla McLuhana ks. prof. Kawecki wskazuje, że

¹⁷ Tamże, s. 42.

¹⁸ M. Jabłonowski, T. Gackowski, dz. cyt., s. 15.

¹⁹ W ramach tych zainteresowań pracownicy Katedry (wówczas Instytutu Wiedzy o Kulturze) uzyskali w 2011 roku grant NCN na realizację projektu „*Locus theologicus w kulturze wizualnej*” (kierownikiem grantu był ks. prof. dr hab. Witold Kawecki).

sztuka jest swoistym i niezwykłym środkiem komunikacji, oddziałującym na ludzi przede wszystkim przez swoją istotę, nie zaś przez treść. W rezultacie zachowuje ona w kontekście medialnym swego rodzaju niezależność, i może nawet służyć do walki z negatywnym oddziaływaniem innych przekazników.

Tutaj należy zauważyć, że – właśnie z uwagi na komunikacyjną perspektywę rozważań o wytworach artystycznych – nie zdecydowaliśmy się na dodanie do tytułu publikacji pojęcia *komunikacji artystycznej* (choć pasuje ono do tematyki rozdziału i zresztą pojawia się w artykułach). Staraliśmy się bowiem uniknąć migracji refleksji w kierunku nauk o sztuce, ustawiając w refleksji o niej perspektywę komunikacyjną jako podstawową. W naszym tomie tendencja ta znalazła odzwierciedlenie w decyzji Autorów o włączeniu również popularnych tekstów kultury w badawczą przestrzeń *komunikowania sztuki* i czytaniu przez nich wytworów artystycznych jako *komunikatów*. W tym duchu badacze reprezentujący Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie, dr hab. Mariola Marczak, prof. UWM, i dr Adam Błaszczok, skupiają się na filmie, który (choć może być rozumiany jako dzieło sztuki) jest przez nich traktowany raczej jako tekst kultury popularnej. Dr hab. Mariola Marczak w artykule pt. „Komunikowanie wartości w filmie jako medialnym przekazie audiowizualnym” skupia się na komunikacyjnej roli filmu. Olsztyńska badaczka analizuje film jako przedmiot komunikacji, „służący transmisji jakiejś wartości informacyjnej”, skupiając się na treściach o charakterze aksjologicznym. Marczak konstruuje teoretyczne podstawy dla badania możliwości komunikowania wartości poprzez filmy, podkreślając, że są one dziś – z uwagi na wizualny charakter współczesnej kultury – niesłychanie ważne jako przedmioty komunikacji kulturowej. Wreszcie wskazuje na *neoseriale*, które – mimo przystępnej formy – pełnią we współczesnym społeczeństwie istotną rolę w procesie przekazywania kulturowych wartości. Gest włączenia popularnych tekstów kultury w przestrzeń komunikacji artystycznej i tendencja do czytania ich głównie jako komunikatów, pociąga za sobą również problem kulturowych (w tym ekonomicznych) uwikłań sztuki. Tą drogą badawczą poszedł dr Adam Błaszczok w artykule pt. „Konwencjonalne modele scenariusza filmowego i ich kulturowe modyfikacje”, w którym zwraca się w stronę ważnych dziś w filmoznawstwie studiów nad produkcją filmową. Jednak również w tym przypadku Autor nie zapomina o perspektywie komunikacyjno-kulturowej; porównując produkcję filmową w Ameryce i Europie ukazuje, jak uwarunkowania kulturowe i społeczne wpływają na zwyczaje produkcyjne w omawianych ośrodkach, determinując przy tym funkcjonujące modele finansowania branży filmowej (co jest istotnym czynnikiem decydującym o kierunku rozwoju kinematografii). Zarazem w obu tych tekstach, mimo ich kulturoznawczego nachylenia, zachowana została perspektywa estetyczna w badaniach filmu (który wszak zawsze pozostanie w jakimś stopniu przedmiotem komunikacji artystycznej) – to stanowi właśnie o specyfice naszej interdyscyplinarnej refleksji nad sztuką i komunikacją. Prof. Marczak, ukazując komunikacyjną rolę filmu, korzysta z estetycznych koncepcji komunikowania znaczenia w filmoznawstwie; film jest nie tylko medium, ale również obiektem artystycznym, a niesione przez niego określone, istotne kulturowo znaczenia są wszakże komunikowane poprzez

audiowizualną formę. Podobnie Adam Błaszczok, uznając znaczenie konwencjonalnych modeli scenariuszy filmowych jako przyjaznych w odbiorze (i dodatkowo nie szkodzących artystycznemu wyrazowi), jednocześnie pokazuje, że – wskutek kulturowych procesów globalizacji (i amerykańzacji) – modele bardziej eksperymentujące z formą filmową, typowe dla europejskiego przemysłu filmowego, są marginalizowane w kulturze zdominowanej przez rynek i ostatecznie mniej obecne w komunikacji kulturowej.

Drugi rozdział niniejszego numeru zatytułowany *Multimodalność i multimedialność w komunikacji artystyczno-kulturowej* skupia się na kolejnych przykładach nowoczesnej komunikacji kulturowej z udziałem sztuki, jakimi są wystawa muzealna i koncert muzyczny. W ujęciu Autorów tego rozdziału obie te dziedziny kultury charakteryzują się wykorzystaniem różnych form komunikacji, co wprowadza szczególne implikacje kulturowe. Autor artykułu pt. „Artykulacja barwno-fakturalna ekspozycji Muzeum Bł. Ks. Jerzego Popiełuszki w Warszawie w perspektywie komunikacji multimodalnej”, ks. dr hab. Norbert Mojżyn, prof. UKSW, zauważa, że w komunikacji muzealnej język ma status medium pomocniczego – natomiast obiekt i wystawa są własnym językiem komunikacji muzeum. Badacz ten skupił się w swoim artykule na analizie klasycznych środków artykulacyjnych – koloru i faktury materiału – i ukazaniu ich jako przykładu komunikacji „wielu trybów”. Zarazem owa złożoność praktyk komunikacyjnych opartych o kulturowe kody niosące ważne kulturowe znaczenia sprawia, że „komunikacja w Muzeum realizuje rozmaite funkcje: religijne, kulturotwórcze, integrujące i budujące tożsamość”. Również Autorki drugiego zamieszczonego w tym rozdziale artykułu rozpoznały istotne kulturowe implikacje spowodowane nagromadzeniem nowych technik medialnych (tym razem elektronicznych) w kulturowej przestrzeni muzycznej. Mgr Justyna Kusto i dr Dagmara Jaszevska w tekście pt. „Czy muzyka gra jeszcze pierwsze skrzypce we współczesnych koncertach? Koncert jako wydarzenie multimedialne i jako przestrzeń komunikacji kulturowej” pokazały, że bezpośrednio komunikacja muzyczna (typowa dla koncertów organizowanych „na żywo”) staje się komunikacją coraz bardziej zapośredniczoną medialnie, i to multimedialnie. Zmienia to nie tylko charakter owej komunikacji, ale też wpływa na społeczne relacje uczestników muzycznych wydarzeń. Z jednej strony tracą one wymiar wspólnotowy związany z synchronizacją odbioru muzyki i autentycznością społecznych relacji – ale w rzeczywistości multimedialnego koncertu pojawiają się nowe wspólnototwórcze zjawiska, umożliwiające na przykład lepszą relację nadawcy i odbiorcy, czy choćby obcowanie słuchacza koncertu ze zmarłym już artystą, obecnym na scenie w postaci... hologramu. Autorki zadają wreszcie pytanie: czy w dzisiejszych koncertach wykorzystujących wizualizacje, wirtualność i wiele innych technologii, muzyka gra jeszcze pierwsze skrzypce? Okazuje się, że tradycyjne koncerty wciąż znajdują swoją publiczność; ostatecznie media „nie przeszkadzają kulturze”, a wspólnota słuchających koncertu nie tyle znika, co przeobraża się pod wpływem mediów.

Trzeci rozdział części tematycznej numeru nosi tytuł *Kulturowy wymiar narracji medialnych* i poświęcony został analizie różnych mediów jako nośników

informacji o kulturze. Pierwszy artykuł autorstwa dr Idy Schabieńskiej pt. „Idea sejfityzmu w kulturze współczesnej i jej egzemplifikacje w portalach internetowych”, dotyczy obecności we współczesnych mediach idei „kultu bezpieczeństwa”. Autorka tego tekstu, zawężając swoje badania do problematyki wychowania dzieci i młodzieży, analizuje, jak popularne portale parentingowe (stanowiąc ważne dziś źródła wiedzy na temat wychowywania dzieci) masowo zachęcają współczesnych rodziców do nabywania gadżetów służących podnoszeniu poziomu bezpieczeństwa niemowlaków, czy przestrzegają przed ocenianiem oraz wszelkim krytykowaniem dzieci. Doktor Ida Schabieńska rozpoznaje w tych narracjach medialnych przejawy kultury sejfityzmu, a więc typowej dla współczesnych czasów obsesyjnej troski o bezpieczeństwo, opisywanej od lat przez zachodnich psychologów, socjologów i pedagogów. Co jednak istotne, w badanych przez Autorkę artykułach internetowych hasło „sejfityzm” nie pada – co może wskazywać fakt, że dziennikarze powielają pewne sposoby myślenia, nie myśląc o nich krytycznie. Co prawda umożliwiają oni krytykę propagowanych przez siebie treści internautom (pod artykułami pojawiają się emocjonalne dyskusje na temat sensowności prowadzenia małych dzieci na „smyczy”, czy rozdawania świadectw z biało-czerwonym paskiem); jednakże artykuł dobrze ilustruje przemożny wpływ współczesnej kultury na dziennikarstwo, który – jeśli nie jest uświadomiony – może stać się przyczyną ideologizacji mediów.

Kolejne dwa rozdziały numeru napisane zostały przez przedstawicielki nauk historycznych, które traktują media (w tym wypadku prasę) jako źródło wiedzy o minionych i współczesnych społeczeństwach, ale również dostrzegają w niej problematykę kulturową (oraz międzykulturową) i jej wpływ na proces relacjonowania przez media historycznych faktów. Analizowane przez obie Autorki medialne relacje o obcych kulturach stawiają pod znakiem zapytania postulowany przez dziennikarstwo ideał „obiektywizmu mediów”. Obie prace podejmują temat *propagandy* w kontekście kulturowym. I tak, mgr Monika Wojewska w artykule „Obraz Czeczena jako wroga w rosyjskiej narracji medialnej podczas II wojny czeczeńskiej i jego wpływ na rosyjskie społeczeństwo” bada, w jaki sposób na propagandę wojenną wpływa (celowe) konstruowanie przez media obrazu wroga jako obcego, „dzikiego”, złego. Autorka ta, wskazując, jak ważnym elementem współczesnej wojny jest towarzysząca jej właściwa „kampania (dez)informacyjna”, pokazuje skuteczność jej „kulturowego” rodzaju (o skuteczności tej świadczą przywoływane przez nią badania opinii społecznej, ukazujące stopniową zmianę poglądów Rosjan na temat wojny w Czeczenii). Z kolei druga praca zamieszczona w omawianym rozdziale dotyczy tematu bardziej pokojowego – w artykule pt. „Dialog kulturowy czy promowanie idei? – sytuacja chrześcijaństwa w Republice Chińskiej w świetle międzywojennej prasy w latach 1931— 1939” dr Katarzyna Michalewicz zastanawia się, na ile polska prasa międzywojenna informowała bezstronnie o sytuacji polskich misjonarzy pracujących w tym egzotycznym kraju, a na ile kreowała ją w oparciu o (zapewne nieświadomione) stereotypy kulturowe czy etnocentryzm. Obydwa artykuły wskazują zarazem na niebezpieczeństwa sytuacji, w której komunikacja medialna staje się międzykulturową. Przy okazji trzeba podkreślić, że historia stanowi kapitalną perspektywę dla

medioznawstwa, dając wgląd w polityczne uwarunkowania funkcjonowania mediów w przeszłości i dziś, w tym w problem manipulacji w mediach.

* * *

Jaki więc obraz *komunikacji kulturowej w mediach* wyłania się z badań uczestników konferencji i zarazem z artykułów opublikowanych w niniejszym numerze?

Autorzy niniejszej publikacji opisali po pierwsze różne kulturowe implikacje związku sztuki i mediów (przy czym media były tu szeroko rozumiane – począwszy od koloru czy faktury w sztuce wystawienniczej, przez media masowe w przypadku filmu, aż po nowe media używane w organizowaniu koncertów w rzeczywistości wirtualnej). Wszyscy ci badacze zauważyli, że kontakt z mediami nie pozostaje bez wpływu na sztukę i szerzej – kulturę. Udostępnianie sztuce przestrzeni medialnej czasem pozwala jej zachować swoistość i niezależność (dając przy tym możliwość krytycznego spojrzenia na płytką treść masowej komunikacji); częściej jednak powoduje jej przekształcenie pod wpływem mediów. I tak film (a więc sztuka od początku zapośredniczona medialnie) coraz bardziej zbliża się w swojej formule do kultury popularnej oraz dostosowuje się do rynkowych reguł przemysłów medialnych; muzyka ulega czasem wręcz fascynacji nowymi mediami (czego wyrazem są koncerty multimedialne). W ten sposób zmienia się formuła sztuki, ale również k u l t u r a , w której biorą udział uczestnicy komunikacji artystycznej. Zmiany te nie są konieczne złe – podnoszą poziom redundancji owej komunikacji²⁰, ale przede wszystkim nie powodują utraty przez sztukę jej kulturotwórczego charakteru: zapośredniczona medialnie, zachowuje ona bowiem możliwość komunikowania wartości (film), budowania kulturowej tożsamości (muzeum) czy kreowania nowego typu wspólnot, wykorzystujących medialne wynalazki (jak *silent disco* czy koncert w rozszerzonej rzeczywistości). Po drugie – już poza sferą komunikacji artystycznej – Autorzy temu zauważyli ogromny wpływ kultury na narracje medialne, które tracą swój obiektywizm na rzecz ulegania kulturowym ideom. Dziennikarze mniej lub bardziej, świadomie czy nieświadomie, manipulują swoimi odbiorcami, wpajając im na przykład kulturowo (ideologicznie) umotywowany strach (przed niebezpieczeństwami czyhającymi na dzieci lub przed kulturą innością), albo też wzbudzając w nich (również mającą kulturowe pochodzenie) dumę z cywilizowania innych narodów albo zabijania innowierców. Dziennikarstwo okazuje się być przede wszystkim komunikacją kulturową i międzykulturową: żeby „mówić prawdę” o społecznej rzeczywistości, trzeba mieć ś w i a d o m o ś ć k u l t u r y , dystans do mających w niej początek idei i stereotypów.

²⁰ O pozytywnej roli redundancji w sztuce i problemach związanych z entropią sztuki wysokiej przekonująco pisał John Fiske – zob. tenże, *Wprowadzenie do badań nad komunikowaniem*, Wrocław 2008, s. 28–31.

* * *

Mam nadzieję, że prezentowany zbiór tekstów w ciekawy sposób ukazał zagadnienie komunikacji kulturowej, i że stanowi mały krok w stronę interdyscyplinarności polskiego medioznawstwa. Na zakończenie pragnę powiedzieć, że – choć prace redakcyjne wzięły na siebie dwie osoby związane z Katedrą Komunikacji Kulturowej i Artystycznej przy UKSW: adiunkt dr Dagmara Jaszewska i absolwentka Katedry, dr Ewa Siuzdak – to jednak projekt ten (zarówno konferencja, jak i wiążąca się z nią publikacja) jest owocem pracy również innych jej członków, jak też przedstawicieli olsztyńskiego medioznawstwa. W tym miejscu szczególne podziękowania składam Kierownikowi naszej Katedry, ks. prof. dr hab. Witoldowi Kaweckiemu, jej członkini dr hab. Katarzynie Flader-Rzeszowskiej, prof. ucz., oraz Pani dr hab. Marioli Marczak, prof. ucz., kierującej Katedrą Badań Mediów UWM w Olsztynie.

Bibliografia

- Adamski A., Łęcicki G., *Teologia i nauki o mediach: interdyscyplinarność jako płaszczyzna wspólnej refleksji naukowej o środkach społecznego przekazu*, „Studia Medioznawcze” 2016 nr 2 (65).
- Bielak T., Ptaszek G., *Dwuobszarowość badań nad mediami w Polsce*, w: tychże (red.), *Media.pl. Badania nad mediami w Polsce*, Kraków 2016.
- Fiske J., *Wprowadzenie do badań nad komunikowaniem*, Wrocław 2008.
- Flader-Rzeszowska K., Jaszewska D., *Wiedza o kulturze a nauki o mediach w kontekście studiów dziennikarskich – zarys problematyki*, w: J. Olędzki (red.), *Teologia środków społecznego przekazu w naukach o mediach*, Wydawnictwo Naukowe UKSW, Warszawa 2018.
- Gwóźdź A. (red.), *Pogranicza audiowizualności: parateksty kina, telewizji i nowych mediów*, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych Universitas, Kraków 2010.
- Hopfinger M., *Kultura audiowizualna u progu XXI wieku*, Wydawnictwo Instytutu Badań Literackich PAN, Warszawa 1997.
- Hopfinger M., *Kultura współczesna – audiowizualność*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1985.
- Jabłonowski M., Gackowski T., *Tożsamość nauk o mediach. Obszary, perspektywy, postulaty*, „Studia Medioznawcze” 2012 nr 2 (49).
- Jabłonowski M., Jakubowski W., *Status teoretyczny nauk o mediach – kilka uwag do dyskusji*, „Studia Medioznawcze” 2014 nr 4 (59).
- Kaweczek W., *Komunikacja medialno-kulturowa*, Wydawnictwo Naukowe UKSW, Warszawa 2021. Lewicki A., *Czy medioznawca może zajmować się kinem? Film jako medium*, w: K. Wolny-Zmorzyński, A. Lewicki (red.), *W poszukiwaniu fundamentów nauk o mediach*, Wrocław 2019.
- Lisowska-Magdziarz M., *Media i komunikowanie społeczne: federacja, ale jaka? Dalsze pytania o przyszłość dyscypliny*, „Studia Medioznawcze” 2019 tom 20 nr 2 (77).
- Mielczarek T., *Medioznawstwo polskie na mapach świata. Sondaż naukowoznawczy*, „Studia Medioznawcze” 2017 nr 4 (71).
- Mikułowski-Pomorski J., *Jak narody porozumiewają się ze sobą w komunikacji międzykulturowej i komunikowaniu medialnym*, Kraków 2012.

ks. Witold Kawecki CSsR

Katedra Komunikacji Kulturowej i Artystycznej UKSW

ORCID 0000-0002-8074-5859

Komunikacja przez sztukę i komunikacja w sztuce

Communication through art and communicatio in art

Abstract

Communication has always been an important aspect of culture, because I know that culture itself is communication. On the other hand, communication creates culture. Culture passes on behavioral patterns, or codes, from generation to generation. Culture and media interpenetrate each other. The media give culture a new structure and order, one could even say a new status. But there is also a feedback relationship: culture changes and shapes the image of the media. For this reason, we can talk about the culture-forming role of the media. Just as we can talk about Cultural communication, we are also entitled to talk about art communication. For McLuhan art is a means of communication and a unique technique unlike any other. Art is a transmitter and at the same time is a form of knowledge and combating the influence of other transmitters, is a specific form of language that affects people primarily through its essence and not through its content.

Keywords

Cultural Communication, Art, Communication, Media, Beauty

Abstrakt

Z jednej strony komunikowanie było zawsze ważnym aspektem kultury, kultura bowiem sama z siebie jest komunikacją. Z drugiej strony komunikacja tworzy kulturę. Kultura przekazuje z pokolenia na pokolenia „wzory zachowań” czyli pewnego rodzaju „kody”. Kultura i media wzajemnie się przenikają. Media nadają kulturze nową strukturę i porządek, można by rzec nowy status. Ale jest też relacja zawrotna: kultura zmienia i kształtuje wizerunek mediów. Z tego powodu można mówić o kulturotwórczej roli mediów. Tak jak możemy traktować o komunikacji kulturowej, uprawnieni jesteśmy też do tego, by mówić o komunikacji w obrębie sztuki. Dla McLuhana sztuka jest środkiem komunikacji i wyjątkową techniką niepodobną do innych. Sztuka jest przekaznikiem, a jednocześnie formą poznania i walki z oddziaływaniem innych przekazników – jest specyficzną formą języka oddziałującą na ludzi przede wszystkim przez swoją istotę, nie zaś przez treść.

Słowa kluczowe

komunikacja kulturowa, sztuka, komunikacja, media, piękno

Wstęp

Pojawienie się w XX i XXI wieku nowych mediów i praktyk komunikacyjnych spowodowało wyodrębnienie się z całości kultury sfery zorientowanej całkowicie na komunikowanie. W ten sposób wpływ mediów na kulturę stał się absolutnie zauważalny, tak jak i rozwój nowych mediów i praktyk komunikacyjnych. Powstała też nowa kultura – masowa (i jednocześnie medialna) – jak również przemysł kulturowy i medialny, oparty na nowym (cyfrowym) sposobie nadawania informacji. Wzajemne uwarunkowania powstałe w tym procesie między kulturą a mediami sprawiają, że współczesnego kontekstu kulturowego nie można zrozumieć tylko na podstawie analizy ich zewnętrznych przejawów, ale należy również wziąć pod uwagę ich dogłębne relacje. Kultura jest bowiem komunikowalna, a komunikacja ma charakter kulturowy.

Inwazja mediów, jaka nastąpiła wraz ze wprowadzaniem różnego typu ich nowych generacji (w tym mediów społecznościowych), doprowadziła do gwałtownego uwypuklenia polaryzacji między kulturalną elitą i „masami”. Zjawisko to dotyczy pokolenia, które nauczyło się oglądać i ewentualnie słuchać, ale nie – czytać. Jego przedstawiciele oglądają to, co serwują im media, nie zawsze dokonując krytycznego wyboru prezentowanych treści. Media współczesne tworzą typ cywilizacji dominującej, w której kierunek przemian jest jeden – postęp technologiczny. Wytwarzają one typ kultury populistycznej, masowej, utylitarnej „łatwej i przyjemnej”, kultury dla każdego, nie wymagającej zbytniego zaangażowania intelektualnego odbiorcy. Samo współistnienie kultury elitarnej i masowej nie jest jednak zagrożeniem. Jedna i druga ma prawo funkcjonować. Zagrożenie stanowi zacieranie granicy podziału i równanie do wspólnego mianownika, upodobnienie kultury wysokiej do kultury popularnej i *vice versa*. W dużym stopniu przyczyniają się do tego media. Warto zatem zastanowić się, w jaki sposób sztuka powinna być komunikowana i jak należy komunikować poprzez sztukę. Zaczniemy jednak od kulturowej podstawy komunikowania.

1. Kultura jako fundament komunikowania

Kultura jest niezbędna człowiekowi w nie mniejszym stopniu, jak spełnianie potrzeb biologicznych, ekonomicznych czy religijnych. Również człowiek jest potrzebny kulturze, aby ją udoskonalać, nadawać jej kształt, uwznioślać, ubogacać ją wartościami wyższymi. Kultura jest, jeśli się można tak wyrazić, naturalnym środowiskiem życia człowieka. Wartość i jakość życia człowieka są pochodnymi poziomu jego kultury. Komunikacja kulturowa należy do podstawowych aktywności człowieka, stanowi więc jeden z centralnych obszarów badawczych nauk humanistycznych. Komunikowanie było zawsze ważnym aspektem kultury. Tym, co powinno wyznaczać granicę współzależności zachodzącej pomiędzy kulturą i komunikacją, jest godność człowieka i zaangażowanie w dobro wspólne, a także wrażliwość wobec problemów sprawiedliwości i pokoju. Kultura sama z siebie jest komunikacją. Ale prawdą jest i to, że to komunikacja tworzy kulturę, a ta z kolei jest

przekazywana w procesie komunikacji społecznej¹. W tworzeniu i przekazywaniu kultury niezwykle ważną rolę odgrywają media.

Każda kultura wypracowuje właściwe sobie kody odczytywane przez jej przedstawicieli, jednocześnie mogące stanowić problem dla osób z innego kręgu kulturowego. Kultura przekazuje z pokolenia na pokolenie wzory zachowań, czyli pewnego rodzaju kody. Tworzą ją liczne systemy, bardziej lub mniej spójne, trwałe i ulegające zmianie, zawsze jednak obiektywne i charakteryzujące się wewnętrznym łańcem. Można przyjąć, że system kulturowy stanowi konfigurację wyuczonych zachowań i ich rezultatów, których elementy składowe są podzielane i przekazywane przez członków danego społeczeństwa. Kultura to zintegrowana całość obejmująca zachowania ludzi, przebiegające według wspólnych dla zbiorowości społecznej wzorów, wykształconych i przyswojonych w toku interakcji, oraz zawierająca wytwory takich zachowań. Nie chodzi tu jednak o wszystkie ludzkie zachowania, ale takie, które stały się nawykiem społecznym. Kultura to świat zhumanizowany, tworzony przez zbiorowości ludzkie w sposób świadomy lub nieświadomy. Są to postawy występujące w zbiorowości i charakterystyczne dla niej sposoby zachowania i komunikowania się: pracy, świętowania, tworzenia różnych technik, a także dzieła odzwierciedlające przeżywane wartości i stan ducha. Kultura to też swoista mentalność, którą nabywa jednostka identyfikująca się z daną zbiorowością oraz dziedzictwo przekazywane z pokolenia na pokolenie. A zatem kultura oznacza charakterystyczny sposób zachowania, myślenia, oceniania, widzenia siebie i innych².

Ludzie posługują się znakami np. wydają okrzyki w sytuacji zagrożenia. Znaki nie są jednak objawami kultury (krzyk nie jest śpiewem). Kultura pojawia się dopiero wtedy, gdy pojawia się symbol, czyli wówczas, gdy konkretnym wytworom ludzkim przypisane zostaną pewnego znaczenia, ze względu na ich własną strukturę wytworu i przeznaczenie do przekazywania przeżyć, wyobrażeń i relacji między ludźmi. Treść symbolu jest rezultatem twórczej aktywności człowieka. Tworzenie kultury nie jest przypadkiem czy kaprysem. Jest świadomym i rozumnym działaniem człowieka, poprzez które buduje on swój własny, symboliczny świat, pozwalający mu rozumieć i interpretować, formułować i organizować, syntetyzować i uniwersalizować jego ludzkie doświadczenie³. W takim kontekście rodzi się komunikacja medialno-kulturowa, która we współczesnej przestrzeni medialnej wydaje się czymś oczywistym, choć nie zawsze jest odbierana tylko w swoich pozytywnych uwarunkowaniach. Nowoczesne dziennikarstwo powinno uczyć i wyposażać absolwentów w umiejętności z pogranicza mediów, sztuki, kultury i biznesu, komunikacji oraz interaktywnych sztuk wizualnych i audiowizualnych. Sztuki komunikowania medialnego, siłą rzeczy, będą bazować nie tylko na historii i teorii mediów, ale

¹ Jan Paweł II, *Przemówienie do uczestników konferencji nt. mediów i kultury w: „Nowe media w służbie ewangelizacji”* nr 2-5/2002, s. 23-29.

² H. Carrier, *Ewangelia i kultury. Od Leona XIII do Jana Pawła II*, przekł. L. Kamińska, Warszawa 1990, s. 18-19.

³ W. Kawecki, *Ocalić człowieka – ocalić kulturę. Personalistyczna koncepcja teologii kultury*, Warszawa 2006, s. 35.

na naukach społecznych i szeroko rozumianym kulturoznawstwie. W komunikacji kulturowej za formy komunikatów uznajemy dzieła sztuki, literaturę, film, rytuały religijnej społeczne konwenanse, oraz wszelkie pozostałe dzieła i zachowania, które są regulowane przez normy wypracowane w danej kulturze. Zjawisko komunikacji jest zatem ważnym aspektem współczesnej kultury. Świat mediów to świat kultury, którą określamy mianem „kultury zmediatyzowanej”. Warto zauważyć, że współczesna kultura jest tak dalece zmediatyzowana, że zaczęto mówić o kulturoznawczym medioznawstwie⁴. Narzędzia komunikacji społecznej są czynnikiem kulturotwórczym. Kultura i media wzajemnie się przenikają. Środki społecznego komunikowania stają się ważnym elementem tworzącym kulturę człowieka. To one nadają jej nową strukturę i porządek, można by rzec – nowy status. Ale jest też relacja zwrotna – kultura zmienia i kształtuje wizerunek mediów. Z tego powodu możemy mówić o kulturotwórczej roli mediów. Nowoczesne dziennikarstwo powinno uczyć i wyposażać absolwentów w umiejętności z pogranicza mediów, sztuki, kultury i biznesu, komunikacji oraz interaktywnych sztuk wizualnych i audiowizualnych.

Najróżniejsze formy komunikacji, jakimi posługują się współczesne media, w poważnym stopniu określają proces kształtowania postaw i wrażliwości ludzi. I tak np. kultura wizualna, dominująca obecnie, multiplikuje zdolność intuicyjną odbiorców kosztem myślenia koncepcyjnego. W ten sposób tworzy się nowa kultura, której głównymi nośnikami są media, zwłaszcza wizualne. Ta nowa kultura oddziałuje na człowieka i jego relacje interpersonalne. Media stały się potężnymi narzędziami globalizacji. Ich popularność, nowatorskość, spektakularność sprawiają, iż przypisuje się im dominującą rolę we współczesnej kulturze. Stąd rodzi się problem nazywany mediatyzacją kultury, a nawet mediatyzacją życia w ogóle, traktowany jako zagrożenie dla jego naturalnego rozwoju. Inny aspekt kulturotwórczy mediów związany jest ze specyficznym sposobem opisywania rzeczywistości. Dochodzi bowiem do homogenizacji języka w określaniu i opisywaniu różnych sfer życia człowieka. Chodzi o nadmierne spłykanie i upraszczanie myślowe, banalizowanie przekazywanych treści, sztuczne kreowanie pozorów identyczności i różnorodności, które w konsekwencji prowadzi do zacierania różnic i relatywizmu, zresztą nie tylko kulturowego, ale relatywizmu w ogóle. Zbyt daleko posunięty skrót myślowy prowadzi bowiem do utraty wartości semantycznej komunikatu. Możemy jednak doprowadzić do zmiany takiego porządku rzeczy, wprowadzając do kultury medialnej nowe spojrzenie na człowieka i otaczającą go kulturę.

⁴ A. Gwóźdź, *Medioznawstwo – dyskurs czy paradygmat badań kulturoznawczych*, w: „Kultura współczesna” 1(51)/2007, s. 199. Zob. także: A. Gwóźdź, *W stronę medioznawstwa jako kulturoznawstwa albo ku ogólnej teorii mediów obrazowych*, w: W. Chyła (red.), *Kultura medialnie zapośredniczona. Badania nad mediami w optyce kulturoznawczej*, Poznań 2010.

2. Komunikowanie piękna, czyli komunikowanie poprzez sztukę

Piękno wpływa na skuteczność komunikacyjną poprzez zawiązanie wspólnoty, żyjącej transcendentaliami – prawdą, dobrem i pięknem, uzupełnionymi o miłość⁵. Dzieje się tak, gdyż człowiek nieustannie poszukuje piękna, czując jego głód. Poszukuje go w sobie samym, w sztuce, muzyce, modzie, naturze, miłości, a nawet w religii. Każdy może wydobyć ze swojej pamięci momenty przeżywanego piękna, które utrzymują go przy życiu i sprawiają, że jego egzystencja ma sens. Wspaniałością piękna jest to, że ustawicznie nas zaskakuje. Piękno uwzniośla życie człowieka, prowadząc go do harmonii i w konsekwencji do wiecznego źródła jego przeznaczenia. Nawet w najbardziej niesprzyjających okolicznościach człowiek może nosić w swoim umyśle coś pięknego.

Traktując o pięknie, najczęściej odnosimy je do kategorii estetycznych, rzadko uświadamiając sobie, że jest ono także wartością metafizyczną – transcendentną. Bóg jest najwyższym Pięknem, co więcej – jest On źródłem wszelkiego piękna⁶. To w Nim realizuje się najtrafniejsza z definicji piękna – „być wszystkim we fragmencie”. Pięknem rozumianym jako droga do Boga (*via pulchritudinis*) – zajmowano się od zawsze: od św. Augustyna po Romano Guardiniego, od Dionizego Areopagity po Władimira Sołowjewa, od św. Tomasza z Akwinu po Jacquesa Maritaina, od św. Franciszka z Asyżu po Hansa Ursa von Balthasara, od Blaise’a Pascala po Sørensa Kierkegaarda. Poczynając od św. Augustyna, sztukę w historii zaczęto traktować jak religię, a jeszcze częściej – jako autonomiczne źródło poznania prawdy i rzeczywistości. Po wielu wiekach Paul Tillich zauważył, iż sztuka może być – używając religijnego języka – czymś w rodzaju objawienia, czyli możliwością interpretacji ludzkiej egzystencji, przynoszącą życiową radość i duchową prawdę⁷.

Piękno pociąga człowieka, gdyż daje poczucie spełnienia, świadomość przekraczania samego siebie i dążenie do doskonałości. To z kolei daje człowiekowi energię wyrastającą z poczucia godności, bez której nie można sobie wyobrazić ani własnego życia, ani też sensownego istnienia świata. Można powiedzieć, że piękno jest jedną z fundamentalnych wartości, dlatego dążenie do niego towarzyszy ludzkości od zarania dziejów. Współczesny świat potrzebuje prawdziwych artystów, by osoba mogła rozpoznać piękno, a zarazem rozpoznać siebie. Życie nie może istnieć bez piękna i jego tworzenia. Jest ono czymś absolutnie pierwotnym.

Mówiąc „piękno”, myślimy o *ładności*, pyszności, wspaniałości, ozdobności, *śliczności*, odpowiedniości, cudowności, wskazując, że coś się nam podoba⁸. Tymczasem termin: „piękno” (gr. *to kallos*) wskazuje na coś więcej, a mianowicie na związek dobra, prawdy i piękna. W starożytnej Grecji pod pojęciem tym rozumiano nie tylko zjawiska zmy-

⁵ Na temat związku piękna z dobrem, prawdą i miłością zob. W. Kaweck, *Teologia piękna. Poszukiwanie locus theologicus w kulturze współczesnej*, Poznań 2013, s. 17 nn.

⁶ Piękno od zarania dziejów było kojarzone z Bogiem. Teologia katolicka zaczęła rozwijać tę myśl już w epoce patrystycznej. Zob. W. Tatarkiewicz, *Dzieje sześciu pojęć*, Warszawa 2005, s.150; Atenagoras z Aten, *Legatio pro christianis*, w: J. Migne (red.), *Patrologiae Cursus Completus. Series Graeca*, t. 6, Paryż 1857, s. 900.

⁷ P. Tillich, *One Moment of Beauty*, w: J. Dillenberger (red.), *On Art and Architecture*, New York 1987, s. 235.

⁸ U. Eco, *Historia piękna*, przekł. A. Kuciak, Poznań 2006, s. 8.

słowe (*aisthesis*), ale też umysłowe (*noesis*) – myśli, uczucia, dążenia, prawa, obyczaje⁹. W historii akcentowano poszczególne elementy tworzące piękno: pitagorejczycy widzieli je przede wszystkim w rozumianych geometrycznie liczbach¹⁰; sofisci postrzegali je jako rodzaj przyjemności zmysłowych; platończycy jako rodzaj idealnego dobra; Arystoteles widział w nim to, co będąc dobre, jest także przyjemne; Bazyli Wielki rozumiał piękno jako odpowiedniość, czyli dostosowanie rzeczy do jej natury i celu życia człowieka; Płotyń pojmował je jako jedność w wielości; Tomasz z Akwinu jako doskonałość¹¹. W historii dziejów piękno, a co za tym idzie, wartości estetyczne, próbowano różnie definiować. Dla mnie punktem wyjścia będzie klasyczne, arystotelesowskie stwierdzenie: „pięknem jest to, co zasługuje na uznanie dzięki temu, że jest samo przez się godne wyboru, lub to, co będąc dobrym, jest przyjemne przez to, że jest dobre”¹². Arystoteles wyróżnia w swojej definicji dwa elementy składowe piękna, a mianowicie to, co ma wartość samą w sobie oraz element przydatności i przyjemności. Piękno jego zdaniem powiązane jest z dobrem i przyjemnością. Jak wiemy, arystotelesowska koncepcja piękna przyjęła się i znalazła swoje odbicie u św. Augustyna i św. Tomasza z Akwinu. Kategorię piękna w takim rozumieniu łączono ze sferą religijną czy wprost teologiczną. W starożytności dobro i piękno były tak ściśle ze sobą powiązane, że w kulturze greckiej począwszy od okresu homeryckiego na ich określenie nie stosowano dwóch odrębnych słów, lecz jedno wspólne *kalo-kagathia* – „piękno-dobro”. Hebrajczycy również rozumieli, że wszystko, co Bóg stworzył, było *tov*, czyli dobre i piękne, co tłumacze Septuaginty oddali używając terminu *kaloka-gathia* (*kalos kai agahtos*) np. określając Dobrego-Pięknego Pasterza.

Prawda, podobnie jak dobro i piękno, jest naczelną wartością w nauce, choć trudno jest to doświadczalnie udowodnić. Jednocześnie już w starożytności, od Pitagorasa i Platona począwszy, żywiono przekonanie, że piękno i harmonia są najlepszymi wskaźnikami prawdziwości sformułowanej hipotezy czy teorii. Jeśli piękno istnieje obiektywnie, to tak samo istnieje prawda. W klasycznej teorii piękna utrzymywano za Pitagorasem, że liczby rządzą pięknem i harmonią świata. Wzajemne relacje liczb można opisać za pomocą matematycznych wzorów. Jeśli w ten sposób można udowodnić prawdziwość matematycznych twierdzeń, to przez analogię można wnioskować, że podobnie udowodnialne mogą być takie wartości jak piękno. Zresztą, jeśli takie rozumowanie nie dla wszystkich jest przekonujące, warto przypomnieć, że wartości nie są po to, aby je definiować, ale po to, aby służyły ludziom jako drogowskazy, zarówno w ich działalności naukowej jak i artystycznej. W tradycji chrześcijańskiego Wschodu znaleźć można też motyw filokaliczny, czyli motyw umiłowania piękna. Oczywiście mowa tu o pięknie w sensie metafizycznym, gdyż piękno estetyczne aż tak bardzo nie absorbuje uwagi podmiotu. Podziw „ładności” nie zawsze idzie w parze z ukochaniem jej. Piękno metafizyczne wyzwala miłość i sprawia, że zaczyna się je rozpatrywać nierozdzielnie od dobra i prawdy,

⁹ W. Tatarkiewicz, *Dzieje sześciu pojęć*, Warszawa 2005, s. 138.

¹⁰ Arystoteles, *Metafizyka*, oprac. M. Krąpiec, A. Maryniarczyk, przekł. T. Żelaźnik, t. 1, Lublin 1996, s. 34-35.

¹¹ Tomasz z Akwinu, *Suma teologiczna*, przekł. P. Bełch, t. I, „O Bogu”, cz. 1, Londyn, 1975, s. 74.

¹² Arystoteles, *Retoryka* 1366 a 33, PWN, Warszawa 1988.

a w konsekwencji od świętości. Skoro piękno jest Imieniem Boskim¹³, Bóg sam w sobie jest pełnią piękna tak w ontologicznym, jaki osobowym znaczeniu. Bóg wzywa człowieka do stania się pięknym przez coraz pełniejsze upodobnienie się do Niego¹⁴. Pragnienie Boga jest pragnieniem piękna i odwrotnie – pragnienie autentycznego piękna jest pragnieniem Boga¹⁵. W ten sposób zrodziła się „teologia piękna”¹⁶ oraz uprzywilejowany sposób ewangelizacji poprzez „drogę piękną” (*via pulchritudinis*), a w konsekwencji poprzez sztukę¹⁷.

Korelacja piękna, prawdy, dobra i miłości w perspektywie kulturowej przynależy do tzw. kultury wysokiej (elitarnej), stanowiącej podstawę przekazu tradycji oraz dorobku społeczeństwa. Kultura elitarna jest traktowana jako kultura intelektualistów, otwarta na wartości duchowe o wysokim poziomie etycznym i, niestety, peryferyjna wobec kultury centralnej (tzn. popularnej), także z tego względu, że uważana za snobistyczną. Elitarność oznacza specjalizację, fachowość i kompetencję, co teoretycznie jest bardzo medialne, więc powinno się znakomicie komunikować. W rzeczywistości nie jest to jednak takie proste. Elitarność jest kulturze potrzebna, zawsze zresztą miała ona swe miejsce w historii. Nie jest ona jednak pozbawiona niebezpieczeństw, np. nadmiernej specjalizacji prowadzącej do wyobcowania i oderwania od problemów współczesności. Kulturę elitarną przekazuje szkoła, teatr, galeria sztuki, biblioteka, sala koncertowa i powszechny dostęp do informacji. Zatem media powinny ją szczególnie prezentować. Ten rodzaj kultury tworzą z całą pewnością elity twórcze – to ludzie wykształceni, którzy nabywają kompetencje zarówno tworzenia, jaki odbioru sztuk drogą kształcenia się. Potencjalnie adresowana jest ona do wszystkich, choć góry wiadomo, że nie wszyscy dorastają do jej zrozumienia. Z tego względu wymaga ona bardzo szerokich kompetencji kulturowych odbiorcy. Bez podstawowej wiedzy historycznej i teoretycznej nie zrozumiemy wybitnych dzieł literatury, muzyki, czy sztuk plastycznych. Dlatego wymaga ona żmudnej i długotrwałej pracy, wyrabiania „gustów”, rozumienia istoty kodów kulturowych, jednym słowem wymaga edukacji i komunikowania jej szerokiemu spektrum odbiorców. Niestety w świecie „płynnej ponowoczesności” brakuje i cierpliwości czasu, a posądzenie czegoś, że jest za trudne, czyli niezrozumiałe, definitywnie zamyka możliwość szerszej komunikacji.

Kulturę i sztukę wysoką konstytuują elity. Z definicji do elity kulturowej należą osoby tworzące, przechowujące i przekazujące wzory kultury uważane za najważniejsze. Członkiem elit kulturalnych nie zostaje się przez sam fakt urodzenia, jak to było dawniej, lecz

¹³ Pseudo-Dionizy Areopagita, *O imionach Bożych*, przekł. E. Bułhak, Lublin 1995, s. 29-30.

¹⁴ Człowiek został stworzony na obraz i podobieństwo Boże, lecz poprzez grzech utracił to podobieństwo. Jego odzyskanie wymaga współdziałania z Bożą łaską. Zob. K. Leśniewski, *Przebóstwienie człowieka w teologii prawosławnej*, w: A. Napiórkowski (red.), *Kościół i człowiek*, Kraków 2021, s. 204.

¹⁵ Por. K. Klauza, *Teokalia. Piękno Boga*, Lublin 2008.

¹⁶ Zob. W. Kawecki, J.S. Wojciechowski, D. Żukowska-Gardzińska (red.), *Kultura wizualna – teologia wizualna*, Warszawa 2011; K. Flader, D. Jaszewska, W. Kawecki, i.in., N. Mojżyn, J.S. Wojciechowski, M. Wrześniak, D. Żukowska-Gardzińska (red.), *Wierzyć i widzieć*, Sandomierz 2013.

¹⁷ Zob. Papieska Rada do Spraw Kultury, *Dokument końcowy plenarnego zebrania „Via pulchritudinis – uprzywilejowana ścieżka ewangelizacji i dialogu”*, 27-28 marca 2006.

na drodze własnej pracy i dzięki posiadanym zdolnościom. Współcześnie wiele mówi się o upowszechnieniu kultury elitarnej, ale nie wszyscy są przekonani, że jest to zjawisko jednoznacznie korzystne. Z całą pewnością dzięki jej upowszechnieniu większa liczba ludzi będzie mogła zapoznać się z dorobkiem artystycznym kraju czy świata. Ale istnieje też ryzyko, że umasowienie kultury wysokiej doprowadzi do jej zaniku poprzez zbanalizowanie jej istoty, niezrozumienie, „przecenę” i zwulgaryzowanie jej treści. W najlepszym wypadku dojdzie do powstawania hybrydy kulturowej, tj. pomieszania elementów kultury wysokiej z elementami kultury popularnej. Należy zauważyć, iż od czasu, kiedy humanistyka w o wiele większym stopniu niż nauki przyrodnicze i ścisłe przystosowała się do współczesnej standardowej kultury popularnej, trudno jest ustalić granicę między kulturą popularną a wysoką. Zależy to od subiektywnej oceny ich walorów estetycznych, a także od sposobu interpretacji, rozumienia ich warstwy symbolicznej¹⁸. Komunikowanie piękna jest humanizacją świata i troską o integralny rozwój osoby ludzkiej. W takiej sytuacji sztuka nie będzie tylko przestrzenią do komunikacji, ale też sama stanie się komunikacją. Sztuka jest przecież komunikacją¹⁹. Piękno jako wartość jest elementem komunikacyjnym, a zrezygnowanie z niego może rodzić antykomunikację.

Wśród wielu różnorodnych możliwości komunikowania kultury na szczególną uwagę zasługuje ta, która ujmuje ją w procesie moralnego i umysłowego doskonalenia się człowieka. To ujęcie buduje personalistyczny paradygmat filozofii mediów, formułując określone standardy przekazu medialnego. Wydaje się, że niemożliwy jest jakikolwiek inny paradygmat. Każdy inny będzie wymierzony przeciw człowiekowi, bowiem tylko właściwe rozumienie człowieczeństwa, postrzeganie wolności, dobra, tolerancji w świetle uniwersalnego personalizmu, a przede wszystkim istnienie jednej absolutnej prawdy dają gwarancję, że media nie staną się narzędziem dehumanizacji. Tylko człowiek może kierować światem mediów, ponieważ sam jest ich twórcą i zarazem odbiorcą. Zwrócenie uwagi na ścisłe powiązanie człowieka ze środkami przekazu może dać nam odpowiedź na pytanie: czym jest wolność mediów? Wolność mediów jest wolnością sumienia, wolnością ducha, dojrzałością moralną ich twórców. Dlatego też media powinny być czynnikiem wspomagającym rozwój intelektualny, emocjonalny i moralny jednostki. Mówimy tu o rozwoju integralnym, wszechstronnym i stąd wynika wielka odpowiedzialność mediów za człowieka. Media same stają się potężnym narzędziem oddziaływania i wychowania. Kształtują postawy myślowe i światopogląd ludzi. Pytań jest wiele: jaką wizję człowieka i człowieczeństwa media promują? Jakie postawy upowszechniają? Na jakie wartości, a może pseudowartości kładą nacisk? Czy sprzyjają zwalczaniu patologii społecznych, a może je niekiedy gloryfikują? Od systemu wartości, jakie media promują, oraz obrazu rzeczywistości, jaki kreują, w dużej mierze zależy formowanie postaw społecznych i budowanie wspólnoty. Przekonujemy się niemalże każdego dnia, że manipulowanie informacją i propaganda medialna nie są fikcją. A co jest przyczyną jej sukcesu?

¹⁸ J. Puzynina, *Kultura popularna a kultura wysoka dziś*, Lublin 2005, s. 17.

¹⁹ M. Wyrostkiewicz, *Sztuka komunikacji – eksploracje infoetyczne*, w: A. Wójciszyn-Wasil i in. (red.), *Pulchrum et communicatio*, Lublin 2018, s. 164-165.

Odpowiedzi może być wiele, ale godne uwagi są te, które mówią o celowym, zamierzonym, długotrwałym działaniu koncernów medialnych, czy bezkrytycznym odbiorze programów i komunikatów medialnych przez społeczeństwo. Niestety odbiorcy rzadko uświadamiają sobie istnienie linii politycznych redakcji i odbierają informacje oraz dołączony do nich komentarz, zawsze osadzony w jakimś nurcie myśli politycznej, jako bezsprzecznie obiektywne i całkowicie odpowiadające rzeczywistości. Tu ujawnia się ogromna społeczna potrzeba edukacji medialnej, tak aby potęga mediów nie niszczyła człowieka i jego kultury, ale go promowała i wyrabiała jego artystyczne odczucia. Ale może jeszcze ważniejsze jest aksjologiczne założenie, że piękno jest wartością niezbędną pozwalającą wydobywać prawdę i dobro w słowie i obrazie²⁰.

3. Sztuka jako narzędzie opisu i interpretacji rzeczywistości

Znany slogan mówiący, że „dobra sztuka obroni się sama” w rzeczywistości nie do końca znajduje swoje uzasadnienie. Dobra sztuka bez komunikacji może nigdy nie zostać poznana. Sztuka zawsze wymaga nagłośnienia, dlatego nie może się ona obejść bez komunikacji. Skuteczne docieranie do odbiorców z wysokiej jakości informacją to zwiększanie dostępu do kultury²¹. W tym kontekście bardzo interesująca jest koncepcja sztuki odniesiona do komunikacji, autorstwa jednego z autorytetów nowoczesnego dziennikarstwa, Marshalla McLuhana. Jest to myśliciel powszechnie znany i podziwiany za teorie dotyczące nauk o mediach. Nieco rzadziej analizowane są jego myśli dotyczące teoretycznej wizji praktyki artystycznej. Uczyniła to dla polskiego czytelnika Kalina Kukiełko-Rogozińska w wydanej w Narodowym Centrum Kultury książce *Między nauką a sztuką. Teoria i praktyka artystyczna w ujęciu Marshalla McLuhana*²². McLuhan uważał, że sztuka jest najlepszym narzędziem opisu i interpretacji kreowanej przez media rzeczywistości; jest specyficzną formą języka oddziałującą na ludzi przede wszystkim przez swoją istotę, nie zaś przez treść²³. Oto, co dokładnie pisze on w tym względzie: „W przypadku sztuki bardzo ważne jest szczególne połączenie doznań w odbiorze w ramach zastosowanego środka przekazu. Pozorna treść jest usypiającym nas wypaczeniem niezbędnym do tego, aby forma strukturalna przebiła się przez bariery świadomej uwagi”²⁴. A zatem sztuka jest dla tego autora językiem – nośnikiem społecznie ważnych znaczeń, a jednocześnie technologią, czyli kolejnym z wielu „rozszerzeń” człowieka. W skrócie: McLuhan był przekonany, że sztuka jest środkiem komunikacji i wyjątkową techniką, niepodobną do innych. Sztuka jest przekąźnikiem, a jednocześnie formą poznania i walki z oddziaływaniem innych przekąźników. Jest rodzajem instrumentu modyfikującego świadomość

²⁰ Z. Kończewska-Murdzek, *Piękno-wartość niezbędna*, w: A. Wójciszyn-Wasil i in. (red.), *Pulchrum...*, A. Wójciszyn-Wasil i in. (red.), *Pulchrum...*, dz. cyt., s. 401.

²¹ S. Czarnecki, *Nowa widowia. O promocji w kulturze*, Warszawa 2015, s. 59.

²² K. Kukiełko-Rogozińska, *Między nauką a sztuką. Teoria i praktyka artystyczna w ujęciu Marshalla McLuhana*, Warszawa 2014.

²³ M. McLuhan, *Zrozumieć media. Przedłużenie człowieka*, przekł. N. Szczucka, Warszawa 2004, s. 196-197.

²⁴ Tamże., s. 314.

człowieka i zapewniającego mu nowe sposoby wrażliwości. A skoro tak, to artyści mają ważne role do spełnienia w społeczeństwie. Ich zadaniem jest odkodowywać informacje ukryte w nowych mediach²⁵. Kanadyjski wizjoner dochodzi bowiem do wniosku, że nigdy w przeszłości nie było tak sprzyjających warunków medialnych do wyłonienia się nowego obszaru kultury, jakim jest komunikacja społeczna, jak wówczas, gdy powstały nowe media (miał on wówczas na myśli media audiowizualne). Kultura elektroniczna jest symbolicznym zamknięciem ery Gutenberga, która z kolei częściowo zastąpiła kulturę oralną²⁶. Nowe, elektroniczne techniki przekazu sprawiają, że uczestnikami kultury medialnej stają się wszyscy ludzie; ale w dobie elektronicznych mediów audiowizualnych stępiona zostaje ich percepcja, co spowodowane jest działaniem ich własnych przedłużeń. Oddziaływanie techniki przebiega bowiem poza świadomością człowieka, zmieniając proporcje jego zmysłów i wzorce percepcji. Oddziaływanie mediów jest podświadomym środowiskiem dla człowieka. Tylko przez zrozumienie mediów i tego, w jaki sposób poszerzają one nasze ciało, możemy nad nimi uzyskać pewną kontrolę. Najbardziej predysponowani do tego są, zdaniem McLuhana, artyści, bo oni mogą przekształcić środowisko w dzieło sztuki, tak, by udostępnić je percepcji innych ludzi²⁷. Oto, jak uczony ów ujmował ich znaczenie w procesie komunikacji: „artystę cechuje wyostrowiona świadomość niebezpieczeństw, grozących wrażliwości ludzkiej wskutek kontaktu z nowym otoczeniem. Aby ich uniknąć, przeciętny człowiek przytępia swą zdolność postrzegania i odczuwania świata. Artystę natomiast cieszą nowe odczucia i przeżycia, i instynktownie tworzy sytuacje, które je wyzwalają, a zarazem kompensują. Artysta analizuje deformacje życia zmysłowego spowodowane oddziaływaniem nowego środowiska i na ogół tworzy dzieła sztuki, które korygują skrzywienie i zaburzenie zmysłów, wywołane przez nową formę. Artysta odgrywa więc w społeczeństwie rolę nawigatora, który prawidłowo odczytuje namiar kompasu i ustala kurs, choć zmienna gra się spowodowała odchylenie igły”²⁸. Akcentując znaczenie roli pełnionej przez artystów w społeczeństwie audiowizualnym, McLuhan w swoich pismach odwoływał się do symbolizmu, dadaizmu, surrealizmu, Bauhausu, Mallarmego, Joyce’a, Picassa i Le Corbusiera. Marshall McLuhan z całą pewnością był prekursorem łączenia nauki o komunikacji ze sztuką i kulturą, co ewokuje niezwykle interesujące poznawczo połączenia.

4. Rola i funkcja sztuki w procesie komunikacji kulturowej

Rozwój komunikacji związany jest z rozwojem społecznym i cywilizacyjnym. Obecny stan rozwoju infrastruktury komunikacyjnej sprawia, że zachodzą istotne zmiany w modelu komunikowania. Nowe techniki komunikowania stają się dostępne dla coraz większej liczby ludzi. Coraz więcej do powiedzenia ma odbiorca, bo sam decyduje, czego chce

²⁵ M. McLuhan, *Report on project in understanding new media*, Washington 1960, s. 12.

²⁶ M. McLuhan, *Galaktyka Gutenberga*, w: tegoż, *Wybór pism*, przekł. K. Jakubowicz, Warszawa 1975, s. 299.

²⁷ M. McLuhan, B. Nevitt, *Take today: the executive as a dropout*, Toronto 1972, s. 95.; Tenże, Q. Fiore, *The Medium is the message*, New York 1967, s. 68.

²⁸ M. McLuhan, *Nowe szaty króla*, w: Tenże, *Wybór pism*, przekł. K. Jakubowicz, Warszawa 1975, s. 303-304.

słuchać albo co oglądać. Następuje decentralizacja komunikowania i moda na lokalność. Pakiet usług komunikacyjnych stale i imponująco się powiększa, dając lepszy wybór odbiorcom. W procesie komunikacyjnym może uczestniczyć każdy, z dowolnego miejsca na ziemi, byle posiadał aparat do komunikacji. Czy to pomaga czy przeszkadza w komunikowaniu sztuki i poprzez sztukę? Raczej pomaga, choć u wielu opisywana sytuacja rodzi lęk przed tryumfem techniki nad kulturą. W komunikacji sztuką elementarnym jest pytanie: jaka jest rola i funkcja sztuki w procesie komunikacji kulturowej? Sztuka posługuje się nie tylko kodem obrazowym, ale także werbalnym, symbolicznym, przestrzennym, kinetycznym. Należy zatem przyjąć, iż w kulturze istnieją dwa systemy prymarne: werbalny i wizualny, które odpowiadają za komunikację, którą możemy nazwać „artystyczną”. Sztuka ma bowiem ewidentny charakter komunikacyjny. Dowodził tego sam Marshall McLuhan twierdząc, że to sztuka jest jednym z głównych czynników wywołujących powrót do globalnej wioski. Sztuka była dla niego „wbudowana” w otoczenie człowieka; uważał, że wszystko kiedyś stanie się dziełem sztuki, zatarte zostaną granice między tradycyjnie ujmowanym *sacrum* sztuki i *profanum* rzeczywistości, a sama sztuka jako środek kontroli społecznej służyć będzie połączeniu jednostki ze środowiskiem. Jednocześnie – twierdził – sztuka jest najlepszym narzędziem do opisu kreowanej przez media rzeczywistości i to ona może przeciwstawić się zgubnemu ich oddziaływaniu na ludzkość²⁹. O tym, w jaki sposób sztuka może komunikować np. w przestrzeni publicznej, opowiada książka Rafała Janowicza *Komunikacja marketingowa w architekturze*³⁰. Autor pisze o architekturze wykorzystywanej do realizacji koncepcji marketingowych i tłumaczy, jak wizualna komunikacja marketingowa wpływa dzisiaj na architekturę i przestrzeń, a poprzez nie na decyzje konsumentów. Jest to walka o uwagę odbiorcy – najcenniejszy element w procesie komunikacji marketingowej. Dostrzeżenie skuteczności reklamy zewnętrznej sprawiło, że świat marketingu odkrył potencjał architektury jako nośnika komunikatu. Jak zauważyłem wcześniej, współczesna kultura jest coraz częściej wizualna i ta wizualność może być wielorako wykorzystywana. Ludzie przestają być „oczytani” a stają się „opatrzeni”³¹. Obraz staje się ważnym problemem badawczym, ale też rynkiem widzialności istniejącym w zbiorowej wyobraźni. Wizualność staje się rynkiem marketingowym sztuki. Powoduje to czasem nadprodukcję obrazów, ale to już inna kwestia.

Sztuka współczesna w jakimś sensie próbuje uwolnić się od metafizyki – choć nie brakuje autorów, którzy temu przeczą. Jednym z nich jest Rafał Sobolewski, który w swojej książce *Skrytość piękna. Idealizm i problem tożsamości w sztukach wizualnych na przełomie XX i XXI wieku*, poszukuje w sztuce współczesnej metafizycznego piękna i jak sam pisze „(...) najważniejszych form, narzędzi, mediów, poetyk dla jego wyrażania, a przez

²⁹ M. McLuhan, *The relations of environment to anti-environment*, w: F.W. Matson (red.), *The Human dialogue. Perspectives on Communication*, New York 1967, s. 42.

³⁰ Zob. R. Janowicz, *Komunikacja marketingowa w architekturze*, Warszawa 2012.

³¹ Sformułowanie pochodzi z książki Susan Sontag *On photography*, która ukazała się w 1973 roku. Polskie wydanie S. Sontag, *O fotografii*, przekł. S. Magała, Warszawa 1986.

to do odnajdywania tożsamości w dzisiejszym świecie”³². Zdaniem tego autora brak odwołania się do uznanych kanonów piękna powoduje eksplozję form estetycznych³³. Sztuka współczesna nie chce pozostawać na usługach żadnej ideologii (tak przynajmniej twierdzą jej przedstawiciele), a jednocześnie w popkulturze jest zakładniczką rynku sztuki, co też jest swoistym odzwierciedleniem ideologii konsumeryzmu. Sztuka współczesna nie pretenduje do nauczania ani też do potwierdzania u obserwatora określonej wizji świata. Pyta natomiast swoich obserwatorów, co ich łączy z rzeczywistością i z innymi. Przybiera więc w konsekwencji postać utylitaryzmu i pozostaje często w służbie funkcjonalizmu ekonomicznego, co T.W. Adorno dosadnie komentuje słowami: „(...) misją sztuki obecnie jest wprowadzenie chaosu w porządek”³⁴.

Być może dlatego sztuka współczesna, w tym sakralna, przeżywa tak potężny kryzys. Michał Janocha twierdzi, że złożyły się na to trzy mity: mit postępu – akceptujący tylko to, co nowe; mit nowoczesności – opierający się na modzie i tzw. postępie technologicznym; mit indywidualności – lansujący kult artysty, a więc kult estetyczny, oderwany od kultu religijnego. W ten sposób sztuka zajmuje miejsce religii³⁵. Równocześnie sztuka współczesna szuka sensu w zachwycie nad *niepojętym* (czymś, czego nie ogarnia, nie rozumie, nie potrafi wyrazić, w czym nie umie odnaleźć prawdy). Pozostaje więc owa sztukaw pewnej iluzji, a nawet zakłamaniu, operując pomiędzy pięknem i brzydotą, przyjemnością przykrością, zachwytem i udręką. Brak sensu i prawdziwych znaczeń, by nie powiedzieć: wartości, zastępuje powszechna estetyzacja, upiększanie wszystkiego. Niestety nie ma w tym nawet prowokacji estetycznej, może co najwyżej socjologiczna, wywracająca istniejący konwencjonalny porządek. A przecież doświadczenie artystyczne jest czymś znacznie głębszym, niż społeczna prowokacja. Odcięcie się od metafizyki, a w konsekwencji odrzucenie *przesłania* rodzi cierpienie pustki (braku sensu), w którym pozostaje co najwyżej język wyrazu, oryginalność formy³⁶. Współczesna sztuka obrazu może jednak prowadzić nas na głębię, do metafizycznych uniesień, do autentycznego piękna, pod warunkiem, że nie będzie czystą estetyką. W tym względzie mamy współcześnie wiele zamieszania. Jak odróżnić zatem prawdziwe piękno od tego, co nim nie jest? Estetyka jako odrębna dziedzina wiedzy powstała w XVII wieku. Jednak samą nazwę „estetyka” wprowadził dopiero w połowie XVIII wieku Aleksander Gottlieb Baumgarten. Począwszy od Kanta i Hegla (przełom XVIII i XIX stulecia), we wczesnym okresie nowoczesności uformowała się koncepcja estetyki jako rodzaju wyobraźni, zdolności człowieka do kształto-

³² R. Sobolewski, *Skrytość piękna. Idealizm i problem tożsamości w sztukach wizualnych na przełomie XX i XXI wieku*, Kraków 2015, s. 7. Zob. także tego samego autora: *Wypatrując. Idea człowieczeństwa i hermeneutyka tożsamości we współczesnych sztukach wizualnych*, Kraków 2016.

³³ Zob. A. Zaidler-Janiszewska (red.), *Estetyczne przestrzenie współczesności*, Warszawa 1996.

³⁴ T.W. Adorno, *Minima moralia*, Paris 1980 s. 143.

³⁵ M. Janocha, *Lex pingendi – lex credendi. Znaki i symbole rzeczywistości nadziemskiej*, w: R. Knapieński, A. Kramiszewska (red.), *Fides ex visu*, Lublin 2011, s. 39-40.

³⁶ Zob. E. Fuchs, *Riflessioni sparse sull'esperienza artistica e sulla interpretazione teologia*, w: E. Genre, Y. Redalie (red.), *Arte e teologia*, Torino 1997, s. 31-37.

wania sobie obrazu. Właśnie Kant w *Krytyce władzy sądzienia* dostrzegł w doświadczeniu piękna i sztuki problematykę właściwą filozofii³⁷, dystansując się od subiektywnego rozeznawania, że coś jest piękne, a coś takim nie jest. H.G. Gadamer interpretując Kanta pisze: „(...) odróżnianie piękna od tego, co mniej piękne, nie jest właściwie ani sądem *ex post*, ani sądem wynikającym z naukowego przyporządkowania ‘piękna’ pojęciom, ani też porównawczym oszacowaniem jakości: jest doświadczeniem samego piękna”³⁸. Dla Kanta piękno było niejako „wolne”, tj. niezależne od pojęć i od znaczenia. Piękno było dla niego nie smakiem czegoś, ile raczej geniuszem czegoś. Estetyka była odpowiedzią na racjonalistyczną orientację interpretującą w sposób matematyczny prawidłowości przyrody. Dotyczyła ona refleksji nad pięknem i sztuką oraz refleksji i przeżyć związanych z oceną piękna i sztuki. Nowoczesna koncepcja estetyki utożsamiała przedmiot badań estetyki ze sztuką i tym, co artystyczne. Zostawiając niejako na boku zmysłowe postrzeganie i przeżywanie świata, skupiła się na sztuce pięknej, traktowanej jako model estetycznej praktyki. Sztuka w ten sposób stała się dla estetyki przykładem estetycznej doskonałości i wzorem zmysłowego poznania. Ścisłe powiązanie estetyki ze sztuką sprawiło, że kryzys sztuki stał się, zdaniem wielu autorów, kryzysem estetyki jako dziedziny badawczej³⁹.

Zakończenie

Komunikacja dokonuje się w obrębie kultury, a nawet jest jej centralną działalnością. Z kolei bez komunikacji każda kultura umiera. Można powiedzieć, że cała rzeczywistość, w której porusza się człowiek, ma charakter komunikacyjny. Sam człowiek został stworzony do komunikowania, stąd nosi on w sobie nieustanne pragnienie realizacji tej zdolności. Kulturowy charakter komunikacji oznacza, że proces ten jest w jakiś sposób uporządkowany, zorganizowany, ukierunkowany, że nie kierują nim dzikie siły natury i społeczność bez zasad. Osoba, nabywając kompetencję kulturową, jest zdolna konfrontować ze sobą niezliczoną ilość interakcji wewnątrz-i-międzykulturowych, a jednocześnie nimi „zarządzać”. Co więcej, kultura potrzebuje komunikacji, aby się właściwie promować, a człowiek realizuje się w pełni przez komunikację. Najpełniejszą formą komunikacji międzyosobowej jest komunikowanie własnej osoby poprzez autentyczne świadectwo życia. Komunikacja oznacza wtedy udzielanie się, oparte na zdolności osoby do słuchania i otwarcia na innych, prowadzące do powstania wspólnoty. Możliwość powstania relacji zakłada istnienie – na poziomie socjologicznym i duchowym – wspólnoty, która staje się podstawową przestrzenią komunikacji międzyosobowej. Komunikacja nie tylko wpływa ze wspólnoty i jest jej owocem, lecz konstytuuje ją równocześnie dzięki wzajemnym relacjom osób w niej uczestniczących. Kresem komunikacji jest tworzenie jedności na różnych poziomach komunikowania.

Kultura jest szczególną przestrzenią komunikacji. Poszukiwanie Innego i próba zrozumienia Go zawsze dokonywała się przez metaforę piękna i prawd ukrytych w sztuce,

³⁷ Zob. I. Kant, *Krytyka władzy sądzienia*, przekł. J. Gałęcki, Warszawa 1986.

³⁸ H.G. Gadamer, *Aktualność piękna*, przekł. K. Krzemieniowa, Warszawa 1993, s. 24.

³⁹ G. Działowski, *Postmodernizm wobec kryzysu estetyki współczesnej*, Poznań 1996, s. 9.

literaturze czy kulturze. Przez spotkanie z kulturą i sztuką powraca się do stanu własnej świadomości, która pozostawała dotąd tajemnicą. Odkrywa się tajemnicę innego, dotąd nieznanego bytu, który ujawnia się w epifanii poprzez dzieła kultury i sztuki. Sztukai komunikacja sytuują się obok siebie, potrzebują siebie, choć mają inne cele, założenia, zadania. Sztuka jest elitarna – dostępna tylko dla niektórych, natomiast komunikacja społeczna jest egalitarna, czyli dążąca do równouprawnienia, zrównania. Sztuka się wyróżnia codzienności życia, komunikacja przeciwnie – jest składnikiem codzienności. Sztuka rozwija się i bazuje na talentach twórców, komunikacja żyje dzięki zaspokajaniu społecznych oczekiwań. Podstawą sztuki jest oryginalne dzieło, podstawą komunikacji są multiplikacje różnych komunikatów. Celem sztuki jest twórczość, celem komunikacji jest odbiór publiczny.⁴⁰ Jednak przy wszystkich tych odmiennościach sztuka może i powinna być społecznie komunikowana. Prawdą jest, że sztuka wciąga odbiorcę do współkreowania znaczeń, bazując na jego aktywności i zachęca go do samodzielności, pomagając mu stawać się uczestnikiem kultury.

Bibliografia

- Adorno T.W., *Minima moralia*, Paris 1980.
- Arystoteles, *Metafizyka*, oprac. M. Krąpiec, A. Maryniarczyk, przekł. T. Żelaźnik, t. 1, Lublin 1996.
- Arystoteles, *Retoryka* 1366 a 33, PWN, Warszawa 1988.
- Atenagoras z Aten, *Legatio pro christianis*, w: J. (red.), *Patrologiae Cursus Completus. Series Graeca*, t. 6, Paryż 1857.
- Carrier H., *Ewangelia i kultury. Od Leona XIII do Jana Pawła II*, przekł. L. Kamińska, Warszawa 1990.
- Czarnecki S., *Nowa widownia. O promocji w kulturze*, Warszawa 2015.
- Dziamski G., *Postmodernizm wobec kryzysu estetyki współczesnej*, Poznań 1996
- Eco U., *Historia piękna*, przekł. A. Kuciak, Poznań 2006.
- Flader K., Jaszewska D., Kaweck W. i in. (red.), *Wierzyć i widzieć*, Sandomierz 2013.
- Fuchs E., *Riflessioni sparse sull'esperienza artistica e sulla interpretazione teologia*, w: E. Genre, Y. Redalie (red.), *Arte e teologia*, Torino 1997, s. 26-45.
- Gadamer H. G., *Aktualność piękna*, przekł. K. Krzemieniowa, Warszawa 1993.
- Gwóźdź A., *Medioznawstwo – dyskurs czy paradygmat badań kulturoznawczych*, „Kultura współczesna” nr 1(51), 2007, s. 190-204.
- Gwóźdź A., *W stronę medioznawstwa jako kulturoznawstwa albo ku ogólnej teorii mediów obrazowych*, w: W. Chyła (red.), *Kultura medialnie zapośredniczona. Badania nad mediami w optyce kulturoznawczej*, Poznań 2010.
- Hopfinger M., *Sztuka i komunikacja: sygnały zmian całej kultury*, w: Taż (red.), *Nowe media w komunikacji społecznej w XX wieku*, Warszawa 2005, s. 448-460.
- Jan Paweł II, *Przemówienie do uczestników konferencji nt. mediów i kultury*, „Nowe media w służbie ewangelizacji” nr 2-5, 2002, s. 23-29.
- Janocha M., *Lex pingendi – lex credendi. Znaki i symbole rzeczywistości nadziemskiej*, w: (R. Knapiński, A. Kramiszewska (red.), *Fides ex visu*, Lublin 2011, s. 30-45.
- Janowicz R., *Komunikacja marketingowa w architekturze*, Warszawa 2012.
- Kant I., *Krytyka władzy sądzienia*, przekł. J. Gałdecki, Warszawa 1986.

⁴⁰ M. Hopfinger, *Sztuka i komunikacja: sygnały zmian całej kultury*, w: „Nowe media w komunikacji społecznej w XX wieku”, red. Taż, Warszawa 2005, s. 452.

- Kawecki W., Wojciechowski J. S., Żukowska-Gardzińska D. (red.), *Kultura wizualna – teologia wizualna*, Warszawa 2011.
- Kawecki W., *Ocalić człowieka – ocalić kulturę. Personalistyczna koncepcja teologii kultury*, Warszawa 2006.
- Kawecki W., *Teologia piękna. Poszukiwanie locus theologicus w kulturze współczesnej*, Poznań 2013.
- Klauza K., *Teokalia. Piękno Boga*, Lublin 2008.
- Kończewska-Murdzek Z., *Piękno-wartość niezbędna*, w: A. Wójciszyn-Wasil i in. (red.), *Pulchrum et communicatio*, Lublin 2018, s. 401-405.
- Kukiełko-Rogozinińska K., *Między nauką a sztuką. Teoria i praktyka artystyczna w ujęciu Marshalla McLuhana*, Warszawa 2014.
- Leśniewski K., *Przebóstwienie człowieka w teologii prawosławnej*, w: A. Napiórkowski (red.), *Kościół i człowiek*, Kraków 2021.
- McLuhan M., Fiore Q., *The Medium is the message*, New York 1967.
- McLuhan M., *Galaktyka Gutenberga*, w: tegoż, *Wybór pism*, przekł. K. Jakubowicz, Warszawa 1975.
- McLuhan M., Nevitt B., *Take today: the executive as a dropout*, Toronto 1972.
- McLuhan M., *Nowe szaty króla*, w: Tenże, *Wybór pism*, przekł. K. Jakubowicz, Warszawa 1975.
- McLuhan M., *Report on project in understanding new media*, Washington 1960.
- McLuhan M., *The relations of environment to anti-environment*, w: F.W. Matson (red.), *The Human dialogue. Perspectives on Communication*, New York 1967, s. 30-48.
- McLuhan M., *Zrozumieć media. Przedłużenie człowieka*, przekł. N. Szczucka, Warszawa 2004.
- Papieska Rada do Spraw Kultury, *Dokument końcowy plenarnego zebrania „Via pulchritudinis – uprzywilejowana ścieżka ewangelizacji i dialogu”*, 27-28 marca 2006.
- Pseudo-Dionizy Areopagita, *O imionach Bożych*, przekł. E. Bułhak, Lublin 1995.
- Puzynina J., *Kultura popularna a kultura wysoka dziś*, Lublin 2005.
- Sobolewski R., *Skrytość piękna. Idealizm i problem tożsamości w sztukach wizualnych na przełomie XX i XXI wieku*, Kraków 2015.
- Sobolewski R., *Wypatrując. Idea człowieczeństwa i hermeneutyka tożsamości we współczesnych sztukach wizualnych*, Kraków 2016.
- Sontag S., *O fotografii*, przekł. S. Magała, Warszawa 1986.
- Tatarkiewicz W., *Dzieje sześciu pojęć*, Warszawa 2005.
- Tillich P., *One Moment of Beauty*, w: J. Dillenberger (red.), *On Art and Architecture*, New York 1987, s. 220-239.
- Tomasz z Akwinu, *Suma teologiczna*, przekł. P. Bełch, t. I, *O Bogu*, cz. 1, Londyn 1975.
- Wyrostkiewicz M., *Sztuka komunikacji – eksploracje infoetyczne*, w: A. Wójciszyn-Wasil i in. (red.), *Pulchrum et communicatio*, Lublin 2018, s. 159-170.
- Zaidler-Janiszewska A., (red.), *Estetyczne przestrzenie współczesności*, Warszawa 1996.

Biogram

Witold Kaweck CSsR – profesor w zakresie teologii kultury i mediów, kierownik Katedry Komunikacji Kulturowej i Artystycznej UKSW, pisarz i człowiek mediów, dziennikarz i kulturoznawca, autor 35 książek i setek artykułów, współpracownik wielu stacji radiowo-telewizyjnych. Ekspert w zakresie teologii i kulturoznawstwa Polskiej Komisji Akredytacyjnej. Laureat Feniksa za publikację w Narodowym Centrum Kultury – „Sztuka polska a Kościół dzisiaj” i Feniksa Specjalnego 2024, wyróżniony Feniksem za pracę „Kościół i kultura w dialogu” i „Toskania jakiej nie znacie”. Wiceprezes Stowarzyszenia Komunikacji Społecznej „Signis Polska”. Zajmuje się teologią wizualną, kulturą wizualną, komunikacją medialno-kulturową i kulturą polityczną.

Mariola Marczak

Katedra Badań Mediów UWM w Olsztynie

ORCID 0000-0002-5970-6492

Komunikowanie wartości w filmie jako medialnym przekazie audiowizualnym

The Process of Communicating Values in Film,
with Film Treated as an Audiovisual Media Message

Abstract

Audiovisual works, irrespective of the purposes for which they were created, serve the transmission of a certain informational value. This also pertains to audiovisual artefacts, which means that they can and should be treated as cultural objects (on occasion, also works of art) as well as media (tools for conveying information) and messages containing informational content, which were crafted for the purpose of reaching a particular recipient – the addressee of the message (the communicational viewpoint). In the following text I shall construct the theoretical foundations for the analytical examination of the potential to communicate values through films. The original concept shall be built on the combination of communicational and esthetic perspective by applying the communicational theory of Calvin Pryluck's film. I presume that the informational content of the cultural message, including that of axiological nature emerges from the two-step analysis of the work's meanings, i.e. from the analysis on the level of forming and constructing meaning.

Keywords

film, audiovisual communication, audiovisual artefacts, message, media, communicating values

Abstrakt

Utworki audiowizualne, bez względu na cele, dla których zostały wytworzone, służą transmisji jakiejś wartości informacyjnej. Dotyczy to także audiowizualnych artefaktów, co oznacza, że można i należy traktować je jednocześnie jako przedmioty kulturowe (niekiedy także dzieła sztuki) oraz jako media (narzędzia przekazu informacji) i przekazy, wypełnione zawartością informacyjną, które zostały wytworzone po to, aby dotrzeć do jakiegoś odbiorcy – adresata tegoż przekazu (komunikacyjny punkt widzenia). W niniejszym tekście konstruuje teoretyczne podstawy dla analitycznego badania możliwości komunikowania wartości poprzez filmy. Autorski koncept oparty jest na połączeniu perspektywy komunikacyjnej i estetycznej poprzez komunikacyjną teorię filmu Calvina Prylucka. Zakładam, że zawartość informacyjna przekazu kulturowego, w tym ta o charakterze aksjologicznym, wyłania się z dwustopniowej analizy znaczeń tegoż utworu, tj. z analizy na poziomie kształtowania znaczenia i konstruowania znaczenia.

Słowa kluczowe

film, komunikacja audiowizualna, audiowizualne artefakty, przekaz, media, komunikowanie wartości

„Zwrot ikoniczny” („pictorial turn”¹) opisany przez Williama Johna Thomasa Mitchella stanowi nie tyle gwałtowny przełom, ile potwierdzenie zakończenia procesu trwającego przez znaczną część XX wieku, a nawet od końca wieku XIX, kiedy to w 1895 roku opatentowano wynalazek kinematografu. Proces ten oznacza uznanie stanu faktycznego w szeroko rozumianej współczesnej kulturze i komunikacji społecznej. Stan ów polega na tym, że po okresie dominacji kultury słowa oraz badań humanistycznych „zorientowanych logocentrycznie”² (lingwistycznych, tekstologicznych, narratologicznych), w których różne przedmioty badań (w tym badania dzieł sztuk przedstawiających) postrzegano i analizowano jako „teksty” – nastąpił czas kulturowej komunikacji obrazowej. W nurcie tym obrazy stały się uprzywilejowanymi strukturami znaczącymi. „Żyjemy współcześnie w świecie zdominowanym przez komunikację wizualną i kulturę wizualną”³, pisze Witold Kawecki. W konsekwencji zmiany uniwersalistycznego paradygmatu badawczego o znaczeniu strategicznym, obrazy zaczęły być analizowane z perspektywy semiotyki, a więc jako struktury znaczące niejako bezpośrednio, czyli jako złożone przekazy ikoniczno-audialne (audiowizualne), nie zaś jako artefakty ustrukturyzowane na wzór tekstów werbalnych⁴. Dominująca od czasów Gutenberga estetyczna funkcja obrazu stała się zatem jedną z wielu innych. W II połowie XX wieku już zupełnie wyraźnie obrazy zaczęły funkcjonować przede wszystkim jako ikoniczne znaki, a nawet szerzej – jako struktury znaczące, postrzegane w kontekście procesu komunikowania.

Komunikacyjne podejście do filmu (a potem także do filmu i telewizji łącznie, traktowanych jako jeden system audiowizualnej komunikacji) zostało wprowadzone do obiegu naukowego przez amerykańską teorię filmu w osobach Sola Wortha i Calvina Prylucka⁵, a Polsce w tym paradygmacie chyba najwcześniej i konsekwentnie badała film Maryla

¹ W.J.T. Mitchell, *Zwrot piktorialny*, tłum. M. Drabek, „Kultura Popularna” 2009, nr 1(23), s. 4-19; idem, *Picture Theory*, Chicago: University of Chicago Press, 1995; zob. także: C. Jeffrey, C. Alexander, D. Bartmański, *Materiality and Meaning in Social Life: Toward an Iconic Turn in Cultural Sociology*, [w:] *Iconic Power. Materiality and Meaning in Social Life*, eds. Jeffrey Alexander, Dominik Bartmański, Bernhard Giesen, New York: Palgrave Macmillan New York, 2012, s.1-12.

² W. Kawecki CSsR, *Wizualność kultury i teologii*, [w:] *Kultura wizualna – teologia wizualna*, red. W. Kawecki i in., Warszawa: Wyd. Naukowe UKSW, 2011, s. 18.

³ W. Kawecki CSsR, *Komunikacja medialno-kulturowa*, Warszawa: Wyd. Naukowe UKSW, 2021, s. 73.

⁴ Mam na myśli zarówno teorie lingwistyczne filmu, gramatyki filmu, jak i teorie tekstologiczne. Bibliografia jest tu ogromna, więc wspomnę tylko o pionierskich publikacjach: R. Spottiswoode, *A Grammar of the Film*, England 1935 (pierwsze wydanie); w Polsce: J. Płażewski, *Język filmu*, Warszawa: WAI F, 1961; A. Gwóźdź, *Wokół teorii tekstu filmowego*, [w:] *Analizy i syntezy. Z badań porównawczych nad filmem*, red. A. Helman, A. Gwóźdź, Warszawa-Katowice-Kraków: PWN, Uniwersytet Śląski, 1980, s. 65-89.

⁵ A. Helman, *Teorie komunikacji audiowizualnej*, [w:] A. Helman, J. Ostaszewski, *Historia myśli filmowej. Podręcznik*, Gdańsk: Słowo-Obraz-Terytoria, 2007, s. 209-210. Zob. Też S. Worth, *Poznawcze aspekty sekwencji w komunikacji audiowizualnej*, tłum. L. i W. Kalaga, „Kino” 1977, nr 4, s. 26-30; C. Pryluck, *Źródła znaczenia w filmie i telewizji*, tłum. Jolanta Mach, Warszawa: WAI F, 1988 (zwłaszcza s. 61-89); S. Worth, L. Gross, *Strategie symboliczne*, [w:] *Panorama współczesnej myśli filmowej*, red. A. Helman, Kraków: UNIVERSITAS, 1992, s. 55-68; S. Worth, L. Gross, *Studying Visual Communication*, Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1981.

Hopfinger⁶. Pryluck w odniesieniu do filmu i telewizji używa określenia „komunikacja obrazowa”⁷ i traktuje audiowizualne obrazy (obrazowe i dźwiękowe składniki przekazów audiowizualnych) jako „wehikuły znaczenia”, „a z drugiej strony analizuje sposoby, poprzez które odbiorcy wnioskuje o znaczeniu tych przekazów”⁸. Oznacza to, że komunikacja obrazowa ma charakter semiotyczny, posługuje się znakami, które Pryluck interpretuje w tradycji C.S. Peirce’a, wykorzystując Peirce’owską klasyfikację znaków (znaki indeksalne, ikoniczne i symboliczne)⁹. To rozumienie indeksalności, ikonizacji i symboliczności odnośnie do znaczeń w filmie upowszechniło się w piśmiennictwie filmowym i jest wśród badaczy przyjmowane właściwie implicytnie, jeśli nie zastrzeżenie się innego typu interpretacji. Samo zaś tworzenie znaczeń w przekazach audiowizualnych jest złożonym „nieregularnym” procesem, zależnym od wielu zmiennych. Ma jednak pewne stałe czynniki. Po pierwsze, Pryluck wyróżnia kształtowanie znaczenia, które wynika z właściwości przedmiotu, zdarzenia lub odnośnika (denotatu) znaku. Po drugie, wyróżnia konstruowanie znaczenia, które wynika ze sposobu obrazowania (strukturyzowania obrazu, znaku lub przedstawienia)¹⁰. Obrazowanie jest w tak opisanym systemie znakowym składową bardzo złożonego procesu kodowania. Natomiast to, co z perspektywy estetyki filmu nazywa się „środkami wyrazowymi” lub elementami poetyki filmu (albo języka filmu) – np. ruchy kamery, punkty widzenia, sposób oświetlenia, kadrowanie, rodzaj montażu itp. – w teorii komunikacji obrazowej Prylucka zyskuje określenie „zmiennych kodujących”¹¹. Po trzecie, w komunikacji obrazowej nie ma znaczenia bez odbiorcy, który to znaczenie aktualizuje; istotne zatem są jego kompetencje poznawcze, świadomość, pamięć i przekonania¹²: „Świadomy odbiorca uczestniczy w całym procesie: nie ma znaczenia bez interpretatora, oglądającego znak, wiążącego znak z odnośnikiem, wywodzącego ze związku między nimi pojęcie bądź reagującego na oznaczone pojęcie. Znaczenie jest, pokrótce, wynikiem aktywnego procesu, który odbywa się w świadomym odbiorcy, postawionym wobec jakichś przedstawień, przedmiotów lub zdarzeń oraz pojęć”¹³.

⁶ *Kultura-komunikacja-literatura. Studia nad XX wiekiem*, red. S. Żółkiewski, M. Hopfinger, Wrocław-Warszawa-Kraków-Gdańsk: Ossolineum, 1976; M. Hopfinger, *Komunikacja filmowa a wzory kultury literackiej*, [w:], *Analizy i syntezy. Z badań porównawczych nad filmem*, red. A. Helman, A. Gwóźdź, Warszawa-Katowice-Kraków: PWN, Uniwersytet Śląski, 1980, s. 163-179.; M. Hopfinger, *Komunikacja filmowa lat dwudziestych i trzydziestych w Polsce wobec tradycji kultury literackiej*, „Prace Historycznoliterackie. Zeszyty Naukowe UJ” 1980, z. 40, s. 21-34.

⁷ A. Helman, op. cit., s. 223, 225.

⁸ Ibidem, s. 222.

⁹ Zob. ibidem, s. 225.

¹⁰ Ibidem, s. 228, 226.

¹¹ A. Helman, op. cit. s. 28

¹² C. Pryluck, op. cit., s. 38-39.

¹³ Ibidem, s.48.

Warto przypomnieć jednak, że klasyk teorii mediów Marshall McLuhan zatytułował swoją przełomową książkę: *Galaktyka Gutenberga*¹⁴ i to właśnie druk uznał za medium, którego istotnym elementem stała się nie tylko jego ciągłość, ale także wizualność, co zyskało nowe kulturowe znaczenie po rewolucji internetowej. Perspektywa tego rodzaju pozostaje w zgodzie z obecną karierą tekstu funkcjonującego na ekranach różnego typu, a więc w obrębie uniwersum wizualności: tego, co jest dostępne za pomocą zmysłu wzroku i psychologicznych procesów postrzeżeńowych związanych z percepcją wzrokową. W tym aspekcie McLuhan postrzegał druk ze współczesnej perspektywy i – oczywiście – wykroczył poza stan świadomości współczesnych Gutenbergowi. Niemniej jednak wszystko to, co od czasów Gutenberga było publikowane w formie papierowej, jak również współczesna cyrkulacja tekstów werbalnych z zastosowaniem ekranów, pokazują tekst i obraz (lub ciąg obrazów) jako przekazy, a więc wyodrębnione struktury znaczące niosące pewną treść (na ogół złożoną) czy – jak to się mówi w odniesieniu do internetu – kontent, czyli zawartość informacyjną. Ona to – zgodnie z intencją nadawcy (tego, kto generuje ową zawartość i przesyła ją używając określonego medium) – ma na celu dotarcie do jakiegoś odbiorcy. Mamy więc tak czy inaczej do czynienia z przekazem, opisywanym w kategoriach komunikacji¹⁵. Zachowuje on swoje komunikacyjne przymioty także wówczas, gdy owa zawartość (kontent) przynależy do kultury, gdy jest dziełem sztuki lub neutralnie rzecz nazywając, bez wartościowania – jest artefaktem (obiektem kulturowym). Tego rodzaju przymiot, w moim mniemaniu, mają utwory audiowizualne, takie jak filmy fabularne, dokumentalne, w tym filmy seryjne (seriale i serie-cykle filmowe). To zaś sprawia, że musimy założyć implicite ich niezerową wartość komunikacyjną (nie zawsze jednak poznawczą, ze względu na inne niż poznawcza funkcje komunikacji¹⁶). Zakładam zatem, że utwory audiowizualne, w tym filmy, zawierają jakiś kontent (zawartość informacyjną), a mówiąc w skrócie – że są przekazami. Oznacza to w konsekwencji, że bez względu na jakość teleologiczną, bez względu na cele, dla których zostały wytworzone, służą transmisji jakiejś wartości informacyjnej. Jeśli tak, to można i należy traktować je jednocześnie jako przedmioty kulturowe oraz jako media (narzędzia przekazu informacji) i przekazy w sensie obiektu wypełnionego zawartością informacyjną, która ma być przekazywana, ponieważ została wytworzona po to, aby dotrzeć do jakiegoś odbiorcy – adresata tegoż przekazu.

Utwór audiowizualny jako przekaz

Reasumując, rozumiana szeroko mediasfera stała się przede wszystkim przestrzenią obrazową i nawet tekst uobecnia się odbiorcy jako obraz graficzny prezentowany na

¹⁴ M. McLuhan, *Galaktyka Gutenberga*, tłum. Andrzej Wojtasik, red. nauk. G. Godlewski, K. Kukiełko-Rogozinińska, Warszawa: Narodowe Centrum Kultury, 2017.

¹⁵ E. Griffin, *Podstawy komunikacji społecznej*, przekł. O. i W. Kubinowscy oraz M. Kacmąjor, Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, 2003.

¹⁶ W. Pisarek, *Funkcje komunikowania*, [w:] idem, *Wstęp do nauki o komunikowaniu*, Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, 2008, s.156-181.

wielu różnorodnych ekranach. Obraz funkcjonujący w mediach ma niebywałą zdolność multiplikowania się, a precyzyjniej – bycia multiplikowanym i transformowanym w częściach lub w całości. Owidiuszowe *Metamorfozy*¹⁷ zyskały współcześnie niewyobrażalną nigdy wcześniej skalę rozmaitych wariantów. Mając w świadomości różne postaci sztuki konceptualnej¹⁸, wykorzystującej formy i elementy nowych mediów (takie jak fluxus, wideo-art, wideo performance, sztuka internetowa, w tym sztuka telematyczna¹⁹), zyskujemy przeświadczenie, że media stały się nowym tworzywem współczesnej sztuki. W tym kontekście znaczący jest fakt, iż sztuka konceptualna zakłada aktywny udział odbiorcy²⁰ w „odczytywaniu” dzieła, gdyż ono samo nie generuje kompletnego przekazu, a jedynie tworzy materiał i warunki do tego, aby to właśnie odbiorca, ów komunikat dopełnił. W ten sposób odbiorca staje się w istocie współtwórcą artystycznego komunikatu, a zarazem jego składową konstytutywną, gdyż sztuka konceptualna jest procesem i nie ma w niej skończonych dzieł. Przy tym istotą sztuki konceptualnej jest fakt, iż każdy odbiorca kreuje swój własny komunikat na bazie tego materiału, jakim jest eksponowane – gdzieś w przestrzeni materialnej bądź wirtualnej – dzieło sztuki konceptualnej. Bez mentalnej, kognitywistycznej²¹ aktywności odbiorcy artystyczny przekaz nie może być aktualizowany, a zatem nie zaistnieje. Przy tym nośnik dzieła sztuki konceptualnej może mieć charakter materialny (jak np. w wypadku instalacji Nam June Paika) albo hybrydowy, jak w wypadku łączenia performansów z wideoprojekcją (tegoż, *The More, the Better*, Mariny Abramović, *Bałkański barok* (1997), Xaviera Cha, *The Body Drama*, Krzysztofa Wodiczki, *Goście* itp.) lub audiowizualny (wideoprojeksje na budynkach Krzysztofa Wodiczki, wideo-arty Billa Viola itp.) lub też wirtualny (liczne prace Roya Ascotta, np. jego *Awatary*, *Labirynt*, *La plussure du text* itp.²² czy Paula Sermona projekty sztuki telematycznej²³). Jak widać z powyższego pobieżnego opisu, projekcja wideo – a więc emisja jakiegoś materiału audiowizualnego, który jest zbliżony do tego, co nazywamy „filmem” – jest w całości lub w części elementem pewnej gałęzi współczesnej sztuki: i to takiej, której sposób istnienia wpisuje się w różnie definiowane systemy czy schematy komunikacji (poczynając od klasyków: Ferdinanda de Saussure’a i Romana Jakobsona²⁴). Bez wpisania dzieł wyżej

¹⁷ P. Ovidius Naso, *Metamorfozy*, tłum. Anna Kamieńska, Wrocław: Ossolineum, 1996.

¹⁸ R.W. Kluszczyński, *Konceptualizm i sztuka interaktywna: analiza polskich przykładów*, „Sztuka i Dokumentacja” 2012, nr 6, s. 73-78.

¹⁹ P. Sermon, *Telematic Dreaming*, „LeonardoThe MIT Press” Volume 33, Number 2, April 2000, p. 90; M. Wark, *Telesthesia. Communication, Culture, Class*, Cambridge, 2012, s. 31.

²⁰ R.W. Kluszczyński, op. cit., s.74.

²¹ Ibidem, s.75.

²² R. Ascott, *Telematic Embrace: Visionary Theories of Art, Technology, and Consciousness*, ed. Edward A. Shanken, Berkeley: University of California Press, 2003.

²³ P. Sermon, *The emergence of user-and performer-determined narratives in telematic environments*, [w:] *Networked Narrative Environments as Imaginary Space of Being*, ed. Andrea Zapp, Manchester: Manchester Metropolitan University, 2004, p. 82-99.

²⁴ R. Jakobson, *Poetyka w świetle językoznawstwa*, „Pamiętnik Literacki” 1966, nr 51/2, s. 431-473, zwłaszcza s. 435, *Pamiętnik_Literacki_czasopismo_kwartalne_poswiecone_historii_i_krytyce_literatury_polskiej-r-*

wymienionych sztuk w owe schematy, bez uznawania ich znakowego charakteru, nie sposób byłoby dokonywać ich analitycznego opisu oraz interpretacji w sposób adekwatny do ich „sposobu istnienia”. A zatem współczesna sztuka – w tym ta, której nośnikiem jest materia audiowizualna – „karmi się” mediami, a nie tylko się nimi inspirowuje. Należy przy tym dodać, iż utwory filmowe, zarówno te, które przynależą do sztuki (popularnej, ale także wysokiej), jak i te, które są tylko częścią kultury bezprzymiotnikowej i żadnych walorów artystycznych nie posiadają, również stają się narzędziem komunikowania rozmaitych znaczeń o różnym charakterze. W ciągu ostatnich lat zajmowałam się kwestią komunikowania znaczeń religijnych za pomocą i poprzez dzieła filmowe (artefakty audiowizualne)²⁵. Z podobnego założenia wychodzili inni badacze, np. Adam Regiewicz, który dowodził obecności przesłania kerygmaticznego w filmach niereligijnych²⁶ czy Magdalena Kempna-Pieniążek, starająca się również wywieść religijność czy „formuły duchowości” z dorobku współczesnego kina²⁷. Zatem współczesna sztuka, co zapewne już nikogo nie dziwi, nie tyle nastawiona jest na wywołanie u swojego adresata przeżycia estetycznego²⁸, ile na komunikację różnego typu. Czasem bowiem jej cele opisują nie tyle kategorie psychologii poznawczej (poznanie, poszerzenie zakresu swojej wiedzy bądź rozumienia pewnych zagadnień czy zjawisk), ile kategorie psychologii odbioru. Postawy widzów często są ukierunkowane przez funkcję fatyczną komunikacji, czyli nastawienie na podtrzymanie kontaktu z przedmiotem artystycznym. Póki oglądam, jestem związany mentalnie z obrazem ekranowym, zatapiam się w nim dzięki mechanizmowi projekcji-identyfikacji lub rozplątam się w obrazie ekranowym dla samego poczucia oderwania od realnej rzeczywistości i związania z rzeczywistością ekranową – w ten sposób nie jestem sam/a, nie czuję się samotny ani nie jestem zmuszony/zmuszona do interakcji w realnym świecie. Celem tej komunikacji (zwykle uświadamianym przez odbiorcę) może być także funkcja ludyczna, rozrywkowa: „zabijanie czasu”, wzbudzanie w odbiorcy wesołości, pogodnego nastroju lub po prostu rozładowanie napięć, potocznie nazywane „wyluzowaniem” .

1960-t51-n2-s431-473.pdf (muzhp.pl) [dostęp 26.07.2024]; R. Barthes, *Podstawy semiologii*, tłum. A. Turczyn, Kraków: Wyd. Uniwersytetu Jagiellońskiego, 2009; por. W. Pisarek, *Wstęp do nauki o komunikowaniu*, Warszawa: Wyd. Akademickie i Profesjonalne, 2008, s. 41-42, 51-53.

²⁵ Właściwie od *Poetyki filmu religijnego* (Kraków: ARKANA, 2000), a nawet jeszcze wcześniej. Tego zagadnienia dotyczy przygotowywana przeze mnie książka pt.: *Ekranowe obrazy polskiej religijności. Kultura jako medium w komunikacji audiowizualnej*. Podejmowałam także bardziej szczegółowe zagadnienia w kontekście komunikowania poprzez sztukę, np.: M. Marczak, *Persuasive and Communicative Potential of Hagiographic Narrative Structures in Screen Representations of the Polish Underground Soldiers Struggling for Independence after World War II*, „Studia ReligioLogica” 2018, tom 51, nr 2, s. 115-128.

²⁶ A. Regiewicz, *Katechezy w obrazach. Kerygmaticzne czytanie filmu*, Kraków: SERAFIN, 2013.

²⁷ M. Kempna, *Religijność jako paratekst. Na obrzeżach teorii filmu religijnego*, [w:] *Pogranicza audiowizualności*, red. Andrzej Gwóźdź, Kraków: UNIVERSITAS, 2010, s. 258-259; M. Kempna-Pieniążek, *Formuły duchowości w kinie najnowszym*, Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, 2013.

²⁸ W. Tatarkiewicz, *Przeżycie estetyczne*, [w:] Idem, *Dzieje sześciu pojęć*, Warszawa: PWN, 1975, s. 361-392.

Obecnie już nie można być pewnym, czy sztuki audiowizualne są częścią mediów audiowizualnych (a więc czy są przede wszystkim sposobem komunikowania czegoś i komunikowania się z kimś), czy też media stały się same w sobie formą audiowizualnej kultury. Zauważmy bowiem, że zarówno jedne, jak i drugie – posługując się obrazem – stały się formą komunikacji nie tylko społecznej²⁹, lecz także artystycznej, międzykulturowej, wewnątrz kulturowej i transkulturowej. Przekształcając rzeczywistość społeczną powodują one, że pewne wytworzone przez tę społeczność obiekty stają się jej dorobkiem wspólnym i mogą być przekazywane następnym pokoleniom – a są to przecież elementy klasycznej definicji kultury³⁰. Nie narażając się na ryzyko braku precyzji, bezpieczniej jest mówić dziś o „przekazach audiowizualnych”, odnosząc to pojęcie zarówno do sztuk audiowizualnych, jak i do mediów audiowizualnych, w sytuacji gdy jedno i drugie służy komunikowaniu pewnych znaczeń i wartości. Zatem będę stosowała termin „przekazy audiowizualne” w odniesieniu do sztuk i mediów audiowizualnych ze względu na ich funkcję przekazywania znaczeń, szczególnie zaś komunikowania wartości. Będzie to miało miejsce wtedy, gdy będę miała na myśli każdą pojedynczą formę wyrazową – kulturowy bądź medialny (kulturowo-medialny) artefakt, „formę znaczącą”, jednostkowy komunikat („a piece of communication”), mający swój materialny bądź formalny nośnik – której bazą (formą podawczą) jest forma wizualna, zwana dla uproszczenia obrazem.

Komunikowanie wartości

Z perspektywy całościowego, holistycznego funkcjonowania każdej społeczności, wartości mają charakter zupełnie podstawowy, rudymenatarny, gdyż decydują o jej tożsamości i zapewniają jej spójność. Na nich społeczność została ufundowana, one ją organizują pod każdym możliwym względem i budują jej tożsamość. Obserwując praktyki życia społecznego i kultury oraz prowadzone badania (o czym była wyżej mowa), można już zaryzykować postawienie hipotezy mówiącej, że współcześnie wartości są komunikowane w większym stopniu w sposób wizualny, niż werbalny. Komunikacja werbalna pozostaje istotna i nie zanikła jest nie do przecenienia na poziomie refleksji konstytuującej różne sfery życia – kulturowego i społecznego. Niemniej jednak ma ona charakter elitarnego obiegu myśli, który – niejednokrotnie w pragmatyce współczesnej komunikacji uniwersyteckiej pomiędzy intelektualistami – ma często charakter solipsystyczny, a w konsekwencji jest ograniczony do wąskich kręgów dyscyplin czy nawet subdyscyplin (często także kręgów zawodowo-towarzyskich³¹). Gwałtowna nadprodukcja tekstów naukowych i publicystycznych sprawia, że zyskują one niewielu czytelników, a te, które ich mają, cieszą się odczytaniem chwilowym, obecnością w sferze szerokiej mediasfery przez krótki czas, niknąc

²⁹ Temu właśnie poświęcona jest cytowana wyżej monografia ks. W. Kaweckiego, *Komunikacja medialno-kulturowa* (...) dz. cyt.

³⁰ S. Czarnowski, *Dzieła*, t.1, *Studia z historii kultury*, oprac. N. Assorodobraj i S. Ossowski, Warszawa: PWN, 1956, s.13.

³¹ Por. P. Zawojski, *Trzecia kultura a cyberkultura*, <http://www.zawojski.com/2008/11/05/trzecia-kultura-a-cyberkultura/>, data publikacji: 5.11. 2008 [dostęp 10.10.2024].

tak samo szybko, jak się pojawiły. Bardzo rzadko mamy do czynienia z wymianą myśli i poglądów, z inspirowaniem do refleksji, podejmowaniem problemowej dyskusji – choć równocześnie krąg dyskutujących środowisk i osób się poszerzył do rozmiarów globalnych, ze względu na uniwersalizację języka angielskiego jako międzynarodowego w sferze wymiany naukowych dorobków.

Duża część współczesnej sztuki, zakorzenionej we wciąż transformujących się mediach (które stają się integralną częścią życia milionów, a nawet miliardów ludzi), wymaga dla swojego zaistnienia komunikacyjnego zaangażowania odbiorcy – ale dotyczy ono zawsze pojedynczego odbiorcy, podłączonego do globalnej sieci. Dzieło w założeniu producentów ma poruszyć widza i wywołać odzew pojedynczego odbiorcy, zmultiplikowanego jednakże do milionów. W ujęciu teoretycznym jednak celem podmiotu, (czyli – upraszczając – instancji nadawczej wpisanej w utwór filmowy, która niejako teoretycznie wytwarza przekaz), nie musi być komunikacja z kimkolwiek, nawet teoretycznie założona. W wielu teoriach główną funkcją podmiotu jest „wypowiadanie”³² za pomocą obrazów – aczkolwiek mówi się też o wymienności funkcji, o tym, że widz wymiennie może zajmować abstrakcyjnie rozumiane „miejsce” podmiotu wypowiadającego i celu procesu wypowiedzenia. Metz w tym kontekście mówi o mechanizmie produkcji wypowiedzi bez podmiotu wypowiadającego³³. Pojawiają się też jednak teksty naukowe wpisujące sztukę filmową w perspektywę komunikacji w sposób zakładający zaprojektowaną reakcję adresata – zwłaszcza w kontekście perswazji czy oddziaływań retorycznych. Nawiasem mówiąc, coraz częściej zjawisko wytwarzania przekazu dla samego zaistnienia go w określonym środowisku komunikacyjnym, występuje także w sferze naukowej refleksji nad tą sztuką i w jakiegokolwiek innej. Podobnie jak w sztukach, które są analizowane, coraz częściej chodzi o akt wypowiedzenia swojego stanowiska, nie zaś o dążenie do ustalenia faktów lub zbliżenie się do prawdy. O tekstach się nie dyskutuje, nie spieramy się o zawarte w nich przemyślenia – wystarczy, że zostaną odnotowane w bieżącym dorobku akademickim.

Paradoksalnie zatem sztuki i media audiowizualne mają szansę stać się (i niejednokrotnie stają się) narzędziami bardziej żywej wymiany myśli – w tym miejscu dysputy na temat wartości i na bazie wartości. Wartości nieraz leżą ukryte w filmie, np. jako baza motywacyjna filmowych bohaterów lub ich twórców, a także badaczy; są podłożem sądów, opinii i interpretacji utworów audiowizualnych. Ukierunkowują także sądy widzów, którzy ciągle jeszcze o filmach, a także serialach dyskutują tak, jak kiedyś żywo dyskutowano o literaturze czy filozofii.

Należy odnotować fakt, że tego rodzaju utwory audiowizualne, które inspirują do tak żywych interakcji, stanowią mniejszość globalnej produkcji. Niemniej jednak pogłębiona dysputa zawsze była domeną elit, rozumianych jako grono ludzi skłonnych do refleksji nad światem oraz mających poczucie odpowiedzialności za zbiorowość, której są częścią.

³² A. Helman, *Podmiot*, hasło [w:] eadem, *Słownik pojęć filmowych*, s. 81-82.

³³ *Ibidem*, s. 82.

Mam przeświadczenie (w oparciu o praktykę odbiorcy i badacza sztuk i mediów audiowizualnych; niestety, nie mogę podeprzeć się badaniami ilościowymi), że w ogólnej produkcji przeważają dzieła sztuki i obiekty kultury medialnej wytworzone bez założeń aksjologicznych i w podobny sposób odbierane. (Wy)twórcy skupiają się na efektywności ekonomicznej (dochodowości) przekazów i na funkcji fatycznej komunikacji, a więc na podtrzymaniu kontaktu z widzami lub użytkownikami. W efekcie tworzone są utwory, które na poziomie poznawczym nie odwołują się do stałych wartości, a w skrajnych wypadkach negują istnienie sensu i prawdy³⁴. Zawsze jednak wypływają one z jakichś założeń aksjologicznych, nawet jeśli twórcy (nadawcy) przekazu nie uświadamiają ich sobie i nie formułują ich jako cel perswazyjny, mający wpłynąć na postawę odbiorcy. W klasycznej estetyce jakość dzieła sztuki opierała się na dwóch fundamentach: prawdzie i przeżyciu estetycznym. Prawda dzieła sztuki natomiast była konsekwencją komunikowania wartości (uznawanych za stałe w ramach podzielanego przez całą społeczność systemu aksjologicznego) i adekwatnych wobec nich jakości estetycznych. W ten sposób w sztuce konstruowano wszelką uniwersalną refleksję nad tym, czym człowiek w istocie jest, czym jest jego egzystencja, ku czemu zmierza (jaki jest cel istnienia człowieka i czy w ogóle jest jakiś cel), jakie są korzenie jego istnienia (pierwsza przyczyna), wreszcie, co jest dla człowieka istotne, czyli co nadaje życiu wartość (a potocznie mówiąc – „sens”). Sztuka zatem w swoich najlepszych, najbardziej ambitnych dziełach podejmowała zagadnienia tożsame z głównymi celami badawczymi filozofii, a zwłaszcza metafizyki. Czy tak się dzieje w sztuce współczesnej, to pytanie o zbyt dużym stopniu ogólności. Jeśli zadamy to pytanie odnośnie do sztuk audiowizualnych, to można stwierdzić, że skoro zdarzają się utwory, które tego rodzaju tematy podejmują, to znaczy, że tak jest.

Inna kwestia dotyczy skali, odsetka tego typu refleksyjnych dzieł. Przykładem tego typu twórcy w dziedzinie sztuki wideo jest Bill Viola³⁵. W filmach fabularnych, a bywa że i w dokumentalnych, tego rodzaju refleksja również jest podejmowana (np. *Wszystko może się przytrafić* Marcela Łozińskiego, filmy jego syna Pawła i całkiem sporo innych, w tym o charakterze religijno-konfesyjnym, ze słynną *Wielką ciszą* 2005, reż. Philip Gröning, jako znanym reprezentatywnym przykładem). Dowodem na to są także wcześniejsze uwagi na temat badań nad religijnością i duchowością w kinie; wartości religijne należą nie tylko do rudymenarnych dla osób o niematerialistycznym światopoglądzie, ale w klasycznej hierarchii Maxa Schelera³⁶ są traktowane jako najwyżej usytuowane. Co więcej, nawet jeśli nie dzieje się to zbyt często w relacji do całości światowej produkcji filmowej, to i tak współczesne kino przejmuje nieraz funkcje filozofii, jeśli chodzi o wyżej wzmiankowaną uniwersalistyczną, metafizyczną, a czasem także epistemologiczną

³⁴ Zob. T. Gadacz, *Historia filozofii XX wieku*. Nurty, t.1, Kraków: Znak, 2009, s. 31. Autor ten pisze o generalnym sporze-opozycji w filozofii XX wieku między filozofiami ducha a filozofiami ponowoczesnymi wokół kwestii prawdy. „Żyjemy w epoce postmetafizycznej, w której filozofia przeszła w literaturę” – ibidem.

³⁵ A. Pitrus, *Zanurzony. O sztuce Billa Viola*, Kraków: Wyd. Uniwersytetu Jagiellońskiego, 2015.

³⁶ M. Scheler, *Materialne apriori w etyce*, „Znak”1967, nr 12 (162), s. 1512-1543.

refleksję³⁷. Zwykle głębszy przekaz, mający wartość poznawczą (w tym składający się z jakiegoś elementu bądź elementów dyskursu filozoficznego), ukształtowany w sprawną komunikacyjnie formę filmową, ma szansę dotarcia do widza jako odbiorcy w dużo większym stopniu, niż gdyby został on przedstawiony w formie abstrakcyjnego wykładu. Intelktualnie wymagająca zawartość poznawcza wymaga jednak wyrafinowanej, złożonej konstrukcji formalnej i spójnego połączenia złożonej formy z głębią przekazu; efektem tego jest zwykle wysoka jakość artystyczna utworu audiowizualnego, choć nie zawsze tak się dzieje. Bywa, że zbyt ambitna zawartość stanowi przeciążenie dla audiowizualnej formy i wtedy projekt kończy się frekwencyjną i ekonomiczną katastrofą. Nie ma recepty na arcydzieło; ma ono zawsze w sobie tajemnicę i dlatego bywa, że zrealizowanie wyżej opisanych założeń skutkuje dziełem nadętym i pustym. Artyści nieraz nie potrafią znaleźć właściwych proporcji między słowem i obrazem i myślą intelektualizm z mądrością albo brakuje im jasności w obrazowym komunikowaniu.

Mimo iż filmy spełniające wyżej zaprezentowane kryteria uznawane są zwykle za trudne i często ich odbiorcami jest niszowa publiczność kin art-housowych (odpowiedników dawnych kin studyjnych) lub publiczność festiwalowa, to i tak jest to odbiór o wiele szerszy, niż w wypadku dzieł filozoficznych. Bywa, że podjęta problematyka okazuje się nośna i trafia do o wiele szerszej publiczności. Tak było w wypadku *Dekalogu* – serii telewizyjnej autorstwa Krzysztofa Kieślowskiego. Produkcja ta spotkała się z żywym odbiorem we Francji, co przyciągnęło europejskich widzów także do późniejszych filmów kinowych tego reżysera i upowszechniło problematykę filozoficzną podejmowaną przez niego w wersji *light*, dostosowanej do poziomu przeciętnego widza o otwartym umyśle.

W moim przekonaniu, wbrew całemu nurtowi estetyk postmodernistycznych, samo wyrafinowanie formalne nie jest wyznacznikiem decydującym o wysokiej, a zwłaszcza arcydzielnej jakości artystycznej utworu filmowego, ale także innego typu przekazów audiowizualnych – tych, które mają charakter semiotyczny, a tym bardziej narracyjny. Opowiadać trzeba bowiem o „czymś”, a przekaz zbudowany ze znaków nie powinien być semantycznie pusty.

Używając potocznego wyrażenia „filmy o niczym”, mam na myśli produkcje, które są jedynie grą formalną bądź rozrywką, pozbawioną jakiegokolwiek przekazu. Takie filmy nie przedstawiają również artystycznej jakości – choć mogą być sprawne realizacyjnie (a pewna grupa krytyków jest w stanie udowodnić ich wysoką jakość właśnie w oparciu o ową formalną sprawność). Moim zdaniem, dzieło artystyczne jest jednocześnie komunikatem, będącym nośnikiem wartości³⁸. Jeżeli utwór jest aksjologicznie pusty, a nawet jeśli przekaz jest przekazem zerowym, wówczas, co oczywiste, nie może być mowy o komunikacji artystycznej. Jeśli utwór służy komunikowaniu „niczego”, to oczywiście nie komunikuje również żadnych wartości: co najwyżej jest manifestacją zaprzeczenia istnienia jakichkolwiek wartości, czyli ma charakter nihilistyczny.

³⁷ *W stronę kina filozoficznego*, red. Urszula Tes, Kraków: WAM, 2011.

³⁸ *Świat wartości i jego reprezentacje we współczesnych filmach i serialach*, red. T. Adamski, i K. Arcimowicz, K. Citko, E. Kępa, Warszawa: Wyd. VEDA, 2018.

Podsumowując, z dużą dozą prawdopodobieństwa można stwierdzić, że współcześnie dominującą formą społecznej komunikacji jest komunikacja wizualna i audiowizualna³⁹ – w tym audiowizualna komunikacja artystyczna, czyli taka, która odbywa się za pośrednictwem dzieł (utworów) sztuk audiowizualnych. Dzieje się tak dlatego, że obraz dla współczesnych pokoleń jest naturalną formą i narzędziem komunikowania w sferze oficjalnej i prywatnej⁴⁰ oraz z tego powodu, że sztuka audiowizualna jest trwalsza niż przekaz czysto medialny (mem, post, notatka czy nawet artykuł opublikowany w prasie, na portalu lub stronie internetowej). Sztuka audiowizualna ciągle jeszcze przykuwa uwagę odbiorcy, utrzymuje ją na nieco dłużej, czasem wywołuje dyskusje (często toczone w rzeczywistości wirtualnej), staje się tematem rozmów w kręgach towarzyskich.

Taką formą z pogranicza popkultury i kultury bez dodatkowych określeń jest neoserial⁴¹. Bywa on poligonem doświadczalnym, na którym przeprowadza się formalne doświadczenia i eksperymenty. Forma ta staje się na naszych oczach powieścią XXI wieku, o złożonej narracji, zdolnej podejmować każdy, najbardziej skomplikowany temat i przedstawiać go w rozmaitym kształcie, w tym w sposób dyskursywny⁴², a nawet dialektyczny⁴³. Jednocześnie neoserial zachowuje przystępną, a więc efektywną komunikacyjnie formę, dzięki czemu przekaz jego jest zrozumiały dla przeciętnego odbiorcy (choć poziomy zrozumienia mogą być różne w zależności od kompetencji komunikacyjnych poszczególnych odbiorców).

Można powiedzieć, że przystępna audiowizualna forma neoserialu, w połączeniu ze świadomością obcowania z dziełem sztuki (audiowizualnej) lub przedmiotem

³⁹ Por. Gottfried Boehm, *Representation, Presentation, Presence: Tracing the Homo Pictor*, [w:] *Iconic Power Materiality and Meaning in Social Life*, red. Jeffrey C. Alexander, Dominik Bartmanski, Bernhard Giesen, New York: Palgrave Macmillan, 2012, s. 15-24.

⁴⁰ A. Kisielewska, *Telewizja- zmierzch i renesans. Perspektywa polska*, [w:] *Film, telewizja i sztuki wizualne w dobie nowych mediów*, red. M. Marczak. Olsztyn: Wyd. Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego, 2014, s. 119-1310; D. Myślak, M. Siudak, *Media – dziennikarze – odbiorcy: wybrane zagadnienia z problematyki mediów społecznościowych*, Olsztyn: Wyd. UWM, 2017; *Od naturalizacji do funkcjonalizacji: Taktyki użytkowania serwisu Instagram*, red. M. Babecki, S. Żyliński, Olsztyn: Wyd. UWM, 2018; A. Naruszewicz-Duchlińska, *Zasady komunikacji internetowej*, [w:] *Polszczyzna na co dzień: ABC dobrego mówcy, językowy savoir-vivre, redagowanie tekstów, komunikacja internetowa, wzory tekstów użytkowych i inne*, redaktor naukowy Mirosław Bańko, Warszawa: Wyd. Nauk. PWN, 2022, s. 315-347; A. Naruszewicz-Duchlińska, *Portal internetowy jako przestrzeń publiczna i prywatna (na przykładzie genezanazwisk.pl)*, „Annales UMCS Sectio FF, Philologiae” 2023, t. 41, nr 2, s. 187-194.

⁴¹ G. Wysocki, *Epidemia chronicznej serialoży*, „Dwutygodnik.com” 2011, nr 7 <https://www.dwutygodnik.com/artukul/2395-epidemia-chronicznej-serialozy.html> [dostęp 19. 8. 2024].

⁴² Można podać wiele przykładów seriali, które – traktowane jako całość – stanowią pogłębioną refleksję nad współczesnością w różnych jej aspektach. Przykładem tego jest brytyjski serial *Czarne lustro* (*The Back Mirror*), ale także *Młody papież* czy słynny *House of Cards*.

⁴³ Reprezentatywnym elementem neoserialu jest konstrukcja antybohatera, który w toku narracji rozwija się w ten sposób, że nie tylko przeczy wyobrażeniom o protagoniście klasycznego serialu, lecz także w trakcie trwania fabuły może przekształcać się w swoje zaprzeczenie. Por. K. Arcimowicz, *Antybohaterowie neoseriali – gra (z) wartościami*, „Ars inter Culturas” 2016, nr 5, s. 35-48.

kulturowym (artefaktem audiowizualnym), sprawiają, że komunikowane za ich pośrednictwem treści docierają do widza, a co więcej – pobudzają jego intelektualną aktywność. Widz zachęcony atrakcyjnością formy (i znajomym dla siebie językiem ruchomych obrazów połączonych z dźwiękiem), przyciągnięty raz do ekranu, także dzięki stosowanym technikom perswazyjnym (zjawisko *binge watching*⁴⁴), czyni wysiłek intelektualny, żeby dotrzeć do znaczeń, które nie są oczywiste i ujawniają się stopniowo w trakcie pogłębianego, analitycznego odbioru. Część widzów traktuje oglądany całymi sezonami serial jako rodzaj łamigłówki lub intelektualnej gry, która jest atrakcyjna, bo „wciąga” i obiecuje na każdym kroku coraz to nowe niespodzianki i odkrycia. Stworzono język, który jest pojemny i wydaje się zdolny transmitować każdy typ wartości. Przykładem przekazywania najbardziej konserwatywnych, tradycyjnych chrześcijańskich wartości, w pełnej zgodzie z kerygmatem przekazany w ewangeliach, jest serial *The Chosen*, perfekcyjnie realizujący typowe cechy neoserialu. Z kolei wszechstronną refleksję nad współczesnością, zwłaszcza nad światem mediów, prezentuje brytyjski serial *Czarne lustro (The Black Mirror)*. Przykładów można by przytoczyć całkiem sporo.

Istotna jest zatem forma, a nawet całe strategie związane z tym, w jaki sposób we współczesnych przekazach audiowizualnych owe treści dyskursywne są komunikowane. Przy tym pierwsza, najbardziej ogólna refleksja dotyczy tego, że nie możemy mówić o jednolitej treści komunikatu zawartego w utworze (przekazie audiowizualnym), np. w postaci przesłania. Na ogół rozmaite treści są rozlokowane w różnorodny sposób, w różnych proporcjach, w wielu różnych elementach struktury danego przekazu audiowizualnego⁴⁵. Oznacza to, że częściowe znaczenia są zakodowane i przekazywane w różnych warstwach⁴⁶ utworu audiowizualnego i poprzez różne elementy jego struktury (zob. kształtowanie znaczenia i konstruowanie znaczenia wg Prylucka). W konsekwencji dzieje się tak, że na ogół nie wszystkie znaczenia są aktualizowane na raz, w tym samym czasie, na osi temporalnego odbioru, a także nie wszystkie są odczytywane przez każdego odbiorcę. Jednakże, paradoksalnie, owa złożoność kodowania treści jest tak intrygująca dla widzów, że angażują się oni w odbiór na tyle aktywnie, iż efektywność audiowizualnego komunikatu jest całkiem spora. Oznacza to, że konkretny przekaz, kierowany do odbiorcy poprzez audiowizualny kanał, dociera do niego i jest przez niego dekodowany w mniejszym lub większym stopniu – prawdopodobnie jednak w większym, niż w wypadku przekazu tekstu werbalnego (np. artykułu prasowego czy tekstu w podręczniku akademickim lub naukowej monografii, jaką jest współczesna książka filozoficzna). Dokonanie miarodajnej oceny wymaga jednak przeprowadzenia badań empirycznych. Na tym etapie należy polegać na wnioskowaniu oraz intuicji. Stąd jest to moja hipoteza, a tekst niniejszy ma charakter sygnalizacyjny.

⁴⁴ G. Wysocki, op. cit.

⁴⁵ Por. C. Pryluck, op. cit., s. 63-88.

⁴⁶ R. Ingarden, *Widowisko kinematograficzne („film”)*, [w:] idem, *O dziele literackim*, Warszawa: PWN, 1988, s. 400-405.

Bibliografia

- Alexander, Jeffrey C. i Bartmański, Dominik, *Materiality and Meaning in Social Life: Toward an Iconic Turn in Cultural Sociology*, [w:] *Iconic Power. Materiality and Meaning in Social Life*, eds. Jeffrey Alexander, Dominik Bartmański, Bernhard Giesen, New York: Palgrave Macmillan New York, 2012, s.1-12.
- Arcimowicz, K., *Antybohaterowie neoseriali – gra (z) wartościami*, „Ars inter Culturas” 2016, nr 5, s. 35-48.
- Ascott, R., *Telematic Embrace: Visionary Theories of Art, Technology, and Consciousness*, ed. Edward A. Shanken, Berkeley: University of California Press, 2003.
- Barthes, R., *Podstawy semiologii*, tłum. A. Turczyn, Kraków: Wyd. Uniwersytetu Jagiellońskiego, 2009.
- Boehm, Gottfried, *Representation, Presentation, Presence: Tracing the Homo Pictor*, [w:] *Iconic Power Materiality and Meaning in Social Life*, red. Jeffrey C. Alexander, Dominik Bartmański, Bernhard Giesen, New York: Palgrave Macmillan, 2012, s. 15-24.
- Czarnowski, S., *Dzieła*, t.1, *Studia z historii kultury*, oprac. N. Assorodobraj-Kula i S. Ossowski, Warszawa: PWN, 1956.
- Gadacz, T., *Historia filozofii XX wieku. Nurty*, t.1, Kraków: Znak, 2009.
- Griffin, E., *Podstawy komunikacji społecznej*, tłum. O. i W. Kubinowscy oraz M. Kacmajor, Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, 2003.
- Gwóźdź, A., *Wokół teorii tekstu filmowego*, [w:] *Analizy i syntezy. Z badań porównawczych nad filmem*, red. A. Helman, A. Gwóźdź, Warszawa-Katowice-Kraków: PWN, Uniwersytet Śląski, 1980, s. 65-89.
- Helman, A., *Podmiot*, hasło, [w:] eadem, *Słownik pojęć filmowych*, t. 5., red. A. Helman, Wrocław: Wiedza o Kulturze, 1993, s.71-118.
- Helman, A., *Teorie komunikacji audiowizualnej*, [w:] A. Helman, J. Ostaszewski, *Historia myśli filmowej. Podręcznik*, Gdańsk: Słowo-Obraz-Terytoria, 2007, s. 209-230.
- Hopfinger, M., *Komunikacja filmowa a wzory kultury literackiej*, [w:] *Analizy i syntezy. Z badań porównawczych nad filmem*, red. A. Helman, A. Gwóźdź, Warszawa-Katowice-Kraków: PWN, Uniwersytet Śląski, 1980, s. 163-179.
- Hopfinger, M., *Komunikacja filmowa lat dwudziestych i trzydziestych w Polsce wobec tradycji kultury literackiej*, „Prace Historycznoliterackie. Zeszyty Naukowe UJ” 1980, z. 40, s. 21-34.
- Ingarden, R., *Widowisko kinematograficzne („film”)*, [w:] idem, *O dziele literackim*, Warszawa: PWN, 1988, s. 400-405.
- Jakobson, R., *Poetyka w świetle językoznawstwa*, „Pamiętnik Literacki” 1966, nr 51/2, s. 431-473.
- Kawecki CSsR, W., *Komunikacja medialno-kulturowa*, Warszawa: Wyd. Naukowe UKSW, 2021.
- Kawecki W. CSsR, *Wizualność kultury i teologii*, [w:] *Kultura wizualna- teologia wizualna*, red. W. Kawecki i in., Warszawa: Wyd. Naukowe UKSW, 2011.
- Kempna, M., *Religijność jako paratekst. Na obrzeżach teorii filmu religijnego*, [w:] *Pogranicza audiowizualności*, red. Andrzej Gwóźdź, Kraków: UNIVERSITAS, 2010, s. 258-259.
- Kempna-Pieniążek, M., *Formuły duchowości w kinie najnowszym*, Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, 2013.
- Kisielewska, A., *Telewizja- zmierzch i renesans. Perspektywa polska*, [w:] *Film, telewizja i sztuki wizualne w dobie nowych mediów*, red. M. Marczak, Olsztyn: Wyd. Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego, 2014, s. 119-131.
- Kluszczyński, R. W., *Konceptualizm i sztuka interaktywna: analiza polskich przykładów*, „Sztuka i Dokumentacja” 2012, nr 6, s. 73-78.
- Kultura-komunikacja-literatura. Studia nad XX wiekiem*, red. S. Żółkiewski, M. Hopfinger, Wrocław-Warszawa-Kraków-Gdańsk: Ossolineum, 1976.
- Marczak, M., *Persuasive and Communicative Potential of Hagiographic Narrative Structures in Screen Representations of the Polish Underground Soldiers Struggling for Independence after World War II*, „Studia Religioznawcze” 2018, tom 51, nr 2, s. 115-128.
- Marczak, M., *Poetyka filmu religijnego*, Kraków: ARKANA, 2000.

- McLuhan, M., *Galaktyka Gutenberga*, tłum. Andrzej Wojtasik, red. nauk. G. Godlewski, K. Kukiełko-Rogozińska, Warszawa: Narodowe Centrum Kultury, 2017.
- Mitchell, W.J. T., *Zwrot piktorialny*, tłum. M. Drabek, „Kultura Popularna” 2009, nr 1(23), s. 4-19.
- Mitchell, W.J. T., *Picture Theory*, Chicago: University of Chicago Press, 1995.
- Myślak, D. i Siudak, M., *Media – dziennikarze – odbiorcy: wybrane zagadnienia z problematyki mediów społecznościowych*, Olsztyn: Wyd. UWM, 2017.
- Naruszewicz-Duchlińska, A., *Zasady komunikacji internetowej*, [w:] *Polszczyzna na co dzień : ABC dobrego mówcy, językowy savoir-vivre, redagowanie tekstów, komunikacja internetowa, wzory tekstów użytkowych i inne*, red. Mirosław Bańko, Warszawa: Wyd. Nauk. PWN, 2022, s. 315-347.
- Naruszewicz-Duchlińska, A., *Portal internetowy jako przestrzeń publiczna i prywatna (na przykładzie genezanazwisk.pl)*, „Annales UMCS Sectio FF, Philologiae” 2023, t. 41, nr 2, s. 187-194.
- Nowoczesność jako doświadczenie: dyscypliny – paradygmaty – dyskursy*, red. Anna Zaidler-Janiszewska, Ryszard Nycz, Warszawa: Wydawnictwo Szkoły Wyższej Psychologii Społecznej „Akademica”, 2008, s. 234.
- Od naturalizacji do funkcjonalizacji. Taktyki użytkowania serwisu Instagram*, red. M. Babecki, S. Żyliński, Olsztyn: Wyd. UWM, 2018.
- Ovidius Naso, Publius, *Metamorfozy*, tłum. Anna Kamieńska, Wrocław: Ossolineum, 1996.
- Pisarek, W., *Funkcje komunikowania*, [w:] idem, *Wstęp do nauki o komunikowaniu*, Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, 2008, s. 156-181.
- Pisarek, W., *Wstęp do nauki o komunikowaniu*, Warszawa: Wyd. Akademickie i Profesjonalne, 2008.
- Pitrus, A., *Zanurzony. O sztuce Billa Violi*, Kraków: Wyd. Uniwersytetu Jagiellońskiego, 2015.
- Płazewski, J., *Język filmu*, Warszawa: WAI, 1961.
- Pryluck, C., *Źródła znaczenia w filmie i telewizji*, tłum. Jolanta Mach, Warszawa: WAI, 1988.
- Regiewicz, A., *Katechezy w obrazach. Kerygmaticzne czytanie filmu*, Kraków: SERAFIN, 2013.
- Sermon, P., *Telematic Dreaming*, “LeonardoThe MIT Press” 2000, vol. 33, nr 2.
- Sermon, P., *The emergence of user-and performer-determined narratives in telematic environments*, [w:] *Networked Narrative Environments as Imaginary Space of Being*, ed. Andrea Zapp, Manchester: Manchester Metropolitan University, 2004, p. 82-99.
- Scheler, M., *Materialne apriori w etyce*, „Znak” 1967, nr 12 (162), s. 1512-1543.
- Spottiswoode, R., *A Grammar of the Film. An Analysis Of Film Technique*, Berkeley and Los Angeles: University of California Press, 1950, <https://dn720500.ca.archive.org/0/items/grammaroffilm00raym/grammaroffilm00raym.pdf> [dostęp 19.08. 2024].
- Świat wartości i jego reprezentacje we współczesnych filmach i serialach*, red. T. Adamski, i K. Arcimowicz, K. Citko, E. Kępa, Warszawa: Wyd. VEDA, 2018.
- Tatarkiewicz, W., *Przeżycie estetyczne*, [w:] idem, *Dzieje sześciu pojęć*, Warszawa: PWN, 1975, s. 361-392.
- Wark, M., *Telesthesis. Communication, Culture and Class*, Cambridge: Polity Press, 2012, https://www.academia.edu/44208880/Telesthesis_Communication_Culture_and_Class [dostęp 19.08. 2024].
- Worth, S., *Poznawcze aspekty sekwencji w komunikacji audiowizualnej*, tłum. L. i W. Kalaga, „Kino” 1977, nr 4, s. 26-30.
- Worth, S. i Gross, L., *Strategie symboliczne*, [w:] *Panorama współczesnej myśli filmowej*, red. A. Helman, Kraków: UNIVERSITAS, 1992, s. 55-68.
- Worth, S., Gross, L., *Studying Visual Communication*, Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1981.
- Wysocki, G., *Epidemia chronicznej serialozy*, Dwutygodnik.com 2011, nr 7, <https://www.dwutygodnik.com/artukul/2395-epidemia-chronicznej-serialozy.html> [dostęp 19.08. 2024].
- W stronę kina filozoficznego*, red. Urszula Tes, Kraków: WAM, 2011.
- Zawojski, P., *Trzecia kultura a cyberkultura*, <http://www.zawojski.com/2008/11/05/trzecia-kultura-a-cyberkultura/>, data publikacji: 5.11. 2008 [dostęp 10.10.2024].

Biogram

Mariola Marczak – doktor habilitowana, profesor Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie, kierownik Katedry Badań Mediów w Instytucie Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej. Filmoznawca, medioznawca; zajmuje się badaniami sztuk i mediów audiowizualnych w kontekście estetycznym i komunikacyjnym. W latach 2009-2021 redagowała czasopismo naukowe „Media-Kultura-Komunikacja Społeczna” (2018-2021 – jako redaktor naczelna). Autorka książek i artykułów naukowych na temat filmu religijnego, teologii filmu, genologii filmu, wartości, komunikacyjnego potencjału przekazów audiowizualnych, kina polskiego i europejskiego, m. in.: *Poetyka filmu religijnego* (2000), *Niepokój i tęsknota. Kino wobec wartości. O filmach Krzysztofa Zanussiego* (2011), *Valerio Zurlini. Liryczny egzystencjalista europejskiego kina* (2021). Członkini SIGNIS Polska i SIGNIS Europe (World Catholic Organization for Communication) oraz Polskiego Towarzystwa Badań and Filmem i Mediami (PTBFM); zasiadała w jury ekumenicznych międzynarodowych festiwalu filmowych, m. in. *Locarno FF*, *Popoli e religioni. Terni Film Festival*, *Cannes FF*, *Prison Movie IFF*.

Adam Błaszczok

Katedra Badań Mediów UWM w Olsztynie

Konwencjonalne modele scenariusza filmowego i ich kulturowe modyfikacje

Conventional models of film scripts and their cultural modifications

Abstract

The aim of the presented article is to highlight the differences in the approach of European and American filmmakers regarding the use of conventional screenplay models in film production, with particular emphasis on industry practices. According to the author, the differing practices in this area stem from several key reasons, primarily cultural and social differences, which directly influence a different approach to the issue of film production financing. The article identifies developmental trends in European and American screenwriting, stemming on the one hand from existing globalization and technological processes, and on the other hand from centrifugal movements emerging in the film industry. Conventional models used in film production are characterized, taking into account both discussed centers, thus selected films representative of the topic are discussed as examples. It is shown, that the American center dominates over the European one both in organizational terms and in terms of the level of professionalization. At the same time, attention is drawn to the acceleration of globalization processes in the film industry, which also affect the discussed centers. These changes are particularly visible in Europe, which consequently leads to the convergence of European and American screenwriting in certain aspects.

Keywords

film scripts, conventional models of film scripts, specificity of American film production, specificity of European film production

Abstrakt

Celem przedstawionego artykułu jest ukazanie – ze szczególnym uwzględnieniem punktu widzenia praktyki branżowej – różnic w podejściu twórców europejskich i amerykańskich do zagadnienia wykorzystywania w produkcji filmowej konwencjonalnych modeli scenariuszy filmowych. Zdaniem autora publikacji funkcjonujące w tym obszarze odmienne praktyki wynikają z kilku zasadniczych przyczyn, do których można zaliczyć przede wszystkim różnice kulturowe i społeczne – co bezpośrednio wpływa na inne podejście do problemu finansowania produkcji filmowej. Wskazane zostały tendencje rozwojowe w scenopisarstwie europejskim i amerykańskim, wynikające z jednej strony z istniejących procesów globalizacyjnych i technologicznych, z drugiej zaś z pojawiających się w branży filmowej ruchów odśrodkowych. Scharakteryzowano konwencjonalne modele stosowane w produkcji filmowej z uwzględnieniem obu omawianych obszarów. Omówiono wybrane filmy reprezentatywne dla przedstawianego zagadnienia. Wykazano, że amerykański system produkcji filmowej przeważa nad europejskim zarówno pod względem organizacyjnym, jak też ze względu na poziom profesjonalizacji. Jednocześnie zwrócono uwagę na przyspieszenie procesów globalizacyjnych w branży filmowej, które są czynnikami determinującymi zmiany zarówno w Europie, jak i w Stanach Zjednoczonych.

Słowa kluczowe

scenariusz filmowy, modele konwencjonalne scenariusza filmowego, specyfika amerykańskiej produkcji filmowej, specyfika europejskiej produkcji filmowej

Wstęp

Film jest uniwersalnym medium zdolnym przekazywać różnorodne informacje w bardzo przyswajalny sposób. Może stanowić mało wyszukaną rozrywkę dla mas społeczeństwa, ale może być także adresowany do wyspecjalizowanych grup odbiorców, niosąc przy tym oryginalne treści o znaczącym potencjale merytorycznym i intelektualnym. Bywa wykorzystywany w propagandzie, w reklamie, w spotach wyborczych, ale niekiedy staje się także tworzywem w działaniach artystycznych, jak choćby w dziełach wybitnego polskiego performerera Cezarego Bodzianowskiego¹. Jego adresatami mogą być zarówno niemowlęta, które poprzez telewizyjny kanał Duck TV² poddawane są stymulacji za pomocą podstawowych bodźców wizualnych i dźwiękowych, jak i dojrzały odbiorca TVP Kultura, skupieni na kontemplacji sztuki teatralnej. Lista zastosowań filmu jest niezwykle długa, co wpływa na jego zróżnicowanie. Jako obiekt badań ukazuje on swoje niezliczone formy wymykające się teoretycznym podziałom i interpretacjom prawnym³. Zgłębiając jego istotę, dochodzimy do wniosku, że jest różnorodnie skonstruowany, a różnice te mogą wynikać z wielu przyczyn.

Jedną z przyczyn różnorodności utworu filmowego jest zastosowanie przez twórców określonego modelu dramaturgicznego. Jego wybór w dużej mierze zależy od tego, w jakiej kulturze produkcyjnej dany film jest realizowany. W poniższym artykule chciałbym skupić się właśnie na tym aspekcie zróżnicowania filmu – a więc na różnicach w jego budowie, które wynikają z rodzaju miejsca, w jakim film powstał. Precyzując, chodzi mi o zbadanie różnicy w podejściu do stosowania klasycznych modeli dramaturgicznych w dwóch miejscach bardzo istotnych dla kinematografii – w Stanach Zjednoczonych i w Europie. Pragnę nadmienić, że w obu przypadkach zawężam pole swoich rozważań do kina profesjonalnego, odrzucając produkcje niezależne ze względu na ich olbrzymią różnorodność, wymykającą się możliwościom rzetelnego opisu w ramach niniejszego artykułu. Wybór Stanów Zjednoczonych i Europy jako obiektów badań jest spowodowany znaczącym pokrewieństwem kulturalnym obu regionów, tworzącym wspólnie uniwersum świata Zachodu, oparte na odniesieniach do antyku grecko-rzymskiego, chrześcijaństwa i Oświecenia. Wymienione elementy miały zasadniczy wpływ na kształtowanie się etosu moralnego współczesnych społeczeństw, a także na sposób pojmowania przez nie idei sztuki, w tym sztuk scenicznych, do których zaliczyć możemy także teatr i film. Zawężając zakres swoich poszukiwań do tych dwóch obszarów, świadom jestem, że istnieje również inne ważne przestrzenie, w których realizowane są filmy, takie jak Indie i Daleki Wschód. Choć są to miejsca o niezwykle ciekawej i wartościowej kulturze, oryginalnych tradycjach filmowych i dużych osiągnięciach, to nie są moim zdaniem właściwe do porównania w niniejszej publikacji ze względu na istotne różnice kulturowe oraz

¹ Culture.pl, *Cezary Bodzianowski*, <https://culture.pl/pl/tworca/cezary-bodzianowski> (dostęp 7.10.2024 r.).

² Duck TV, <https://www.ducktv.tv/> (dostęp 5.09.2024 r.).

³ A. Has-Tokarz, *Między słowem a obrazem: afiliacje literatury i filmu (perspektywa komparatystyczna)*, „Folia Bibliologica” 2006/2007nr XLVIII/XLIX, s. 87-114.

inne dodatkowe czynniki komplikujące proces analityczny, takie jak znacząco odmienna historia i kwestie polityczne.

W artykule wykorzystałem metodologię badań jakościowych i studium przypadku. Skupiłem się na współczesnych koncepcjach scenariuszowych preferowanych i stosowanych w ciągu kilku ostatnich dekad. Wybrane do analizy klasyczne modele dramatyczne uznałem za reprezentatywne dla obu omawianych regionów – są one w nich dobrze znane i powszechnie stosowane. Teoria struktury trzech aktów utworu oparta jest o prace Arystotelesa i trwale wpisana w mechanizm postrzegania opowieści przez człowieka kultury zachodniej.

Pracę oparłem w dużej mierze na literaturze i publikacjach naukowych oraz branżowych, preferując autorów mających doświadczenie praktyczne w dziedzinie scenopisarstwa i reżyserii filmowej⁴. Posiłkowałem się także opiniami specjalistów bez dorobku naukowego, ale za to ze znaczącymi osiągnięciami zawodowymi. W pewnym stopniu korzystałem również z własnych obserwacji jako osoby związanej z branżą filmową od kilkunastu lat.

W poniższym artykule uznałem obszar Europy za przestrzeń wspólną, charakteryzującą się pewnymi specyficznymi cechami. Owe cechy zdecydowałem się uznać za wystarczające, aby potraktować Europę jako ten sam przedmiot badań – choć trzeba przyznać, że nie jest to decyzja pozbawiona wad. Istnieje bowiem wielka różnorodność poszczególnych kinematografii w obszarze europejskim o odmiennych rozwiązaniach organizacyjnych; jednak wspomniane elementy wspólne w mojej ocenie przeważają.

Przegląd konwencjonalnych modeli dramatycznych stosowanych w scenopisarstwie

Konwencjonalne modele dramatyczne to schematy budowy utworu filmowego oparte o prace Arystotelesa oraz różne ich warianty powstałe głównie w XX wieku, a także modele opracowane na gruncie teorii Josepha Campbella. Termin ten stosowany jest m.in. przez Lindę Aronson i szczegółowo opisany w książce pt. *Scenariusz na miarę XXI wieku. Obszerny przewodnik po technikach pisania nowoczesnych scenariuszy filmowych*⁵. Modele konwencjonalne chętnie stosowane są w tych scenariuszach, w których rysuje się silny konflikt, a bohater posiada wyrazistą osobowość.

Arystoteles ustanowił podział utworu scenicznego na trzy części – początek, środek i koniec (*protasis, epitasis i katastrofa*), tworząc w ten sposób fundamentalne prawo odnoszące się do procesu konstruowania opowieści przeznaczonych dla sztuk scenicznych. Jest to schematy oparty na logice, łatwy do zastosowania przez twórców oraz przewidywalny i zrozumiały dla widzów. Najważniejszą jego cechą jest linearny przebieg osi czasu. Oznacza to, że opowiadana historia rozwija się w układzie „od przeszłości ku przyszłości”. Drugim ważnym elementem teorii Arystotelesa jest występowanie w utworze

⁴ Reżyserzy filmowi często są także twórcami własnych scenariuszy.

⁵ L. Aronson, *Scenariusz na miarę XXI wieku. Obszerny przewodnik po technikach pisania nowoczesnych scenariuszy filmowych*, tłum. A. Kruk, Warszawa 2019, s. 73.

jednego tylko protagonisty, wokół którego organizowane są wszystkie wątki – trzecim natomiast podział struktury na trzy części (zwane aktami). Akty te pełnią określone funkcje. Pierwszy przedstawia bohatera w otaczającym go świecie oraz charakteryzuje jego wyzwanie. W drugim akcie następują komplikacje i pojawia się zmaganie protagonisty z trudnościami, natomiast w akcie trzecim główny problem ulega rozwiązaniu⁶.

Choć w chwili tworzenia swojej teorii Arystoteles nie miał pojęcia, że kiedyś narodzi się film, to jednak twórcy nowego medium szybko zorientowali się, że jego prace mogą być dla nich przydatne. Nietrudno było im dojść do takiego wniosku, ponieważ wcześniej sprawdziły się one w świecie teatru. Biorąc pod uwagę fakt, iż publiczność filmowa miała charakter masowy i charakteryzowała się często niewyszukanym gustem, naturalnym działaniem twórców filmowych było poszukiwanie najbardziej przyswajalnych dla przeciętnego odbiorcy sposobów opowiadania historii. Struktura trzech aktów idealnie się do tego nadawała. Oparta na chronologii i wynikających z niej logicznych następstwach, była najbliższa naturalnemu doświadczeniu zwykłych ludzi. Trudno się dziwić, że została zaakceptowana zarówno przez publiczność, jak i twórców, a z czasem, przez wielokrotne zastosowania, została utrwalona w ich świadomości.

Zastosowanie modelu trzech aktów w scenopisarstwie filmowym wymagało jednak pewnych modyfikacji. Zaistniała bowiem potrzeba swego rodzaju unowocześnienia teorii Arystotelesa i dostosowania jej do potrzeb branży filmowej. Pojawili się autorzy, którzy zaczęli szczegółowo projektować oparte na tej teorii nowe modele. Trudno jest wymienić je wszystkie, ale na szczególną uwagę zasługuje praca amerykańskiego scenarzysty i producenta Syda Fielda, który swoje spostrzeżenia dotyczące budowy strukturalnej utworu filmowego opisał w książce pt. *Screenplay: The Foundations of Screenwriting*⁷. W jego modelu wyróżnić możemy następujące elementy: podział utworu na trzy akty, chronologiczny układ mniejszych struktur (sekwencji i scen), dwa punkty zwrotne w akcji oraz wyróżnienie w niej punktu środkowego, określanego mianem *midpoint* (ryc. 1).

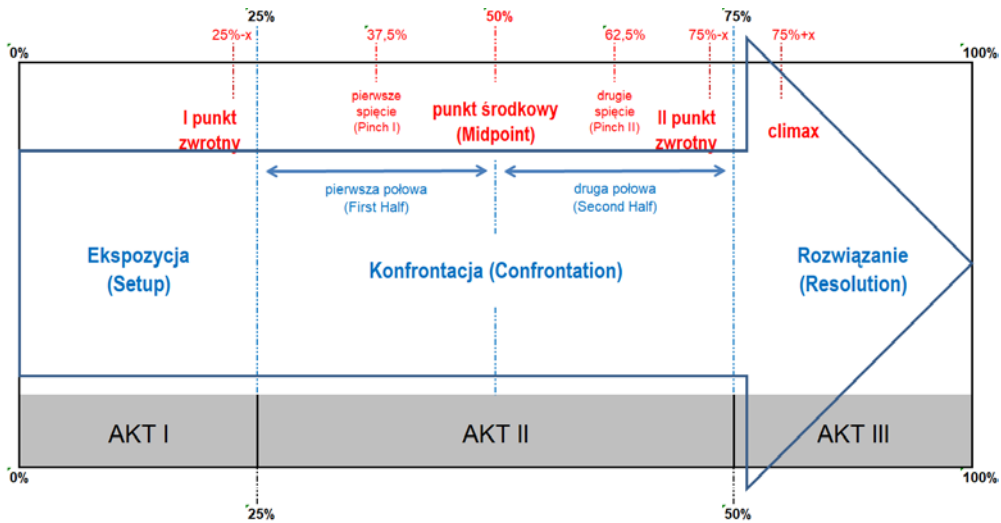
Model Fielda w gruncie rzeczy polega na rozwinięciu klasycznej teorii trzech aktów poprzez dodanie do niego kilku nowych elementów. Pojawia się też w nim tendencja do precyzyjnego określania położenia poszczególnych struktur (choć schemat Fielda nie jest jeszcze szczególnie rygorystyczny w tej kwestii). Dążenie do precyzji jest cechą charakterystyczną modeli powstających w Stanach Zjednoczonych. I chociaż Syd Field nie był pierwszym autorem, który podjął się próby modyfikacji teorii Arystotelesa na potrzeby kina, to jego praca zdobyła szerokie uznanie w branży scenopisarskiej, ugruntowując dominację struktury trzyaktowej w świecie filmu (dodajmy, że schemat, który ów twórca zaproponował, nazwano paradygmatem⁸).

Ważnym etapem rozwoju modeli dramaturgicznych było dostrzeżenie przez badaczy specyficznego sposobu opowiadania, występującego w podaniach ludowych i mitach.

⁶ Arystoteles, *Poetyka*, tłum. H. Podbielski, Wrocław 1983.

⁷ S. Field S., R. Rilla, *Pisanie scenariusza filmowego*, tłum. W. Wertenstein, B. Pankau, Warszawa 1998.

⁸ A. Borowiecki, *Sześć etapów struktury fabularnej według teorii Michaela Hauge. Studium przypadku filmu Bogowie*, „Media i Społeczeństwo” 2019 nr 11, s. 364-379.



Rys. 1. Schemat przedstawiający model dramaturgiczny proponowany przez Syda Fielda – tzw. „paradygmat”

Źródło: opracowanie własne.

Zainspirowany dokonaniem m. in. Jamesa Frazera⁹, Zygmunta Freuda, Carla G. Junga i Ottona Ranka¹⁰, amerykański pisarz i religioznawca Joseph Campbell podjął szczegółowe studia nad tym zagadnieniem i skonstruował stworzył pojęcie „monomitu”, oznaczające cykl podróży bohatera w opowieści. W swojej książce pt. *Bohater o tysiącu twarzy*¹¹ badacz ten, zainspirowany kulturą i religią Dalekiego Wschodu¹² oraz pracami Władimira Proppa (o czym wspominał Eleazar Mieleński¹³) przekonywał, że wszystkie mity charakteryzuje uniwersalna struktura¹⁴. Elementem wspólnym dla mitu i fabuły filmowej jest postać bohatera odbywającego wyprawę, w której Campbell wyróżnił trzy zasadnicze etapy: odejście, inicjację i powrót¹⁵. W każdej z wymienionych faz podróży badacz ten wyszczególnił dodatkowo pomniejsze części, których łącznie było aż siedemnaście.

Teoria zaproponowana przez Campbella przypomina rozszerzoną strukturę trzech aktów, w której, tak jak u Arystotelesa, można wyróżnić trzy główne części. W obu przypadkach mamy do czynienia z jednym głównym bohaterem oraz z kolejnością wydarzeń ułożoną chronologicznie. Jednak istotą modelu Campbella jest przedstawienie go

⁹ A. Korczak, *Synkretyzm Josepha Campbella*, „IDEA- Studia nad strukturą pojęć filozoficznych” nr XXIX/12017, s. 142-159.

¹⁰ J. Campbell, *Mityczny obraz*, tłum. A. Przybysławski, T. Sieczkowski, Warszawa 2004.

¹¹ J. Campbell J., *Bohater o tysiącu twarzy*, tłum. A. Jankowski, Kraków 2013.

¹² A. Korczak, *Indyjskie inspiracje teorii mitu Mircei Eliadego i Josepha Campbella*, Warszawa 2016.

¹³ E. Mieleński, *Pochodzenie eposu bohaterskiego. Wczesne formy i archaiczne zabytki*, tłum. P. Rojek, Kraków 2009.

¹⁴ J. Campbell, *Bohater o tysiącu twarzy*, tłum. A. Jankowski, Kraków 2013, s. 34-35.

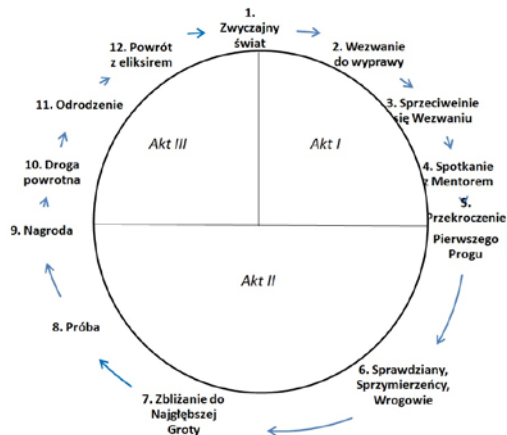
¹⁵ Tamże, s. 43.

w kształcie koła, a nie linii prostej – ponieważ teoria Campbella zakłada powrót bohatera do punktu wyjścia akcji.

Między klasycznym modelem a modelem Campbella występuje jeszcze jedna zasadnicza różnica, wynikająca z innego postrzegania rozwoju wewnętrznego protagonisty. U Arystotelesa bohater ulega głębokiej przemianie i ma ona charakter nieodwracalny, natomiast w modelu Campbella zmienia się on tylko częściowo, aby wrócić do harmonii swojego dawnego świata.

Podobnie jak w przypadku prac Arystotelesa, teoria Campbella musiała zostać dostosowana do potrzeb filmu. Krytycznej analizie poddał ją Christopher Vogler, który współpracując z dużymi studiami filmowymi, dostrzegł w niej znaczny potencjał. Na jej podstawie stworzył własną koncepcję, którą opisał w książce pt. *Podróż autora. Struktury mityczne dla scenarzystów i pisarzy*¹⁶. Model Voglera zachował najważniejsze cechy koncepcji Campbella, a więc podział fabuły na trzy akty, obecność jednego bohatera i zastosowanie chronologicznego układu wydarzeń. Zmniejszyła się jednak w nim (z 17 do 12) liczba mniejszych elementów. Obie koncepcje zostały też przedstawiane w kształcie koła, a więc obie zakładają charakterystyczny model rozwoju protagonisty. Zarówno Campbell, jak i Vogler, podobnie określają również wielkość aktów: pierwszego na 25, drugiego na 50 i trzeciego na 25 proc. całości utworu¹⁷.

Schemat Voglera nie jest tak uniwersalny, jak typowa struktura trzyaktowa. Istnieje jednak pewna grupa filmów, które wydają się predysponowane do zastosowania tego modelu. Są to duże epickie dzieła opowiadające o walce dobra ze złem, w których bohater stara się przywrócić zaburzony porządek świata. Sztandarowym dziełem reprezentującym omawiany model jest film „Król Lew” z 2019 roku w reżyserii Jeffa Nathansona.



Rys.2. Schemat poglądowy przedstawiający koncepcję podróży bohatera według Christophera Voglera

Źródło: opracowanie własne.

¹⁶ Ch. Vogler, *Podróż autora. Struktury mityczne dla scenarzystów i pisarzy*, tłum. M. Kosińska, Warszawa 2010.

¹⁷ Tamże, s. 6.

Znaczenie konwencjonalnych modeli dramaturgicznych

Amerykańska konsultantka projektów filmowych i wykładowczyni akademicka Sheila Curran Bernard twierdzi, że dramatyczna struktura trzyaktowa jest fundamentem hollywoodzkiego systemu filmowego¹⁸. System ten, jak wiemy, jest silnie rozbudowany i można się w nim doszukiwać cech produkcji przemysłowej, w której liczy się wydajność, ekonomia produkcji i specjalizacja. Corocznie w USA powstają setki nowych filmów fabularnych, które muszą zostać obsłużone przez różnych specjalistów na każdym etapie produkcji (także podczas przygotowywania scenariusza). W tym celu zatrudnia się tysiące scenarzystów i konsultantów. Według wyliczeń Robin Russin i Wiliam Missouri Downs w branży scenopisarskiej w Stanach Zjednoczonych w roku 2003 stale zatrudnionych było około 4000 osób¹⁹, przy czym 1500 z nich pisało scenariusze dla filmów fabularnych²⁰. Obecnie według danych Writers Guild of America, organizacji zrzeszającej scenarzystów amerykańskich, liczba jej stałych członków wynosi 10 tysięcy osób²¹. Wszyscy ci ludzie corocznie tworzą tysiące nowych projektów. Zanim jednak zapadnie decyzja o ich realizacji (a dzieje się tak jedynie w przypadku części z nich), projekty te muszą zostać w jakiś sposób przeanalizowane i ocenione. Dlatego wielkie studia filmowe zatrudniają analityków struktur fabularnych już na etapie tworzenia filmowych scenariuszy. Dzięki temu następuje preselekcja²², w ramach której scenariusze skonstruowane wadliwie pod względem struktury zostają odrzucone²³. Mamy zatem sytuację, w której przestrzeganie rygorów scharakteryzowanego przeze mnie paradygmatu (choć nie jest on formalnie obowiązujący) jest konieczne, gdyż odstępstwo od niego może zostać uznane za błąd. Linda Aronson dostrzega w opisanym zjawisku zagrożenie dla amerykańskiego scenopisarstwa, szczególnie w odniesieniu do młodych autorów, którym szczególnie trudno jest wyłamać się z obowiązującego schematu struktury trzyaktowej. Według niej taka sytuacja sprawia, że wiele scenariuszy może nie sprostać oczekiwaniom branży filmowej²⁴.

Utrwalenie opisanego paradygmatu w utworach filmowych może też sprawiać, że będzie on silniej oddziaływać na kulturę popularną, szczególnie w odniesieniu do jej najbardziej masowego sektora. O problemie tym pisze Christopher Vogler, określając taką sytuację mianem „imperializmu kulturowego”. Według niego, poprzez dystrybucję filmów amerykańskich, dochodzi do eksportu hollywoodzkich standardów, w tym technik scenariuszowych. Badacz ten podkreśla, że „Amerykańskie wartości i kulturowe przekonania

¹⁸ S. Curran Bernard, *Film dokumentalny. Kreatywne opowiadanie*, tłum. M. Bukojemski, Warszawa 2011.

¹⁹ Autorzy podają liczbę osób na podstawie danych Writers Guild of America.

²⁰ R. Rusin, W.M. Downs, *Jak napisać scenariusz filmowy*, tłum. E. Spirydowicz, Warszawa 2008, s.290.

²¹ Writers Guild of America, <https://www.wga.org/> (dostęp 7.10.2024 r.).

²² Ch. Vogler, *Podróż autora. Struktury mityczne dla scenarzystów i pisarzy*, tłum. M. Kosińska, Warszawa 2010, s. VIII.

²³ Przykładem może być bezpłatna platforma do oceny scenariuszy filmowych peer-to-peer ScriptMother, gdzie scenariusze są poddawane wstępnej ocenie 15 pierwszych stron. Dopiero wtedy, jeżeli recenzent zatwierdzi prawidłowość formatu i struktury utworu, następuje przekazanie go do dalszej oceny.

²⁴ A. Screenwriter, *Interview with Linda Aronson*, <http://adelaidescreenwriter.blogspot.com/2013/01/an-interview-with-linda-aronson.html> (dostęp 9.09.2024 r.).

społeczeństwa zachodniego grożą zduśnieniem wyjątkowego charakteru innych kultur. Wielu obserwatorów zauważa, że kultura amerykańska stała się kulturą światową²⁵. Jednak dla amerykańskich studiów filmowych, które nie otrzymują dotacji państwowych, kwestie rentowności inwestycji są najistotniejsze. Dlatego na wszelkie sposoby próbują one minimalizować ryzyko inwestycyjne i maksymalizować zyski z produkcji filmowej. Amerykańskie studia szukają zatem wszelkich sposobów, aby zrealizować swoje plany. Jednym z nich jest promowanie „bezpiecznej” konstrukcji filmu, opartej o model dramatyczny, który sprawdził się na rynku.

W przeciwieństwie do Stanów Zjednoczonych, europejska produkcja filmowa jest znacznie bardziej zdecentralizowana, a jej ekonomia w dużym stopniu opiera się na różnego rodzaju funduszach publicznych, powiązanych z finansowaniem państwowym. Należą do nich między innymi fundusze narodowe i regionalne (w Polsce jest to odpowiednio np. Polski Instytut Sztuki Filmowej czy Mazowiecki Fundusz Filmowy) oraz międzynarodowe (np. Euroimages²⁶). Możliwość korzystania ze środków zgromadzonych w wymienionych powyżej instytucjach sprawia, że twórcom filmowym łatwiej jest „spiąć budżet” i osiągnąć rentowność produkcji – co skutkuje wyraźnie mniejszą presją producentów wywieraną na pozostałych członków ekipy w wielu kwestiach. Zdecydowanie wyższy status reżysera w kinematografii europejskiej powoduje, że stosunek producentów do scenariusza jest mniej rygorystyczny. Europejscy reżyserzy wolą mieć ostatnie słowo w kwestiach realizacji filmu i zazwyczaj je mają. Sytuacji takiej sprzyja także rozdrobnienie produkcji filmowej w Europie. Wiele projektów powstaje w małych studiach produkcyjnych, powołanych do życia w celu realizacji konkretnego filmu. Często inicjatorem takiego przedsięwzięcia jest sam reżyser, pełniący jednocześnie funkcję producenta i scenarzysty. Sytuacja taka dotyczy w znacznej mierze młodych twórców, którym trudniej jest zdobyć zainteresowanie producentów; wówczas jedynym sposobem na zrealizowanie przez nich filmowego debiutu jest osobiste jego wyprodukowanie (nierzadko w oparciu o samodzielnie napisany scenariusz).

Niezwykle ważną różnicą dotyczącą procesu powstawania scenariusza w Stanach Zjednoczonych i w Europie jest kwestia liczby zaangażowanych w projekt scenarzystów. O ile w Europie przeważa idea pracy indywidualnej, to za oceanem mamy do czynienia z istnieniem grup scenarzystów wspólnie pracujących nad tekstem. Ponadto istnieje tam większa specjalizacja w zakresie zawodu scenarzysty. Ważną rolę pełnią na przykład konsultanci scenariuszowi (tzw. *script doktorzy*²⁷), których zadaniem jest m.in. sprawdzanie scenariuszy pod kątem poprawności ich struktury, oraz przygotowanie ostatecznej wersji tekstu.

W opisany wyżej sposób w Stanach Zjednoczonych utrwalane są – przez specjalistów z dużym dorobkiem zawodowym – zwyczaje i schematy związane z konstruowaniem

²⁵ Ch. Vogler, *Podróż...*, dz. cyt., s. XVIII.

²⁶ M. Materska, *Finansowanie kinematografii w Europie – rola publicznych funduszy wspierających produkcję filmową*, „Zarządzanie w kulturze” 2005 nr 6, s. 37-46.

²⁷ M. Hendrykowski, *Scenariusz filmowy. Teoria i praktyka*, Poznań 2016, s. 38.

scenariusza filmowego. Czy jest to właściwy kierunek postępowania? To pytanie postawili w swoich pracach R. Russin i W.M. Dawns, jednak nie rozstrzygnęły ostatecznie tej kwestii. Oprócz przytoczenia argumentów mówiących o pozytywnym wpływie konsultantów na proces powstawania scenariusza, autorzy ci wytoczyli także w stosunku do owych konsultantów (w nawiązaniu do ich dużych zarobków) oskarżenia o „pasożytnictwo i kanibalizm”²⁸.

Zawód konsultanta scenariuszowego obecny jest także w Europie, jednak jego znaczenie jest znacznie mniejsze. Przykładowo w Polsce zawód ten pojawił się stosunkowo niedawno i w praktyce oferowane w jego ramach usługi rzadko są wykorzystywane w rodzimej produkcji filmowej²⁹. Wpływ na to mogą mieć dwa czynniki – po pierwsze inny kontekst ekonomiczny europejskiej kinematografii, a po drugie odmienna tradycja filmowa, wywodząca się z wysokiej pozycji kina autorskiego w Europie. Podejście twórców europejskich do zagadnienia struktury scenariusza jest z pewnością bardziej zróżnicowane. Świadczą o tym filmy powstałe w Europie i wypowiedzi reżyserów na temat struktury scenariusza filmowego. W artykule Anny Sierdiukow pt. *Na początku było słowo*³⁰ możemy prześledzić polemikę autorki z polskimi reżyserami średniego pokolenia (Małgorzatą Szumowską, Bodo Koxem, Bartkiem Konopką i Tomaszem Wasilewskim) na temat struktury scenariusza filmowego³¹. Trzeba tu koniecznie nadmienić, że wymienieni twórcy często bywają autorami scenariuszy swoich filmów. Kiedy autorka zadała im pytanie o umiejscowienie w ich filmach punktów zwrotnych i kulminacji, reżyserzy odpowiedzieli następująco (zachowano oryginalną pisownię):

Ewidentnie wolę iść za emocjami niż za szablonem scenariusza zrodzonego w Hollywoodzie. Sztywne trzymanie się zasad jest dla ludzi bez wyobraźni. Oczywiście te sprawdzone myki, że w 20 minucie pierwszy twist, a pod koniec filmu kolejny, to zawsze działa, ale kompletnie mi to zwisa. Jak pokocham bohatera, to brak klasycznej struktury mi nie przeszkadza i nie doskwiera” (wypowiedź Bodo Koxa³²).

To wszystko jest już dość przestarzałe moim zdaniem, lubię wolność w kinie współczesnym. Jeśli nie chcesz być autorem kina czysto komercyjnego, to nie musisz poddawać się tego typu schematom” (wypowiedź Małgorzaty Szumowskiej³³).

²⁸ R. Rusin, W.M. Downs, Jak..., dz. cyt. s. 278.

²⁹ B. Hollender, *Czy polskie kino uleczą uzdrowiciele scenariuszy?* „Rzeczpospolita” z 1.08.2011 r., <https://www.rp.pl/film/art14352301-czy-polskie-kino-ulecza-uzdrowiciele-scenariuszy> (dostęp 10.10.2024 r.).

³⁰ A., Sierdiukow, *Na początku było...słowo*, „Filmpro” 2013 nr 3/15, s.7-11.

³¹ Tamże.

³² Tamże, s.11.

³³ Tamże.

Dla mnie punkty zwrotne nie mają zbyt wielkiego znaczenia (...). Oczywiście istnieją one w moich scenariuszach, nie zastanawiam się jednak nad nimi, kiedy piszę scenariusz. Nie mam planu, że w danej minucie filmu to a to się musi wydarzyć” (wypowiedź Tomasza Wasilewskiego³⁴).

Wolę dramaturgię emocji niż zdarzeń(...) (wypowiedź Bartka Konopki³⁵).

Choć przedstawione powyżej poglądy nie muszą być reprezentatywne dla wszystkich polskich twórców, to jednak wybrzmiewa z nich pewien ogólny ton, charakteryzujący się sceptycyzmem w stosunku do stosowania konwencjonalnych modeli dramaturgicznych. Kiedy wczytamy się w wypowiedzi przywołanych reżyserów, możemy wywnioskować, że doskonale znają oni ideę ich stosowania w scenariuszach, lecz wyżej cenią sobie niezależność twórczą. Jak sami przyznają, kino komercyjne ich nie interesuje – z czego wynika, że kwestie finansowe nie są dla nich najważniejsze. Mogą poświęcić się wyższemu celom niż zarabianie pieniędzy – ale tylko dlatego, że polski system finansowania produkcji filmowej oparty jest w znacznym stopniu o środki z budżetu państwa.

Czy jednak rzeczywiście stosowanie przez reżyserów filmowych konwencjonalnych modeli scenariuszy musi być równoznaczne z rezygnacją z ich artystycznych ambicji? Jeden z najwybitniejszych polskich reżyserów, Andrzej Wajda, w rozmowie z Wandą Werenstein na temat problemu bohaterów w swoich filmach, powiedział: „Sytuacja bezwyjściowa jest najbardziej interesującą sytuacją dramatyczną (...). Myślę, że poetyka Arystotelesa jest w większym stopniu dziś obowiązująca, niż o tym myślimy”³⁶. Co prawda reżyser nie był w swojej wypowiedzi tak skrupulatny, by przywołać wszystkie charakterystyczne elementy koncepcji Arystoteles (odniósł się jedynie do roli protagonisty w filmie). Wydaje się jednak, że twórca *Ziemi obiecanej* dobrze rozumie znaczenie myśli greckiego filozofa dla współczesnego kina (co moim zdaniem świadczy o dojrzałości).

Bardzo ciekawym przykładem łączenia w konstruowaniu scenariusza filmowego tradycji z nowoczesnością jest film duńskiego reżysera Nicolasa Vindinga Refna 2004 roku pt. *Pusher II – Krew na rękach*³⁷. Produkcja ta odniosła duży sukces i zdobyła wiele nagród filmowych³⁸. Choć w dziele tym widoczny jest znaczący wpływ postulatów Dogmy 95³⁹, to jednocześnie można w nim również dostrzec klasyczną, trzyaktową strukturę scenariusza. Można powiedzieć, że Refn podszedł do kwestii struktury filmu w bardzo konserwa-

³⁴ Tamże.

³⁵ Tamże.

³⁶ S. Janicki, *Przenoszenie pojęć na płótno ekranu*, (w:) W. Wertenstein (red.), *Wajda mówi o sobie*, Kraków 2000, s. 28-34.

³⁷ *Pusher II – Krew na rękach*, reż. Nicolas Winding Refn, Dania, Wielka Brytania 2004.

³⁸ Internet Movie Database, *Pusher II*, <https://www.imdb.com/title/tt0396184/> (dostęp 9.09.2024 r.).

³⁹ Dogma 95 (duń. *Dogme 95*) – to manifest artystyczny grupy twórców filmów awangardowych pochodzących z Danii podpisany 13 marca 1995. Jego autorami byli: Thomas Vinterberg, Lars von Trier, Kristian Levring i Søren Kragh-Jacobsen. Postulowali oni oszczędny w środki wyrazu styl pracy na planie filmowym, rezygnację z efektów specjalnych i innych dodatków odciągających uwagę od istoty kina. Swoje zasady opisali w 10 punktach. <https://www.scandinaviastandard.com/scandi-six-dogme95-films-you-need-to-see/>

tywny sposób: zastosował on bowiem w swoim dziele modelowy wręcz rozkład proporcji długości poszczególnych aktów (25-49-26 proc.)⁴⁰. Ponadto reżyser doskonale obsadził w roli protagonisty Madsa Mikkelsena oraz skonstruował w fabule silny, dominujący konflikt. Niewątpliwie Refn idealnie wykorzystał przy budowaniu swojego dzieła koncepcję Arystotelesa. W kontekście omawianego filmu należy zaznaczyć, że jest to koprodukcja duńsko-brytyjska⁴¹, a Refn to reżyser kształcający się także w Stanach Zjednoczonych.

Czynniki wpływające na kierunki rozwoju scenopisarstwa

Stany Zjednoczone i Europa pod względem podejścia do produkcji filmowej są jak dwa różne światy. Dzieli je nie tylko odległość geograficzna, ale także systemowe podejście do wielu zagadnień związanych z filmem, w tym do scenopisarstwa. Mimo to omawiane obszary cały czas przenikają się i współpracują ze sobą. Doświadczają, jak mało które branże, procesu globalizacji, który od samego początku kształtuje ich kinematografie. Transferowane są idee i kapitał, a ich najlepszymi nośnikami są sami ludzie.

Już w pierwszym okresie istnienia kinematografii można zauważyć olbrzymi wpływ imigrantów z Europy na rozwój branży filmowej w Stanach Zjednoczonych. Nie odnajdziemy wśród nich wyłącznie wybitnych artystów, lecz także ludzi prostych, szukających dla siebie nowego miejsca i zajęcia, których kapitałem było często jedynie życiowe doświadczenie, zaradność i przedsiębiorczość. Film jako branża jeszcze nie do końca zagospodarowana i zmonopolizowana dawał im możliwości dość swobodnego rozwoju. Wielu takich ludzi pochodziło z Europy Środkowej, jak choćby Samuel Goldwyn⁴², Luis B. Mayer oraz bracia Warner, założyciele wielkich wytwórni filmowych Metro-Goldwyn-Mayer i Warner Bros. Obok nich emigrowali również dojrzały twórcy. Przykładem reżysera, który odniósł duży sukces w Ameryce, jest Alfred Hitchcock. Urodzony w Wielkiej Brytanii, debiutował w zawodzie reżysera w 1922 roku, a tuż przed wybuchem II wojny światowej przeniósł się do Stanów Zjednoczonych – tam kontynuował karierę. Jak mało który reżyser z Europy Hitchcock wywarł znaczący wpływ na kinematografię amerykańską⁴³. Przypisuje mu się szczególny udział w rozwoju filmu kryminalnego, a Jerzy Płazewski nazwał go nawet niekoronowanym królem tego gatunku⁴⁴. Pracując w Stanach Zjednoczonych, Hitchcock niewątpliwie przejmował pewne sposoby pracy charakterystyczne dla kinematografii amerykańskiej, zwłaszcza w dziedzinie organizacji produkcji filmowej. Prawdopodobnie jednak dał więcej z siebie filmowi amerykańskiemu, niż od niego przejął. Oczywiście, jak każdy twórca, Hitchcock inspirował się pracą innych. Wiemy, że szczególnie doceniał niemieckich reżyserów czasów swojej młodości, od których przejął między innymi zdolność budowania napięcia wewnątrz sekwencji⁴⁵.

⁴⁰ Paradygmat przewiduje 25-50-25 proc.

⁴¹ Internet Movie Database, *Pusher II*, <https://www.imdb.com/title/tt0396184/> (dostęp 9.09.2024 r.).

⁴² A. Jonston, *The Great Goldwyn*, New York 1937, s. 35.

⁴³ J. Wojnicka, O. Katafiasz, *Słownik wiedzy o filmie*, Warszawa – Bielsko-Biała 2008, s. 367.

⁴⁴ J. Płazewski, *Historia Filmu*, Warszawa 2008, s. 324.

⁴⁵ D. Spoto, *Alfred Hitchcock*, tłum. J.S. Zaus, Leszno 2000.

Współcześnie praca w zawodach filmowych charakteryzuje się częstymi podróżami i zmianami miejsca zatrudnienia. Nie dotyczy to tylko najważniejszych twórców, ale także mało znanych członków ekip i aktorów, którzy pracują nad filmem zazwyczaj do czasu zakończenia konkretnego projektu, a gdy dobiega on końca, szukają nowej pracy. Ten ciągły ruch determinuje przepływ indywidualnych doświadczeń i idei także w środowisku pracowników niższych kategorii – asystentów, specjalistów, aktorów drugoplanowych.

Obecnie upowszechnienie poglądów i idei w dziedzinie scenopisarstwa ma miejsce także dzięki szerokiemu dostępowi (w stopniu niespotykanym w wieku XX) do literatury fachowej i różnego typu publikacji. Nawet w krajach o stosunkowo niewielkim rozwoju kinematografii istnieje cała gama wydawnictw filmowych, w tym wyspecjalizowanych i branżowych. Najpokaźniejszą grupę stanowią publikacje anglojęzyczne, które dominują na rynku i są łatwo dostępne w sprzedaży internetowej. Ponadto część wydawców tłumaczy tytuły amerykańskie i wydaje je w językach narodowych (w Polsce jest to np. Wydawnictwo Filmowe czy też Wydawnictwo Wojciech Marzec). Podobnie jest z czasopismami branżowymi (takimi jak np. polski „Magazyn Filmowy” czy amerykański „Written by”), których wersje elektroniczne można czytać bez żadnych ograniczeń w internecie, bez konieczności ich zakupu. Dostęp do starszych pozycji umożliwiają otwarte biblioteki cyfrowe. Oprócz tego istnieje bezpośrednia wymiana doświadczeń na forach internetowych lub w grupach dyskusyjnych, zamkniętych i otwartych, o zróżnicowanym poziomie merytorycznym.

Mniej powszechnym, ale ważnym kanałem wymiany poglądów na temat scenopisarstwa są uczelnie filmowe, które oferują kierunki studiów przeznaczone dla scenarzystów oraz kierunki pokrewne, na których również można zdobyć wiedzę z dziedziny scenopisarstwa. Istnieją także liczne kursy organizowane przez uczelnie lub stowarzyszenia. Panuje opinia, że najczęściej omawianym schematem dramaturgicznym w szkołach filmowych jest paradygmat Syda Fielda⁴⁶.

Rozwój modeli dramaturgicznych i organizacji pracy w scenopisarstwie

Poszukiwanie skutecznych modeli dramaturgicznych zawsze związane było z pragnieniem automatyzacji procesu tworzenia dobrych scenariuszy. Owa automatyzacja miała generować większe zyski dzięki wyższej oglądalności filmów, a także wpływać na obniżenie kosztów produkcji poprzez przyspieszanie prac scenopisarskich. Takie podejście skutkowało poszukiwaniem najlepszych rozwiązań, takich jak szczegółowe analizy tekstów czy badania publiczności. Ugruntował się pewnego rodzaju konsensus mówiący, że koncepcja stosowania modeli dramaturgicznych jest godna uwagi i może być pożyteczna. Tworzono filmy w oparciu o najlepiej dobrane modele do danej tematyki, odnosząc przy tym sukcesy komercyjne – co jednocześnie legitymizowało sens takiego działania. Przykładem może być tutaj produkcja „2001. Odyseja kosmiczna” Stanleya Kubricka⁴⁷, która

⁴⁶ A. Borowiecki, art. cyt., s. 364-379.

⁴⁷ Artur Clarke's 2001 Diary, <http://www.visual-memory.co.uk/amk/doc/0073.html> (dostęp 8.03.2023 r.).

przy budżecie ok. 12 mln USD przyniosła zyski w wysokości ok. 66 mln USD⁴⁸, czy też „Gwiezdne Wojny: Część IV Nowa Nadzieja” Georga Lucasa⁴⁹ (w tym przypadku budżet w kwocie ok. 11 mln USD przyniósł 70-krotne zyski w sumie ok. 775 mln USD)⁵⁰. Oba tytuły posiadały scenariusze oparte na teorii Josepha Campbella, co potwierdzili ich twórcy. Sukcesy komercyjne wspomnianych oraz innych filmów powstałych w oparciu o konkretne modele dramaturgiczne, stworzyły dobry klimat do rozważań nad bardziej radykalnymi koncepcjami organizacji pracy nad scenariuszem filmowym. Podjęto próby tworzenia częściowo autonomicznych systemów, zmierzając *de facto* do ograniczenia udziału człowieka w procesie twórczym. Zważywszy, że ostatnie dekady XX wieku były okresem gwałtownego rozwoju komputerów i poszukiwania koncepcji ich praktycznego zastosowania, nie dziwi fakt, że uznano je za naturalną platformę dla branży scenopisarskiej. Konieczne stało się więc stworzenie odpowiedniego algorytmu w oparciu o nowy, bardziej rozbudowany schemat, który umożliwiłby wspomaganie wysiłków scenarzystów niemal krok po kroku. Pracy nad nim podjęli się Chris Huntley i Melanie Anna Philips. W oparciu o koncepcję zwaną *The Story Mind* (Umysł opowieści) stworzyli oni w 1994 roku teorię „modelowania diagnostycznego”. Autorzy ci skomercjalizowali swój pomysł w postaci oprogramowania komputerowego *Dramatica*⁵¹. Scenariusz jest tu podzielony na cztery akty. Dodatkowo program rozróżnia cztery oddzielne płaszczyzny interpretacyjne, które tworzą „dramatyczną tablicę elementów historii”. Trudno w ramach prezentowanej pracy dokładnie opisać zasady działania systemu *Dramatica*, jednak można śmiało powiedzieć, że zaproponowane rozwiązanie jest dużo bardziej zaawansowane, niż schematy używane dotąd. Można też wysnuć wniosek, że praca wymienionych autorów to krok pośredni, czekający na implementację w ramach systemów sztucznej inteligencji. Zagadnienie to z pewnością odmieni branżę scenopisarską w sposób dotąd niespotykany. Wiadomo, że obecnie prowadzone są prace nad wykorzystaniem sztucznej inteligencji w scenopisarstwie. Pierwszy film stworzony na podstawie scenariusza wygenerowanego w ten sposób powstał już w 2016 roku. Mowa o produkcji pt. *Sunspring*, krótkim dziele eksperymentalnym, które nie zachwyciło wprawdzie widzów⁵² – jednak związki zawodowe scenarzystów w Stanach Zjednoczonych wydają się być zaniepokojone tymi przemianami i postulują ich uregulowanie⁵³.

Innym kierunkiem zastosowania środowiska komputerowego we wspomaganie scenarzystów jest kwestia specjalistycznych edytorów, które stają się podstawowym

⁴⁸ Box Office Mojo, *2001: A Space Odyssey (1968)*, <https://www.boxofficemojo.com/title/tt0062622/> (dostęp 9.09.2024 r.).

⁴⁹ *Joseph Campbell and the Power of Myth, Season 1, Episode 1: The Hero's Adventure*, prod. J. Konner, A.H. Pel-mutter, USA 1988.

⁵⁰ Box Office Mojo, *Star Wars: Episode IV – A New Hope (1977)* <https://www.boxofficemojo.com/title/tt0076759/> (dostęp 9.09.2024 r.).

⁵¹ Określenie *Dramatica* odnosi się jednocześnie do nazwy pakietu oprogramowania komputerowego, a także do teorii stworzonej przez Chrisa Huntleya i Melanie Anne Phillips.

⁵² Internet Movie Database, *Sunspring*, <https://www.imdb.com/title/tt5794766/> (dostęp 10.09.2024 r.).

⁵³ Writers Guild of America, <https://www.wga.org/> (dostęp 8.09.2024 r.).

narzędziem pracy zawodowych scenarzystów. Oprogramowanie to pozwala znacznie przyspieszyć pracę dzięki stosowaniu szablonów, automatycznemu formatowaniu, a nawet wprowadzeniu zdalnej wymiany danych pomiędzy członkami ekipy filmowej. Obecnie dominującymi produktami w tej dziedzinie są Final Draft, Movie Magic Screenviver, Celtx, Fade In, Writer Duet⁵⁴. Tak się składa, że bardzo duża część oprogramowania do edycji scenariuszy powstała w Stanach Zjednoczonych z myślą o tamtejszym rynku. Obecnie są już one znane i używane również w Europie – co oznacza, że implementowane w nich rozwiązania będą coraz bardziej upowszechniane w krajach europejskich i przejmowane zarówno przez poszczególne kinematografie, jak i przez samych scenarzystów.

Bardzo ciekawe zjawisko występujące chyba tylko w Europie ma miejsce na styku scenopisarstwa i organizacji produkcji. W Skandynawii dostrzeżono wagę znaczenia zaangażowania scenarzysty w procesie tworzenia filmu. Wypracowano koncepcję zwaną „Jedną wizją”. Modyfikację tę dostrzegł Maciej Karpiński i pisze o niej w następujący sposób: „*Jedna wizja* polega na tym, że z chwilą, kiedy zespół scenarzystów serialu przedstawi swoją wizję i zostanie ona zaakceptowana, nikt już w nią nie usiłuje ingerować, twórcom pozostawia się inicjatywę, daje im wolność”⁵⁵. Opisana koncepcja niesie daleko idące konsekwencje. Ogranicza władzę reżysera w procesie tworzenia filmu, pozbawiając go możliwości interpretacji scenariusza. Dostrzeżona przez Karpińskiego innowacja nie ma chyba odpowiednika w świecie. Może świadczyć o skłonności producentów do podejmowania większego ryzyka w celu poprawy jakości projektu. Trudno obecnie stwierdzić, czy będzie miała ona wpływ na stosowanie konkretnych modeli dramaturgicznych.

Również w Europie zachodzą istotne zmiany w sposobie finansowania produkcji filmowej. Oprócz istnienia charakterystycznego dla rynku europejskiego systemu dotowania produkcji poprzez fundusze publiczne, możemy także zaobserwować ofensywę platform streamingowych, które przysły do Europy ze Stanów Zjednoczonych z dużym kapitałem i ze swoimi zwyczajami w zakresie szeroko rozumianej produkcji filmowej⁵⁶. Dla reżyserów i scenarzystów europejskich zmiany te będą prawdopodobnie oznaczały mniejszą swobodę twórczą w zakresie podejścia do wielu kwestii produkcyjnych, w tym do scenariusza filmowego. Powstawanie europejskich produkcji platform streamingowych świadczy jednak o tym, że również europejscy twórcy są zdolni do pracy w nowych warunkach.

Zmiany dotyczą także rynku amerykańskiego i wynikają z jednej strony z rozwoju technologicznego (sztuczna inteligencja, streaming), z drugiej zaś z przemian ekonomicznych. Coraz więcej produkcji ma charakter transgraniczny, a odpowiadają za to wielkie międzynarodowe konglomeraty. Profesor Andrzej Krakowski, wykładowca i filmowiec, w wywiadu dla Polskiego Radia 24 na temat amerykańskiego przemysłu filmowego,

⁵⁴ 10 TopTen Reviews, *Screenwriting Software Reviews*, <https://web.archive.org/web/20160504200440/http://screenwriting-software-review.toptenreviews.com/> (dostęp 7.09.2024 r.).

⁵⁵ A. Wróblewska, *Smak świata, smak wina*, „Magazyn Filmowy PSFP” 2014 nr 38, s. 10-17.

⁵⁶ S. Szostak, *Serwisy streamingowe a lokalna branża audiowizualna – mapowanie wpływu Netflix na polski sektor produkcji*, „Images” 2023 nr 35, s. 204 -226.

powiedział: „Hollywood w USA już dzisiaj nie istnieje”⁵⁷. Profesor Krakowski chciał przez to powiedzieć, że współczesny amerykański rynek filmowy przechodzi olbrzymie przemiany w sferze struktury finansowania przedsięwzięć filmowych, co sprawia, że trudno obecnie postrzegać amerykańską produkcję filmową przez pryzmat jej pierwotnej lokalizacji. Zmiany te powodują, że być może z biegiem czasu zatraci się specyficzny charakter kinematografii regionalnych na rzecz dominującego światowego ładu w dziedzinie produkcji filmowej.

Wnioski

Uwarunkowania kulturowe i społeczne mają istotny wpływ na zwyczaje produkcyjne w omawianych ośrodkach. Determinują funkcjonujące modele finansowania branży filmowej, co jest istotnym czynnikiem decydującym o kierunku rozwoju kinematografii, w tym scenopisarstwa. System finansowania w branży filmowej wpływa na poziom jej profesjonalizacji oraz na skłonność producentów do korzystania ze scenariuszy, w których zastosowano konkretne schematy dramaturgiczne. W Stanach Zjednoczonych istnieje w tym zakresie większa dyscyplina. W Europie system finansowania jest bardziej zróżnicowany i nie wywiera on tak znacznego nacisku na sposób korzystania przez twórców z modeli dramaturgicznych. Im większą presję wywiera na producentów czynnik ekonomiczny, tym skrupulatniej członkowie ekipy filmowej (w tym na reżyserzy) przestrzegają dyscypliny w zakresie realizacji swoich obowiązków i są mniej skłonni do różnego rodzaju odstępstw (np. wchodzenia w kompetencje innych twórców, w tym scenarzystów).

Na branżę scenopisarską wpływają również procesy globalizacji, powodując w jego obrębie różnokierunkowy przepływ idei oraz gotowych rozwiązań. Globalizacja dodatkowo zmniejsza znaczenie słabszych obszarów kinematografii na rzecz tych wiodących. Dominacja amerykańskiego systemu produkcyjnego jest trudna do podważenia. Generuje on własne rozwiązania w zakresie twórczości scenopisarskiej (schematy i software). Amerykański rynek filmowy jest też gotowy na zmiany i wprowadzenie nowych pomysłów w oparciu o zaawansowane technologie. Natomiast europejski rynek filmowy wydaje się tutaj zdecydowanie mniej witalny. Jednak również on ulega przemianom w kierunku większej profesjonalizacji – choć jego silna decentralizacja sprawia, że procesy te charakteryzują się mniejszą dynamiką. Być może też z tego powodu istnieje w Europie więcej przestrzeni na nowe idee? Jednak idee te mają niewielkie szanse przekształcić się w trwałą spuściznę filmową; raczej zostaną zaadaptowane i przekształcone w gotowe produkty przez silniejsze podmioty biznesowe, dysponujące zapleczem finansowym i organizacyjnym koniecznym do ich wdrożenia. Będą to prawdopodobnie firmy, które już teraz są aktywne w omawianej dziedzinie, a zatem zasilane głównie kapitałem amerykańskim.

⁵⁷ Polskie Radio 24, „Hollywood w USA już dzisiaj nie istnieje”. Prof. Krakowski o międzynarodowym przemyśle filmowym, <https://polskieradio24.pl/artukul/3224400,hollywood-w-usa-juz-dzisiaj-nie-istnieje-prof-kra-kowski-o-miedzynarodowym-przemysle-filmowym> (dostęp 10.09.2024 r.).

Bibliografia

- Aronson L., *Scenariusz na miarę XXI wieku. Obszerny przewodnik po technikach pisania nowoczesnych scenariuszy filmowych*, tłum. A. Kruk, Warszawa 2019.
- Arystoteles, *Poetyka*, tłum. H. Podbielski, Wrocław 1983.
- Borowiecki A., *Sześć etapów struktury fabularnej według teorii Michaela Hauge. Studium przypadku filmu Bogowie*, „Media i Społeczeństwo” 2019 nr 11, s. 364-379.
- Campbell J., *Mityczny obraz*, tłum. A. Przybysławski, T. Sieczkowski, Warszawa 2004.
- Campbell J., *Bohater o tysiącu twarzy*, tłum. A. Jankowski, Kraków 2013.
- Curran Bernard S., *Film dokumentalny. Kreatywne opowiadanie*, tłum. M. Bukojemski, Warszawa 2011.
- Field S., Rilla R., *Pisanie scenariusza filmowego*, tłum. W. Wertenstein, B. Pankau, Warszawa 1998.
- Has-Tokarz A., *Między słowem a obrazem: afiliacje literatury i filmu (perspektywa komparatystyczna)*, „Folia Bibliologica” 2006/2007, nr XLVIII/XLIX, s. 87-114.
- Hendrykowski M., *Scenariusz filmowy. Teoria i praktyka*, Poznań 2016.
- Janicki S., *Przenoszenie pojęć na płótno ekranu*, (w:) W. Wertenstein (red.), *Wajda mówi o sobie*, Kraków 2000, s. 28-34.
- Jonston A., *The Great Goldwyn*, New York 1937.
- Korczak A., *Synkretizm Josepha Campbella*, „IDEA – Studia nad strukturą pojęć filozoficznych” 2017 nr XXIX/1, s. 142-159.
- Korczak A., *Indyjskie inspiracje teorii mitu Mircei Eliadego i Josepha Campbella*, Warszawa 2016.
- Materska M., *Finansowanie kinematografii w Europie – rola publicznych funduszy wspierających produkcję filmową*, „Zarządzanie w kulturze” 2005 nr 6, s. 37-46.
- Mieletinski E., *Pochodzenie eposu bohaterskiego. Wczesne formy i archaiczne zabytki*, tłum. P. Rojek, Kraków 2009.
- Płazewski J., *Historia Filmu*, Warszawa 2008.
- Rusin R., Downs W. M., *Jak napisać scenariusz filmowy*, tłum. E. Spirydowicz, Warszawa 2008.
- Sierdiukow A., *Na początku było...słowo*, „Filmpro” 2013 nr 3/15, s.7-11.
- Spoto D., *Alfred Hitchcock*, tłum. J.S. Zaus, Leszno 2000.
- Szostak S., *Serwisy streamingowe a lokalna branża audiowizualna – mapowanie wpływu Netflix na polski sektor produkcji*, „Images” 2023 nr 35, s. 204 -226.
- Wojnicka j., Katarfiasz O., *Słownik wiedzy o filmie*, Warszawa – Bielsko-Biała 2008.
- Wróblewska A., *Smak świata, smak wina*, „Magazyn Filmowy PSFP” 2014 nr 38, s. 10-17.
- Vogler Ch., *Podróż autora. Struktury mityczne dla scenarzystów i pisarzy*, tłum. M. Kosińska, Warszawa 2010.
- Źródła internetowe i materiały multimedialne
- Artur Clarkes's 2001 Diary, <http://www.visual-memory.co.uk/amk/doc/0073.html> (dostęp 8.03.2023 r.).
- Box Office Mojo, *2001: A Space Odyssey (1968)*, <https://www.boxofficemojo.com/title/tt0062622/> (dostęp 9.09.2024 r.).
- Box Office Mojo, *Star Wars: Episode IV – A new Hope (1977)*, <https://www.boxofficemojo.com/title/tt0076759/> (dostęp 9.09.2024 r.).
- Duck TV, <https://www.ducktv.tv/> (dostęp 5.09.2024 r.).
- Euriimages, <https://www.coe.int/en/web/eurimages> (dostęp 8.09.2024 r.).
- Huntley Ch., *How and Why Dramatica is Different from Six Other Story Paradigms*, <https://dramatica.com/articles/how-and-why-dramatica-is-different-from-six-other-story-paradigms> (dostęp 15.03.2023 r.).
- Hollender B., *Czy polskie kino uleczą uzdrowiciele scenariuszy?*, „Rzeczpospolita” z 1.08.2011 r., <https://www.rp.pl/film/art14352301-czy-polskie-kino-ulecza-uzdrowiciele-scenariuszy> (dostęp 10.10.2024 r.).
- Internet Movie Database, *Pusher II*, <https://www.imdb.com/title/tt0396184/> (dostęp 15.03.2023 r.).
- Joseph Campbell and the Power of Myth, Season 1, Episode 1: The Hero's Adventure*, prod. J. Konner, A.H. Pel-mutter, USA 1988.

Polskie Radio 24, „*Hollywood w USA już dzisiaj nie istnieje*”. Prof. Krakowski o międzynarodowym przemyśle filmowym, <https://polskieradio24.pl/artykul/3224400,hollywood-w-usa-juz-dzisiaj-nie-istnieje-prof-krakowski-o-miedzynarodowym-przemysle-filmowym> (dostęp 10.09.2024 r.).

Pusher II – Krew na rękach, reż. Nicolas Winding Refn, Dania, Wielka Brytania 2004.

Writers Guild of America, <https://www.wga.org/> (dostęp 8.09.2024 r.).

Written by of America West, <https://www.writtenby.com/> (dostęp 8.09.2024 r.).

ks. Norbert Mojżyn

Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie

ORCID 0000-0002-4013-7664

Artykulacja barwno-fakturalna ekspozycji Muzeum Księdza Jerzego Popiełuszki w Warszawie w perspektywie komunikacji multimodalnej

Color and texture articulation of the exhibition of the Father Jerzy Popiełuszko Museum in Warsaw from the perspective of multimodal communication

Abstract

The Blessed Father Jerzy Popiełuszko Museum in Warsaw's Żoliborz district is a church institution that has been collecting, preserving, cataloging and exhibiting for public viewing objects related to Father Popiełuszko, a Catholic priest murdered in 1984 on the orders of the communist authorities. The objects gathered into an exhibition whole create a coherent spiritual, cultural, cognitive and educational space in the Museum, dedicated to a wide range of visitors, both believers and non-believers. The article discusses the use of articulation means in the Museum – colour and material texture – from the point of view of multimodal communication. In contrast to “ordinary” communication, in which the main means is language (word, text), in museum communication language has the status of an auxiliary medium – the object and exhibition are the museum’s own language of communication. As a result of the conducted research, communication in the Museum appears as a comprehensive set of diversified communication practices, oriented primarily towards the implementation of religious, culture-forming, integrating and identity-building functions. The research confirmed that contemporary museum communication uses the widely established cultural and religious meanings of colours and textures. The research allowed us to establish that they are inalienable elements of the cultural code used in museum discourse, because: 1. they specify the message – they help to correctly identify the meaning; 2. they strengthen the sense of identity of a religious and ethnic group (Polish, patriotic); 3. they symbolise the views, requirements and goals of a religious or national group; 4. they take on a repeatable form – multiplicative for parallel discursive events.

Keywords

Jerzy Popiełuszko, Museum, Warsaw, communication, multimodality, color, texture

Abstrakt

Muzeum Błogosławionego Księdza Jerzego Popiełuszki na warszawskim Żoliborzu jest instytucją kościelną, która od 1990 roku gromadzi, konserwuje, kataloguje i udostępnia do publicznego wglądu obiekty związane z Jerzym Popiełuszką, księdzem katolickim zamordowanym w 1984 roku na polecenie władz komunistycznych. Obiekty zebrane w całość wystawienniczą tworzą w Muzeum spójną przestrzeń duchową, kulturową, poznawczą i edukacyjną, dedykowaną szerokieму gronu zwiedzających, zarówno wierzących, jak i niewierzących. W artykule omówiono wykorzystanie środków artykulacyjnych w Muzeum – koloru i faktury materiału – z punktu widzenia komunikacji multimodalnej. W przeciwieństwie do „zwykłej” komunikacji, w której głównym środkiem jest język (słowo, tekst), w komunikacji muzealnej język ma status medium pomocniczego – obiekt i wystawa są własnym językiem komunikacji muzealnej. W wyniku przeprowadzonych badań komunikacja w muzeum jawi się jako kompleksowy zespół zróżnicowanych praktyk komunikacyjnych, ukierunkowanych przede wszystkim na realizację funkcji religijnych, kulturotwórczych, integrujących i tożsamościowych. Badania potwierdziły, że współczesna komunikacja muzealna wykorzystuje szeroko ugruntowane kulturowo-religijne znaczenia kolorów i faktur. Badania pozwoliły na stwierdzenie, że są one niezbywalnymi elementami kodu kulturowego używanego w dyskursie muzealnym, ponieważ: 1. doprecyzowują przekaz – pomagają prawidłowo identyfikować znaczenie; 2. wzmacniają poczucie tożsamości grupy religijnej i etnicznej (polskiej, patriotycznej); 3. symbolizują poglądy, wymagania i cele grupy religijnej lub narodowej; 4. przybierają formę powtarzalną – multiplikatywną dla równoległych zdarzeń dyskursywnych.

Słowa kluczowe

Jerzy Popiełuszko, Muzeum, Warszawa, komunikacja, multimodalność, barwa, faktura

Muzeum Księdza Jerzego Popiełuszki

Muzeum Księdza Jerzego Popiełuszki na warszawskim Żoliborzu (dalej: Muzeum) to instytucja kościelna, która od 20 lat¹ gromadzi, przechowuje, kataloguje i wystawia do oglądu publicznego obiekty związane z osobą ks. Popiełuszki, kapłana katolickiego zamordowanego w 1984 roku na polecenie władz komunistycznych. Zebrane w ekspozycyjną całość obiekty tworzą w Muzeum spójną przestrzeń duchową, kulturową, poznawczą i edukacyjną, dedykowaną szerokiemu spektrum zwiedzających, zarówno wierzących, jak i niewierzących.

Muzeum wyłoniło się z izby pamięci urządzonej w podziemiach kościoła św. Stanisława Kostki, tuż po pogrzebie kapłana 3 listopada 1984 roku, w celu zabezpieczenia ad hoc szarf z wieńców i innych pamiątek, a także rzeczy osobistych kapłana pozostałych na plebanii². Muzeum ma typową dla tego rodzaju placówek lokalizację, związaną z miejscem zamieszkiwania lub działalności postaci, którą upamiętnia muzeum. Warto w tym miejscu przypomnieć, że cztery ostatnie lata swojego życia ks. Popiełuszko spędził w parafii św. Stanisława Kostki w Warszawie i tu znajduje się jego grób. W formacie izby pamięci placówka działała przez dwa dziesięciolecia. W 2001 roku ówczesny proboszcz parafii św. Stanisława Kostki, ks. prał. Zygmunt Malacki, wyszedł z inicjatywą urządzenia w parafii pełnowartościowego muzeum. Szczególną okolicznością była zbliżająca się 20 rocznica męczeńskiej śmierci Kapłana-Męczennika oraz nabierający rozpędu proces beatyfikacyjny jego osoby³. W celu wypracowania koncepcji muzeum ks. Malacki powołał zespół koncepcyjny, w skład którego weszły osoby wywodzące się z dawnego duszpaństwa akademickiego: Grzegorz Pfeifer (designer) i Ewa Anna Zając (polonistka). Na różnych etapach prac projektowych i wykonawczych dołączyli do nich specjaliści z różnych branż⁴.

Zespół koncepcyjny zdawał sobie sprawę ze zróżnicowanego profilu społecznego osób, które przybywają do grobu Kapłana-Męczennika i które będą stanowić potencjalnych użytkowników Muzeum. Dlatego Muzeum intencjonalnie przyjęło przystępną formę

¹ W 2024 roku mija 40 rocznica męczeńskiej śmierci ks. Jerzego Popiełuszki oraz 20 rocznica otwarcia dedykowanego mu muzeum w parafii św. Stanisława Kostki na warszawskim Żoliborzu.

² Jak piszą twórcy Muzeum: „Tworzenie muzeum ks. Jerzego Popiełuszki rozpoczęło się już w dniu Jego pogrzebu, czyli 3 listopada 1983 roku. Muzeum zaczęło powstawać w momencie, gdy troskliwe ręce ks. Prałata Teofila Boguckiego rozdawały najbliższym przyjaciołom krzyżyki wykonane z katafalku, na którym stała trumna ks. Jerzego, a śp. Nela Wojniakiewicz z pietyzmem porządkowała szarfy z wieńców i wiązanek złożonych przy grobie Kapłana, porządkowała i układała w szafach transparenty pozostawione po uroczystościach pogrzebowych. Muzeum powstawało, gdy S. Krystyna Włodarska, ze Zgromadzenia Sióstr Służebniczek, pomagała uporządkować rzeczy ks. Jerzego. Ksiądz prałat Teofil Bogucki, ówczesny proboszcz parafii i wielki przyjaciel ks. Popiełuszki, troskliwie opiekował się pamiątkami i dokumentami”. Z. Malacki, G. Pfeifer, E.A. Zając, *Krzyż stał się nam bramą. Muzeum sługi Bożego ks. Jerzego Popiełuszki*, Wydawnictwo Sióstr Loretanek, Warszawa 2005, s. 5.

³ Beatyfikacja odbyła się 6 czerwca 2010 roku na Placu Piłsudskiego (dawnym Placu Zwycięstwa) w Warszawie.

⁴ Z. Malacki, G. Pfeifer, E.A. Zając, *Muzeum Sługi Bożego*, dz. cyt., s. 4.

narracji o bohaterze – Kapłanie, „który bardzo świadomie, nawet w tajemnicy wybrał kapłaństwo. Jego powołanie zostało poddane próbie, zwłaszcza w czasie obowiązkowej dwuletniej służby wojskowej w specjalnej jednostce wojskowej w Bartoszycach. Przedstawiamy Kapłana, który odpowiedział na znaki Pana Boga. Chciał być księdzem tu i teraz, w określonych warunkach historycznych, dla ludzi, których Pan Bóg postawił na Jego drodze. Był świadkiem Chrystusa w trudnych czasach i wielu doprowadził do Boga”⁵. Ta treść miała nie tylko przykuwać uwagę widzów, ale też włączać ich w doświadczenie życia i drogi do męczeństwa ks. Jerzego. Sami twórcy Muzeum pisali w związku z tym w folderze: „Pragniemy, aby widz wyzwolił się z roli, jaką przyjmuje w typowym muzeum, i przestał być kimś, kto z dystansem ogląda przedmioty i dokumenty”⁶. Placówka, jako jedna z pierwszych w Polsce instytucji kościelnych, odeszła od tradycyjnie pojmowanej ekspozycji w stronę form aranżacji performatywno-scenograficznych (rekonstrukcja izby domu rodzinnego w Okopach), symulakryzacji (np. dołączenie do wystawy kopii teczek SB, kopii tablicy z 21 postulatami Międzyzakładowego Komitetu Strajkowego z sierpnia 1980 roku), wreszcie operowania różnymi środkami artykulacji sensorycznej, w których ważną rolę odgrywa kolorystyka i faktura wykorzystywanego materiału.

Modele komunikacji muzealnej

Komunikacja muzealna, podobnie jak komunikacja międzyludzka czy to zwykła, towarzyska, czy w sferze nauki, sztuki, religii itp., jest realizowana jako połączone działanie wielu systemów znaków i elementów kulturowych, wszystkiego, co „ma znaczenie” dla komunikujących się stron – nadawcy i adresata. Muzeum Bł. Ks. J. Popiełuszki – jako instytucja religijno-kulturowa – od samego początku spełnia swoje funkcje poprzez inicjowanie procesu komunikacji zarówno do wewnątrz (*ad intra*) muzeum, poprzez uczestnictwo i interakcję między nadawcą (twórcami narracji, zespołem kuratorskim) a odbiorcą (zwiedzającymi), jak i na zewnątrz (*ad extra*), poprzez zewnętrzne narzędzia i platformy, np. przewodniki, katalogi, stronę internetową, media społecznościowe itp.⁷.

Badania nad komunikacją muzealną są prowadzone już od półwiecza; przez ten czas eksperci opracowali wiele różnych modeli komunikacji, począwszy od modelu, który skupia się na wystawie, po modele, które kierują uwagę na zwiedzających, na muzealniku-nadawcy, albo na tworzeniu indywidualnego znaczenia dla zwiedzających itp. Kilka wybitnych prac zawierających te modele powstało jeszcze w latach 60. ubiegłego wieku – by wspomnieć model Stephana F. de Borhegyi⁸, Harleya Parkera⁹, Duncana Camerona¹⁰.

⁵ Tamże, s. 6.

⁶ Tamże, s. 5.

⁷ Por. W. Czachur, B. Mikołajczyk, R. Opiłowski, *Museum communication: the current state of research and challenges for linguistics*, „Stylistyka” 2022 (XXXI), s. 53 (47-68).

⁸ S.F. de Borhegyi, *Visual Communication in the Science Museum*, „Curator” 1963, vol. 6(1), s. 45-57.

⁹ H.W. Parker, *The Museum as a Communication System*, „Curator” 1963, vol. 6(4), s. 350-360.

¹⁰ D.F. Cameron, *The museum as a communications system and implications for museum education*, „Curator” 1968, vol. 11(1), s. 33-40.

Publikacje ostatniego ćwierćwiecza koncentrują się głównie na komunikacji w ramach działalności wystawienniczej; do nich należą prace Eilean Hooper-Greenhill¹¹, Marii de Lourdes Parreiras Horty¹², Iriny Shalaginovej¹³. Badania tej ostatniej wykorzystujące m.in. model komunikacji Duncana Camerona, czy model Wilbura Schramma¹⁴, oferują schemat komunikacji muzealnej skoncentrowany na interpretacji dziedzictwa kulturowego i wielowymiarowym podejściu do komunikacji¹⁵.

Wielu teoretyków i praktyków muzealnictwa, np. De Borhegyi, stwierdza, że zwiedzających w wielu wypadkach przyciąga nie sama narracja, ale użyte środki multimodalne¹⁶, takie jak słowo, obraz, kolor, kształt, faktura, oświetlenie, dotyk, zapach, dźwięk itp.¹⁷. Jak zwracają uwagę Waldemar Czachur, Beata Mikołajczyk i Roman Opiłowski, multimodalność, jako spójne połączenie różnych form przekazu, może skutkować realizacją czegoś w rodzaju muzealnego spektaklu („semiotycznego performansu”). Taki przekaz może wykorzystywać różne kombinowane elementy modalne: materialne eksponaty, słowo mówione i pisane, akustykę, ruchomy obraz, światło, kolor, a nawet zapach czy dotyk¹⁸.

Szczególny nurt badań ostatnich dekad związany jest z wykorzystywaniem komunikacji barwnej na potrzeby muzealnictwa. W tym nurcie znajdują się przede wszystkim prace uczonych nastawionych psychologicznie i semiotycznie do przedmiotów swoich badań, a także specjalistów od komunikacji społecznej. Semiotyką koloru interesuje się m.in. Theo van Leeuwen¹⁹, który zajmuje się analizą zasobów semiotycznych, identyfikacją i typologizacją kolorów, a także oceną, w jaki sposób barwy są wykorzystywane w komunikacji. Jak stwierdza Van Leeuwen w monografii napisanej wspólnie z Günterem Kressem: „(...) kolor jest modusem charakterystycznym dla epoki multimodalności. Może swobodnie łączyć się z wieloma innymi modusami w architekturze, typografii,

¹¹ E. Hooper-Greenhill, *Museum and their visitors*, Routledge, London-New York 1994; Tejże, *Museums and Education. Purpose, pedagogy, performance*, Routledge, London-New York 2007.

¹² M.L.P. Horta, *Museum semiotics: a new approach to museum communication*, Department of Museum Studies University of Leicester, Leicester 1992.

¹³ I. Shalaginova, *Understanding Heritage: A Constructivist Approach to Heritage Interpretation as a Mechanism for Understanding Heritage Site*, Brandenburg University of Technology, Cottbus 2012.

¹⁴ W. Schramm, *The Nature of Communication between Humans*, w: *The Process and Effects of Mass Communication*, W. Schramm, D.F. Roberts (eds.), University of Illinois Press 1971.

¹⁵ I. Shalaginova, *Understanding Heritage: A Constructivist Approach to Heritage Interpretation as a Mechanism for Understanding Heritage Site*, Brandenburg University of Technology, Cottbus 2012, s. 45-52.

¹⁶ Pojęcie multimodalności niekiedy budzi zastrzeżenia terminologiczne z powodu funkcjonowania zbliżonych znaczeniowo pojęć: multimedialność, polisemiotyczność, polisensoryczność, wielokanałowość. Jednak nie we wszystkich przypadkach są to terminy synonimiczne. Por. J. Antas, *Semantyczność ciała. Gesty jako znaki myślenia*, Łódź 2013.

¹⁷ C.M. Yudhawasthi, N.A. Damayani, P.M. Yusup, A. Suryana, *Museum Communication: A Conceptual Study*, „Opción” 2019 (35), No.19, s. 2341 (2337-2365).

¹⁸ W. Czachur, B. Mikołajczyk, R. Opiłowski, *Museum communication: the current state of research and challenges for linguistics*, „Stylistyka” 2022 (XXXI), s. 59 (47-68).

¹⁹ T. van Leeuwen, *The Language of Colour. An Introduction*, Routledge, London-New York 2011.

projektowaniu produktów, projektowaniu dokumentów itp., ale nie istnieje samodzielnie. Może przetrwać tylko w środowisku multimodalnym”²⁰.

Wartość barwy w wymiarze społecznym wpisana jest w kod kulturowy, charakteryzowany jako „system praktyk kulturalnych i społecznych, wspólnych dla członków danej zbiorowości, „powiązanych kontekstem społecznym i kulturalnym, w którym oni funkcjonują, wraz z regułami ich wykonywania, rozumienia i interpretacji”²¹. Kolor traktuję w niniejszych badaniach – za Teresą Uchman – jako „zasób semiotyczny, który definiuję jako artefakt użyteczności społecznej, wykorzystywany do wzajemnej komunikacji i kulturowej realizacji”²².

Muzealnicy, kuratorzy i organizatorzy wystaw muzealnych coraz chętniej sięgają w aranżacjach muzealnych po elementy multimodalności i polisensoryczności. Słowo, kolor, światło, faktura materiału, dźwięk i akustyka są uprawnionymi środkami komunikacji. Twórcy Muzeum Bł. Ks. Jerzego Popiełuszki w Warszawie – jak zauważono na początku – postawili sobie za cel przybliżenie widzom sylwetki Kapłana-Męczennika w różnych odsłonach jego życia i działalności. Ks. Popiełuszko pozostawił po sobie wiele tekstów, które uczynił treścią swoich kazań – zwłaszcza tych wygłaszanych podczas słynnych Mszy za Ojczyznę. Kazania te dźwięczały w uszach zarówno twórcom narracji Muzeum, jak i wiernym, którzy odwiedzali Muzeum. W przestrzeni Muzeum stale dźwięczą w multimodalnej artykulacji słowa i obrazu.

Celem niniejszego artykułu jest odpowiedź na pytanie o komunikacyjny i znaczeniowotwórczy potencjał koloru i faktury materiału użytych w aranżacji ekspozycji Muzeum, które pozostają w polu oddziaływania różnych kodów semiotycznych (przede wszystkim słowa), i ich wpływie na (re)konstrukcje znaczeń²³. Celem analizy jest określenie wartości pragmatycznych i semantycznych koloru w jego właściwościach denotatywnych i konotatywnych, w konkretnych formach użycia w przestrzeni muzeum kościelnego w kontekście określenia roli i kompetencji barwy/faktury materiału w złożonym, relacyjnym systemie znakowym komunikatu.

Analiza wykorzystania koloru i faktury

Już w pierwszej sali Muzeum oko widza natrafia na ciemnoszarą, chropowatą ścianę przepartą prześwitem (wejściem do kolejnej sali) w kształcie krzyża; obok widnieje napis „Krzyż stał się nam bramą”²⁴. Słowa te, złożone z liter wykonanych z połyskliwego

²⁰ G. Kress, Th. van Leeuwen, *Colour as a Semiotic Mode: Notes for a Grammar of Colour*, „Visual Communication” 2002, vol. 1(3); s. 351 (343–368).

²¹ M. Lisowska-Magdziarz, *Znaki na uwięzi. Od semiologii do semiotyki mediów*, Wydawnictwo Księgarnia Akademicka, Kraków 2019, s. 324.

²² T. Uchman, *Kolor jako zjawisko komunikacyjne we współczesnym dyskursie publicznym na przykładzie manifestacji oraz kampanii społecznej*, „Półrocznik Językoznawczy Tertium. Tertium Linguistic Journal” 2022, nr 7(2), s. 77 (75-97).

²³ W. Czachur, B. Mikołajczyk, R. Opiłowski, *Museum communication...*, dz. cyt., s. 59 (47–68).

²⁴ C.K. Norwid, *Krzyż i dziecko*: „Ojcie mój! Twa łódź // Wprost na most płynie – // Maszt uderzył!...wróć... // Lub wszystko zginie. // Patr! Jaki tam krzyż, // Krzyż niebezpieczny – // Maszt się niesie w zwyż, // Most

brązu, stanowią cytat z wiersza Cypriana Kamila Norwida *Krzyż i dziecko*. Jakie myśli i skojarzenia przywodzi ta aranżacja? Brama i krzyż w doktrynie chrześcijańskiej zawierają w sobie ogromny potencjał semantyczny. W przejściu w kształcie Krzyża zawiera się tajemnica zbawienia ofiarowanego przez Chrystusa całej ludzkości, o której mówił ks. Popiełuszko: „Chrystus umiera na krzyżu za całą ludzkość. [...] Może gdyby Chrystus umarł od kamieni, umarłby tylko jako jeden z Żydów. Gdyby położył głowę pod miecz, umarłby jak Rzymianin. Ale umierając jak niewolnik, na krzyżu, stał się bratem całej ludzkości, bo śmierć niewolników była śmiercią ludzi różnych narodowości”²⁵. Kontrast między szarą ścianą a podświetlonym miękkim, ciepłym światłem krzyżem, stanowi przesłanie życia Kapłana-Męczennika, opisanego tytułem ostatniej sali Muzeum: „Przez Krzyż do Zmartwychwstania”. Jest to ideowa kłamra, która spaja całą narrację Muzeum. Wymowa tych symboli zasadza się na chrześcijańskim sensie ofiary z życia. Mówi o tym zapalony paschał przy chrzcielnicy oraz tiulowa zasłona przedstawiająca rozświetloną twarz ks. Jerzego w ostatniej sali – są to profetyczne znaki chwały męczenników, zbawienia. Integralnym elementem narracji tej sali jest przesłanie – dewiza życia ks. Popiełuszki: „Zło dobrem zwyciężaj” (Rz 12, 21); zostało ono wyryte na metalowych drzwiach obłożonych miedzianą, wyszlifowaną blachą (złoty wrotach wiodących do raj?). Dewiza ta – jedno z najbardziej rozpoznawalnych ideowych orędzi ks. Jerzego – pozostaje ostatnim słowem narracji i jednocześnie pierwszym zadaniem przyjmowanym przez zwiedzających po wyjściu z Muzeum: pozostać dobrym na przekór wszelkiemu złu.

Wiele wypowiedzi ks. Jerzego nawiązywało do trudnych pod względem ekonomicznym i społeczno-religijnym czasów PRL-u – do „szarej rzeczywistości” codzienności. Operowanie szarym kolorem dobrze współbrzmi z funkcją moralno-ekspresywną narracji muzealnej. Nie przypadkiem wiele sal Muzeum zostało zrealizowanych w takiej tonacji, w tym sala „W cieniu PRL”. Szary chropowaty mur ławy fundamentowej, a na nim umieszczone kartki żywnościowe, przypominają o surowej rzeczywistości życia w PRL, o stałych brakach produktów żywnościowych i przemysłowych. Obok kartek znajdują się czarne, stalowe kajdany, w które zostały włożone książki, prasa i radioodbiornik – znak wszechobecnej w mediach cenzury²⁶. Faktura potężnych kajdan wyraźnie kontrastuje z delikatnością papierowych publikacji i kruchością radia lampowego.

Dalej uwidacznia się wielka płaszczyzna uformowana z kartonowych teczek personalnych SB, ustawionych na szarych, aluminiowych półkach. Przypomina ona o stałym, systemowym uchybieniu godności i prawom człowieka oraz o represjach władz totalitarnych. Ściana ta została skonfrontowana z modułem ekspozycyjnym umieszczonym

mu poprzeczny – // – Synku! Trwogi zbądź: // To znak – zbawienia; // Płynmy! Bądź co bądź – // Patrz, jak? Się zmienia... // Oto – wszecz i wzwyż // Wszystko – toż samo. // – Gdzie się podział krzyż? // – Stał się nam bramą”.

²⁵ J. Popiełuszko, *Kazania 1982–1984*, Wyd. SS. Loretanek, Warszawa 1992, s. 73.

²⁶ Wraz z wprowadzeniem stanu wojennego zaczęły obowiązywać zaostrome przepisy cenzorskie na podstawie artykułu 17 dekretu Rady Państwa PRL z dnia 12 grudnia 1981 roku o stanie wojennym oraz zarządzenia prezesa Głównego Urzędu Kontroli Publikacji i Widowisk z tego samego dnia.

po przeciwległej stronie pomieszczenia. Jest on poświęcony roli Kościoła katolickiego w najnowszych dziejach Ojczyzny (w ekspozycji uwidocznione są postaci kard. Stefana Wyszyńskiego – Prymasa Tysiąclecia i papieża Jana Pawła II, a także pielgrzymująca po kraju z okazji przygotowań do Millenium Chrztu Polski rama obrazu Matki Boskiej Częstochowskiej). W świadomości społecznej Kościół był wówczas strażnikiem ideałów, obrońcą prawdy i oazą wolności. Potwierdzają to słowa ks. Jerzego wypowiedziane podczas jednego z kazań: „Piszą kobiety więzione w Fordonie²⁷: «Chcemy wyjść na wolność, ale nie za wszelką cenę. Nie za cenę wyrzeczenia się własnych ideałów, nie za cenę zdrady samego siebie...». (...) Postawmy życie w prawdzie na pierwszym miejscu, jeżeli nie chcemy, by nasze sumienie porosło pleśnią. Słowo prawdy, życie w prawdzie może kosztować, jest czasami ryzykowne. Ale jak mówił prymas kardynał Stefan Wyszyński: «Tylko za plewy się nie płaci. Za pszeniczne ziarno prawdy – trzeba zapłacić...»²⁸. Nie sprzedawaj swoich ideałów za miskę ciepłej soczewicy. Nie sprzedawaj swoich ideałów kupcząc twoim bratem” (*Homilia z 27 lutego 1983 r.*)²⁹.

Podobny zabieg z fakturą ściany, jak w sali „W cieniu PRL”, został zastosowany w „Żołnierskim różańcu”. Tu surowa, chropowata faktura ławy fundamentowej współbrzmi z analogiczną fakturą krzyża wieńczącego różaniec uformowany z wojskowych czapek. Surowość faktury wymienionych detali tej sali przywołuje surowe warunki pobytu kłeryka Popiełuszki w specjalnej jednostce kleryckiej w Bartoszycach, a także twardość jego charakteru; w jednym z listów do ojca duchownego seminarium, ks. Czesława Miętka, w 1967 roku, pisał: „Okazałem się bardzo twardy, nie można mnie złamać groźbą ani torturami. [...] Zaczęło się od tego, że dowódca plutonu kazał mi zdjąć z palca różaniec na zajęciach przed całym plutonem. Odmówiłem, czyli nie wykonałem rozkazu. A za to grozi prokurator. Gdybym zdjął, wyglądałoby to na ustępstwo. Sam fakt zdjęcia to niby nic takiego. Ale ja zawsze patrzę głębiej”³⁰.

Najważniejszym kanałem komunikacji w Muzeum – oprócz obrazu – jest dźwięk. Towarzyszy on filmom wideo wyświetlanym na monitorach albo niezależnie od nich akompaniuje ekspozycji. W sali „W cieniu PRL” zwiedzającym towarzyszy pieśń barda „Solidarności”, poety i pieśniarza, Jacka Kaczmarskiego, zatytułowana „Mury”, której refren nieustannie nasycy przestrzeń akustyczną sali słowami:

Wyrwij murom zęby krat!
Zerwij kajdany, połam bat!

²⁷ W okresie stanu wojennego w bydgoskiej dzielnicy Fordon mieścił się obóz dla internowanych działaczy NSZZ „Solidarność”.

²⁸ *Kromka chleba. Wybór myśli z pism i przemówień J. Em. Ks. Prymasa Stefana Kardynała Wyszyńskiego, Prymasa Polski, na każdy dzień roku*, red. Z. Peszkowski, Katolicki Ośrodek Wydawniczy „Veritas”, Londyn 1972, s. 12.

²⁹ *Ks. Jerzy Popiełuszko. Kazania patriotyczne*, red. A. Majewski, Wyd. Libella, Paryż 1984, s. 108.

³⁰ M. Kindziuk, *Jerzy Popiełuszko. Biografia*, Wyd. Znak, Kraków 2018, s. 839.

A mury runą, runą, runą
I pogrzebią stary świat!³¹

Ten najśłynniejszy utwór Kaczmarekowskiego, który stał się nieformalnym hymnem „Solidarności” i symbolem antykomunistycznej opozycji, koresponduje z formą szarej, chropowatej ściany, przełamanej stalowymi kratami, w świetle których wyświetlane są urywki filmów przedstawiających cykliczne protesty społeczeństwa. Mamy tu przykład zastosowanej multimodalnej synestezji³². Modus dźwiękowy został zastosowany w kilku miejscach. Oprócz wspomnianej sali o nazwie „W cieniu PRL”, dźwięki są obecne również w sali „Dar kapłaństwa”, w której możemy usłyszeć oryginalny, nieco chrapliwy i szorstki głos ks. Jerzego, wygłaszającego jedno ze swoich kazań; w innej zaś sali („Porwanie i czuwanie”) do zwiedzających docierają głosy ludzi modlących się żarliwie w kościele św. Stanisława Kostki w czasie czuwania po porwaniu kapłana

W dalszej kolejności szarość sali „W cieniu PRL” zostaje przełamana pastelowymi kolorami sali imitującej wiejski dom w rodzinnej wsi Okopy na Podlasiu. Spokojna, ciepła gama barwna została zdynamizowana brązowym kolorem pieca i kołyski. Faktura tych obiektów „ociepla” nastrój pomieszczenia. Z czarno-białymi fotografiami poprzedniej sali skontrastowane zostają, umieszczone w tym pomieszczeniu, zdjęcia kolorowe, przedstawiające widok domu Księdza Męczennika, obraz jego rodziców oraz pejzaż jego rodzinnych stron. W swoich *Zapiskach* ks. Popiełuszko umieścił pod datą 15 listopada 1982 r. następujące zdanie: „Jadę do rodziców, dawno nie byłem, a przecież nie wiadomo, jak się moje losy dalej potoczą”. Trzy dni później dopisał tam słowa: „Ucieszyli się bardzo. Byli o mnie bardzo niespokojni. W domu, gdy robiłem zdjęcia tacie, popłakał się staruszek. Tak mało mam czasu dla Rodziców. A przecież nie będę miał ich długo”³³.

Posługa kapłańska ks. Jerzego oraz chwała wynikająca z jego męczeńskiej śmierci wyrażona zostaje w ekspozycji w białej kolorystyce. Biel to w doktrynie i sztuce chrześcijańskiej kolor światła, nadziei i chwały wiecznej. Wiele osób uczestniczących w Mszach za Ojczyznę odczuwało światło nadziei w mroku codziennej beznadziei; jedna ze starych uczestniczek Mszy ks. Jerzego w żoliborskiej świątyni, Katarzyna Soborak, mówiła: „Ksiądz Jerzy przede wszystkim dawał nam nadzieję, której tak bardzo wtedy potrzebowaliśmy. Mówił o miłości, męstwie, prawdzie, solidarności, o zwyciężaniu zła dobrem. Z tych mszy wychodziłam wewnętrznie uspokojona. Dzięki słowom księdza przeciężałam w sobie niechęć do tych, którzy wyrządzili tak wiele krzywd narodowi. On

³¹ J. Kaczmarek, *Mury*, 1978, cyt. za: <https://www.kaczmarek.art.pl/tworczość/wiersze/mury> (dostęp 12.08.2024).

³² Synestezja – umiejętność kojarzenia doznań pochodzących z różnych zmysłów. Na polu sztuk wizualnych bywa kojarzona (choć nieprecyzyjnie) z tzw. korespondencją sztuk, czyli dopatrywaniem się podobieństw między różnymi dziedzinami sztuki związanymi z poszczególnymi zmysłami. Zdaniem Aleksandry Rogowskiej synestezja, zwłaszcza w swojej odmianie *grafem-kolor*, jest związana ze wzmocnieniem pamięci werbalnej i wizualnej, ze zwiększoną obrazowością i kreatywnością oraz ze wzbogaconym światem doznań. Zob. A. Rogowska, *Czy synestetycy są wśród nas?* „Modelowe Nauczanie” 2004, nr 7, s. 43–44.

³³ *Ks. Jerzy Popiełuszko. Myśli Wyszukane*, Wybór i wstęp J. Sochoń, Wyd. Znak, Kraków 2002, nr 16.

miał tę charyzmę: sprawiał, że ludzie potrafili się pozytywnie ustosunkować nawet do swoich wrogów”³⁴. Jasność sali „Dar kapłaństwa” została podkreślona bielą centralnie ustawionego obiektu – ołtarza, semantycznie wyrażającego zarówno tajemnicę kapłaństwa, Eucharystii, jak i ofiary krzyżowej. Ta sala to „serce” Muzeum. Opowiada o kapłańskiej posłudze księdza, który z bardzo zwyczajnego wikariusza warszawskich parafii stał się autorytetem duchowym dla bardzo wielu ludzi. Wśród nich był, związany z ks. Jerzym, autorytet wśród prawników, obrońca wielu skazanych w stanie wojennym, mec. Maciej Bednarkiewicz. Na jednej ze ścian zostały wyryte w piaskowcu jego słowa świadectwa o Kapłanie-Męczenniku: „Był człowiekiem niezwykle skromnym, nawet z trudem i oszczędnie wyrażającym swoje myśli. A potem był kościół, ołtarz, ornat i nagle stawał się innym człowiekiem. Wielkość rodziła się przy ołtarzu”³⁵.

W sali pod nazwą „Golgota” ma z kolei miejsce koncentracja zabiegów formalnych. Jest to najtrudniejszy emocjonalnie moment narracji i wstrząsający etap ekspozycji: trudno przejść obojętnie obok fotografii zrobionej podczas sekcji zwłok, przedstawiającej zmasakrowaną twarz księdza. Fotografii towarzyszą świadectwa zbrodni, m.in. zakrwawiona sutanna umieszczona w kuloodpornej gablocie. W tym miejscu bohater Muzeum nie jest już w stanie przemówić do zwiedzających – może to uczynić za niego ten, na którego wielokrotnie powoływał się w swoich kazaniach i którego cytował – papież Jan Paweł II. Papież ten podkreślał: „Aby to cierpienie posłużyło do duchowej odnowy naszego narodu, by żyjący mogli zrozumieć, że nie przemocą ale miłością buduje się przyszłość, aby z tej śmierci wyrosło dobro jak z krzyża Zmartwychwstanie, że ta śmierć była świadectwem męczeństwa za wiarę, że jego śmierć jest jedną z tych śmierci, które służą do odradzenia się życia, że dla kapłanów jest przykładem ofiarnej służby aż po śmierć, że jest patronem naszej obecności w Europie za cenę życia, że jest znakiem tego co kapłan katolicki pragnie uczynić dla swoich braci, wpisany w historię polskich męczenników”³⁶.

Sala „Golgota” jest najciemniejsza ze wszystkich sal Muzeum, niemal czarna. Ekspozyty związane z męczeństwem zostały umieszczone na ścianach i podświetlone kolorem czerwonym – barwą krwi. W jej kontekście wybrzmiewa dobitnie adagium: „Krew męczenników jest nasieniem chrześcijan” (*Sanguis martyrum semen christianorum est*), przypisywane Tertulianowi, pisarzowi chrześcijańskiemu żyjącemu na przełomie II i III wieku. Pod względem skali użycia czerwieni dominują jednak dwie inne sale, które okalają „Golgotę”: korytarz („Stan wojenny”) znamionujący ofiary stanu wojennego, który został obłożony murem czerwonych cegieł, i sala „Odszedł Pasterz dobry”, wyściełana biało-czerwonymi szarfami wieńców pogrzebowych.

³⁴ M. Kindziuk, *Świadek prawdy. Życie i śmierć księdza Jerzego Popiełuszki*, Wyd. Edycja Św. Pawła, Częstochowa 2010, s. 176.

³⁵ M. Bednarkiewicz, Słowa wyryte na tablicy umieszczonej w sali „Dar Kapłaństwa”, Muzeum Bł. Ks. Jerzego Popiełuszki w Warszawie.

³⁶ T. Kaczmarek, *Jan Paweł II wobec świadectwa ks. Jerzego Popiełuszki*, w: *Błogosławiony Jerzy Popiełuszko. Zapiski, listy i wywiady ks. Jerzego Popiełuszki 1967–1984*, red. G. Bartoszewski, Warszawa 2010, s. 135–145.

Faktura materiału budowlanego lub dekoracyjnego powraca jeszcze w wielu miejscach. Ściany wyściełane szarfami z wieńców, które złożyli na grobie ks. Jerzego uczestnicy pogrzebu (sala „Odszedł Pasterz dobry”), wyrażają patriotyczny nastrój i jednocześnie tłok milionowej rzeszy ludzi, którzy zgromadzili się, aby pożegnać kapłana z Żoliborzu w dniu jego pogrzebu (3 listopada 1984 roku). W życiu ks. Jerzego można odnaleźć stale obecną wolę naśladowania Dobrego Pasterza we wszystkim, łącznie z przyjęciem okrutnej, męczeńskiej śmierci, która miała miejsce 19 października 1984 roku. W tym dniu, podczas jazdy samochodem na trasie Warszawa – Toruń, ks. Jerzy został uprowadzony przez agentów bezpieki. Torturowany, ostatecznie został wrzucony do Wisły w worku obciążonym kamieniami. W tej sali ledwie słyszalny jest szum wody, zebranej w niewielkim basenie w dolnej partii sali, który imituje zalew na Wiśle we Włocławku; wśród szumu na tafli wody skrzy się biały krzyż, symbolicznie wyobrażający miejsce zatopienia ciała ks. Popiełuszki. Delikatnie parująca z basenu woda pokrywa zimnym szronem czoło i dłonie zwiedzających, co potęguje wrażenie zanurzenia (immersji) w tajemniczy męczeńskiej śmierci kapłana.

W świetle koloru i faktury można również analizować szereg innych detali wyposażenia Muzeum. Żeliwny, przepalony w bardzo wysokiej temperaturze stop metalu w kształcie krzyża, pochodzący z wieżowców WTC w Nowym Jorku, zrujnowanych 11 września 2001 roku, to pamiątka, którą przywiózł Amerykanin – ratownik polskiego pochodzenia. Ten eksponat, znajdujący się w sali „Pomnażanie dobra”, jest znakiem odwagi i męstwa. W ostatnich słowach, wypowiedzianych publicznie przed śmiercią 19 października 1984 roku w Bydgoszczy, podczas rozważań różańcowych, ks. Jerzy mówił: „Aby zwyciężać zło dobrem, trzeba troszczyć się o cnotę męstwa. Cnota męstwa jest przewyciężaniem ludzkiej słabości, zwłaszcza lęku i strachu. Chrześcijanin musi pamiętać, że bać się trzeba tylko zdrady Chrystusa za parę srebrników jałowego spokoju. Chrześcijaninowi nie może wystarczyć tylko samo potępienie zła, kłamstwa, tchórzostwa, zniewalania, nienawiści, przemocy, ale sam musi być prawdziwym świadkiem, rzecznikiem i obrońcą sprawiedliwości, dobra, prawdy, wolności i miłości”³⁷.

Wnioski

W artykule podjęto rozważania na temat użycia w Muzeum środków artykulacyjnych – koloru i faktury materiału – z punktu widzenia komunikacji multimodalnej. W przeciwieństwie do „zwykłej” komunikacji, w której głównym środkiem jest język (słowo, tekst), w komunikacji muzealnej język ma status medium pomocniczego – językiem własnym komunikacji muzealnej jest sam obiekt i ekspozycja. W wyniku przeprowadzonych badań komunikacja w Muzeum jawi się jako kompleksowy zbiór zdywersyfikowanych praktyk komunikacyjnych, zorientowanych przede wszystkim na realizację funkcji religijnych,

³⁷ J. Popiełuszko, *Różaniec – Tajemnice Bolesne. Ostatnie słowa do narodu wypowiedziane w Bydgoszczy 19 października 1984 r.*, w: *Zło dobrem zwyciężał. 9 dni z Błogosławionym Księdzem Jerzym Popiełuszką. Modlitewnik*, Wyd. Flos Carmeli, Poznań 2010, s. 77-78.

kulturotwórczych, integrujących i tożsamościowych³⁸. Badania potwierdziły, że współczesna komunikacja muzealna wykorzystuje szeroko utrwalone kulturowo i religijnie znaczenia barw i faktur. Badania pozwoliły też ustalić, iż owe barwy i faktury stanowią niezbywalne elementy kodu kulturowego stosowanego w dyskursie muzealnym, ponieważ:

- konkretyzują przekaz – pomagają prawidłowo zidentyfikować znaczenie;
- wzmacniają poczucie tożsamości grupy religijnej i etnicznej (polskiej, patriotycznej);
- symbolizują poglądy, wymagania i cele grupy religijnej bądź narodowej;
- przyjmują powtarzalną formę – multiplikatywną dla paralelnych zdarzeń dyskursywnych.

Komunikacja muzealna nie stanowi linearnego kodu przesyłania informacji od nadawcy do odbiorcy, ponieważ takie modele (np. schemat Jakobsonowski)³⁹ nie oddają złożonego procesu komunikowania się ludzi w muzeum. W świetle przebadanego materiału znacznie bardziej adekwatne – choć już nie tak oczywiste metodologicznie – wydają się modele multimodalne, określane przez Winkina⁴⁰ mianem „orkiestralnych”. Metafora orkiestry oddaje w tym wypadku wielokanałowość, procesualność, interakcjonizm i wielopoziomowość komunikacji. Zamiast klasycznego nadawcy i odbiorcy w procesie komunikacji muzealnej występują „instrumentaliści”, którzy realizują swoje partie naprzemiennie lub równoległe⁴¹. Jak wykazały badania, kolor i faktura materiału, traktowane jako znaki wizualne i komplementarne środki artykulacyjne środowiska multimodalnego, pozwalają wzmocnić funkcje kognitywne i ekspresyjne przekazu muzealnego⁴². Wnioski, które powstały na podstawie przeprowadzonych badań, są zgodne z przywołanym wcześniej stanowiskiem badacza na temat semiotyki koloru (Kress, Van Leeuwen)⁴³ i multimodalności przekazu (De Borhegyi)⁴⁴. Przeprowadzone badania wydają się użyteczne zarówno z teoretycznego, jak i praktycznego punktu widzenia, i mogą wzbogacić pracę zarówno muzealników, jak i zwiedzających muzea⁴⁵.

³⁸ W. Czachur, B. Mikołajczyk, R. Opiłowski, *Museum communication...*, dz. cyt., s. 63 (47–68).

³⁹ R. Jakobson, *Poetyka w świetle językoznawstwa*, w: Tenże, *W poszukiwaniu istoty języka*, (Wybór pism, t. 2, wybór, red. nauk, i wstęp M.R. Mayenowa), Warszawa 1989, s. 77-124.

⁴⁰ Y. Winkin, *Telegraf i orkiestra*, w: *Antropologia słowa. Zagadnienia i wybór tekstów*, oprac. G. Godlewski, A. Mencwel, R. Sulima, wstęp i red. G. Godlewski, Warszawa 2003, s. 105-112.

⁴¹ J. Winiarska, A. Załazińska, *Multimodalność komunikacji w perspektywie kognitywizmu*, w: *Multimodalność komunikacji*, red. J. Winiarska, A. Załazińska, Kraków 2018, s. 7.

⁴² J. Maćkiewicz, *Badanie mediów multimodalnych – multimodalne badanie mediów*, „Studia Medioznawcze” 2017, nr 2 (69), s. 35.

⁴³ G. Kress, Th. van Leeuwen, *Colour as a Semiotic Mode*, dz. cyt., 351.

⁴⁴ Por. S. Bonacchi, M. Karpiński, *Remarks about the use of the term „multimodality”*, „Journal of Multimodal Communication Studies” 2014, vol. 1, s. 1-7.

⁴⁵ W. Czachur, B. Mikołajczyk, R. Opiłowski, *Museum communication: the current state of research and challenges for linguistics*, „Stylistyka” 2022 (XXXI), s. 64 (47–68).

Bibliografia

- Antas J., *Semantyczność ciała. Gesty jako znaki myślenia*, Łódź 2013.
- Baudrillard J., *The System of Objects*, trans. J. Benedict, Verso, London 1996.
- Bonacchi S., Karpiński M., *Remarks about the use of the term „multimodality”*, „Journal of Multimodal Communication Studies” 2014, vol. 1, s. 1-7.
- Cameron D.F., *The museum as a communications system and implications for museum education*, „Curator” 1968, vol. 11(1), s. 33-40.
- Czachur W., Mikołajczyk B., Opiłowski R., *Museum communication: the current state of research and challenges for linguistics*, „Stylistyka” 2022 (XXXI), s. 47-68.
- De Borhegyi S.F., *Visual Communication in the Science Museum*, „Curator” 1963, vol. 6(1), s. 45-57.
- Dutton D., *Authenticity in Art*, w: *The Oxford Handbook of Aesthetic*, J. Levinson (ed.), Oxford University Press, Oxford 2003, s. 258-274.
- Hooper-Greenhill E., *Museums and Education. Purpose, pedagogy, performance*, Routledge, London-New York 2007.
- Hooper-Greenhill E., *Museum and their visitors*, Routledge, London-New York 1994.
- Horta M.L.P., *Museum semiotics: a new approach to museum communication*, Department of Museum Studies University of Leicester, Leicester 1992.
- Jakobson R., *Poetyka w świetle językoznawstwa*, w: Tenże, *W poszukiwaniu istoty języka* (Wybór pism, t. 2, wybór, red. nauk, i wstęp M.R. Mayenowa), Warszawa 1989.
- Kaczmarek T., *Jan Paweł II wobec świadectwa ks. Jerzego Popiełuszki*, w: *Błogosławiony Jerzy Popiełuszko. Zapiski, listy i wywiady ks. Jerzego Popiełuszki 1967-1984*, red. G. Bartoszewski, Warszawa 2010.
- Kindziuk M., *Jerzy Popiełuszko. Biografia*, Wyd. Znak, Kraków 2018.
- Kindziuk M., *Świadek prawdy. Życie i śmierć księdza Jerzego Popiełuszki*, Wyd. Edycja Św. Pawła, Częstochowa 2010.
- Kress G., Van Leeuwen Th., *Colour as a Semiotic Mode: Notes for a Grammar of Colour*, „Visual Communication” 2002, vol. 1(3), s. 343-368.
- Kromka chleba. Wybór myśli z pism i przemówień J. Em. Ks. Prymasa Stefana Kardynała Wyszyńskiego, Prymasa Polski, na każdy dzień roku*, red. Z. Peszkowski, Katolicki Ośrodek Wydawniczy „Veritas”, Londyn 1972.
- Ks. Jerzy Popiełuszko. Kazania patriotyczne*, red. A. Majewski, Wyd. Libella, Paryż 1984.
- Ks. Jerzy Popiełuszko. Myśli Wyszukane*, Wybór i wstęp J. Sochoń, Wyd. Znak, Kraków 2002.
- Lisowska-Magdziarz M., *Znaki na uwięzi. Od semiologii do semiotyki mediów*, Wydawnictwo Księgarnia Akademicka, Kraków 2019.
- Maćkiewicz J., *Badanie mediów multimodalnych – multimodalne badanie mediów*, „Studia Medioznawcze” 2017, nr 2 (69), s. 33-42.
- Malacki Z., Pfeifer G., Zajac E.A., *Krzyż stał się nam bramą. Muzeum sługi Bożego ks. Jerzego Popiełuszki*, Wydawnictwo Sióstr Loretanek, Warszawa 2005.
- Parker H.W., *The Museum as a Communication System*, „Curator” 1963, vol. 6(4), s. 350-360.
- Popiełuszko J., *Kazania 1982-1984*, Wyd. SS. Loretanek, Warszawa 1992.
- Popiełuszko J., *Różaniec – Tajemnice Bolesne. Ostatnie słowa do narodu wypowiedziane w Bydgoszczy 19 października 1984 r.*, w: *Zło dobrem zwycięża. 9 dni z Błogosławionym Księdzem Jerzym Popiełuszką. Modlitewnik*, Wyd. Flos Carmeli, Poznań 2010.
- Rogowska A., *Czy synestetycy są wśród nas?*, „Modelowe Nauczanie” 2004, nr 7, s. 29-49.
- Schramm W., *The Nature of Communication between Humans*, w: *The Process and Effects of Mass Communication*, W. Schramm, D.F. Roberts (eds.), University of Illinois Press 1971.
- Shalaginova I., *Understanding Heritage: A Constructivist Approach to Heritage Interpretation as a Mechanism for Understanding Heritage Site*, Brandenburg University of Technology, Cottbus 2012.
- Van Leeuwen T., *The Language of Colour. An Introduction*, Routledge, London-New York 2011.

- Winiarska J., Załazińska A., *Multimodalność komunikacji w perspektywie kognitywizmu*, w: *Multimodalność komunikacji*, red. J. Winiarska, A. Załazińska, Kraków 2018.
- Winkin Y., *Telegraf i orkiestra*, w: *Antropologia słowa. Zagadnienia i wybór tekstów*, oprac. G. Godlewski, A. Mencwel, R. Sulima, wstęp i red. G. Godlewski, Warszawa 2003.
- Yudhawasthi C.M., Damayani N.A., Yusup P.M., Suryana A., *Museum Communication: A Conceptual Study*, „Opcjon” 2019 (35), no.19, s. 2337-2365.

Justyna Kusto

Uniwersytet Marii Curie Skłodowskiej w Lublinie

ORCID 0000-0002-7269-7287

Dagmara Jaszewska

Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie

ORCID 0000-0002-5880-9609

Czy muzyka gra jeszcze pierwsze skrzypce we współczesnych koncertach? Koncert jako wydarzenie multimedialne i jako przestrzeń komunikacji kulturowej

Does music still play the first fiddle in contemporary concerts?
A concert as a multimedia event and as a space for cultural communication

Abstract

This work presents new multimedia forms of musical events, such as mapping, holograms, silent discos, virtual concerts, augmented reality concerts, and hybrid formats combining these phenomena. The article reviews existing research on multimedia concerts and provides examples from both the Polish and international music scenes. The paper examines the technical conditions of these innovations, but more importantly, the changes they bring to the experiences of listeners. These changes align with the phenomenon of culture aromatization, which transforms musical experiences into unique sensory events by enhancing musical and visual perception. An important topic discussed in the article was the impact of multimedia concerts on cultural (musical) communication, including the relationships between senders and recipients. Research shows that some listeners positively evaluate the experiences provided by such concerts and appreciate their community-building aspects, while others respond negatively. Therefore, it seems likely that both traditional live concerts and technologically advanced multimedia events will find their audiences in the future. The choice of appropriate practices and possible additional effects for organizing concerts will rest with the creators of these experiences.

Keywords

multimedia concert, virtual concert, concert in augmented reality, visualization in music, mapping, hologram, silent disco, culture aromatization, cultural communication

Abstrakt

Praca przedstawia nowe multimedialne formy wydarzeń muzycznych, takie jak *mapping*, hologramy, *silent disco*, koncert wirtualny, koncert w rozszerzonej rzeczywistości, oraz łączące te zjawiska formy hybrydowe. Omówiono w niej wyniki dotychczasowych badań nad tymi zjawiskami, a także zilustrowano je przykładami z polskiej i zagranicznej sceny muzycznej. W pracy ukazane zostały techniczne uwarunkowania tych innowacji, ale przede wszystkim zmiany, jakie niosą one w dziedzinie odbieranych przez słuchaczy wrażeń. Zmiany te wpisują się w zjawisko aromatyzacji kultury, polegające na przekształcaniu muzycznych doświadczeń w wyjątkowe przeżycia przez wzmacnianie percepcji muzyczno-wizualnej. Ważnym wątkiem podjętym w artykule był wpływ koncertów multimedialnych na komunikację kulturową (muzyczną) ich uczestników i twórców. Przedstawione w pracy badania pokazują, że jedynie część słuchaczy pozytywnie ocenia doznania oferowane na tego typu koncertach oraz ich wspólnototwórczy charakter. Dlatego wydaje się, że swoich odbiorców znajdą w przyszłości zarówno tradycyjne koncerty „na żywo”, jak również zaawansowane technologicznie imprezy multimedialne.

Słowa kluczowe

koncert multimedialny, koncert wirtualny, koncert w rozszerzonej rzeczywistości, wizualizacja w muzyce, *mapping*, hologram, *silent disco*, kultura aromatyzacji, komunikacja kulturowa

Wprowadzenie

Według definicji słownikowej koncert to impreza artystyczna wypełniona programem muzycznym¹. Współcześnie koncepcja takiego wydarzenia obejmuje jednak nie tylko zaprezentowanie przed publicznością programu muzycznego, ale również towarzyszącą temu oprawę wizualną, wykorzystującą wizualizacje czy hologramy. Trudno też nie wspomnieć o wprowadzeniu do koncertów wirtualnej i rozszerzonej rzeczywistości, która nadaje tym wydarzeniom cechy interaktywne. Dzięki nieustannemu rozwojowi nowych mediów wciąż przybywa technologicznych praktyk stosowanych podczas koncertów, a ich wykorzystanie często prezentowane jest nie tylko indywidualnie, ale również w formie hybrydowej².

Co spowodowało, że współczesny koncert coraz częściej staje się wydarzeniem multimedialnym? Wydaje się, że przyczyną wspomnianych zmian stała się – umożliwiona przez cyfryzację i rozwój nowych mediów – coraz większa dostępność muzycznych treści w dzisiejszej kulturze, która powoduje wszechobecność muzyki, ale i jej swoiste spowszednienie. Słuchacze stają się więc znudzeni dotychczasową formą słuchania muzyki i zaczynają poszukiwać atrakcyjniejszych treści i rozwiązań. Aby wyjść naprzeciw ich oczekiwaniom, twórcy muzyczni są gotowi, by tworzyć контент bardziej immersyjny i wciągający – a takie możliwości daje wykorzystanie w koncertach najnowszych osiągnięć technicznych, takich jak wizualizacje czy hologramy. Tendencję tę można wpisać w kontekst tzw. zjawiska aromatyzacji kultury. Marek Krajewski odnosi to zjawisko do zastępowania naturalnych zapachów sztucznymi; tendencja ta buduje w kulturze intensywną, symulowaną rzeczywistość, która oddziałuje silnie na odbiorcę poprzez sztucznie wytworzone bodźce. To służące przyjemności odbiorców zjawisko Krajewski wiąże mocno z kulturą konsumpcji³. Jest ono jednak możliwe do przeniesienia na grunt przemysłu muzycznego: „aromatyzacja” w kontekście przemysłu muzycznego oznaczałaby proces wzmacniania percepcji muzyczno-wizualnej i przekształcania muzycznych doświadczeń w wyjątkowe przeżycia, które przyciągają uwagę i angażują odbiorcę w sposób podobny, jak przydawanie kulturze pięknych zapachów. W tym wypadku oznaczałoby to wybór rozwiązań (zarówno twórczych, jak i odbiorczych), które wywołują u słuchacza większe emocje oraz krystalizują odbiór przekazu⁴.

Wydarzeniem, które odbiło swoje piętno na sferze kultury i przyspieszyło przemiany charakteru współczesnych koncertów muzycznych, była pandemia koronawirusa. Wprowadzone wówczas obostrzenia dotyczące obowiązków kwarantanny wpłynęły na

¹ Hasło: *Koncert*, Słownik Języka Polskiego PWN, <https://sjp.pwn.pl/slovniki/koncert> (dostęp 15.07.2024).

² A. Regiewicz, J. Warońska, *Widowiskowość i audiowizualność w dobie ponowoczesności. Seria: Audiowizualne Aspekty Kultury w Ponowoczesności*, 2012 tom I, Akademia im. Jana Długosza w Częstochowie, Częstochowa, s. 243–281.

³ M. Krajewski, *Kultury kultury popularnej*, Poznań 2003, za: A. Regiewicz, J. Warońska, A. Żywiółek, *Muzyka w czasach ponowoczesnych. Seria: Audiowizualne Aspekty Kultury w Ponowoczesności* tom II, Częstochowa 2013, s. 192. powyżej ta sama seria ma inny zapis

⁴ Por. A. Regiewicz, J. Warońska, A. Żywiółek, dz. cyt.

konieczność przeniesienia większości wydarzeń artystycznych do sieci. To wtedy, zwłaszcza w Polsce, doszło do spopularyzowania takich praktyk, jak użycie w czasie koncertów hologramów i wizualizacji. Upowszechniły się wówczas także „mutacje” muzycznych wydarzeń, takie jak koncert wirtualny, koncert w rozszerzonej rzeczywistości czy – już po pandemii – *silent disco*⁵. Formy te spotkały się z różną reakcją odbiorców, co postawiło przed twórcami nowe wyzwania. Część z nich pozostała przy produkcji sieciowych wersji koncertów, część natomiast starała się sprostać różnym potrzebom słuchaczy, proponując ich formy hybrydowe. Jeszcze inni twórcy podjęli wyzwanie zachęcenia odbiorców do opuszczenia sieci na rzecz uczestniczenia w wydarzeniach na żywo. W tym celu znów skorzystano z nowości technologicznych, proponując rozwiązania niemożliwe do zastąpienia w świecie wirtualnym⁶.

W Polsce owe przemiany w organizacji koncertów muzycznych są zjawiskiem wciąż nowym. Jednakże początek stosowania powyższych praktyk (związany z postępem technologicznym w branży muzycznej) datuje się na znacznie wcześniej – co przełożyło się na rozwój badań nad tą tematyką na Zachodzie. W literaturze obcojęzycznej można znaleźć wiele artykułów przedstawiających badania nad wyżej wymienionymi zagadnieniami z różnych perspektyw (m.in. technologicznej czy psychologiczno-społecznej) w sposób analityczny i szczegółowy. Jeśli chodzi o zjawisko koncertowych wizualizacji i hologramów, to większość publikacji na ten temat odnosi się do zagadnienia możliwości ich technicznych realizacji⁷. W zachodniej literaturze przedmiotu pojawiły się też badania nad zagadnieniem wpływu nowego typu koncertów na komunikację uczestników i ich relacje społeczne⁸. Jeżeli natomiast chodzi o polską literaturę przedmiotu, to najobszerniejsze

⁵ Imprezy typu *silent disco* (a więc wydarzenia muzyczne na żywo, w których – zamiast korzystania z ogólnego nagłośnienia – uczestnicy używają słuchawek bezprzewodowych i w ten sposób odbierają koncerty indywidualnie) upowszechniły się już po pandemii, ponieważ w jej trakcie zabronione były wszelkie wydarzenia społeczne. Jednakże popularyzację tego typu wydarzeń należy wiązać ze zmianami w organizacji koncertów, które nastąpiły po pandemii koronawirusa.

⁶ M. Hopfinger, *Nowe media w komunikacji społecznej XX wieku. Antologia*, Oficyna Naukowa, Warszawa 2002, s.153–178.

⁷ Zob. np. M. Faulkner (red.), *VJ: audio-visual art and VJ culture*, Laurence King Publishing, Londyn 2016. Autor tej pracy zbiorowej począwszy od lat 70. XX wieku przygląda się między innymi historii i rozwojowi Vj-ingu. Rozwojowi wizualizacji koncertowej poświęcona jest też publikacja: W. Gibbons, M. Grimshaw-Aagaard (red.), *The Oxford Handbook of Video Game Music and Sound*, Oxford University Press, Oxford 2024. Jeśli chodzi o hologramy, to ważnym artykułem jest praca T.H. Connera pt. *Rock and Roll Will Never Die: Holograms and the Spectrality of Performance* („Spectator” 2023 nr 43, s. 52–57). Autor tej publikacji badał strukturę muzycznych wydarzeń wykorzystujących ten rodzaj wizualizacji. Temat historii *silent disco* i dalszego rozwoju tej technologii podjął natomiast w swoich badaniach Russell Eric Dobda (zob. tenże, *Applied and Proposed Installations with Silent Disco Headphones for Multi-Elemental Creative Expression*, materiały z konferencji *Proceedings of the International Conference on New Interfaces for Musical Expression*, Daejeon, Republic of Korea 2013, s. 69–72).

⁸ Nad rolą technologii rozszerzonej rzeczywistości w poprawieniu relacji odbiorca-twórca zastanawiali się Jennifer L. Breese, Mark A. Fox i Ganesh Vaidyanathan w pracy: *Live Music Performances and the Internet of Things* („Issues in Information Systems, International Association for Computer Information Systems”

pozycje naukowe na ten temat dotyczą zagadnień hologramu i wizualizacji⁹; natomiast zjawisko *silent disco* nie doczekało się całościowych analiz w Polsce (zostało jedynie wspomniane w pracach dotyczących ogólniejszych zagadnień z dziedziny wizualności współczesnych mediów¹⁰). Dodajmy, że polskie prace naukowe podejmują głównie zagadnienia praktyczne, a nie teoretyczne, i częściej zawierają jedynie wzmianki na temat technologicznych aspektów wirtualnych koncertów, niż pogłębione analizy tego zjawiska. Pomimo długiego stażu w przestrzeni kreatywnej praktyk związanych z koncertami multimedialnymi, brakuje u nas publikacji, które omawiałyby je i analizowały w sposób syntetyczny.

Niniejszy artykuł ma za zadanie wypełnić tę lukę: jego celem jest przedstawienie polskiemu czytelnikowi zjawiska koncertów multimedialnych, w tym również omówienie technicznych aspektów ich organizacji. Analiza zostanie zilustrowana odpowiednio

2020 tom 23 nr 3, s. 179–188). Susan Barnett natomiast badała społeczne czynniki towarzyszące uczestniczeniu w imprezach *silent disco*. Zob. także, *The Socialization Experience at a Silent Disco*, „Illuminare: A Student Journal in Recreation, Parks and Leisure Studies” 2016 tom 14 nr 1, Bloomington, s. 35–42.

⁹ Będzie to przede wszystkim książka pod redakcją K. Sierżputowskiego (tenże, *Słuchając hologramu. Cieleśność wirtualnych zespołów animowanych*, Fundacja Instytut Kultury Popularnej, Poznań 2018), której autorzy poruszyli temat koncertów w wykonaniu wirtualnych zespołów animowanych. W książce tej omówione są zwłaszcza zagadnienia doświadczenia przez odbiorców uczestniczących w tego typu koncertach ruchu i cielesności. Tematem wizualizacji, a dokładniej jej technicznych aspektów, zajmował się również Jacek Grekow (tenże, *Method of transforming music into 3D figures*, „Przegląd Elektrotechniczny” 2013 nr 11, Warszawa, s. 327–330), natomiast zagadnienia wizualizacji i hologramów jako przykładów zastosowania technologii multimedialnych w widowiskach artystycznych i rozrywkowych podejmował w swoich pracach Jakub Jasiukiewicz (tenże, *Perspektywy zastosowań technologii wideo w realizacji widowisk artystycznych i rozrywkowych*, s. 123–136, w: K. Borodako (red.), *Foresight w przedsiębiorstwach: nauka, technologia, wdrożenie*, Instytut Zachodni, Poznań 2012.) Zagadnieniom hologramu, a dokładniej studium przypadku Hatsune Miku (jednej z najbardziej popularnych gwiazd hologramu w świecie muzycznym), poświęcony został z kolei artykuł polskiego badacza Mateusza Chaberskiego (tenże, *De(kon)strukcja wirtualnej gwiazdy*, „Didaskalia. Gazeta Teatralna” 2016 nr 132, Wrocław, s. 123–125). Opisując przedstawienie z udziałem Miku w ramach *Festiwalu Transmediale* w Berlinie w 2016 roku, autor tego tekstu skupił się nie tylko na technicznych zagadnieniach związanych z organizacją tego wydarzenia, ale także na badaniu (różnorodnych) reakcji publiczności.

¹⁰ Przykładowo Tomasz Bielak przywołał je w swoich badaniach nad kulturą wizualną jako przejaw współczesnego społecznościowego charakteru mediów (zob. tenże, *Patchwork: kulturowa cyrkulacja obiektów medialnych*, Wydawnictwo Naukowe Akademii Techniczno-Humanistycznej, Bielsko-Biała 2018), zaś w jeszcze innej pracy na temat multimedialności wspomina się o *silent disco* i wizualizacjach jako technologiach wykorzystywanych przez artystów sztuki tańca – zob. M. Zamorska, *Badania w ramach projektu badawczego Multimedialność: strategie wykorzystywania nowych mediów (elektronicznych, cyfrowych) w polskim nowym tańcu*, Instytut Muzyki i Tańca w Warszawie, 01.10.2013–30.06.2014. Zdarzało się też, że badacze przywoływali w swoich badaniach nad sztuką medialną przykłady konkretnych wydarzeń o charakterze *silent disco* – zob. np. W. Rapior, „Mam marzenia”. *Z kuratorką i opiekunką Generatora Malta Joanną Pańczak rozmawia Waldemar Rapior*, „Zarządzanie w Kulturze” 2018 tom 19 nr 4, Kraków, s. 471–479; B. Kwaśny, M. Kazula, *Miejskie Technokultury: Detroit, Berlin, Wrocław*, „Kultura – Historia – Globalizacja” 2016 nr 19, Warszawa; J. Stasiowska, *Pop rozebrany przez swoich zalotników – performance Double Vision jako synteza światła i dźwięku*, „Estetyka i Krytyka” 2015 nr 4, Kraków, s. 55–69; J. Stasińko, *Post-ludzki design twarzy – posthumanistyczne konteksty technologii obrazowania twarzy*, „Przegląd Kulturoznawczy” 2020 nr 1, Kraków, s. 92–107.

dobranymi przykładami multimedialnych (również wirtualnych) przedstawień zrealizowanych przez artystów z Polski i ze świata. W pracy tej omówione zostaną również (na podstawie dostępnych badań) aspekty psychologiczne omawianych zjawisk, a także namysł nad tym, jakie zmiany mogą one powodować w komunikacji muzycznej mającej miejsce w czasie koncertów. W podsumowaniu przedstawione będą także refleksje nad przyszłością koncertu jako formy genetycznie audialnej.

Koncerty multimedialne i wykorzystywane w nich technologie

Wizualizacje

Współczesne wydarzenia muzyczne coraz częściej przybierają postać doświadczeń wykorzystujących różne zmysły. W ostatnim czasie w tym kontekście popularne stało się użycie pojęcia „wizualizacja”. Może być ono różnie rozumiane¹¹; przyjmijmy jednak, że tym mianem określamy każdy rodzaj efektów wizualnych – od gry świateł, po wszelkiego rodzaju *mapping*¹².

Według Michaela Faulknera koncertowa wizualizacja oznacza uzyskanie dynamicznego dzieła, często składającego się z uprzednio przygotowanych materiałów wizualnych, które podczas koncertu są synchronizowane z muzyką. *Loopy* (czyli zapętlone materiały video) mogą być stworzone oddzielnie nawet dla każdej części utworu. Jest to bardzo wymagające i czasochłonne zajęcie, jako że koncerty w odróżnieniu od innych form video mogą trwać do kilku godzin¹³.

Na skutek rosnącej popularyzacji *mappingu* powstał nawet nowy zawód – *Video Jockey (VJ)*¹⁴. Według W. Gibbonsa i M. Grimshawa-Aagaarda współcześnie wizualizację koncertową należy łączyć właśnie z obecnością na scenie osoby VJ-a, którego zadaniem jest przygotowanie materiałów video (np. animacji składających się na wizualizację), a następnie zaprezentowanie ich podczas koncertu w taki sposób, aby obraz był zsynchronizowany z muzyką¹⁵. VJ-e początkowo odpowiadali jedynie za pokaz laserów i świateł – współcześnie, prezentując wizualizacje podczas koncertów i wydarzeń audiowizualnych, łączą różnorodne narzędzia i techniki. Obecnie muzycy zatrudniają najlepszych VJ-jów, aby przyciągnąć jak największą uwagę odbiorców.

Jak już wspomniano, wizualizacje mogą przyjmować różną formę, np. gry świateł (inaczej pokazu laserowego czy *laser show*). Do ich zrealizowania niezbędna jest specjalnie wytwarzana mgła, która umożliwi promieniom lasera tworzenie konstelacji

¹¹ W. Gibbons, M. Grimshaw-Aagaard (red.), *The Oxford Handbook of Video Game Music and Sound*, „Oxford University Press”, Oxford 2024.

¹² Można też spotkać się z łączeniem pojęcia wizualizacji jedynie z *mappingiem*, jednakże w niniejszym artykule pojęcie „wizualizacja” będzie używane do opisu wszystkich efektów wizualnych.

¹³ Tamże, s. 38–42.

¹⁴ Skrót *VJ* pochodzi od wyrażenia *Video Jockey*. Analogicznie, jak DJ (skrót od *Disc Jockey*) odpowiada w czasie koncertów za muzykę, tak VJ jest odpowiedzialny za efekty wizualne.

¹⁵ J. Hader, *Na czym polega video mapping 3D*, „Precyzja” z 30.04.2013 r., <https://www.precyzja.org/na-czym-polega-video-mapping-3d/> (dostęp 15.07.2024).

przestrzennych. Wiązka światła lasera skierowana może być w stronę publiczności lub też na wykonawców¹⁶. Kolejną z możliwych metod opracowania wizualizacji koncertowej jest stworzenie i wyświetlenie na ekranie podczas muzycznego widowiska różnych figur, których kształty zależne są od tonacji utworu¹⁷. Jacek Grekow twierdzi, że tego rodzaju wizualizacja umożliwia odzwierciedlenie – w efektach wizualnych – teorii muzycznych¹⁸. Inną techniką jest *mapping video*, które polski badacz Jakub Jasiukiewicz definiuje jako wielkoformatowe projekcje wyświetlane na takich płaszczyznach, jak budynki lub innych obiektach¹⁹. Projekcja przybiera w tym przypadku postać statycznego lub ruchomego obrazu (wykorzystującego efekty laserowe, lasery, grafiki, animacje lub video). Wśród możliwych powierzchni lub obiektów służących do mappingu praktycy wymieniają nie tylko ekran czy fasadę budynku, ale też instrument na scenie czy osobę artysty²⁰. Struktury owych płaszczyzn, wydobywane dzięki rzucanemu na nie światłu, tworzą widowisko multimedialne. Dopasowanie wyświetlanej treści do „zmapowanej” powierzchni lub obiektu przy wykorzystaniu zaawansowanych technik (takich jak korekcja perspektywy, kalibracja czy łączenie krawędzi), jest tym, co wyróżnia mapping od zwykłej projekcji²¹. W zależności od wybranej powierzchni lub obiektu można mówić o mappingu 2D lub 3D. Przy mappingu 3D światło rzucające jest nie na płaską powierzchnię (jak w przypadku 2D), ale treść prezentowana jest w przestrzeni trójwymiarowej.

Efekty wizualne od dawna towarzyszyły muzycznym wydarzeniom klubowym (zwłaszcza w obrębie muzyki elektronicznej i gatunków jej pochodnych) – jednakże współcześnie trend ten widoczny jest w niemalże każdym wydarzeniu scenicznym. Mappingi można spotkać nie tylko na koncertach, ale również w muzeach czy w teatrach, gdzie pełnią rolę interaktywnego tła artystycznych wydarzeń. Coraz częściej towarzyszą one również koncertom z gatunku muzyki poważnej, takim jak wydarzenie *Allegro Music Education Centre* w Indonezji, w którym zmapowany został sam instrument – fortepian²². Innym przykładem może być *Koncert Muzyki Filmowej i Epickiej (Visual Concert)*, zachęcający odbiorców kinowo-panoramicznym ekranem ledowym nowej generacji, na którym wyświetlano obrazy filmowe oraz projekcje spektakularnych miejsc na świecie²³. W tym

¹⁶ Pokazy Laserowe, „Fenix Art.” (brak daty opubl.), <https://www.dwornik.com.pl/pokazy-laserowe/> (dostęp 15.07.2024).

¹⁷ Tamże.

¹⁸ J. Grekow, *Method of transforming...*, dz. cyt., s. 327–330.

¹⁹ J. Jasiukiewicz, *Perspektywy...*, dz. cyt., s. 123–136.

²⁰ Pokaz światel, „Laserprofi” (brak daty opubl.), <https://laserprofi.pl/pokaz-swiatek/> (dostęp 15.07.2024).

²¹ Zob. *What is the difference between projection, projection mapping, 3d projection mapping, and video mapping?*, „Lumenarius” z 2.02.2024 r., <https://www.lumenarius.com/blog-full-roll-c/what-is-the-difference-between-projection-projection-mapping-3d-projection-mapping-and-video-mapping> (dostęp 17.07.2024).

²² H. Chaan, *3D Mapping Grand Piano The 10th Annual Concert of Allegro Music Education Centre 2016*, „Youtube” z 2.05.2016 r., https://www.youtube.com/watch?v=YV8oLBJOkUs&ab_channel=xinchaan (dostęp 15.07.2024).

²³ *Koncert Muzyki Filmowej i Epickiej (Visual Concert)*, „Ebilet” (brak daty opubl.), <https://www.ebilet.pl/klasika/muzyka-filmowa/visual-concert> (dostęp 15.07.2024).

momencie warto przywołać również działalność kompozytora i producenta muzycznego Szymona Weissa. Jego projekt *Weiss Video Orchestra* (w którym kompozytor współpracował z artystą wizualnym Maciejem Szupicą) wyróżnia się nie tylko efektami wizualnymi, ale zaskakuje też zmieniającym się składem artystów występujących w koncertach. Do jednej z wersji projektu zaangażowani zostali muzycy Orkiestry Filharmonii w Szczecinie. Jak twierdzą sami organizatorzy wydarzenia, „Weiss Video Orchestra to więcej niż koncert, to audiowizualny spektakl, pełnoprawna narracja, która zarówno zaprasza do tańca, jak i do swobodnego oddania się jej lirycznym partiom”²⁴.

Hologramy

Wizualizacje to dopiero początek zmian widocznych w przemyśle muzycznym. Ważnym przejawem omawianych tendencji jest zjawisko hologramów. Według Thomasa H. Connera holografia pozwala na pozyskiwanie trójwymiarowych obrazów metodą rekonstrukcji fali światła. Dzięki temu możliwe jest wyświetlenie obrazu na powierzchni niewidocznej dla widza (np. na animacji czy modelu 3D), spreparowanej w taki sposób, by odbiorca mógł zobaczyć w powstającym wówczas obrazie głębię i przestrzeń²⁵. Błażej Charzyński precyzuje, że nazwa „hologram” obejmuje również dwuwymiarowe świetlne obrazy. Do powstania hologramu 2D niezbędne są dwie wiązki światła laserowego, z których pierwsza skierowana jest na kliszę uwieczniającą obraz, a druga na rejestrowany przedmiot. Wiązka ta musi jednocześnie odbić się w kierunku kliszy. Z hologramem 3D mamy natomiast do czynienia dopiero wtedy, gdy cała klisza zostanie dodatkowo oświetlona spójnym światłem laserowym²⁶. Thomas H. Conner wyróżnił ponadto trzy elementy potrzebne do organizacji wydarzenia z wykorzystaniem hologramu. Są to kolejno: transparentna powierzchnia, ukryte przed widzem obramowania danej powierzchni, oraz projekcja rzutowana jedynie na ekran²⁷. Wykorzystanie technologii hologramów może odbywać się zarówno w czasie koncertów organizowanych żywo, jak też w ramach rzeczywistości wirtualnej lub rozszerzonej.

Hologramy mogą wykorzystywać wizerunek artystów zmarłych oraz żyjących, a także obrazy postaci sztucznie wykreowanych na potrzeby wydarzeń artystycznych – każdy ich rodzaj jest bowiem realizowany w podobny (pod względem techniki), opisany wyżej sposób. Przykładem zjawiska „sztucznego hologramu” wykorzystywanego w koncertach muzycznych jest postać japońskiej supergwiazdy anime *Hatsune Miku*, której głos jest zasługą programu komputerowego do syntezy śpiewu. Repertuar wirtualnej gwiazdy

²⁴ *What is the difference between projection, projection mapping, 3d projection mapping, and video mapping?*, „Lumenarius” z 2.02.2024 r., <https://www.lumenarius.com/blog-full-roll-c/what-is-the-difference-between-projection-projection-mapping-3d-projection-mapping-and-video-mapping> (dostęp 17.07.2024).

²⁵ T.H. Conner, *Rock and Roll...*, dz. cyt., s. 52–57.

²⁶ B. Charzyński, *Co to jest Hologram 3D – podstawowe informacje o hologramach*, „Scroll” z 14.07.2021 r., <https://scroll.morele.net/technologie/co-to-jest-hologram-3d-podstawowe-informacje-o-hologramach/> (dostęp 15.07.2024).

²⁷ C.H. Conner, *Rock and Roll...*, dz. cyt., s. 52–57.

stanowią najpopularniejsze utwory stworzone przez fanów Miku, wybrane przez organizatorów jej koncertów spośród tych, jakie można odnaleźć w sieci. Jedynie za akompaniament do śpiewu wirtualnej wokalistki odpowiada prawdziwy zespół.

Dodajmy, że z technicznego punktu widzenia postać Hatsune Miku nie jest do końca prawdziwym hologramem (choć na taki wygląda), ponieważ nie ma tu mowy o użyciu dwóch wiązek światła laserowego, ani oświetleniu kliszy spójnym światłem laserowym²⁸. W tym przypadku wykorzystuje się praktycznie niewidoczną dla publiczności folię *DILAD*, na którą podczas koncertów rzucane jest światło z kilku projektorów umieszczonych za sceną²⁹.

Istnieją też hologramy wykorzystujące wizerunki zmarłych artystów, których prymarnym celem jest ich „wskrzeszenie” oraz „wznowienie” ich działalności na scenie. Z projektem takich hologramów jako pierwsza wyszła firma BASE. Jak powiedzieli jej pracownicy, „Naszym celem jest łączenie wciąż rosnącego popytu na koncerty czy spektakle live z zainteresowaniem zjawiskiem wirtualnej rzeczywistości, rozszerzonej rzeczywistości czy technologii filmu holograficznego. Występ Tupaca Shakura na festiwalu *Coachella* w Kalifornii w 2012 roku, czy koncert Michaela Jacksona, to tylko początek”³⁰. Trend ten podchwyciły gwiazdy muzyki, takie jak Elton John czy – chcąc wznowić swoją działalność – grupa *ABBA*. W 2020 roku „pośmiertną trasę koncertową” odbyła Whitney Houston (a tak naprawdę na koncertach wystąpił hologram amerykańskiej artystki³¹).

Rozszerzona rzeczywistość

Zwiększenie „namacalności” przekazu może odbywać się także poprzez wykorzystywanie tzw. *rzeczywistości rozszerzonej* (ang. *Augmented Reality* – *AR*). W odróżnieniu od zjawiska wirtualności technologia ta nie izoluje odbiorcy od jego naturalnego środowiska: może on natomiast skorzystać z niejako nowego wymiaru rzeczywistości, a więc „poszerzyć” ją (względem tej, w której się obecnie znajduje) o nowe doznania medialne. *Augmented Reality* posiada jeszcze jedną zaletę. Nie wymaga ona dostępu do specjalnych narzędzi czy urządzeń – znajduje się bowiem w zasięgu każdego użytkownika telefonu.

Jednym z pierwszych tego typu interaktywnych wydarzeń był zorganizowany w 2019 roku kalifornijski festiwal muzyczny *Coachella*. Jedna z festiwalowych scen wyposażona została wówczas w technologię rozszerzonej rzeczywistości. Uczestnicy posiadający

²⁸ B. Charzyński, dz. cyt.

²⁹ M. Pisarski, *Hatsune Miku: wirtualna wokalistka supergwiazdą w Japonii*, „Komputer Świat” z 6.05.2015 r., <https://www.komputerswiat.pl/artykuly/redakcyjne/hatsune-miku-wirtualna-wokalistka-supergwiazda-w-japonii/3b0c819> (dostęp 15.07.2024).

³⁰ J. Ottewill, *How hologram technology is changing the future of the music industry*, „MusicTech” z 9.05.2019 r., <https://www.musictech.net/features/trends/hologram-technology-future-of-music-industry/> (dostęp 5.03.2022).

³¹ L. Said-Moorhouse, *Imogen Heap's sci-fi gloves make anyone a musician*, „CNN” z 13.01.2015 r., <https://edition.cnn.com/2015/01/12/technology/imogen-heap-mimu-music-gloves-blk/index.html> (dostęp 15.07.2024).

dostęp do zaprojektowanej na potrzeby festiwalu aplikacji mogli – dzięki uruchomieniu funkcji kamery – oglądać wizualizacje kreowane w realnym czasie nad sceną³².

Współcześnie technologia *rzeczywistości rozszerzonej* jest coraz częściej wykorzystywana w branży muzycznej. Do jej popularności przyczynili się Andrea Brogni, Darwin G. Caldwell, Dario Mazzanti i Victor Zappi, którzy na konferencji *New Interfaces for Musical Expression* przedstawili swój projekt wykorzystujący technologię AR do tworzenia wydarzeń muzycznych³³. Technologię tę można wykorzystywać także w koncertach muzyki poważnej – umożliwia to na przykład aplikacja *Strings pavilion*, która pozwala na oglądanie koncertów z całego świata na urządzeniach mobilnych w panoramie 360 stopni³⁴. Z kolei firma *Massive Technologies* zaproponowała aplikację *AR Pianist*, która pozwala melomanom na udział w interaktywnych koncertach fortepianowych, a także daje im możliwość nauki gry na instrumencie. Wystarczy uruchomić aplikację, skierować tylną kamerę urządzenia na własne pianino lub fortepian, a przy klawiaturze automatycznie pojawi się wirtualny pianista. *AR Pianist* pozwala także na oglądanie awatara pod różnym kątem, z różnej odległości, a wykonywany repertuar może być dostosowywany do preferowanego przez odbiorcę tempa. Dodatkowym atutem aplikacji jest możliwość pojawienia się w czasie rzeczywistym informacji zwrotnych o grze ucznia, dzięki wbudowanemu dziś w niemal każde urządzenie mobilne mikrofonowi³⁵.

Istnieją również produkty wykorzystujące technologię rozszerzonej rzeczywistości głównie do użytku domowego. Większość z nich powstała z potrzeby przeniesienia realnych wydarzeń muzycznych do Internetu z powodu pandemii COVID-19. To samo zastosowanie miały zresztą również omówione wyżej produkty operujące w wirtualnej rzeczywistości.

Koncert wirtualny

W 1999 roku grupa badawcza DIVA na łamach artykułu *Virtual Concerts in Virtual Spaces – in Real Time*³⁶ przedstawiła swój projekt wirtualnej orkiestry, której prototyp został

³² K. Melnick, *Coachella Debuts Its First Interactive AR Stage*, „VRScout” z 14.04.2019 r., <https://vrscout.com/news/coachella-ar-interactive-stage/> (dostęp 15.07.2024); K. Clement, *Using Augmented Reality In Classical Music*, „Art Management & Technology Laboratory” z 25.08.2021 r., <https://amt-lab.org/blog/2021/8/using-augmented-reality-in-classical-music> (dostęp 14.07.2024).

³³ A. Brogni, D.K. Caldwell i in., *Augmented Stage for Participatory Performances*, materiały z konferencji *Proceedings of the 2014 conference on New Interfaces for Musical Expression*, Goldsmiths, University of London 2014.

³⁴ *Strings Pavilion Augmented Reality Experiences*, „Strings Music Festival” (brak daty opubl.), <https://stringsmusicfestival.com/virtual/> (dostęp 15.07.2024).

³⁵ *AR Pianist – 3D Piano Concerts*, „App Advice” (brak daty opubl.), <https://appadvice.com/app/ar-pianist-3d-piano-concerts/1478118473> (dostęp 15.07.2024); P. Ridden, *AR app puts a virtual classical piano jam in your living room*, „New Atlas” z 12.11.2020 r., <https://newatlas.com/mobile-technology/ar-pianist-app-piano-guys-fur-elise/> (dostęp 15.07.2024).

³⁶ R. Hanninen, J. Hiipakka i in., *Virtual concerts in virtual spaces – in real time*, „The Journal of the Acoustical Society of America” 1999 tom 105 nr 2.

zademonstrowany po raz pierwszy w 1997 roku. Orkiestra ta tworzyła eksperymentalne interaktywne i wirtualne środowisko. Koncerty w jej wykonaniu odbywały się w czasie rzeczywistym, a w ich ramach rozwijano cztery główne komponenty: wizualizację graficzną i animację, generowanie dźwięku i auralizację oraz interaktywność.

Szczególnym momentem w historii wirtualnego koncertu był czas pandemii koronawirusa, który wymógł na organizatorach przeniesienie wydarzeń muzycznych do sieci internetowej – to zaś wymagało znalezienia satysfakcjonującej alternatywy dla tradycyjnych koncertów. Okazało się wtedy, że popularne wówczas rozwiązanie – streaming koncertów granych na żywo – było dla uczestników koncertów niewystarczające pod względem odbieranych przez nich doznań. Właśnie *Virtual Reality* okazała się technologią, która mogła sprostać ich oczekiwaniom.

Według koncepcji Williama R. Shermana i Alana B. Craiga przywołanej w pracy Lies Bouckaert, wirtualna rzeczywistość to „Medium złożone z interaktywnych symulacji komputerowych, które wyczuwają pozycję i działania uczestnika oraz zastępują lub zwiększają informacje zwrotne do jednego lub więcej zmysłów, dając poczucie zanurzenia psychicznego lub obecnego w symulacji”³⁷. Bouckaert zwraca uwagę na dwa rodzaje wirtualnej rzeczywistości – nisko immersyjną oraz wysoko immersyjną. Nisko immersyjna VR (czasami określana mianem „VR komputerów stacjonarnych”) buduje świat wirtualny za pośrednictwem wyświetlaczy 2D, takich jak ekrany komputerowe, laptopy lub smartfony. Jej użytkownicy mogą zobaczyć ów świat na swoim wyświetlaczu w panoramie 360 stopni, używając interfejsów nawigacyjnych, takich jak myszki i klawiatury. Wysoko immersyjna VR pozwala użytkownikom być całkowicie otoczonym wirtualnym światem widocznym w panoramie 360 stopni. Wymaga ona użycia określonych urządzeń technologicznych, takich jak czujniki śledzenia ciała – które powodują, że wirtualny świat dostosowuje się do ruchów użytkowników³⁸. Koncert typu KVR³⁹ jest transmitowany na żywo ze świata rzeczywistego przez artystę lub zespół przybierających postać awatara – jego odbiorcy zaś (tj. „gracze”) to również użytkownicy świata rzeczywistego, którzy uczestniczą w wydarzeniu w formie awatara. Takie wydarzenie odbywa się w konkretnie określonym czasie w ramach gry wideo lub innego wirtualnego środowiska.

Jednym z głośniejszych tego typu przedsięwzięć był cykl koncertów zorganizowanych na platformie gier wideo *Fortnite* w kwietniu 2020 roku. Dwudniowe wydarzenie składało się z pięciu koncertów Trvisa Scotta. W ramach doświadczania interaktywnego środowiska uczestnicy przedsięwzięcia mogli korzystać z najnowocześniejszych efektów specjalnych, dzięki którym ich awatary mogły skakać, tańczyć i teleportować się po

³⁷ W.R. Sherman, A.B. Craig, *Understanding Virtual Reality: interface, application, and design*, Second Edition, Elsevier 2019, s. 16, w: L. Bouckaert, *Virtual Reality As New Concert Space. The experience of VR concerts illuminated from the perspective of audience and developers*, praca magisterska złożona na Uniwersytecie Gent na kierunku „Historia Sztuki, Muzykologia i Sztuki Teatralne” w roku akademickim 2020/2021.

³⁸ L. Bouckaert, dz. cyt., s. 3.

³⁹ Tym skrótem będziemy się posługiwać w dalszej części pracy, zamiennie ze skrótem „koncerty w VR” oraz pełną nazwą badanego zjawiska – „koncerty w wirtualnej rzeczywistości”.

platformie *Fortnite*⁴⁰. Podobny koncert, tym razem z udziałem artystki Madison Beer, miał miejsce w styczniu 2021 roku. Wydarzenie pod tytułem *Madison Beer Immersive Reality Concert Experience* zostało zrealizowane dzięki współpracy piosenkarki z firmą *Sony*. Widzowie uczestniczący w koncercie, korzystając z urządzenia VR, mieli okazję oglądać nie samą Madison, a jej awatar występujący w *Sony Hall* w Nowym Jorku⁴¹.

Silent disco

Wielką popularnością cieszą się dziś imprezy określane mianem *silent disco*. Termin ten opisuje zdarzenie, w którym – zamiast korzystania z ogólnego nagłośnienia – każdy słuchacz używa słuchawek bezprzewodowych i w ten sposób odbiera koncert indywidualnie. Prototyp tego urządzenia można było zobaczyć już w fińskim filmie science fiction z 1969 r. pt. *Ruusujen Aika*⁴².

Korzystanie z tej formy słuchania muzyki jest domeną współczesnych imprez klubowych. Organizatorzy imprez *silent disco* proponują klubowiczom słuchawki dające możliwość sterowania głośnością oraz umożliwiające wybór kanału nadającego określony gatunek muzyki. Koncerty tego typu oferują słuchaczom pogłębienie doznań audialnych, oddzielając jednocześnie sferę prywatną od publicznej. Ta oferta daje wrażenie iluzji tworzenia muzycznej rzeczywistości oraz bycia niezależnym – uczestnicząc w przekazie można bowiem stać się częścią jego kreacji⁴³.

Obecnie formuła *silent disco* stała się także atrybutem wydarzeń masowych, kusząc odbiorców możliwością głębszego uczestniczenia w koncertach i wnoszenia własnego wkładu w prezentowanie kultury muzycznej. Technologia ta coraz częściej wykorzystywana jest również podczas koncertów muzyki popularnej, rockowej czy jazzowej. Co prawda, ze względu na specyfikę tych koncertów, ich słuchacze nie mają wpływu na

⁴⁰ D. Chidekel, *The Future of Live Events: AR, VR and Advertising*, „Forbes” z 9.02.2021 r., <https://www.forbes.com/sites/legalentertainment/2021/02/09/the-future-of-live-events-ar-vr-and-advertising/?sh-70d184432b65>; <https://arvrjourney.com/the-best-vr-events-and-concerts-planned-for-2021-5afbce6f046> (dostęp 14.07.2024).

⁴¹ *A Groundbreaking Virtual Concert Performance From Madison Beer, Sony Music and Verizon Coming to TikTok*, „Sony Music” z 18.03.2021 r., <https://www.sonymusic.com/sonymusic/madison-beer-groundbreaking-virtual-concert-performance/> (dostęp 15.07.2024); Echo 3D, *The Best VR Events and Concerts Planned for 2021*, „AR VR Journey” z 11.02.2021 r., <https://arvrjourney.com/the-best-vr-events-and-concerts-planned-for-2021-5afbce6f046> (dostęp 15.07.2024).

⁴² *Ruusujen Aika*, reż. Risto Jarva, Finlandia, 1969 r.

⁴³ A. Regiewicz, J. Warońska, A. Żywiołek, *Muzyka...*, dz. cyt., s. 294; J. Siddall, *Hedley perform quietest rock concert ever in Banff*, „CBC News” z 5.11.2013 r., https://www-cbc-ca.translate.google.com/news/canada/british-columbia/hedley-perform-quietest-rock-concert-ever-in-banff-1.2355696?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=pl&_x_tr_hl=pl&_x_tr_pto=sc (dostęp 15.07.2024); *Fabrik Delivers 3D Listening Experience at Silent Concert for over 1000 Headphones*, „Klang” (brak daty opubl.), <https://www.klang.com/adulescens-silent-concert/> (dostęp 14.07.2024).

wybór kanału – to jednak nie przeszkadza im w odbiorze przekazu w sposób immersyjny i zindywidualizowany⁴⁴.

Silent disco badano pod kątem preferowanej przez odbiorców głośności słuchania muzyki, o czym pisali Elizabeth Beach, Carsten Daugaard, Megan Gilliver i Rikke Sørensen⁴⁵. Z przeprowadzonych przez nich badań wynika, że ludzie korzystający z *silent disco* preferują niższe i nieco delikatniejsze ustawienia dźwięku, które są możliwe do uzyskania przy użyciu słuchawek (w porównaniu do dźwięku generowanego w czasie wydarzeń nagłaśnianych ogólnie)⁴⁶.

Hybryda

Jak już wcześniej wspomniano, efekty wizualne często stosowane są w wydarzeniach muzycznych w formie syntezy. W listopadzie 2020 roku zainicjowany został festiwal *Viral Art* w Lublinie⁴⁷. W ramach tego wydarzenia *Grupa Taneczna ZMYŚL* zaprezentowała choreografię taneczną, której towarzyszył set didżejski. Wydarzenie oprawione zostało pokazem świateł, wizualizacjami i mappingiem. Dodatkowo tancerki miały zapewniony body painting⁴⁸. Kolejnym przykładem hybrydyzacji muzyki może być koncert młodego polskiego rapera *Maty* na lotnisku na warszawskim Bemowie w 2021 roku. Występowi muzycznemu towarzyszyły układy taneczne odgrywane w formie scenek rodzajowych, pokazy świateł i mapping, a to wszystko miało miejsce w stale zmieniającej się scenografii⁴⁹.

Koncerty multimedialne – nowe wrażenia, nowy typ komunikacji kulturowej

Omawiane w tym artykule multimedialne wydarzenia muzyczne dają ich uczestnikom nowe możliwości i wzbogacają ich odbiór muzyki. Wskazuje na to wiele prac naukowych podejmujących zagadnienia psychologicznych aspektów uczestniczenia w koncertach wirtualnych oraz ich oceny przez słuchaczy.

Lies Bouckaert przeanalizowała doświadczenia uczestników koncertów w wirtualnej rzeczywistości, biorąc pod uwagę cztery ich komponenty: umotywowanie obecności widzów na tych koncertach, postrzeganie przez nich zalet i wad KVR, ich poczucie obecności i wspólnotowości podczas koncertów oraz ich zdanie na temat przyszłości tego typu wydarzeń. Okazało się, że słuchaczy motywuje nie tylko obecność na scenie

⁴⁴ *Silent Concert – headphone concerts*, „Jazz On The Sofa” (brak daty opubl.), <https://jaw-z.nl/jots-artiest/grzech-piotrowski/> (dostęp 15.07.2024).

⁴⁵ E. Beach, C. Daugaard i. in., *Preferred listening levels – a silent disco study*, „Proceedings of the International Symposium on Auditory and Audiological Research” 2017 tom 6, s. 255–262.

⁴⁶ Tamże.

⁴⁷ Jedną z autorek tego tekstu, mgr Justyna Kusto, miała przyjemność uczestniczyć w pierwszej edycji tego projektu jako DJ.

⁴⁸ *Viral ART Festival*, „Facebook” (brak daty opubl.), <https://www.facebook.com/ViralARTFestival> (dostęp 14.07.2024).

⁴⁹ F. Wojtowicz, *Rekordowy koncert MATY*, „Muzyka i Technologia” z 21.10.2021 r., <https://muzykaitechnologia.pl/rekordowy-koncert-maty/> (dostęp 15.07.2024).

preferowanych przez nich artystów, ale także ogólnie wyjątkowość tego typu wydarzeń artystycznych, na którą składają się również prezentowane w ich trakcie efekty wizualne⁵⁰. Również badania przeprowadzone przez Fatimah Solihah wskazują na satysfakcję uczestników koncertów wirtualnych⁵¹. Część badań pokazuje więc, że hiperrzeczywistość, do której w czasie pandemii przeniosła się większość muzycznych wydarzeń, dla wielu odbiorców stała się nie tylko alternatywą dla fizycznej obecności na wydarzeniach „na żywo”, ale też zaferowała niektórym z nich intensywniejsze i ostrzejsze odczucia związane z odbiorem muzyki⁵².

Z kolei inne badania pokazują, że koncerty wirtualne nie dają widzom takich głębokich doznań, jak koncerty tradycyjne. Z analizy Jeana-Philippe’a Charrona wynika, że przyczyną przewagi tradycyjnych koncertów nad wirtualnymi jest ich wyjątkowa atmosfera, niemożliwa do odtworzenia w świecie wirtualnym⁵³. Podobne wnioski wypływają z badań przedstawionych w tekście *Would you rather come to a tango concert in theater or in VR? Aesthetic emotions & social presence in musical experiences, either live, 2D or 3D*⁵⁴. Porównując estetyczne doświadczenia odbiorców koncertów na żywo i tych w formule wirtualnej (zarówno wysoko, jak i niskimmersyjnej), autorzy artykułu zauważyli, że to koncerty na żywo są wciąż najchętniej wybieranymi przez odbiorców⁵⁵.

Badacze tej problematyki zadają sobie również pytanie, czy koncerty multimedialne mogą zapewnić użytkownikom prawdziwie społeczne doświadczenie, dające komfort prawdziwej interakcji⁵⁶. Niektórzy znawcy tej tematyki wskazują na zachodzącą dzięki tego typu koncertom poprawę relacji odbiorca-nadawca oraz na związane z tym zwiększanie szans na sukces twórców muzycznych. W odniesieniu do technologii rozszerzonej rzeczywistości pisali o tym Jennifer L. Breese, Mark A. Fox i Ganesh Vaidyanathan. Badacze ci odkryli, że nowe platformy doskonale służą budowie społeczności fanowskich, jednocześnie ułatwiając twórcom monetyzację ich działań artystycznych⁵⁷. Widowiska takie mają więc przyszłość i mogą dać wielu firmom możliwość rozwoju poprzez pozyskanie nowych – wrażliwych na wizualne doznania – klientów⁵⁸. Również technologia AR

⁵⁰ L. Bouckaert, dz. cyt., s. 3–6.

⁵¹ F. Solihah, *Fans’ Satisfaction on Watching Virtual Concert During COVID-19 Pandemic*, materiały z konferencji *Proceedings of the 3rd Jogjakarta Communication Conference (JCC 2021)*, 2021.

⁵² A. Regiewicz, J. Warońska, A. Żywiołek, *Muzyka...*, dz. cyt., s. 195.

⁵³ J.-P. Charron, *Music Audiences 3.0: Concert-Goers’ Psychological Motivations at the Dawn of Virtual Reality*, „Frontiers in Psychology” 2017 tom 8 nr 800.

⁵⁴ V. Armandi, E.D. Grasso i in., *Would you rather come to a tango concert in theater or in VR? Aesthetic emotions & social presence in musical experiences, either live, 2D or 3D*, „Computers in Human Behavior” 2023 nr 149.

⁵⁵ Tamże.

⁵⁶ Tamże.

⁵⁷ J.L. Breese, M.A. Fox, G. Vaidyanathan, *Live Music Performances and the Internet of Things*, „Issues in Information Systems, International Association for Computer Information Systems” 2020 tom 23 nr 3, s. 179–188.

⁵⁸ J. Jasiukiewicz, art. cyt., s. 123–136. Autor ten przeprowadził badania widowni takich widowisk za pomocą metody wywiadu pogłębionego.

sprzyja – zdaniem jej badaczy –poprawie komunikacji nadawców i odbiorców muzyki. Według autorów projektu wykorzystującego AR do tworzenia wydarzeń muzycznych⁵⁹, technologia ta umożliwi odbiorcom kontrolę nad różnymi parametrami występów (sprawowaną za pomocą własnych smartfonów i tabletów) – natomiast dzięki informacji zwrotnej (pozyskanej od odbiorców za pomocą ankiet) artyści są w stanie ulepszać swoje projekty⁶⁰.

Jednak inne badania wskazują, że koncerty KVR nie dorównują tym tradycyjnym pod względem odczuwanego przez ich uczestników poziomu wspólnotowości. Respondenci przywołanych wyżej badań przeprowadzonych przez L. Bouckaert zapytani o największe zalety KVR wskazali na „dostępność” i „widok” – natomiast za jej wady uznali brak interakcji społecznych i fizycznych⁶¹. O ile więc widzowie doceniają możliwość osiągnięcia na takich koncertach „poczucia obecności”, o tyle dostrzegają oni, że trudniej im na nich (w porównaniu do świata rzeczywistego) osiągnąć wirtualną wspólnotowość. Badania Bouckaert wskazały również, że tym, co najmniej wpływa na motywację słuchaczy do uczestniczenia w wirtualnych wydarzeniach muzycznych, są powody społeczne. Badaczka ta konkluduje, że mimo ekspansji na światowej scenie muzycznej koncertów w VR, słuchacze muzyki wciąż preferują tradycyjne formy słuchania muzyki⁶².

Nie należy jednak zapominać o roli, jaką odegrały koncerty wirtualne w czasie pandemii koronawirusa. Badacze informują bowiem, że właśnie od czasów pandemii (kiedy to imprezy na żywo nie były możliwe do organizowania) rośnie aproba słuchaczy dla wysokoimmersyjnych koncertów. Zdaniem autorów artykułu *Corona Concerts: The Effect of Virtual Concert Characteristics on Social Connection and Kama Muta*⁶³ muzyczne imprezy organizowane w wirtualnej rzeczywistości (zwłaszcza te oglądane w czasie trwania wydarzenia, a nie jako uprzednio zrealizowane) wpływały pozytywnie na poczucie wspólnotowości ich uczestników, zapewniając im realizację w trakcie pandemii podstawowych potrzeb społecznych. Koncerty w czasie pandemii okazały się też pozytywnym doświadczeniem dla dzieci. Według Putu Sandra Devindriati Kusuma⁶⁴ wydarzenia typu KVR umożliwiły wówczas organizację aktywności dla dzieci bez konieczności wychodzenia z domu (w tym przypadku dzieci nie były odbiorcami, a twórcami treści muzycznych). Bez względu na atrakcyjność pandemicznych koncertów wirtualnych, tego typu wydarzenia wpłynęły na stworzenie nowego stylu życia – co było istotne w czasie przejścia społeczeństw z bezpośrednich do pośrednich form komunikacji. Potwierdziły

⁵⁹ Mowa o badaczach: A. Brogni, D. Caldwell, i in., dz. cyt.

⁶⁰ Tamże.

⁶¹ L. Bouckaert, dz. cyt., s. 3–6.

⁶² L. Bouckaert, dz. cyt., s. 56–69.

⁶³ N. Grinspun, B. Seibt i in., *Corona Concerts: The Effect of Virtual Concert Characteristics on Social Connection and Kama Muta*, „Frontiers in Psychology” 2021 tom 12.

⁶⁴ P.S. D. Kusuma, *Children Virtual Concert in the Covid-19 Pandemic*, „Journal of Music Science, Technology and Industry” 2020 tom 3 nr 2.

to badania odwołujące się do teorii konwergencji opublikowane w artykule *Virtual Concert As The New Lifestyle During Covid-19*⁶⁵.

Specyficznym zjawiskiem w koncertach multimedialnych są hologramy, których obecność budzi wiele kontrowersji. Niektórzy badacze odnoszą tę technologię komunikacyjną do szerszej perspektywy kulturowej; przykładowo Thomas H. Conner jest zdania, że hologramowe wydarzenia są współczesną formą seansów spirytualistycznych – rodzajem odrodzenia w kulturze praktyk „wyczarowywania” w rzeczywistości osoby zmarłego⁶⁶. Z kolei João Pedro Cachopo bada hologramy, opisując swoje przeżycia w związku z doświadczeniem koncertu z użyciem hologramu Marii Callas⁶⁷. Badacz ten analizuje koncerty hologramowe odnosząc się to konceptu „żywotności” (z ang. *liveness*), kluczowego w teatrologii i performatyce, oznaczającego sposób realizacji przedstawień (odbywających się „tu i teraz”) poprzez zaaranżowanie cielesnej współobecności wykonawców i uczestników. Cachopo zauważa, że początkowo „nażywność” wykluczała wszelkie formy zapośredniczeń technologicznych – jednakże jest to pojęcie zmieniające się historycznie, a także *dookreślane i rozumiane sytuacyjnie czy relacyjnie, odpowiednio do wybranego kontekstu kulturowego*⁶⁸. Badacze podejmują również zagadnienia etyczne związane z użyciem hologramów zmarłych osób w branży rozrywkowej. Przykładowo Michael Spiro Drecolias na przykładzie analizy koncertu holograficznego z udziałem zmarłego rapera Tupaca Shakura stwierdził, że aspekty prawne tego typu wydarzeń są w trakcie ustaleń, i że nie można mówić o istnieniu orzecznictwa prawnego dotyczącego wykorzystywania hologramów w czasie koncertów muzycznych⁶⁹. Podobne kwestie podejmował w swojej pracy Paul Nanu⁷⁰.

Badacze wskazują również na pewne kontrowersje związane z wykorzystywaniem hologramów w trakcie koncertów żyjących gwiazd, które organizują swoje wystąpienia przy użyciu wcześniej zrealizowanych nagrań. W tym kontekście Paul Nanu zwraca uwagę na trudności w określeniu takich wydarzeń mianem „koncertów na żywo”⁷¹. Alina Vietoris, analizując ocenę przez odbiorców wykorzystania hologramów w muzyce rockowej, wskazuje na problem nieautentyczności takiej formuły koncertów – tym większej, że dla fanów muzyki rockowej autentyczność jest najważniejszą wartością. Vietoris nie

⁶⁵ F. An Nur, N. Fatonah i in., *Virtual Concert As The New Lifestyle During Covid-19*, „Jurnal Spektrum Komunikasi” 2022 tom 10 nr 3, s. 215–223.

⁶⁶ T.H. Conner, *Rock and Roll...*, dz. cyt., s. 52–57.

⁶⁷ J.P. Cachopo, *Callas and the Hologram: A Live Concert with a Dead Diva*, „Sound Stage Screen” 2022 tom 2 nr 1, Mediolan, Włochy 2022.

⁶⁸ M. Sugiera, *Nażywność*, Nowe Perspektywy – Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2017, s. 143.

⁶⁹ Zob. M.S. Drecolias, *Tupac and Beyond: The Implications of the Tupac Hologram on Copyright and the Right of Publicity and What it May Mean for the Future of Music*, Law School Student Scholarship, 2014.

⁷⁰ P. Nanu, *From body to hologram. Future thinking and ethical aspects of using body image in entertainment industry*, „Annales Universitatis Apulensis. Series Philologica” 2022 nr 23, s. 213–223.

⁷¹ Tamże.

widzi więc przyszłości dla rozwoju tej praktyki w ramach muzyki rockowej⁷². Nieco inaczej problem ten wygląda w przypadku muzyki popularnej, bowiem część respondentów przebadanych przez Nanu wskazało, że była zaintrygowana wykorzystaniem przez Abbę nowych technologii. Badani wymieniali takie pozytywy koncertów hologramowych, jak: zwiększenie potencjału dzielenia się muzycznymi doświadczeniami muzyków i publiczności oraz przełamywanie w czasie tego typu wydarzeń istniejących w realnym świecie barier geograficznych⁷³. Jednak część badań pokazuje, że wykorzystanie hologramów jest kontrowersyjne nawet dla słuchaczy koncertów muzyki popularnej. Obiekcjom z tym związanym poświęcony jest między innymi artykuł *Holographic ABBA: Examining Fan Responses to ABBA's Virtual "Live" Concert*, którego autorzy przeanalizowali reakcje publiczności w mediach społecznościowych na nadchodzące koncerty grupy Abba z wykorzystaniem hologramów⁷⁴. Okazało się, że część badanych zarzuciła zespołowi nieautentyczność związaną z brakiem obecności fizycznych postaci na scenie; badani ocenili również tego typu koncerty jako przejaw „wykorzystywania ekonomicznego fanów”⁷⁵.

Badacze podjęli również kwestię oceny przez odbiorców użycia w koncertach „sztucznych hologramów”. Mateusz Chaberski przedstawił w swoim artykule wyniki badań reakcji publiczności na koncert z udziałem Hatsune Miku w ramach *Festiwalu Transmediale* w Berlinie w 2016 roku. Badacz ten wskazał na obecność w grupie odbiorców sceptyków fenomenu wirtualnej artystki, którzy „nie dali się wciągnąć w widowisko” z uwagi na „przestarzały” ich zdaniem poziom techniczny koncertu⁷⁶. Z drugiej strony Chaberski odnalazł w swojej grupie badanej oddanych fanów gwiazdy, którzy nie narzekali na kwestie techniczne związane z jej występem. Dodajmy, że według Jany de Bondt tak wielka popularność Hatsune Miku może wynikać z jej „wydarcia się” z ogólnie przyjętych ram społecznych, dzięki czemu odbiorcom łatwiej jest się z nią utożsamić⁷⁷.

Wracając do problemu więzi społecznych tworzonych w czasie koncertów multimedialnych, warto wspomnieć również o badaniach nad *silent disco*. Jedno z nich przeprowadziła Susan Barnett, która zbadała słuchaczy pewnego festiwalu, porównując doświadczenia osób uczestniczących w nim na sposób tradycyjny (poprzez słuchanie koncertów

⁷² A. Vietoris, *Rock and Roll Never Dies – Will Holograms Dominate Live Performances in Rock Music in the Future? The Hologram of Deceased Singer Ronnie James Dio in the Context of Rock Authenticity*, praca magisterska złożona na Uniwersytecie w Ulrecht na kierunku „Muzykologia” w roku akademickim 2017/2018.

⁷³ P. Nanu, *From body to hologram...*, dz. cyt.

⁷⁴ J. Matthews, A. Nairn, *Holographic ABBA: Examining Fan Responses to ABBA's Virtual "Live" Concert*, „Popular Music and Society” 2023 tom 46 nr 3, s. 282–303.

⁷⁵ Tamże.

⁷⁶ M. Chaberski, *De(kon)strukcja wirtualnej gwiazdy*, „Didaskalia. Gazeta Teatralna” 2016 nr 132, Wrocław, s. 123–25.

⁷⁷ Ewenementowi tej wirtualnej piosenkarki poświęcona została praca magisterska złożona na Uniwersytecie w Oslo w roku akademickim 2022/2023. Zob. J. Bondt, *Breaking through the Screen-Window Metaphor. Suspended disbelief in Mixed-Reality Media at Hatsune Miku's Hologram Concerts*, <https://www.duo.uio.no/handle/10852/104540> (dostęp 13.11.2024).

na scenie głównej) oraz tych, którzy wybrali technologię *silent disco*⁷⁸. Badania te wykazały, że chociaż doświadczenia towarzyskie związane z tymi dwoma formami odbioru były podobne, to jednak użycie słuchawek zaoferowało słuchaczom dodatkowo większą kontrolę nad procesem komunikowania się z innymi: mogli oni bowiem wybrać, czy chcą skupić się na muzyce, czy też na socjalizacji z innymi uczestnikami festiwalu.

Inni badacze wskazali jednak na negatywne aspekty imprez *silent disco* w kontekście powstawania relacji społecznych między jego uczestnikami. Winna jest temu technologia, a dokładnie typowy dla tych koncertów problem braku synchronizacji ruchowej, który wynika z różnych źródeł dźwięków odtwarzanych w słuchawkach. Problem ten nie tylko powoduje gorszą jakość doświadczeń muzycznych podczas koncertów, ale również wpływa na typ więzi społecznych powstających w ich trakcie. Zbadano bowiem, że osoby słuchające tej samej muzyki wykazują wyższy wskaźnik tzw. *społecznej koordynacji motorycznej* (SMC), definiowanej jako zamierzona lub niezamierzona koordynacja ruchów między jednostkami w otoczeniu społecznym⁷⁹. Właściwa synchronizacja ruchowa zwiększa poziom przynależności interpersonalnej słuchaczy (co zresztą może mieć wpływ na wyższą ocenę przeżywanego przez nich doświadczenia)⁸⁰. W rezultacie synchronizacja ruchów i możliwy dzięki niej wspólny taniec może w dalszych etapach prowadzić do budowania i umacniania się więzi społecznych⁸¹.

Podsumowanie

Jeszcze jakiś czas temu oświetlenie i efekty wizualne stanowiły jedynie dodatek do wszelkich wydarzeń scenicznych. Dziś stanowią one ich istotną i samodzielną część. Jak pokazano w niniejszej pracy, obecnie oprawa wizualna stała się nieodłącznym i ważnym elementem większości współczesnych występów audialnych. Tak jest na przykład w przypadku *mappingu*, który jest dziś uznawany za przekaz równoległy do muzyki, a nie – jak dotąd – za towarzyszące warstwie audialnej tło.

W pracy pokazano również, że wykorzystywanie najnowszych technologii mocno zmienia charakter współczesnych koncertów – przykładowo hologramy zapewniają odbiorcy spotkanie z nierealnymi wytworami kulturowymi, albo też artystami, którzy już odeszli. Artykuł ukazał również zmiany w dziedzinie odbieranych przez słuchaczy wrażeń, jakie niosą za sobą zjawiska wizualizacji. Zmiany te wpisują się w zjawisko tzw.

⁷⁸ S. Barnett, *The Socialization Experience at a Silent Disco*, „Illuminare: A Student Journal in Recreation, Parks and Leisure Studies” 2016 tom 14 nr 1, Bloomington, s. 35–42.

⁷⁹ J.S. Bamford, B. Burger, P. Toiviainen, *Are We Dancing to the Same Beat? Empathy and Interpersonal Synchronisation in the Silent Disco*, materiały z konferencji *9th International Conference of Students of Systematic Musicology*, Jyväskylä, Finland 2016.

⁸⁰ Tamże, s. 478.

⁸¹ T. Bronwyn, R.I. M. Dunbar, J. Launay, *Silent disco: dancing in synchrony leads to elevated pain thresholds and social closeness*, „Evol Hum Behav.” 2016 tom 37 nr 5, s. 343–349; J.S. Bamford, B. Burger, P. Toiviainen, *Social bonding happens in time: Interpersonal synchronisation in the silent disco*, materiały z konferencji *3rd Conference of the Australian Music & Psychology Society (AMPS) incorporating the 5th International Conference of Music and Emotion (ICME)*, Brisbane, Australia 2017.

aromatyzacji kultury, polegające na poddawaniu odbioru kulturowych tekstów i praktyk przyjemności związanej z kulturą konsumpcji. Bogactwo środków oferowanych w dzisiejszych koncertach multimedialnych pokazuje, jak wiele zmysłów może zostać jednocześnie zaangażowanych w ich odbiór. Ich rosnąca popularność w branży muzycznej świadczy o tym, że współcześni odbiorcy muzyki wciąż poszukują nowych bodźców. Wykorzystanie nowoczesnych technologii w czasie multimedialnych koncertów funduje ich słuchaczom niecodzienne doświadczenia, a to z kolei pozwala współczesnym twórcom przyciągnąć do organizowanych przez nich wydarzeń kulturalnych szersze grono odbiorców. Najnowsze technologie oferują dziś pogłębianie doznań audialnych bądź łączenie owych doświadczeń z taktylnymi czy wizualnymi. Można więc powiedzieć, że zjawisko aromatyzacji w odniesieniu do wydarzeń muzycznych nie dotyczy już tylko sfery audialnej, ale wkracza na pole taktylne i wizualne.

W pracy przedstawiono również wyniki badań opinii odbiorców nowego typu koncertów. Pokazują one, że wielu uczestników *silent disco* czy koncertów wirtualnych bardzo ceni związane z nimi udogodnienia i nową intensywność wrażeń; wachlarz możliwości zaproponowanych przez technologie w sieci nasilił w nich poczucie, że muzyka, teraz w sposób jeszcze bardziej immersyjny i przystępny, jest na wyciągnięcie ręki. Inni słuchacze preferują jednak klasyczne wydarzenia muzyczne. Dla nich popandemiczny powrót do rzeczywistych wydarzeń muzycznych był momentem wyczekany: ograniczenia, jakie wiązały się z uczestnictwem w wirtualnych wydarzeniach uświadomiły im wartość koncertów „na żywo” i związanych z nimi realnych interakcji (między innymi z artystą, co umożliwia fanom wspieranie go fizyczną obecnością w czasie koncertu).

Ważnym wątkiem pracy była również analiza wykorzystywania w koncertach nowych rozwiązań technologicznych z perspektywy komunikacji kulturowej (w tym wypadku muzycznej). Wskazano na przykład na rewolucję, jaką przyniosła technologia użycia w czasie wydarzeń muzycznych hologramów, które umożliwiają uczestnikom odbiór twórczości zmarłych artystów. Pokazano też, że stosowanie technologii *silence disco* czy rozszerzonej i wirtualnej rzeczywistości nie tylko potęguje doznania audialne odbiorców, ale umożliwia im również zindywidualizowany odbiór przekazów medialnych, wzbogacony o możliwość uczestnictwa w koncertach według preferowanych przez nich ustawień. To zjawisko wzmacnia rolę odbiorców w komunikacji muzycznej oraz wzmacnia proces indywidualizacji współczesnego uczestniczenia w kulturze muzycznej. W artykule zbadano również kwestię relacji społecznych zachodzących podczas koncertów multimedialnych, w tym wpływ nowych technologii na relacje między nadawcami i odbiorcami. Pokazano, że koncerty multimedialne służą budowie społeczności fanów i wzmacniają ich poczucie wspólnoty, a z drugiej strony pomagają twórcom dopasować się do oczekiwań odbiorców i tym samym osiągać sukces w muzycznej branży. Wskazano również na problem odczuwania przez niektórych słuchaczy pogorszenia interakcji i więzi społecznych podczas mocno wspomaganym technologiami koncertów (zwłaszcza realizowanych w rzeczywistości wirtualnej). Zarysowane w artykule kwestie dotyczące specyfiki

komunikacji kulturowej zachodzącej na koncertach multimedialnych i wirtualnych wymagają dalszych badań.

Na koniec wróćmy do tytułowego pytania: czy – przy możliwościach użycia tak wielu bodźców – muzyka wciąż może grać na współczesnych koncertach „pierwsze skrzypce”? Odpowiedź na to pytanie nie jest prosta. Warto być bowiem świadomym, iż odbiór koncertów (jak i innych wytworów kulturowych) jest kwestią subiektywną. Jak pokazano w artykule, część odbiorców multimedialnych koncertów uważa, że omówione wyżej praktyki podkreślają przekaz muzyczny i pogłębiają ich doznania audialne; inni jednak czują się przytłoczeni nadmiarem bodźców, tracą koncentrację, a tym samym zainteresowanie wydarzeniem. Dlatego wydaje się, że swoich słuchaczy znajdą w przyszłości zarówno tradycyjne koncerty „na żywo”, jak i zaawansowane technologiczne imprezy multimedialne, w tym wirtualne. To do twórców przekazów należeć będzie decyzja o doborze przy organizacji koncertów odpowiednich praktyk i ewentualnych dodatkowych efektów. W tym miejscu warto przytoczyć słowa Radosława Deruby – performerera wizualnego, twórcy teledysków i wizualizacji, który na łamach magazynu *KMag* stwierdził:

Trzeba pamiętać, że koncerty to nie tylko muzyka. Na całość doświadczenia koncertowego składają się dźwięk grany przez muzyków, a także ich wygląd, sposób poruszania się, budowa sceny, scenografia oraz światła i wizualizacje. Artyści powinni być świadomi, która muzyka powinna być na koncertach wyrażana wizualizacjami, a która nie – czasami wystarczają dym i światła, a czasami potrzebne są wielkie ekrany. Dla mnie wizualizacje to kolejny instrument w orkiestrze, który wraz z muzyką opowiada historię, mającą wprowadzić widza w określony nastrój⁸².

Warto więc, aby decyzje twórców nie były podyktowane chęcią ścigania się z innymi o to, który z nich zaproponuje odbiorcom ciekawsze, bardziej złożone doświadczenia – ale potrzebą stworzenia kompatybilnego przekazu muzycznego, w którym efekty wizualne czy taktylne podążają za muzyką, podkreślając ją, a nie przyćmiewając.

Bibliografia

- An Nur F., Fatonah N., Palupi Y., Wenerda I., *Virtual Concert As The New Lifestyle During Covid-19*, „Jurnal Spektrum Komunikasi” 2022 tom 10 nr 3, s. 215–223.
- Armandi V., Grasso E.D. i in., *Would you rather come to a tango concert in theater or in VR? Aesthetic emotions & social presence in musical experiences, either live, 2D or 3D*, „Computers in Human Behavior” 2023 nr 149.
- Bamford J. S., Burger B., Toiviainen P., *Are We Dancing to the Same Beat? Empathy and Interpersonal Synchronisation in the Silent Disco*, materiały z konferencji *9th International Conference of Students of Systematic Musicology*, Jyväskylä, Finland 2016.

⁸² Derubare udowodnia, że wizualizacje to prawdziwa sztuka. Tworzy je za pomocą funkcji matematycznych, „*KMag*” z 6.09.2017 r., <https://kmag.pl/article/derubare-udowodnia-ze-wizualizacje-to-prawdziwa-sztuka-tworzy-je-za-pomoca-funkcji-matematycznych> (dostęp 5.03.2022 r.).

- Bamford J. S., Burger B., Toiviainen P., *Social bonding happens in time: Interpersonal synchronisation in the silent disco*, materiały z konferencji *3rd Conference of the Australian Music & Psychology Society (AMPS) incorporating the 5th International Conference of Music and Emotion (ICME)*, Brisbane, Australia 2017.
- Barnett S., *The Socialization Experience at a Silent Disco*, „*Illuminare: A Student Journal in Recreation, Parks and Leisure Studies*” 2016 tom 14 nr 1, Bloomington, s. 35–42.
- Beach E., Daugaard C. i in., *Preferred listening levels – a silent disco study*, materiały z konferencji *Proceedings of the International Symposium on Auditory and Audiological Research* 2017 tom 6, s. 255–262.
- Bielak T., *Patchwork: kulturowa cyrkulacja obiektów medialnych*, Wydawnictwo Naukowe Akademii Techniczno-Humanistycznej, Bielsko-Biała 2018.
- Bondt J., *Breaking through the Screen-Window Metaphor Suspended disbelief in Mixed-Reality Media at Hatsune Miku's Hologram Concerts*, praca magisterska złożona na Uniwersytecie w Oslo w roku akademickim 2022/2023, <https://www.duo.uio.no/handle/10852/104540> (dostęp 13.11.2024).
- Bouckaert L., Dyck E., Maes P.-J., Onderdijk K., *Concert experiences in virtual reality environments*. “*Virtual Reality*” 2023 nr 27.
- Bouckaert L., *Virtual Reality As New Concert Space. The experience of VR concerts illuminated from the perspective of audience and developers*, praca magisterska złożona na Uniwersytecie Gent na kierunku „*Historia Sztuki, Muzykologia i Sztuki Teatralne*” w roku akademickim 2020/2021.
- Breese J. L., Fox M. A., Vaidyanathan G., *Live Music Performances and the Internet of Things*, „*Issues in Information Systems, International Association for Computer Information Systems*” 2020 tom 23 nr 3, s. 179–188.
- Brogni A., Caldwell D. K., Mazzanti D., Zappi V., *Augmented Stage for Participatory Performances*, materiały z konferencji *Proceedings of the 2014 conference on New Interfaces for Musical Expression*, Goldsmiths, University of London 2014.
- Bronwyn T., Dunbar R. I.M., Launay J., *Silent disco: dancing in synchrony leads to elevated pain thresholds and social closeness*, „*Evol Hum Behav.*” 2016 tom 37 nr 5, s. 343–349.
- Buczkowska K., Świergiel S., *Wjazdy na imprezy elektronicznej muzyki tanecznej formą kulturowej turystyki eventowej*, „*Turystyka Kulturowa*” 2009 nr 5, Zielona Góra.
- Cachopo J. P., *Callas and the Hologram: A Live Concert with a Dead Diva*, „*Sound Stage Screen*” 2022 tom 2 nr 1, Mediolan, Włochy 2022.
- Chaberski M., *De(kon)strukcja wirtualnej gwiazdy*, „*Didaskalia. Gazeta Teatralna*” 2016 nr 132, Wrocław, s. 123–125.
- Charron J.-P., *Music Audiences 3.0: Concert-Goers' Psychological Motivations at the Dawn of Virtual Reality*, „*Frontiers in Psychology*” 2017 tom 8 nr 800, Çamcı A., Hamilton R., Turchet L., *Music in Extended Realities*, „*IEEE Access*” 2021 tom 9, s. 15810–15832.
- Conner TH, *Rock and Roll Will Never Die: Holograms and the Spectrality of Performance*, „*Spectator*” 2023 nr 43, s. 52–57.
- Cornish T., Lucas J. F., Margolis T., *To a cultural perspective of mixed reality events: a case study of event overflow in operas and concerts in mixed reality*, „*New Review of Hypermedia and Multimedia*” 2012 tom 18 nr 4, s. 277–293.
- Dobda R. E., *Applied and Proposed Installations with Silent Disco Headphones for Multi-Elemental Creative Expression*, materiały z konferencji *Proceedings of the International Conference on New Interfaces for Musical Expression*, Daejeon, Republic of Korea 2013, s. 69–72.
- Drecolias M. S., *Tupac and Beyond: The Implications of the Tupac Hologram on Copyright and the Right of Publicity and What it May Mean for the Future of Music*, Law School Student Scholarship, 2014.
- Faulkner M. (red.), *VJ: audio-visual art and VJ culture*, Laurence King Publishing, Londyn 2016.
- Gibbons W., Grimshaw-Aagaard M. (red.), *The Oxford Handbook of Video Game Music and Sound*, Oxford University Press, Oxford 2024.
- Grekow, J., *Method of transforming music into 3D figures*, „*Przegląd Elektrotechniczny*” 2013 nr 11, Warszawa, s. 327–330.

- Grinspun N., Seibt B., Swarbrick D., Vuoskoski J.K., *Corona Concerts: The Effect of Virtual Concert Characteristics on Social Connection and Kama Muta*, „Frontiers in Psychology” 2021 tom 12.
- Hanninen R., Hiipakka J., Huopaniemi J., Lokki T., Pulkki V., Savioja L., Takala T., Vaananen R., *Virtual concerts in virtual spaces – in real time*, “The Journal of the Acoustical Society of America” 1999 tom 105 nr 2.
- Higgins J., Kowalska S., Szczucka E., *Nowe technologie. Postępy, wyzwania, perspektywy*, Center for American & European Studies Publishing Press, Poznań 2023.
- Hopfinger M., *Nowe media w komunikacji społecznej XX wieku. Antologia*, Oficyna Naukowa, Warszawa 2002.
- Jagięło B., *Wykonawstwo muzyczne w cyberprzestrzeni. Między wirtualnością a rzeczywistością*, „Our Europe. Ethnography – Ethnology – Anthropology of Culture” 2020 tom 9, Szczecin, s. 55–59.
- Jasiukiewicz J., *Perspektywy zastosowań technologii wideo w realizacji widowisk artystycznych i rozrywkowych, w: Foresight w przedsiębiorstwach: nauka, technologia, wdrożenie*, s. 123–136, w: K. Borodako (red.), *Fore-sight w przedsiębiorstwach: nauka, technologia, wdrożenie*, Instytut Zachodni, Poznań 2012.
- Kallen R., Macpherson C., Miles L. K., Richardson M. J., Soesanto O., *Social connection on the dance floor: Movement coordination in small group silent disco leads to greater self-other overlap*, „Proceedings of the Annual Meeting of the Cognitive Science Society” 2023 tom 45.
- Kusuma P.S.D., *Children Virtual Concert in the Covid-19 Pandemic*, „Journal of Music Science, Technology and Industry” 2020 tom 3 nr 2.
- Kwaśny B., Kazula M., *Miejskie Technokultury: Detroit, Berlin, Wrocław*, „Kultura – Historia – Globalizacja” 2016 nr 19, Warszawa.
- Lam K. Y., *The Hatsune Miku Phenomenon: More Than a Virtual J-Pop Diva*, „The Journal of Popular Culture” 2016 nr 49, s. 1107–1124.
- Łukomska M., *Sztuczny człowiek w internecie. Kim są wirtualni influencerzy?*, „Studia de Cultura” 2022 tom 14 nr 2, Kraków, s. 63–75.
- Matthews J., Nairn A., *Holographic ABBA: Examining Fan Responses to ABBA’s Virtual “Live” Concert*, „Popular Music and Society” 2023 tom 46 nr 3, s. 282–303.
- Mirek-Rogowska A., Rączy K., *Aktywność działań kulturalnych w obliczu pandemii. Nowa wirtualna rzeczywistość wybranych podmiotów sektora kulturalnego*, „Studia de Cultura” 2021 nr 4, Kraków, s. 80–94.
- Nanu P., *From body to hologram. Future thinking and ethical aspects of using body image in entertainment industry*, „Annales Universitatis Apulensis. Series Philologica” 2022 nr 23, s. 213–223.
- Olek J., *Reprezentacja zawarta w odbiciu*, „Dziennikarstwo i Media” 2017 nr 8, Wrocław, s. 17–28.
- Pappu R., Plesniak W., *Spatial interaction with haptic holograms*, materiały z konferencji *Proceedings IEEE International Conference on Multimedia Computing and Systems* 1999 tom 1, Florence, Italy, s. 413–426.
- Rapior W., *„Mam marzenia”. Z kuratorką i opiekunką Generatora Malta Joanną Pańczak rozmawia Waldemar Rapior*, „Zarządzanie w Kulturze” 2018 tom 19 nr 4, Kraków, s. 471–479.
- Regiewicz A., Warońska J., Żywiołek A., *Muzyka w czasach ponowoczesnych. Seria: Audiowizualne Aspekty Kultury w Ponowoczesności* tom II, Częstochowa 2013.
- Regiewicz A., Warońska J., *Widowiskowość i audiowizualność w dobie ponowoczesności. Seria: Audiowizualne Aspekty Kultury w Ponowoczesności* tom I, Akademia im. Jana Długosza w Częstochowie, Częstochowa 2012.
- Sherman, W.R., Craig, A.B., *Understanding Virtual Reality: interface, application, and design*, Second Edition, Elsevier, 2019.
- Sierzputowski K., *Słuchając hologramu. Cieleśność wirtualnych zespołów animowanych*, Fundacja Instytut Kultury Popularnej, Poznań 2018.
- Solihah F., *Fans’ Satisfaction on Watching Virtual Concert During COVID–19 Pandemic*, materiały z konferencji *Proceedings of the 3rd Jogjakarta Communication Conference (JCC 2021)*, 2021
- Stasieńko J., *Post-ludzki design twarzy – posthumanistyczne konteksty technologii obrazowania twarzy*, „Prze-gład Kulturoznawczy” 2020 nr 1, Kraków, s. 92–107.
- Stasiowska J., *Pop rozebrany przez swoich zalotników – performance Double Vision jako synteza światła i dźwięku*, „Estetyka i Krytyka” 2015 nr 4, Kraków, s. 55–69.

- Sugiera M., *Nazywność, Nowe Perspektywy* – Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2017, s. 143–149.
- Vietoris A., *Rock and Roll Never Dies – Will Holograms Dominate Live Performances in Rock Music in the Future? The Hologram of Deceased Singer Ronnie James Dio in the Context of Rock Authenticity*, praca magisterska złożona na Uniwersytecie w Utrechcie na kierunku „Muzykologia” w roku akademickim 2017/2018.
- Witas W., *Letnie Festiwale*, „Mixer – magazyn studentów Krakowskiej Akademii” 2016 nr 4, Kraków, s. 7.
- Zamorska M., *Badania w ramach projektu badawczego Multimedialność: strategie wykorzystywania nowych mediów (elektronicznych, cyfrowych) w polskim nowym tańcu*, Instytut Muzyki i Tańca w Warszawie, 01.10.2013–30.06.2014.

Netoteka

- Chaan H., *3D Mapping Grand Piano The 10th Annual Concert of Allegro Music Education Centre 2016*, „Youtube” z 2.05.2016 r., https://www.youtube.com/watch?v=YV8oLBJOkUs&ab_channel=xinchaan (dostęp 15.07.2024).
- Charzyński B., *Co to jest Hologram 3D – podstawowe informacje o hologramach*, „Scroll” z 14.07.2021 r., <https://scroll.morele.net/technologie/co-to-jest-hologram-3d-podstawowe-informacje-o-hologramach/> (dostęp 15.07.2024).
- Chidekel D., *The Future of Live Events: AR, VR and Advertising*, „Forbes” z 9.02.2021 r., <https://www.forbes.com/sites/legalentertainment/2021/02/09/the=-future-of-live-events-ar-vr-and-advertising/?sh-70d184432b65>; <https://arvrjourney.com/the-best-vr-events-and-concerts-planned-for-2021-5afbce6f046> (dostęp 14.07.2024).
- Clement K., *Using Augmented Reality In Classical Music*, „Art Management & Technology Laboratory” z 25.08.2021 r., <https://amt-lab.org/blog/2021/8/using-augmented-reality-in-classical-music> (dostęp 14.07.2024).
- Echo 3D, *The Best VR Events and Concerts Planned for 2021*, „AR VR Journey” z 11.02.2021 r., <https://arvrjourney.com/the-best-vr-events-and-concerts-planned-for-2021-5afbce6f046> (dostęp 15.07.2024).
- Hader J., *Na czym polega video mapping 3D*, „Precyzja” z 30.04.2013 r., <https://www.precyzja.org/na-czym-polega-video-mapping-3d/> (dostęp 15.07.2024).
- Kreczmer T., *Co było przed Pokemon Go? Niezwykła historia gier w rozszerzonej rzeczywistości*, „Gadze tomania” z 19.07.2016 r., <https://gadze-tomania.pl/co-bylo-przed-pokemon-go-niezwykla-historia-gier-w-rozszerzonej-rzeczywistosci,6704697978259585a> (dostęp 17.07.2024).
- Melnick K., *Coachella Debuts Its First Interactive AR Stage*, „VRScout” z 14.04.2019 r., <https://vrscout.com/news/coachella-ar-interactive-stage/> (dostęp 15.07.2024).
- Ottewill J., *How hologram technology is changing the future of the music industry*, „MusicTech” z 9.05.2019 r., <https://www.musictech.net/features/trends/hologram-technology-future-of-music-industry/> (dostęp 5.03.2022).
- Pisarski M., *Hatsune Miku: wirtualna wokalistka supergwiazdą w Japonii*, „Komputer Świat” z 6.05.2015 r., <https://www.komputerswiat.pl/artykuly/redakcyjne/hatsune-miku-wirtualna-wokalistka-supergwiazda-w-japonii/3b0c8l9> (dostęp 15.07.2024).
- Ridden P., *AR app puts a virtual classical piano jam in your living room*, „New Atlas” z 12.11.2020 r., <https://newatlas.com/mobile-technology/ar-pianist-app-piano-guys-fur-elise/> (dostęp 15.07.2024).
- Said-Moorhouse L., *Imogen Heap’s sci-fi gloves make anyone a musician*, „CNN” z 13.01.2015 r., <https://edition.cnn.com/2015/01/12/technology/imogen-heap-mimu-music-gloves-blk/index.html> (dostęp 15.07.2024).
- Siddall J., *Hedley perform quietest rock concert ever in Banff*, „CBC News” z 5.11.2013 r., https://www-cbc-ca-translate.goog/news/canada/british-columbia/hedley-perform-quietest-rock-concert-ever-in-banff-1.2355696?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=pl&_x_tr_hl=pl&_x_tr_pto=s (dostęp 15.07.2024).

- Wojtowicz F., *Rekordowy koncert MATY*, „Muzyka i Technologia” z 21.10.2021 r., <https://muzykaitechnologia.pl/rekordowy-koncert-maty/> (dostęp 15.07.2024).
- A Groundbreaking Virtual Concert Performance From Madison Beer, Sony Music and Verizon Coming to TikTok*, „Sony Music” z 18.03.2021 r., <https://www.sonymusic.com/sonymusic/madison-beer-groundbreaking-virtual-concert-performance/> (dostęp 15.07.2024).
- AR Pianist – 3D Piano Concerts*, „App Advice” (brak daty opubl.), <https://appadvice.com/app/ar-pianist-3d-piano-concerts/1478118473> (dostęp 15.07.2024).
- Derubare udowodnia, że wizualizacje to prawdziwa sztuka. Tworzy je za pomocą funkcji matematycznych*, „KMag” z 6.09.2017 r., <https://kmag.pl/article/derubare-udowodnia-ze-wizualizacje-to-prawdziwa-sztuka-tworzy-je-za-pomoca-funkcji-matematycznych> (dostęp 5.03.2022).
- Fabrik Delivers 3D Listening Experience at Silent Concert for over 1000 Headphones*, „Klang” (brak daty opubl.), <https://www.klang.com/adulescens-silent-concert/> (dostęp 14.07.2024).
- Słownik Języka Polskiego PWN, <https://sjp.pwn.pl/slowniki/koncert> (dostęp 15.07.2024).
- Koncert Muzyki Filmowej i Epickiej (Visual Concert)*, „Ebilet” (brak daty opubl.), <https://www.ebilet.pl/klasyka/muzyka-filmowa/visual-concert> (dostęp 15.07.2024).
- Viral ART Festival*, „Facebook” (brak daty opubl.), <https://www.facebook.com/ViralARTFestival> (dostęp 14.07.2024).
- Pokazy Laserowe*, „Fenix Art.” (brak daty opubl.), <https://www.dwornik.com.pl/pokazy-laserowe/> (dostęp 15.07.2024).
- Pokaz świateł*, „Laserprofi” (brak daty opubl.), <https://laserprofi.pl/pokaz-swiateł/> (dostęp 15.07.2024).
- Silent Concert – headphone concerts*, „Jazz On The Sofa” (brak daty opubl.), <https://jaw-z.nl/jots-artist/grzech-piotrowski/> (dostęp 15.07.2024).
- Strings Pavilion Augmented Reality Experiences*, „Strings Music Festival” (brak daty opubl.), <https://string-smusicfestival.com/virtual/> (dostęp 15.07.2024).
- Weiss Video Orchestra | Lab 8: El-multi*, „Filharmonia im. Mieczysława Karłowicza w Szczecinie” (brak daty opubl.), https://filharmonia.szczecin.pl/wydarzenia/1033-Weiss_Video_Orchestra__Lab_8_El-multi (dostęp 15.07.2024).
- What is the difference between projection, projection mapping, 3d projection mapping, and video mapping?*, „Lumenarius” z 2.02.2024 r., <https://www.lumenarius.com/blog-full-roll-c/what-is-the-difference-between-projection-projection-mapping-3d-projection-mapping-and-video-mapping/> (dostęp 17.07.2024).

Źródła dodatkowe

Film „Ruusujuen Aika”, reż. Risto Jarva, Finlandia, 1969 r.

Biogramy autorek

Justyna Kusto – doktorantka w Szkole Doktorskiej Nauk Społecznych UMCS w Lublinie, reprezentuje Instytut Nauk o Komunikacji Społecznej i Mediach UMCS. Interesuje się szeroko pojętym dźwiękiem w przestrzeni, zarówno w teorii jak i praktyce. Wspólnie z medioznawcami, współpracownikami Instytutu Nauk o Komunikacji Społecznej i Mediach tworzy podcast „Co słycać?” (<https://open.spotify.com/show/3qBjkXojOJFW-n8wSbPIWNu>). Współtworzyła także cykl wydarzeń o tematyce dźwiękowej „Dźwiękownia” (<https://warsztatykultury.pl/pl/dzwiekownia/>). Jest realizatorką dźwięku w Akademickim Radiu Centrum, zajmuje się także produkcją muzyczną i DJ-ingiem.

Dagmara Jaszewska – doktor nauk humanistycznych w zakresie kulturoznawstwa, magister socjologii, pracownik naukowo-dydaktyczny Instytutu Edukacji Medialnej

i Dziennikarstwa przy UKSW w Warszawie. Interesuje się szeroko rozumianą komunikacją kulturową; prowadzi badania nad filmem w perspektywie medioznawczej i kulturoznawczej. Autorka m.in. książki „Nasza niedojrzała kultura. Postmodernizm inspirowany Gombrowiczem” (Warszawa 2002) oraz prac z zakresu medioznawczo-kulturoznawczej analizy kina. Adres e-mail: d.jaszewska@uksw.edu.pl

Ida Rusanowska

Państwowa Uczelnia Zawodowa im. prof. Edwarda F. Szczepanika w Suwałkach

ORCID 0000-0002-9730-9846

Idea sejfityzmu w kulturze współczesnej i jej egzemplifikacje w polskich portalach internetowych

The idea of sefitism in contemporary culture
and its exemplifications on Polish websites

Abstract

The text describes the subject of safetism, a problem that is increasingly present in contemporary culture and mass media, the cult of security and the elimination of threats to human life. The first part of the article presents a review of literature on the idea of safetism and presents two of its basic trends, namely: education in physical security and emotional security. The second, research part of the text presents the methodology of the author's own research and a description of examples of succumbing to and popularizing the idea of safetism in selected Polish Internet portals. The need for in-depth research on the idea of safetism and its real impact on Polish society is signaled in the conclusion.

Keywords

safetism, safety, cognitive distortions, social media, traditional media, cultural communication in the media

Abstrakt

Tekst opisuje temat sejfityzmu, czyli problemu coraz silniej obecnego we współczesnej kulturze i środkach masowego przekazu kultu bezpieczeństwa i eliminowania zagrożeń dotyczących ludzkiego życia. Pierwsza część artykułu przedstawia przegląd literatury dotyczącej idei sejfityzmu oraz przybliża dwa jej podstawowe nurty, a mianowicie: wychowanie w bezpieczeństwie fizycznym i bezpieczeństwie emocjonalnym. W drugiej, badawczej części tekstu, przedstawiona została metodologia badań własnych oraz opis przykładów ulegania idei sejfityzmu oraz jej popularyzacji w wybranych polskich portalach internetowych. W zakończeniu zasygnalizowana została potrzeba pogłębionych badań w zakresie idei sejfityzmu i jej realnego oddziaływania na społeczeństwo polskie.

Słowa kluczowe

sejfityzm, bezpieczeństwo, zniekształcenia poznawcze, media społecznościowe, media tradycyjne, komunikacja kulturowa w mediach

Wstęp

Zyjemy w czasach, w których rodzice za wszelką cenę dążą do tego, aby ich dzieci nigdy nie poczuły się źle, żeby zawsze były bezpieczne. Chronią je przesadnie na placach zabaw, żeby przypadkiem nie upadły; angażują się w dziecięce zabawy i konflikty, aby zapobiec ich złemu samopoczuciu. Również w szkole pojawia się ten trend: dzieci są chwalone za najdrobniejsze rzeczy w trosce o to, żeby nie poczuły się za mało dowartościowane; dostają nagrody za wszystko, żeby nie było im smutno, gdy przegrywają, etc. Odsuwamy od dzieci stres, myśląc, że jest on dla nich zagrożeniem. W konsekwencji usuwamy z drogi dzieci wszystkie przeszkody w trosce o ich bezpieczeństwo i komfort psychiczny. Chcemy dobrze – ale istnieje też druga strona medalu. Zabierając dzieciom możliwość konfrontacji z ich słabościami czy niedociągnięciami, sprawiamy, że rosną one w poczuciu, że są naprawdę dobre (bądź nawet znakomite) we wszystkim. Nie stają się też odpowiedzialne, ponieważ wiedzą, że rodzic (lub nauczyciel) zawsze jest gdzieś w pobliżu i w razie potrzeby zainterweniuje. W ten sposób dzieci nie wykształcają w sobie naturalnych odruchów obronnych; nie umieją znaleźć też siły do walki z przeciwnościami, gdyż bardzo długo są przed tymi przeciwnościami chronione i nawet nie wiedzą, że one w realnym świecie istnieją¹.

Opisana tendencja została nazwana przez badaczy „wychowaniem w bezpieczeństwie”. Jest to trend wychowawczy oparty na szerszym zjawisku, który w naukowym dyskursie zyskał miano „idei sejfityzmu” lub „kultury sejfityzmu”. Badacze tego zjawiska wskazują, że podjęcie wyzwania wychowywania dziecka w sposób daleki od sejfityzmu jest obecnie bardzo trudne, ponieważ idea ta zdominowała współczesną edukację, media oraz powszechne myślenie. Ale problem ten jest szerszy: z dzieci chronionych przed każdym niebezpieczeństwem i trudnością wyrastają przecież młodzi dorośli, którzy coraz częściej są bezradni w zetknięciu się z „brutalną” rzeczywistością normalnego życia.

Ci młodzi dorośli to między innymi studenci. Osobistym motywem do napisania tego artykułu były dla mnie własne doświadczenia jako wykładowcy akademickiego. W ubiegłym roku prowadziłam ze studentami pedagogiki zajęcia o nazwie „Ocena pracy nauczyciela”. Zaplanowałam, że (zamiast ćwiczeń w sali) studenci przeprowadzą lekcje dla dzieci w ramach organizowanego przez uczelnię „Uniwersytetu Dziecięcego”. Wspólnie ustaliliśmy również i omówiliśmy arkusz, według którego studenci mieli być oceniani za przygotowanie i przeprowadzenie lekcji. Po skończeniu tych ćwiczeń przekazałam studentom – w sposób łagodny i pełen szacunku² – swoje uwagi dotyczące ich pracy

¹ Zob. np. G. Lukianoff, J. Haidt, *Rozpieszczony umysł. Jak dobre intencje i złe idee skazują pokolenia na porażkę*, Poznań 2023; J.M. Twenge, *iGen. Dlaczego dzieciaki dorastające w sieci są mniej zbuntowane, bardziej tolerancyjne, mniej szczęśliwe i zupełnie nieprzygotowane do dorosłości i co to oznacza dla nas wszystkich*, Sopot 2019.

² Na końcu zajęć usiedliśmy w kręgu. Najpierw o swoich doświadczeniach i uczuciach opowiedzieli studenci – zdecydowana większość była bardzo zadowolona i nie miała w stosunku do siebie żadnych uwag. Później ja wraz z obserwującą studentką nauczycielką przeszłyśmy do oceny. Najpierw pogratulowałam wszystkim

(głównie mające charakter techniczny³). Kiedy po przerwie świątecznej (około trzy tygodnie później) zapytałam ich o wrażenia z zajęć, zapanowała cisza; po chwili jednak studenci zaczęli mówić. Okazało się, że zajęcia praktyczne, na których usłyszeli ocenę swojej pracy, były dla nich wydarzeniem *traumatycznym*⁴; *zaliczyli się*, że wylała się na nich *fala hejtu*; niektórzy przekonywali, że do dziś *nie mogą się pozbierać* i często płaczą z powodu usłyszanej wtedy krytyki; na koniec jedna ze studentek powiedziała, że nigdy więcej nie da się na *coś takiego*⁵ namówić. Zapytałam studentów, co według nich było takie straszne (osobiście uważałam te zajęcia za mój sukces edukacyjny). Dowiedziałam się wówczas, że *było bardzo dużo krytyki, że oni się tak bardzo starali, a mimo to zostali skrytykowani; że to podkopało ich poczucie wartości i że nie życzą sobie więcej być w ten sposób oceniani*⁶. Kiedy zwróciłam studentom uwagę, że bycie ocenianym jest stałym elementem zawodu nauczyciela, usłyszałam wyjaśnienie, że *to będzie inaczej i że jeszcze zdążą się do tego przygotować*⁷.

Było to dla mnie trudne doświadczenie. Zaczęłam sobie zadawać pytanie, dlaczego tymi młodymi ludźmi tak bardzo wstrząsnęły wypowiedziane w ich stronę uwagi? Dlaczego nazwali to doświadczenie bycia ocenianym mianem *traumatycznego*?⁸

Wydaje się, że odpowiedzią na te pytania jest właśnie obecność we współczesnej pedagogice i rodzicielstwie idei sejfityzmu – wzrastania w bezpieczeństwie fizycznym i emocjonalnym. Studenci wychowani już w tej idei nie są odporni na stres, uważają, że

zaangażowania, pochwalałam za entuzjazm i odpowiednie przygotowanie się do zajęć. Następnie przyszła pora na uwagi: niektóre z nich były ogólne, a niektóre były kierowane do konkretnych osób.

³ Były to uwagi typu: „poszczególne elementy zajęć trwały za długo, aby dzieci w tym wieku mogły skupić na nich uwagę”; „kiedy mówisz do dzieci stojąc tyłem, ciężiej jest skupić ich uwagę, a ponadto nie widzisz ich reakcji”, „muzyka odtwarzana w tle nie pomaga, kiedy chcesz skupić uwagę dzieci na zajęciach”.

⁴ Nick Haslam opisał, jak zmieniło się znaczenie pojęcia trauma. Według niego pojęcie to rozszerzyło się w dwóch kierunkach: „w dół”, obejmując mniej poważne przypadki, oraz „na zewnątrz”, wciągając w zakres znaczeniowy pojęciowo powiązane zjawiska. Zob. tenże, *Concept creep: Psychology's expanding concepts of harm and pathology*, „Psychological Inquiry” 2016 z. 27 (1), s. 1–17, <https://doi.org/10.1080/1047840X.2016.1082418> (dostęp 6.08.2024 r.).

⁵ Mówiąc „coś takiego” studentka miała na myśli poddanie się ocenie i słuchanie uwag na temat wykonanego przez siebie zadania.

⁶ Zacytowane wyrażenia zaczerpnęłam ze swoich notatek z zajęć podsumowujących zadanie wykonane przez studentów oraz jego ocenę.

⁷ W zajęciach brali udział również studenci z grupy popołudniowo-wieczorowej. Zapytani o wrażenia z zajęć odpowiedzieli, że są bardzo z nich zadowoleni, oraz że chętnie wykorzystają otrzymane uwagi przygotowując się do przyszłych zajęć. Kiedy opowiedziałam im o reakcji studentów dziennych, w odpowiedzi usłyszałam zdanie: *Niech się Pani nimi nie przejmuję, to dzieci*. Rzeczywiście, studia dzienne na ogół rozpoczynają osoby od razu po maturze, czyli urodzone po roku dwutysięcznym. Na studiach wieczorowych natomiast można spotkać przedstawicieli wcześniejszych pokoleń – prawdopodobnie stąd wzięta się opisana przeze mnie różnica.

⁸ Problemem młodzieży jest też brak umiejętności komunikowania niezadowolenia i rozwiązywania problemów. Studenci nie powiedzieli mi o swoich odczuciach od razu, kiedy uwagi były wypowiedziane; a zanim dowiedziałam się o ich niepokojach, zdążyli już się poskarżyć na to zdarzenie innym wykładowcom i opiekunom grupy.

najważniejszy jest proces (w tym wypadku ich starania), a nie efekt końcowy, oraz nie są przygotowani do przyjmowania krytyki.

Celem mojej pracy jest zwrócenie uwagi polskiego czytelnika na fenomen sejfityzmu. Jest to zjawisko mało zbadane w Polsce – dlatego przedstawiłam najpierw przegląd dotychczasowych badań na ten temat (przede wszystkim zachodnich). Następnie zdefiniowałam sejfityzm i omówiłam jego najważniejsze przejawy. Wreszcie – na wybranych przykładach – zbadalam, czy „kultura bezpieczeństwa” obecna jest już w polskim dyskursie medialnym dotyczącym tematyki wychowania dzieci i młodzieży, jakie są jej główne przejawy i jak jest ona prezentowana w mediach. Ta część artykułu oparta jest głównie na badaniu popularnych artykułów z portali internetowych poświęconych tematyce wychowania dzieci i młodzieży. Podsumowując, moim celem będzie zasygnalizowanie – w sposób kompatybilny z najnowszą wiedzą – przejawów obecności idei sejfityzmu w polskich portalach internetowych oraz wskazanie dalszych kierunków badań nad tym zagadnieniem.

1. Przegląd literatury przedmiotu

Zagadnienia, którym poświęcony jest niniejszy artykuł, po raz pierwszy podjęte zostały przez badaczy amerykańskich. To właśnie za oceanem zjawisko sejfityzmu zostało najszerszej zbadane i opisane – choć na początku nie operowano jeszcze tym pojęciem. Już w 1990 roku Jim Fay i Foster W. Cline, autorki książki pt. „Miłość i logika”⁹, zwróciły uwagę na destrukcyjną rolę nadopiekuńczych rodziców i pisały, w jaki sposób należy uczyć dzieci odpowiedzialności. Natomiast prace poświęcone idei „wychowania w bezpieczeństwie” pojawiły się w pierwszej dekadzie XXI wieku. Jedną z nich jest (opublikowana w roku 2009 i w całości poświęcona tej tematyce) książka Lenore Skenazy pt. „Dzieci wolnego chowu. Jak wychować bezpieczne i samodzielne dzieci i nie zwariować ze zmartwienia”¹⁰ – zawarte w niej teoretyczne tezy zostały zobrazowane przykładami z codziennego życia w Ameryce. Z kolei w 2012 roku Jonathan Haidt w książce pt. „Prawy umysł”¹¹ zwrócił uwagę na wszechobecne we współczesnym świecie zniekształcenia poznawcze, które również łączą się z ideą sejfityzmu. W tym samym roku inny badacz, Nassim Taleb, w książce pt. „Antykruchość”¹² (która na pierwszy rzut oka wydaje się w całości poświęcona ekonomii) zwrócił uwagę na fakt wychowywania przez rodziców „kruchych istnień”, a przyczyn tego stanu rzeczy również dopatrywał się w zbytnim przywiązaniu społeczeństwa do wartości bezpieczeństwa.

W 2015 roku w dyskursie naukowym pojawiło się hasło *helikopterowego rodzicielstwa* – temat ten podjęła Julie Lythcott-Haimas w książce pt. „Pułapka nadopiekuńczości. Czy wyrządzamy krzywdę swoim dzieciom, starając się za bardzo?”¹³. Tej samej tematyce

⁹ J. Fay, F.W. Cline, *Miłość i logika*, Kraków 2011.

¹⁰ L. Skenazy, *Dzieci wolnego chowu. Jak wychować bezpieczne i samodzielne dzieci (i nie zwariować ze zmartwienia)*, Warszawa 2012. Nie podajecie tłumaczy?

¹¹ J. Haidt, *Prawy umysł. Dlaczego dobrych ludzi dzieli religia i polityka*, Sopot 2014.

¹² N.N. Taleb, dz. cyt.

¹³ G. Lukianoff, J. Haidt, dz. cyt.

poświęciła swoją wydaną w 2017 roku książkę pt. „iGen. Dlaczego dzieciaki dorastające w sieci są mniej zbuntowane, bardziej tolerancyjne, mniej szczęśliwe i zupełnie nieprzygotowane do dorosłości – i co to oznacza dla nas wszystkich” Jean M. Twenge¹⁴. Wspomniana publikacja szeroko charakteryzuje tzw. *Pokolenie Z*¹⁵ oraz podejmuje kwestię „wychowania w bezpieczeństwie emocjonalnym”. W następnym roku pojawiła się książka Grega Lukianoffa i wspomnianego wcześniej Jonathana Haidta pt. „Rozpieszczony umysł. Jak dobre intencje i złe idee skazują pokolenia na porażkę”¹⁶. Dopiero autorzy tej monografii zdefiniowali, wprowadzili do naukowego dyskursu i szeroko opisali zjawisko sejfityzmu, omawiając również jego genezę i skutki, jakie wywołuje ono w społeczeństwie. Również w 2018 roku ukazała się ważna monografia pt. „The Rise of Victimhood Culture: Microaggressions, Safe Spaces, and the New Culture Wars”¹⁷, której autorzy, Bradley Campbell i Jason Manning, zwrócili uwagę na zjawisko przekształcania się „kultury honoru” w „kulturę ofiar”.

W polskim dyskursie naukowym problem obecności idei sejfityzmu w kulturze nie jest zbyt często podejmowany. Nie znalazłam żadnej polskiej monografii, która byłaby poświęcona w całości zjawisku sejfityzmu czy choćby wychowaniu w bezpieczeństwie fizycznym i emocjonalnym. Na polskim rynku wydawniczym można znaleźć książki dotyczące problematyki *Pokolenia Z*¹⁸, ale skupiają się one na innych kwestiach, niż bezpieczeństwo¹⁹. Pojawiły się już jednak u nas artykuły poświęcone pojedynczym aspektom

¹⁴ J.M. Twenge, dz. cyt.

¹⁵ Pokolenie Z przyszło na świat w latach 1997–2010. Przez J.M. Twenge nazwane zostało również pokoleniem i-Gen (skrót od „iGeneracji”). Autorka opisuje jego przedstawicieli następująco: „dorastali z telefonem komórkowym w ręku, mieli konto na Instagramie zanim poszli do szkoły średniej, i nie pamiętają czasów sprzed internetu (...). Litera <<i>> w słowie <<iGen>> może też oznaczać indywidualizm, który przedstawiciele tego pokolenia uważają za oczywistość. To pokolenie ma bzika na punkcie bezpieczeństwa i obawia się o swoją ekonomiczną przyszłość. Denerwują je nierówności związane z płcią, rasą, czy orientacją seksualną. A przy tym doświadcza ono największego od dziesięcioleci kryzysu zdrowia psychicznego”. Zob. też, dz. cyt., s. 10–11. W powszechnym użyciu (a także w dyskursie naukowym) obecny jest również pochodzący od tego pojęcia skrót: *Zetki* – będę go również używać w swoim artykule.

¹⁶ G. Lukianoff, J. Haidt, dz. cyt.; J. Manning, *The Rise of Victimhood Culture: Microaggressions, Safe Spaces, and the New Culture Wars*, New York 2018.

¹⁷ B. Campbell, J. Manning, *The Rise of Victimhood Culture: Microaggressions, Safe Spaces, and the New Culture Wars*, New York 2018.

¹⁸ Są to następujące publikacje: A. Niemczyk, R. Seweryn, K. Klimek, *Przedstawiciele pokolenia Z jako uczestnicy ruchu turystycznego. Potrzeby, motywacje, zachowania*, Warszawa 2019; J. Jabłońska-Bonca, *O szkolnictwie wyższym i kształceniu prawników*, Warszawa 2020; A. Hrehorowicz, *Postawy pokolenia Z wobec obywatelskości*, Toruń 2021; J. Malinowska, *Niemy krzyk pokolenia Z*, Białystok 2022; K. Skrzydłowska-Kalukin, J. Sokolińska, *Mów o mnie ono*, Warszawa 2022; W. Wątroba, *Pokolenia w społeczeństwach postkapitalistycznych*, Wrocław 2022; E. Rzońca, *Pokolenie Z – Aktywność na portalach społecznościowych, a więzi społeczne*, Warszawa 2023; J. Suchecka, *Pokolenie zmiany. Młodzi o sobie i świecie który nadejdzie*, Warszawa 2023; T. Sobierajski, M. Kuszewska, *Pokolenia*, Poznań 2024.

¹⁹ Książki te podejmują m.in. kwestie nawiązywania przez młodych relacji społecznych, ich trudności z określeniem tożsamości płciowej, pogorszenia stanu zdrowia psychicznego, problemów w szkole i na rynku pracy czy zjawiska nadmiernego korzystania z mediów.

omawianego zjawiska. O kwestii sefityzmu wspomniała w swojej książce z 2020 roku (w rozdziale zatytułowanym: „Portret Pokolenia Z”) Jolanta Jabłońska-Bonca²⁰. Zauważyła ona, że dla obecnych studentów bardziej liczy się komfort psychiczny, bezpieczeństwo i miła atmosfera, niż chęć krytycznego myślenia i zdobywania wiedzy czy możliwość konfrontacji i polemiki naukowej. Jak dotąd najwięcej uwagi *Pokoleniu Z* w kontekście wychowania w idei sefityzmu poświęcono w wydawanym przez Klub Jagielloński periodyku „Pressje”. W opublikowanej w 2023 roku w Krakowie *Tece 63* tego czasopisma, zatytułowanej „Cierpienia młodego zoomera”, znalazły się m.in. takie artykuły, jak: „Dla Zetek największą wartością jest brak cierpienia”²¹, „Siedem głównych nieprawd, które sprawiają, że jesteśmy nieszczęśliwi”²²; „Zdrowy ‘wyrąbanizm’ uratuje nas i nasze dzieci”²³, „Czego możemy nauczyć się od pokolenia Z”²⁴. Autorzy tych publikacji podkreślali, że *Zetki* cechuje coraz mniejsza odporność na wszelkiego rodzaju dyskomfort, zaś najwyższą dla nich wartością jest bezpieczeństwo. Inni polscy badacze zwracali też uwagę na niebezpieczne mity związane z sefityzmem, odgrywające dużą rolę w kształtowaniu młodego pokolenia (dotyczące np. gloryfikowania empatii jako źródła wszelkiego dobra, krytyki konserwatywnego wzorca męskości jako opresyjnego oraz promocji idei „życia w zgodzie ze sobą” jako gwarancji szczęścia jednostki)²⁵.

Podsumowując, zachodnie pozycje naukowe odnoszące się do idei sefityzmu były publikowane głównie w latach 2009–2018 i to w tamtym czasie należy upatrywać początków badań na ten temat oraz wprowadzenia tej koncepcji do dyskursu naukowego. Natomiast polskie publikacje zaczęły szerzej podejmować temat sefityzmu dopiero w latach 2019–2024²⁶ – w tym też czasie dokonano największej liczby tłumaczeń na język polski wspomnianych wcześniej amerykańskich publikacji. Na polskie przekłady niekiedy trzeba było czekać (opóźnienie wynosiło nawet do siedmiu lat), a część ważnych publikacji do tej pory nie została przetłumaczona na język polski (między innymi wspomniana wyżej klasyczna pozycja „The Rise of Victimhood Culture: Microaggressions, Safe Spaces, and the New Culture Wars”²⁷). Natomiast po publikacji w Polsce w 2023 r. innej kluczowej dla omawianej problematyki książki pt. „Rozpieszczony umysł”²⁸, tematyka sefityzmu zaczęła się pojawiać również w popularnonaukowych internetowych artykułach (najczęściej o tematyce macierzyństwa czy parentingu), które są przedmiotem moich badań. Zanim jednak przedstawię ich wyniki, poniżej omówię najważniejsze aspekty teoretyczne zjawiska sefityzmu w kulturze.

²⁰ J. Jabłońska-Bonca, dz. cyt., s. 105.

²¹ T. Gałosz, *Dla Zetek największą wartością jest brak cierpienia*, „Pressje” 2023 z. 63, s. 24–29.

²² K. Pilawa, *Siedem wielkich nieprawd, które sprawiają, że jesteśmy nieszczęśliwi*, „Pressje”, dz. cyt., s. 30–37.

²³ P. Musiałek, *Zdrowy „wyrąbanizm” uratuje nas i nasze dzieci*, „Pressje”, dz. cyt., s. 76–78.

²⁴ M. Kwiatkowski, *Czego możemy nauczyć się od pokolenia Z*, „Pressje”, dz. cyt., 18–23.

²⁵ T. Gałosz, dz. cyt., s. 24–29.

²⁶ Warto jeszcze podkreślić, że już w latach 2012–2018 pojawiły się polskie tłumaczenia zachodnich prac dotyczących zjawiska nadopiekuńczości – nie dotyczyły one jednak sefityzmu jako takiego.

²⁷ J. Manning, dz. cyt.

²⁸ G. Lukianoff, J. Haidt, dz. cyt.

2. Sejfityzm, czyli idea wychowania w bezpieczeństwie

Sejfityzm to mówiąc najprościej kult bezpieczeństwa – a nawet *obsesja na punkcie eliminowania zagrożeń (prawdziwych i wyobrażonych)*²⁹. Jeden z teoretyków tej koncepcji, Nassim Taleb, odnosząc się do owego panującego we współczesnej kulturze kultu, posłużył się kategorią „kruchości”. Badacz ten stworzył triadę składającą się z trzech kategorii: „kruche”, „wytrzymałe” i „antykruche”. Jego zdaniem wszystkie istniejące obiekty (w tym ludzie – ale również systemy, np. gospodarcze) można przyporządkować do którejś z tych kategorii. Według Taleba rzeczy „kruche” potrzebują spokoju, „antykruche” rozwijają się pod wpływem chaosu, a na wytrzymałych ani jedno, ani drugie nie robi wrażenia³⁰. Aby (co jest zdaniem autora pożądane) stać się osobą „antykruchą”, należy *stale poszukiwać nowych rozwiązań, unikać rutynowych działań, próbować wciąż od nowa – ze świadomością możliwej porażki – oraz podejmować ryzyko*³¹. Nietrudno się domyślić, że Taleb określa dzieci wychowane w obecnym trendzie sejfityzmu mianem „kruchych”, a winą za to w dużej mierze obarcza nadopiekuńczych rodziców³². W podobnym tonie wypowiadają się Greg Lukianoff i wspomniany wcześniej Jonathan Haidt:

W kulturze sejfityzmu emocjonalny dyskomfort jest przyrównywany do fizycznego zagrożenia; to kultura, która zachęca nas do wzajemnej ochrony przed doświadczeniami wpisanymi w codzienne życie, dzięki którym stajemy się silniejsi i zdrowsi (...). Wychowanie dzieci w kulturze sejfityzmu, a więc wpajanie im, by były zawsze „emocjonalnie bezpieczne”, i jednocześnie chronienie ich przed każdym możliwym zagrożeniem, może doprowadzić do zamkniętego koła: dzieci stają się bardziej kruche i mniej odporne, przez co dorośli zwiększają ochronę, a to sprawia, że stają się one jeszcze bardziej kruche i jeszcze mniej odporne³³.

W wieku XX słowo „bezpieczeństwo” kojarzyło się przede wszystkim z bezpieczeństwem fizycznym; jednak XXI wiek przyniósł stopniowe rozszerzenie znaczenia tego terminu – zaczęto mówić również o *bezpieczeństwie emocjonalnym*³⁴. Ten aspekt „wychowania w bezpieczeństwie” jest w moim odczuciu bardziej destrukcyjny, niż dbałość o bezpieczeństwo fizyczne. Jednym z jego przejawów jest zaszczepianie młodemu pokoleniu *kultu poczucia własnej wartości*. Idea ta zdobyła popularność w Stanach Zjednoczonych już w latach osiemdziesiątych – według niej dzieci mają większą szansę na odniesienie sukcesu w życiu, jeśli ich rodzice będą przywiązywać większą wagę do ich indywidualności, a nie do ich dokonań³⁵. W obecnej kulturze wysokie poczucie własnej

²⁹ N. Taleb, dz. cyt., s. 56.

³⁰ Tamże, s. 48.

³¹ Tamże, s. 17.

³² Tamże, s. 24.

³³ G. Lukianoff, J. Haidt, dz. cyt., s. 53–54.

³⁴ Tamże, s. 44–45.

³⁵ Tamże, s. 11.

wartości jest promowane na dużą skalę – i pociąga za sobą rodzaj gloryfikowania słabości³⁶. Przykładem tych tendencji są debaty społeczne i medialne, w których krytykowane są jakiegokolwiek formy oceniania i nagradzania dzieci za szkolne aktywności (na przykład rozdawanie świadectw z biało-czerwonym paskiem), albo też nieobecność w tekstach edukacyjnych (ale też we wszelkich tekstach kultury przeznaczonych dla najmłodszych) jakiegokolwiek form deprecjonowania negatywnych zachowań dzieci³⁷. Zdaniem wielu badaczy takie zjawiska są przejawem zniekształcenia poznawczego, polegającego na wnioskowaniu o wartościowości danej rzeczy czy zjawiska wyłącznie w oparciu o swoje emocje (tzw. uzasadnienie emocjonalne³⁸). Tendencji tej ulegają dziś zarówno dzieci, jak również rodzice i wychowawcy – jest to jednak jedna z „wielkich nieprawd”, która według Lukianoffa i Haidta leży u podstaw kultury sejfityzmu³⁹.

Interesujące jest spojrzenie na obecny w zachodniej kulturze kult *poczucia własnej wartości* z punktu widzenia przedstawicieli innych kultur. Dobrze słyszalny w tym kontekście stał się głos Amy Chua, autorki książki pt. *Bojowa pieśń tygrysicy*⁴⁰, która wzbudziła w Polsce (i nie tylko) gorące dyskusje. Ta naukowczyni chińskiego pochodzenia (pracująca na jednym z amerykańskich uniwersytetów, a zarazem żona i matka dwóch córek, które wychowuje według chińskiego modelu) opisała różnicę w podejściu rodziców do wychowania dzieci w kulturze zachodniej i chińskiej. Wydaje się ona warta podjęcia dyskusji:

Chińscy rodzice każą dzieciom przynosić same szóstkki. Rodzice zachodni proszą tylko, żeby dzieci „się starały”. Chińscy rodzice mówią: leniuch z ciebie. Niedługo wyprzedzą Cię wszyscy w klasie”. Z kolei rodzice zachodni mają mieszane uczucia względem osiągnięć i usiłują wmówić samym sobie, że nie są rozczarowani brakiem postępów latorośli. Długo bardzo zastanawiam się nad tym, dlaczego chińskim rodzicom uchodzi to wszystko płazem. I doszłam do wniosku że chińską i zachodnią rodzicielską mentalność dzielą zasadnicze różnice. Po pierwsze (...) zachodni rodzice żyją w strachu, że dziecko nabawi się kompleksów. Rozmyślają o tym, jak odniesie się do porażki, i bez przerwy utwierdzają je w przekonaniu, że jest fantastyczne, bez względu na to, że położyło test lub rolę w przedstawieniu. Innymi słowy martwią się o jego psychikę. Chińscy rodzice wręcz przeciwnie. Oni przykładają wagę do siły, nie słabości, i dlatego zachowują się zupełnie inaczej⁴¹.

³⁶ Tamże, s. 56–57.

³⁷ W dzisiejszej pedagogice w ogóle unika się oceniania dzieci – zarówno ich zachowania (w kategoriach: grzeczne/niegrzeczne), jak i postępów w nauce. Przykłady obydwu wspomnianych tu przejawów kultury sejfityzmu pojawią się w części badawczej mojej pracy (spór o świadectwa z paskiem i o przedszkolną piosenkę).

³⁸ Zob. G. Lukianoff, J. Haidt, dz. cyt., s. 66.

³⁹ Pionierem badań w zakresie zniekształceń poznawczych był psychiatra Aaron Beck, twórca psychoterapii poznawczo-behawioralnej (CBT). Zob. tamże, s. 412–414.

⁴⁰ A. Chua, *Bojowa pieśń tygrysicy*, Warszawa 2011.

⁴¹ Tamże, s. 67.

W powyższym cytacie zostały zobrazowane dwa podejścia do budowania w dzieciach poczucia własnej wartości. Według Amy Chua rodzice na Zachodzie, pozostając w nieustannym lęku o psychikę dziecka i jego poczucie własnej wartości, zapominają o trosce o jego siłę. Jest to interesująca konsekwencja sejfityzmu widziana z perspektywy kultury, w której owa idea się nie pojawiła.

Ideę sejfityzmu widać również we współczesnym podejściu do zjawiska rywalizacji dzieci. Amanda Ripley, autorka książki pt. „Najbystrzejsze dzieciaki Ameryki”⁴², przyjrzała się wprowadzonej w Stanach Zjednoczonych w życie idei *medal dla każdego*⁴³, znanej również pod nazwą *ruch poczucia własnej wartości*⁴⁴. Badaczka ta zauważyła, że to właśnie zanik rywalizacji był przyczyną spowolnienia postępów edukacyjnych amerykańskiej młodzieży oraz osiągnięcia przez nią słabych wyników w standaryzowanym międzynarodowym badaniu jakości kształcenia⁴⁵.

Na jeszcze inny aspekt idei sejfityzmu zwróciła uwagę autorka książki pt. „Pułapka nadopiekuńczości”⁴⁶, przytaczając w niej (opracowaną przez psychologów Michaela Andersona i Tima Johansona) listę błędów, na których popełnianie należy dziecku pozwolić, oraz trudności, których dziecko powinno doświadczyć. Przywołani przez nią badacze w swojej praktyce pedagogicznej obserwowali u dzieci i młodych dorosłych w Stanach Zjednoczonych brak wytrwałości i przyjmowania dalszych perspektyw działania. Ich zdaniem jedyną szansą na uniknięcie tego stanu jest pozwolenie dzieciom na popełnianie błędów i na doświadczanie na drodze życia rozmaitych przeszkód. Oto niektóre z punktów tej listy: *brak zaproszenia na czyjeś urodziny*⁴⁷; *śmierć zwierzaka domowego*; włożenie sporej pracy w zadanie domowe, a mimo to otrzymanie słabego stopnia; *zostanie w kozie*; *przegapienie występu, bo pomagało się babci*; *bycie obwinionym o coś, czego się nie zrobiło*; *odwołanie jakiegoś wydarzenia z powodu złego zachowania innej osoby*; *brak przyjęcia do reprezentacji szkoły*; *bycie na ostatnim miejscu*; *uderzenie przez inne dziecko*; *zakwestionowanie wpojonej wiedzy czy wartości*; *żałowanie, że się powiedziało coś, czego nie da się cofnąć*; *brak zaproszenia na wspólne przyjęcie z przyjaciółmi*; *odebranie dziecka jako ostatniego z meczu*⁴⁸. Zauważmy, że na liście tej figurują sytuacje, których w większości dziecko nadopiekuńczych rodziców nigdy nie doświadczy. Tym samym zostanie ono pozbawione ważnych życiowych lekcji, które w innym przypadku posłużyłyby do zdobycia nowych sił i umiejętności, a w rezultacie stania się osobą – jak by powiedział

⁴² A. Ripley, *Najbystrzejsze dzieciaki na świecie*, Warszawa 2015.

⁴³ Od lat 80. każde amerykańskie dziecko jest doceniane i nagradzane – odznakami, medalami itp. – za każdy, nawet najmniejszy wysiłek (już samo pojawienie się na jakimś konkursie, np. sportowym, jest już uznawane za osiągnięcie). Zob. J. Lythcott-Haims, *Pułapka nadopiekuńczości. Czy wyrządzamy krzywdę swoim dzieciom, starając się za bardzo*, Warszawa 2018, s. 36.

⁴⁴ Tamże, s. 37.

⁴⁵ A. Ripley, dz. cyt., s. 67.

⁴⁶ J. Lythcott-Haims, dz. cyt.

⁴⁷ W wielu szkołach w Stanach Zjednoczonych istnieje obowiązek zapraszania wszystkich uczniów z klasy na urodziny w celu zapobiegnięcia wykluczeniu (przypis autorki).

⁴⁸ Tamże, s. 339.

Nassim Taleb – „antykruchą” (zamiast „kruchą”). Właśnie tego rodzaju nadopiekuńczość daje początek szeroko rozumianej kulturze sefityzmu⁴⁹.

Przytoczone wyżej koncepcje przywołują problem nadopiekuńczości współczesnych rodziców, który jest jednym z przejawów kultury sefityzmu. Oba te pojęcia są ze sobą ściśle powiązane, ale sefityzm to pojęcie dużo szersze: obejmuje bowiem zarówno problem nadopiekuńczości rodziców (czyli zjawisko „wyręczania” dzieci w wielu czynnościach życia codziennego), jak i helikopterowego rodzicielstwa (które jest formą nieustannej kontroli rodziców nad poczynaniami dziecka) – a przy tym nie ogranicza się tylko do obszaru wychowania⁵⁰. Idea sefityzmu dotyczy całościowego postrzegania natury ludzkiej, koncepcji funkcjonowania jednostki w społeczeństwie oraz kształtowania wzorców kulturowych.

Na koniec tego wprowadzenia do problemu sefityzmu we współczesnej kulturze chciałabym podkreślić, że zjawisko to jest ściśle powiązane z charakterystyką tzw. *Pokolenia Z*, które przyszło na świat w latach 1997–2010. Sefityzm w kulturze zaczął być bardziej zauważalny mniej więcej od roku 2015, kiedy to wspomniane pokolenie dorosło i rozpoczęło naukę na studiach wyższych – i jest w niej obecny do chwili obecnej. W tym właśnie czasie zaczęły pojawiać się pierwsze prace naukowe na ten temat w języku angielskim. Kluczowe znaczenie dla opisywanych zmian kulturowych miało również pojawienie się powszechnego dostępu do internetu, a w USA również wprowadzenie na rynek w roku 2007 pierwszego I-pona (mowa o przedmiotach, bez których *Pokolenie Z* nie mogłoby funkcjonować). A jako, że przyjmuje się, iż w Polsce zmiany pokoleniowe zachodzą w stosunku do Stanów Zjednoczonych z kilkuletnim opóźnieniem (i to samo dotyczy również wprowadzania do powszechnego użytku najnowszych technologii), to nie może dziwić fakt, że zjawiska związane z sefityzmem zostały zauważone w Polsce odpowiednio później, czyli w latach 2019–2024.

3. Metodologia badań własnych

Dobór próby badawczej do analizy przedstawionej w niniejszym artykule nie był łatwy, ponieważ stron internetowych, blogów i podcastów o rodzicielstwie (w których potencjalnie można było odnaleźć symptomy sefityzmu) jest wiele. Ów zbiór badanych artykułów ograniczyłam następująco: po pierwsze brałam pod uwagę jedynie strony internetowe w języku polskim; po drugie, przyjąłabym pewne kryteria doboru próby, które pozwoliły mi na wyodrębnienie do badań niewielu artykułów, ale jednocześnie sprawiły, że ona próba jest (w pewnej mierze) reprezentatywna.

Próbę badawczą dobrałam kilkietapowo. Najpierw wyszukiwałam w portalu Google artykuły poruszające tematykę sefityzmu. Warto zaznaczyć, że po wpisaniu hasła „sefityzm” w wynikach wyszukiwania nie pojawiały się artykuły dotyczące wychowania:

⁴⁹ Zob. J. Haidt, dz. cyt., s. 243–288.

⁵⁰ J. Fay, F.W. Cline, dz. cyt., s. 24–26.

w żadnym poradniku, czy parentingowym portalu internetowym nie użyto tego pojęcia⁵¹. Wobec tego wpisywałam w wyszukiwarce internetowej *Google* hasła związane z „bezpieczeństwem”⁵², co już przyniosło spodziewane rezultaty. Do próby badawczej sklasyfikowałam tylko te artykuły, które pojawiły się na pierwszej stronie wyszukiwarki, a zatem najlepiej pozycjonowane (a co za tym idzie, najczęściej odwiedzane przez internautów). Następnie ze wspomnianej wyżej listy wykluczyłam oficjalne strony przedszkoli, szkół, urzędów. W ten sposób powstała próba badawcza składająca się z dwudziestu artykułów zamieszczonych głównie na stronach internetowych popularnych czasopism kierowanych do kobiet (albo rodziców – nazywanych *parentingowymi*⁵³) oraz z jednego artykułu o charakterze informacyjno-publicystycznym, zamieszczonego na portalu *Polska+*. Do owej próby dołączyłam również komentarze internautów (umieszczone pod jednym artykułem i pod jednym filmem⁵⁴). Pozwoliło to w pewnym stopniu uzupełnić badania o opinie polskich internautów na temat nadopiekuńczości i – szerzej – kultury sejfityzmu.

Niniejsze badanie ma charakter eksploracyjny – sędzę, że dobrana w opisany powyżej sposób próba badawcza pozwoli poczynić pierwsze obserwacje dotyczące występowania zjawiska sejfityzmu w popularnym dyskursie internetowym (oraz – na jednym przykładzie – w dyskursie politycznym). Tego typu analizy charakteryzują się tym, że brakuje w nich wcześniejszych informacji, których można by użyć dla sformułowania prognozy – a tak jest w przypadku, kiedy problem obecności idei sejfityzmu w mediach nie był dotąd w Polsce badany empirycznie, ani poddawany uporządkowanej refleksji teoretycznej. W takiej sytuacji potrzebne jest właśnie przeprowadzenie badań eksploracyjnych, które odpowiedzą – w odniesieniu do problematyki sejfityzmu – na bardzo wstępne pytanie: „Co się tutaj może dziać?”⁵⁵. Niemniej moje badanie było uwarunkowane przedstawioną teorią sejfityzmu – przeprowadziłam je odwołując się do wyodrębnionych w dyskursie

⁵¹ Obserwacja ta oparta jest na analizie próby badawczej – wymaga ona potwierdzenia w szerzej zakrojonych badaniach empirycznych. Natomiast warto zaznaczyć, że pod wpisaniu w *Google* hasła „sejfityzm” wyszukiwarka odnajdywała artykuły z portali publicystycznych i gazet popularnonaukowych, w których to pojęcie było używane. Były to artykuły publikowane w internecie w latach 2023–2024 (zwłaszcza pochodzące z portali internetowych prasy prawniczej, takich jak „Nowe Państwo”, „Rzeczpospolita”, „Salon24.pl”, „Klub Jagielloński”, „MyCompany Polska”). Teksty te odwołują się bezpośrednio do pojęcia „sejfityzm” i przywołują literaturę przedmiotu na ten temat (zwłaszcza książkę „Rozpieszczony umysł” – zob. G. Lukianoff, J. Haidt, dz. cyt.); mają również wydźwięk krytyczny w stosunku do opisywanego zjawiska.

⁵² Były to następujące hasła: „bezpieczeństwo noworodka”, „bezpieczeństwo dziecka”, „bezpieczeństwo fizyczne dziecka”, „bezpieczeństwo dziecka w domu”, „bezpieczeństwo na placu zabaw”, „bezpieczeństwo na spacerze”, „bezpieczeństwo emocjonalne”, „aplikacje dbające o bezpieczeństwo dziecka”. Dodatkowo wpisywałam również hasła związane z coroczną dyskusją na temat przyznawania dzieciom świadectw z biało-czerwonym paskiem – chociaż nie było w nich terminu „bezpieczeństwo”, to jednak ich problematyka wyraźnie odnosi się do idei sejfityzmu.

⁵³ Mowa tu o takich portalach, jak *Mjakmama*, *by.Bee – od mam dla mam*, *m jak mama*, *kobieta.onet.pl*, *Abebe.pl*, *mamaDu.pl*, *e-dziecko*, *BezpiecznyDzieciak.pl*.

⁵⁴ Tylko w tych dwóch przypadkach portale umożliwiły internautom dyskusję na temat prezentowanych przez nie artykułów.

⁵⁵ Tamże, s. 397.

naukowym kategorii bezpieczeństwa fizycznego i emocjonalnego, a także do opisanych przez teoretyków przejawów kultury sefityzmu. Miałam je na uwadze w czasie czytania i analizowania artykułów (i wybranych komentarzy), i poszukiwania w nich charakterystycznych wątków związanych z sefityzmem. Te, które najczęściej się powtarzały (pojawiały się przynajmniej w 60% wszystkich poddanych analizie artykułów), stały się podstawą do ułożenia wstępnej listy kategorii związanych z badanym zjawiskiem. Ostatecznie do prezentacji wyników badań wybrałam przykłady najbardziej charakterystyczne dla owych kategorii, problematyzujących kulturę sefityzmu w mediach.

W rezultacie moje badanie ukazuje przejawy kultury sefityzmu najczęściej pojawiające się w polskich popularnych artykułach internetowych. Zebranie tych wstępnych danych umożliwi w przyszłości doprecyzowanie pytań badawczych i sformułowanie poprawnych hipotez, które będzie można wykorzystać w późniejszych badaniach⁵⁶.

4. Idea bezpieczeństwa w polskim Internecie – wyniki badań własnych

Pierwszym krokiem podjętym w niniejszym badaniu było przyjrzenie się, jak obecnie reprezentowana jest w mediach idea dbałości o bezpieczeństwo fizyczne dzieci. Analiza wybranych artykułów pokazała, że współczesne matki spotykają się z rozszerzonym rozumieniem pojęcia bezpieczeństwa fizycznego dotyczącego dzieci jeszcze będąc w ciąży, ponieważ tematyka ta jest obecna w popularnych dziś internetowych poradnikach oraz blogach dotyczących rodzicielstwa. W jednym z takich poradników znajdziemy nawet oddzielny rozdział poświęcony zagadnieniu bezpieczeństwa niemowlaka. Porady zaczynają się od zaleceń dotyczących odpowiedniej temperatury wody w waniencie. Nie wystarcza już intuicyjne „sprawdzenie wody łokciem” – matkom zalecane są specjalne termometry bądź wanienki z wbudowanym czujnikiem, które mówią im, czy temperatura wody jest odpowiednia⁵⁷.

Kolejnym momentem, o którym mówią internetowe poradniki w kontekście bezpieczeństwa niemowlaka, jest rozpoczęcie przez niego fazy raczkowania, a później chodzenia. Zacytujmy fragment jednego z portali przeznaczonych dla mam:

O czym warto pamiętać, kiedy dziecko zaczyna raczkować? Przede wszystkim naszym zadaniem jest zapewnienie dziecku bezpieczeństwa. Kiedy dziecko zaczyna raczkować ciekawia go wszystkie domowe zakamarki. Powinniśmy dokładnie przeanalizować czy strefa, w której będzie się poruszać jest dla niego bezpieczna, ponieważ w każdym domu są miejsca, które mogą okazać się niebezpieczne, mimo, że dla nas nie stanowią żadnego zagrożenia (...). Dobrze wiedzieć: Nigdy nie spuszczaaj raczkującego dziecka z oczu! Wbrew pozorom wystarczy chwila niedopilnowania i dziecko może sobie zrobić krzywdę⁵⁸.

⁵⁶ R.D. Wimmer, J.R. Dominick, *Mass media. Metody badań*, Kraków 2008, s. 396–397.

⁵⁷ *Kąpiel noworodka – jak bezpiecznie umyć miesięczne dziecko*, „By Bee. Od mam dla mam” (brak daty opubl.), <https://bybee.pl/blogs/blog-od-mam-dla-mam/kapiel-noworodka> (dostęp 6.09.2024 r.).

⁵⁸ J. Moczyszóg, *Jak zapewnić bezpieczeństwo raczkującemu dziecku*, „M jak mama24” z 13.10.2021 r., <https://www.mjakmama24.pl/niemowle/rozwoj-niemowlaka/raczkowanie-jak-zapewnic-dziecku-bezpiec>

Jak widać, w artykule tym często występują słowa „bezpieczeństwo” i „zagrożenie”, co może spotęgować lęk rodzica o raczkujące po domu dziecko.

W innym artykule autorzy precyzują, w jaki sposób należy zadbać o bezpieczeństwo małego dziecka, polecając konkretne produkty i gadżety z tym związane:

Dziecko w okresie raczkowania z pewnością staje się bardziej ruchliwe i ciekawe świata, jednak nie zawsze jest w stanie zapewnić sobie bezpieczeństwo. Właśnie dlatego warto zainwestować w ochraniacze do raczkowania, które pozwolą na pełne odkrywanie świata przez malucha, jednocześnie zabezpieczając go przed urazami. W tym artykule omówimy, jakie są rodzaje ochraniaczy do raczkowania oraz jakie kwestie należy wziąć pod uwagę przy ich zakupie⁵⁹.

Z powyższego tekstu dowiadujemy się, że (oprócz ochraniaczy na kolana) możemy też kupić ochraniacze na dłonie, łokcie i szyję, co zapewni dziecku jeszcze większe bezpieczeństwo. Artykuł donosi też, że w sprzedaży dostępne są specjalne blokady na deskę klozetową zapobiegające utopieniu dziecka, blokady do szafek i drzwi służące zabezpieczeniu przed przytrzaśnięciu przez dziecko placów, gąbkowe taśmy, którymi rodzice powinni okleić wszystkie krawędzie w domu czy kask do nauki chodzenia. Wśród ciekawszych gadżetów zapewniających bezpieczeństwo dzieciom (polecanych w internetowych artykułach) znaleźć możemy również zabezpieczenia doniczek, dzięki którym dzieci nie będą mogły dostać się do ich zawartości⁶⁰. Tak długa lista przedmiotów „niezbędnych” do wychowania małego dziecka może przerazić rodziców, którzy (zanim przeczytali wspomniany artykuł) nie mieli prawdopodobnie pojęcia, ile niebezpieczeństw czyha na ich pociechę w zaciszu domu.

Internet bywa też miejscem sporów o przydatność owych produktów, służących do zapewnienia dzieciom fizycznego bezpieczeństwa. Powyżej cytowane artykuły prezentują różne stanowiska na temat zasadności noszenia przez dzieci kasków (niemniej jednak w każdym z nich ów produkt jest promowany⁶¹). Tego typu dyskusji (tym razem na temat stosowania specjalnych szelek/smyczy dla dzieci) było sporo w roku 2022, w którym w sieci pojawił się głośny filmik ukazujący mamę prowadzącą dziecko na smyczy⁶². Internauci podzielili się w ocenie tego produktu – pod filmem pojawiło się również wiele krytycznych komentarzy. Oto ich przykłady: *Brakuje jeszcze tylko kagańca. No nie mogę*

czestwo-kiedy-zaczyna-poruszac-sie-po-mieszkanu-aa-4SuM-i34F-4jc2.html (dostęp 20.07.2024 r).

⁵⁹ *Ochraniacze do raczkowania: Jak zapewnić bezpieczeństwo i komfort dziecku*, „Abebe.pl” z 18.01.2022 r., <https://abebe.pl/ochraniacze-do-raczkowania-jak-zapewnic-bezpieczenstwo-i-komfort-dziecku/> (dostęp 31.07.2024 r.).

⁶⁰ *Jak zabezpieczyć doniczki przed małymi dziećmi oraz przed psami i kotami?* „Bezpieczny dzieciak” z 2.02.2023 r., <https://tiny.pl/0vd-dpdq> (dostęp 31.07.2024 r.).

⁶¹ *Kask dla niemowlaka*, Baby and travel (brak daty opubl.), https://www.babyandtravel.pl/zul_m_Pielęgnacja-i-higiena_Kask-dla-niemowlaka-092.html?srsId=AfmB0oo9wKDqheQKI72iw905alAfdGNbHeTuEW5u3yJj05rAl82cun3G, „Baby and travel” (dostęp 17.10.2024 r.).

⁶² *Mama ciągnie swoje dziecko na smyczy* z 12.04.2022 r., https://tiny.pl/hvh_qt3p (dostęp 7.08.2024 r.).

patrzeć na te zdjęcia bez śmiechu. Ciężko jest prowadzić dziecko za rękę⁶³; Aż mnie dreszcz przechodzą jak widzę dziecko na smyczy. Lenistwo rodzica⁶⁴. Zwolennicy tego rozwiązania mówili natomiast: *A ja powiem tak – nie rozumie ten, kto nie ma problemu z nad-ruchliwym dzieckiem, które nie wyczuwa zagrożenia. Może źle to wygląda, ale rozumiem rodziców, którzy to stosują. Bo to dla bezpieczeństwa dziecka. Rodzic mimo starań i oczu dookoła głowy nie jest w stanie przewidzieć zachowań⁶⁵*. Na temat zasadności używania przez rodziców szelek rozmawiali również – zaproszeni do studia popularnego programu śniadaniowego – eksperci (psycholog i fizjoterapeuta) oraz mamy małych dzieci⁶⁶. W jednej z wypowiedzi pojawił się argument, że w Polsce widok dziecka na smyczy jeszcze szokuje, natomiast w Wielkiej Brytanii jest to zjawisko powszechne.

Jak pisałam wyżej, badacze sejfityzmu wiele miejsca w swoich pracach poświęcali roli telefonów komórkowych w relacjach rodzice-dzieci – jeden z nich nazwał je nawet *najdłuższą pępowiną⁶⁷*. Wątek ten jest obecny w polskich portalach internetowych – autorzy niektórych artykułów zachęcają rodziców do kupna dostępnych na rynku różnego rodzaju aplikacji do smartfonów, zapewniając przy tym, że podnoszą one znacząco poziom bezpieczeństwa fizycznego dziecka. Aplikacje te pozwalają rodzicowi nie tylko „lokalizować” swoje dziecko (czyli innymi słowy śledzić je), ale również oglądać wszystko, co robi ono na swoim smartfonie. Niektóre z tych aplikacji mają nawet funkcję ustawienia przez rodzica stref, w których może poruszać się dziecko – kiedy dziecko taką strefę opuści, rodzic zostaje natychmiast o tym powiadomiony. Oto fragment jednego z takich artykułów:

Kolejną aplikacją wartą uwagi jest FamilyTime Jej głównym celem jest zapewnienie bezpieczeństwa twojemu dziecku, zarówno w sieci, jak w rzeczywistym życiu. Najważniejszą funkcją jest możliwość zobaczenia lokalizacji dziecka na mapce. Dodatkowo możesz ustawić tak zwany geo-fence, czyli oznaczyć strefy, po których opuszczeniu przez dziecko otrzymasz powiadomienie na telefon. Możesz też przeglądać historię odwiedzonych miejsc z dokładną datą i godziną⁶⁸.

W opisie innej aplikacji czytamy:

⁶³ A. Rojek-Kiełbasa, *Szelki i smycz dla dziecka? Brakuje jeszcze tylko kagańca*, „Onet dziecko” z 13.09.2022 r.,

<https://kobieta.onet.pl/dziecko/szelki-dla-dzieci-psycholog-komentuje/3whck34> (dostęp 31.07.2024 r.).

⁶⁴ Tamże.

⁶⁵ Tamże.

⁶⁶ *Szelki dla dzieci. Dobry pomysł czy nie?*, „Pytanie na śniadanie” z 28.04.2022 r., <https://www.facebook.com/watch/?v=2991684841122818> (dostęp 31.07.2024 r.).

⁶⁷ J. Lythcott-Haims, dz. cyt., s. 23.

⁶⁸ *Aplikacje do lokalizacji dzieci: 7 najlepszych na rynku*, „DodoSpy” z 4.06.2023 r., <https://dodospy.com/pl/aplikacja-do-lokalizacji-dzieci/> (dostęp 8.08.2024 r.).

Możesz ustawić również powiadomienia, które poinformują cię, gdy dziecko dotrze na wybrane miejsce lub je opuści. To świetne rozwiązanie, jeśli wiesz, że dziecko musi samo wyjść z domu i udać się na przykład na dodatkowe zajęcia⁶⁹.

Warto zwrócić uwagę na fakt, że reklamowane w tym tekście urządzenia „dają dziecku wolność” tylko pozornie. Chociaż dziecko może dzięki nimi poruszać się samo (np. idąc na plac zabaw czy na zajęcia dodatkowe), to jednak jest ono pod stałą kontrolą rodziców. Używając takich aplikacji rodzice dają dziecku przekaz, że nie ufają mu na tyle, żeby mogło samodzielnie pobawić się na placu zabaw, ani nie wierzą w jego umiejętności samodzielnego dotarcia do celu. Inna negatywna konsekwencja korzystania z takich aplikacji polega na tym, że rodzic, który cały czas obserwuje dziecko będąc w pracy, często nie ma później potrzeby ani ochoty rozmawiania z nim (choćby o tym, jak udała mu się samodzielna droga do szkoły). Dochodzi do sytuacji, w której rodzic – zanim jeszcze dziecko powróci ze szkoły – zna statystyki miejsc, które ono odwiedziło, oraz (za sprawą elektronicznego dziennika) wie, jakie dostało ono oceny. Rodzic ulega wówczas niebezpiecznemu złudzeniu, że wszystkie potrzebne informacje już ma i nie potrzebuje z dzieckiem rozmawiać. Tymczasem to właśnie brak takich rozmów jest główną przyczyną płytkich i słabych relacji rodziców z dziećmi⁷⁰.

W polskich portalach internetowych możemy również obserwować obecność idei sejfityzmu w kontekście bezpieczeństwa psychicznego. Przejawem tego zjawiska jest promowanie w niektórych zbadanych artykułach kultu poczucia własnej wartości. Poruszają one między innymi tematykę zasadności przyznawania dobrym uczniom świadectw z wyróżnieniem, czyli z tzw. biało-czerwonym paskiem – a tym samym odzwierciedlają głośną dyskusję Polaków na ten temat, toczoną od wielu w okresie końca roku szkolnego (mającą również odzwierciedlenie w mediach tradycyjnych oraz społecznościowych). Przykładem tego zjawiska jest umieszczenie w trakcie ostatniego zakończenia roku szkolnego przez portal *edziecko* na jego profilu facebookowym⁷¹ obrazka (mema) przedstawiającego świadectwo szkolne, na którym zamiast przedmiotów wymienione zostały następujące cechy: pomysłowość, empatia, wiara w siebie, wiedza o sobie, szacunek do innych. Komentarz ze strony portalu umieszczony pod tym świadectwem brzmiał następująco: *Jedyne przedmioty, które są w życiu ważne*⁷². Ów mem stał się bardzo popularny na Facebooku, ponieważ wielu rodziców udostępniało go na swoich tablicach z własnymi komentarzami. Oto niektóre z nich: *szkoda, że w naszych szkołach takich nie ma, dodałabym miłość do siebie i pełna akceptacja siebie; W punkt bo reszty można się nauczyć i wyuczyć; To tak jak z inteligencją znam ludzi którzy są wykształceni w danej dziedzinie ale*

⁶⁹ Tamże.

⁷⁰ M. McKay, M. Davis, P. Fanning, *Sztuka skutecznego porozumiewania się*, Gdańsk 2003, s. 212–217.

⁷¹ Portal *edziecko* posiada zarówno stronę internetową (o adresie: www.edziecko.pl), jak i profil na Facebooku o nazwie „Dziecko”.

⁷² *Jedyne przedmioty, które są w życiu ważne*, „Dziecko” z 21.06.2024 r., https://tiny.pl/m_9jtd4g (dostęp 2.08.2024 r.).

cała reszta ich całokształtu to rynsztok. Były też komentarze przeciwne: *Bzdura. Wiedza jest tak samo ważna jak empatia, czy tolerancja. Jedno nie wyklucza drugiego; Nie zgadzam się. Wiedza jest równie ważna, co te cechy*⁷³. Przykłady te pokazują, że zagadnienie bezpieczeństwa dzieci i związane z tym praktyki społeczne są przedmiotem dyskusji i sporów toczących się pomiędzy rodzicami. Również i tak przejawia się w internetowym dyskursie idea sejfityzmu.

Zbadane portale internetowe – idąc z duchem budowania w dzieciach poczucia własnej wartości – publikują też chętnie artykuły promujące ideę wyróżniania za osiągnięcia edukacyjne wszystkich dzieci (oraz krytykujące okazywanie dzieciom niezadowolenia za brak osiągnięć). Obydwie te tendencje, jak pisałam w części teoretycznej artykułu, są konsekwencjami (promowanego w obecnej kulturze na dużą skalę) kultu *poczucia własnej wartości*: chroniąc dzieci przed oceną, wychowawcy zarazem niejako usprawiedliwiają (a nawet gloryfikują) słabości dzieci⁷⁴. Przykładem pierwszej tendencji jest opublikowany na portalu *Polska+* wywiad z dyrektorem szkoły podstawowej w Śremie, Jakubem Tylmanem, który postuluje wprowadzenie kolorowych pasków na świadectwach dla wszystkich uczniów. Wywiad rozpoczyna się następująco:

Podkreślenie wyjątkowych osiągnięć uczniów za pomocą kolorowych pasków na świadectwie przyniesie wiele korzyści. Po pierwsze, pozwoli uczniom uwierzyć w siebie i w swoje zdolności. Doda im pewności siebie i podniesie poczucie własnej wartości (...). Każde z naszych 224 uczniów i uczennic w piątek wyjdzie na środek i odbierze swoje świadectwo z wyróżnieniem. Wyróżnienie będzie w postaci kolorowych nakładek, imitujących pasek na świadectwie. Postanowiliśmy wykorzystać tyle kolorów, ile pięknych cech znaleźliśmy w naszych wspaniałych uczniach, za które warto ich w tym dniu uhonorować. Mamy kilka kolorów pasków, na niektóre z nich składa się kilka elementów. I tak niebieski pasek mówi „Wierzę w moją moc” i oznacza ambitnego ucznia (...). Pomarańczowy pasek oznacza najbardziej radosnego ucznia (...). Różowy pasek mówi: „Jestem odważny, nietuzinkowy i mega kreatywny”⁷⁵.

Autorzy podobnych pomysłów kierują się przekonaniem, że wyróżnienie wszystkich dzieci spowoduje podniesienie ich poczucia własnej wartości. Tymczasem dochodzi do absurdu: uczniowie nie muszą się starać o zdobycie wyróżnienia w konkretnej kategorii, ponieważ kategorie dobiera się do różnorodnych osiągnięć czy cech uczniów (tak, aby nikt nie został pominięty). Takie rozwiązanie niesie za sobą w konsekwencji przekaz, że nie warto się starać: cokolwiek bowiem uczeń zrobi, jakaś kategoria, aby go wyróżnić, zostanie wymyślona. Owszem, może to spowodować u dziecka wzrost poczucia własnej

⁷³ Tamże. Komentarze internautów (dostęp 2.08.2024 r.).

⁷⁴ J. Lythcott-Haims, dz. cyt., s. 37

⁷⁵ *Kolorowe paski na świadectwach dla wszystkich uczniów. Z Jakubem Tylmanem, dyrektorem Szkoły Podstawowej w Śremie, rozmawia Anita Czupryn, „Polska+”* z 28.06.2023 r., <https://plus.polskanews.pl/jakub-tylman-kolorowe-paski-na-swiaectwach-dla-wszystkich-uczniow/ar/c5-17662525> (dostęp 2.08.2024 r.).

wartości – tyle tylko, że poczucie to nie będzie miało realnego fundamentu, i jako takie nie będzie trwałe.

Z kolei stanowisko przeciwne wskazywaniu niepowodzeń dzieci w praktyce wychowawczej zaprezentował portal „Mamadu.pl”, publikując artykuł Katarzyny Kucewicz, znanej i promowanej w mediach psycholożki, psychoterapeutki i seksuolożki, która skrytykowała słowa tradycyjnej dziecięcej piosenki „Jestem sobie przedszkolaczek”⁷⁶. Oto fragment tego artykułu:

Trudno w to uwierzyć, ale do tej pory przedszkolaki radośnie śpiewają: „Kto jest beksą i mazgajem, ten się do nas nie nadaje. Niechaj w domu siedzi sam”, a także treści wyjątkowo niewychowawcze: „Nie grymaszę i nie płaczę”. Przytoczone cytaty niosą za sobą dwa rodzaje krzywdy. Pierwsza to przyzwolenie na wykluczanie innych ze względu na ich słabości, druga to uczenie dziecka, że emocje należy ukrywać i tłumić. A zamiatanie emocji pod dywan, zamiast nazywania ich, oswojania z nimi i radzenia sobie z nimi, sprawia, że wychowamy osobę, która nie będzie radziła sobie z żadną emocjonalnością i nie będzie odporna psychicznie. Taka zwrotka daje zielone światło do zachowań dyskryminujących inne dzieci. Jej znacznie to nic innego jak jasny komunikat, że płkanie jest czymś złym. To dokarmianie stereotypu, że aby być szanowanym, trzeba być silnym, a słabość zarezerwowana jest dla nieudaczników⁷⁷.

Mamy tu przykład poddania się autorki uzasadnieniu emocjonalnemu, o którym pisali Greg Lukianoff i Jonathan Haidt⁷⁸ – wiążącemu się z przekonaniem, że wszystkie reakcje emocjonalne są słuszne i godne pochwały.

Wnioski i zakończenie

W niniejszym artykule poruszony został temat sejfityzmu, czyli problem coraz silniej obecnego we współczesnej kulturze i środkach masowego przekazu kultu bezpieczeństwa i eliminowania zagrożeń dotyczących ludzkiego życia. Mój artykuł poświęcony został obecności tej idei w dyskursie medialnym. Problematykę tę zawęziłam do dziedziny życia społecznego, jaką jest wychowanie dzieci i młodzieży, a badaniem objęłam treść popularnych artykułów poświęconych tej problematyce opublikowanych w internecie. Do próby badawczej sklasyfikowałam artykuły, które pojawiły się na pierwszej stronie

⁷⁶ Tekst piosenki: *Jestem sobie przedszkolaczek, nie grymaszę i nie płaczę/ na bębenku marsza gram (...). Kto jest beksą i mazgajem, ten się do nas nie nadaje/ niechaj w domu siedzi sam (...)*. Zob. *Dla dzieci. Jestem sobie przedszkolaczek*, „Tekstowo.pl” (brak daty opubl.). https://www.tekstowo.pl/piosenka,dla_dzieci,jestem_sobie_przedszkolaczek.html (dostęp 24.07.2024 r.). Wypowiedź ta nie jest zresztą odosobniona – tekst tej piosenki został skrytykowany przez wielu polskich pedagogów i psychologów; w rezultacie pojawiły się w sferze edukacyjnej propozycje zmiany tego tekstu tak, aby nie zawierał on treści kontrowersyjnych z punktu widzenia współczesnej pedagogiki.

⁷⁷ *Piosenka, którą zna każdy przedszkolak, krzywdzi dzieci. Powstała nowa wersja, lepsza?*, „Mamadu.pl” z 12.09.2022 r., <https://mamadu.pl/143767,nowa-wersja-piosenki-jestem-sobie-przedszkolaczek> (dostęp 24.07.2024 r.).

⁷⁸ Zob. G. Lukianoff, J. Haidt, dz. cyt., s. 66.

wyszukiwarki Google po wpisaniu haseł związanych z bezpieczeństwem dzieci i młodzieży. Okazało się, że wszystkie te artykuły zostały opublikowane w polskich portalach internetowych (głównie o tematyce parentingowej i wychowawczej) w latach 2021–2024 r. Na ten fakt mógł oczywiście wpłynąć algorytm pozycjonowania tekstów w wyszukiwarce Google (od najnowszych do najstarszych), ale też częściowo potwierdza to moją hipotezę, że sygnalizowane przeze mnie zjawisko jest w Polsce nowe.

Wprawdzie w badanych przez mnie tekstach nie pojawiało się wyrażenie „sejfityzm” (a raczej – odmieniane przez różne przypadki – słowo „bezpieczeństwo”); tym niemniej na podstawie przeprowadzonych badań mogę stwierdzić, że w polskich artykułach internetowych o tematyce wychowawczej pojawiają się już w zauważalny sposób pewne symptomy „kultury sejfityzmu” w odniesieniu do bezpieczeństwa fizycznego i emocjonalnego dzieci. Zwłaszcza analiza artykułów poświęconych macierzyństwu i parentingowi pokazała, że sejfityzm jest obecny w medialnej narracji dotyczącej wychowania młodego pokolenia (oraz – *implicite* – w medialnym definiowaniu takich pojęć, jak sprawiedliwość społeczna⁷⁹). Idea sejfityzmu ujawnia się już w artykułach poruszających temat pierwszych lat życia dziecka: bardzo często odnajdywałam w nich motyw promowania gadżetów mających za zadanie zapewnić bezpieczeństwo maluchowi (takich jak blokady na deskę klozetową, zabezpieczenia krawędzi mebli, osłonki na doniczki oraz ochraniające, kaski i szelki do nauki). Rodzicom starszych dzieci portale polecały zakup aplikacji do telefonu kontrolujących ich poczynania. Zaobserwowanym w badaniu trendem było również zalecanie przez media dbania o bezpieczeństwo emocjonalne dzieci: w artykułach internetowych kwestionowano zasadność oceniania uczniów i wyróżniania dzieci z lepszymi wynikami. Przeprowadzona przeze mnie analiza wykazała, że polskie portale internetowe promują wpajanie dzieciom i młodzieży kultu poczucia własnej wartości oraz promują unikanie w wychowaniu dzieci wszelkiej rywalizacji. W ten sposób media przyczyniają się do promocji helikopterowego rodzicielstwa czy nadmiernego korzystania przez dzieci z telefonów komórkowych (co uzasadnia się troską o ich bezpieczeństwo).

Warto jednak podkreślić, że w badanych przeze mnie portalach poruszających tematykę wychowania nie pojawił się termin *sejfityzm*. Wynika stąd wniosek, że najprawdopodobniej autorzy tekstów internetowych nie znają tego pojęcia (choć poruszają w swoich artykułach związaną z nim problematykę). To wskazywało by na fakt, że dziennikarze powielają pewne sposoby myślenia, nie myśląc o nich krytycznie – co w mojej ocenie jeszcze bardziej niebezpieczne. Trzeba jednak przyznać, że idee związane z bezpieczeństwem

⁷⁹ Natomiast artykuły publicystyczne publikowane w internecie w latach 2023–2024 (zwłaszcza pochodzące z portali internetowych prasy prawniczej, takich jak Nowe Państwo, Rzeczpospolita, Salon24.pl, Klub Jagielloński, MyCompany Polska), odwołują się już bezpośrednio do pojęcia „sejfityzm”, przywołują literaturę przedmiotu na ten temat (zwłaszcza książkę „Rozpieszczony umysł”) i mają wydźwięk krytyczny w stosunku do opisywanego zjawiska. Jest to moja wstępna obserwacja po przejrzaniu wymienionych portali. Nie wszystkie one zostały poddane analizie w tym tekście – wspomniana obserwacja wymaga potwierdzenia w badaniach empirycznych.

dzieci i młodzieży bywają przez redaktorów internetowych portali poddawane dyskusji: niektóre z nich zaoferowały bowiem możliwość komentowania artykułów przez czytelników. Badanie owych komentarzy pokazało, że wśród internautów toczy się spór na temat kwestii związanych z bezpieczeństwem dzieci (na przykład korzystania z szelek na spacerach z dziećmi, czy rezygnacji z biało-czerwonych pasków na świadectwach). W obydwu przypadkach część komentujących była przychylna tym pomysłom, część natomiast nastawiona do nich bardzo negatywnie. To pokazuje, że trend wychowania w bezpieczeństwie – choć mocno zauważalny w mediach – wywołuje jednak wśród internautów dyskusje. Warto byłoby zbadać tę problematykę z tej perspektywy.

Temat sejfityzmu z pewnością wymaga więc dalszych badań. Należy zaznaczyć, że w powyższej analizie pod uwagę brałam jedynie polskie artykuły – a zatem wyniki badań odzwierciedlają jedynie kwestię upowszechnienia idei sejfityzmu w mediach na terenie naszego kraju. Ponadto dalsze badania powinny zostać przeprowadzone na większej próbie badawczej, a także osadzone w szerszym kontekście medialnym, aby mogły lepiej odzwierciedlić polską „narrację medialną” na ten temat (ogólną, czy w obrębie danego rodzaju medium). Przeprowadzona w tym artykule analiza ma wartość poznawczą jako badanie eksploracyjne umożliwia wstępną identyfikację zagadnienia, nie tylko z perspektywy badań kulturowych i społecznych, ale również z perspektywy medioznawstwa (biorąc pod uwagę wyżej wskazane przez mnie ograniczenia).

Kończąc, chcę zwrócić uwagę na jeszcze jeden aspekt sejfityzmu, który domaga się badań również w kontekście polskim. Otóż wielu badaczy (między innymi autorzy książki pt. „Rozpieszczony umysł”⁸⁰) dostrzega, że szeroka obecność w dzisiejszej rzeczywistości społecznej zjawiska sejfityzmu prowadzi do przekształcenia się tzw. „kultury honoru” w „kulturę wiktyimizacji”⁸¹, w której siła identyfikowana jest jednoznacznie ze złem i opresyjnością, a słabość – z dobrem i empatią. We współczesnej kulturze wszelka słabość jest nie tylko akceptowana, ale też w pewien sposób gloryfikowana. Płacz i okazywanie słabości (nie tylko przez dzieci) często są postrzegane jako oznaka wrażliwości, empatii, czy nawet syndrom „pięknej duszy” – natomiast postawa nieulegania wszystkim uczuciom, jakie nami targają, dążenie do bycia silnym, zdecydowanym, interpretowane są jako wyraz bezduszności, braku empatii czy wrażliwości.

⁸⁰ G. Lukianoff, J. Haidt, dz. cyt.

⁸¹ Kultura wiktyimizacji: kultura, która nadaje ofiarom najwyższy status moralny. Promowane jest w niej unikanie konfrontacji oraz załatwianie wszelkich trudnych spraw przy pomocy instytucji czy osób trzecich. Manning i Campbell twierdzą, że „kultura ofiary” zdominowała kampusy uniwersyteckie, w których wolność akademicka jest zagrożona przez nadrzędną troskę o „bezpieczeństwo” i „wrażliwość” – zob. G. Leef, *Victimhood Culture Engulfs Our Campuses*, „The corner education” z 18.04.2018 r., <http://web.archive.org/web/20190720032819/https://www.nationalreview.com/corner/victimhood-culture-left-college-campus-engulfed/> (dostęp 14.11.2024 r.).

Symptomatyczna jest w tym kontekście wypowiedź polskiej nastolatki przytoczona w książce Justyny Sucheckiej pt.: „Pokolenie zmiany. Młodzi o sobie i świecie który nadejdzie”⁸² (zachowano pisownię oryginalną):

– Jasne możecie nas nazywać płatkami śniegu, ale może po prostu mamy wrażliwość, której starsi nie mają i nam jej zazdroszczą? – pyta. I zaraz sama odpowiada: – Jeśli ktoś potrafi się popłakać, słysząc o tym, co dzieje się na polsko-białoruskiej granicy lub w Ukrainie, to uważam, że to znak, że wszystko z nim w porządku. Jeśli mówi głośno, że chodzi do psychiatry czy psychologa, to też jest ok. To pomaga się otworzyć kolejnym osobom⁸³.

Ten cytat również wskazuje na rosnące w społeczeństwie przyzwolenie na okazywanie uczuć i słabości. Oczywiście tendencja ma też swoje pozytywne strony⁸⁴, które należałoby rozważyć, podejmując ocenę opisanych tendencji w kulturze. Jest to z pewnością trop badawczy, który warto podjąć w przyszłości⁸⁵.

Niemniej szerząca się kultura sejfityzmu budzi również wiele obaw. Badacze zjawiska wychowania w bezpieczeństwie fizycznym i emocjonalnym wskazują, że silnie oddziałuje ono na współcześnie kształtujące się pokolenie, i że może przynieść poważne skutki społeczne i kulturowe. Wielu badaczy zauważa, że dzieci wychowane w duchu sejfityzmu nie są przygotowane do podejmowania ryzyka, rywalizacji i poniesienia porażki, a co z tym idzie nie radzą sobie, jeśli się z takimi wyzwaniami spotkają⁸⁶. Nie wykształcają w sobie podstawowych umiejętności społecznych, tj. m.in. umiejętności nawiązywania i podtrzymywania rozmowy, wyrażania krytyki i reagowania na krytykę, zadawania pytań oraz słuchania odpowiedzi, czy radzenia sobie z uczuciami (zwłaszcza z rozróżnianiem i wyrażaniem uczuć). Co za tym idzie, współczesne dzieci potrzebują pomocy w wykształcaniu w sobie tych umiejętności (na przykładą zaoferowania im możliwości uczestniczenia w zajęciach Treningu Umiejętności Społecznych). Niektórzy badacze wskazują również, że wychowywanie dzieci w kulcie poczucia własnej wartości powoduje skutek odwrotny do zamierzonego, a mianowicie kształtuje osoby o niskim poczuciu własnej wartości bądź osoby, które przy najmniejszym niepowodzeniu to poczucie tracą. Problemem są także powszechne zniekształcenia poznawcze, jakim ulegają obecnie młodzi, wychowani w idei

⁸² J. Suhecka, *Pokolenie zmiany. Młodzi o sobie i świecie który nadejdzie*, Warszawa 2023.

⁸³ Tamże, s. 121.

⁸⁴ Przykładem może być edukacja społeczna i emocjonalna już na etapie przedszkola, większe zaangażowanie młodzieży w sprawy społeczne oraz mniejsza agresja fizyczna w szkołach.

⁸⁵ Por. B. Campbell, J. Manning, *Microaggression and moral cultures*, „Comparative Sociology” 2014 z. 13, s. 692–726.

⁸⁶ Badania na ten temat przeprowadziła J.M. Twenge, profesor psychologii. Wyniki swoich badań opisała szeroko w cytowanej już książce pt. „iGen. Dlaczego dzieciaki dorastające w sieci są mniej zbuntowane, bardziej tolerancyjne, mniej szczęśliwe i zupełnie nieprzygotowane do dorosłości”. Podobne badania na ten temat prowadzili również prawnik Greg Lukianoff i psycholog społeczny Jonathan Haidt – ich wyniki przedstawili w cytowanej już książce pt. „Rozpieszczony umysł. Jak dobre intencje i złe idee skazują pokolenia na porażkę”.

sejfityzmu – dotyczy to w szczególności postrzegania rzeczywistości poprzez emocje. To zniekształcenie poznania powoduje, że dzieci nie są w stanie realnie ocenić sytuacji i odnieść się do niej bez emocjonalnego zaangażowania. Wszystkie te kwestie czekają na zbadanie w odniesieniu do polskiej rzeczywistości⁸⁷.

Bibliografia

- Campbell B., Manning J., *Microaggression and moral cultures*, „Comparative Sociology” 2014 nr 13.
- Campbell B., Manning J., *The Rise of Victimhood Culture: Microaggressions, Safe Spaces, and the New Culture Wars*, New York 2018.
- Chua A., *Bojowa pieśń tygryscy*, Warszawa 2011.
- Cline F. W., Fay J., *Miłość i logika. Jak nauczyć dzieci odpowiedzialności*, Kraków 2011.
- Gray P., *The decline of play and the rise of psychopathology in children and adolescents*, „American Journal of Play” 2011 no. 3 (4).
- Jabłońska-Bonca, J., *O szkolnictwie wyższym i kształceniu prawników*, Warszawa 2020.
- Lukianoff G., Haidt J., *Rozpieszczony umysł. Jak dobre intencje i złe idee skazują pokolenia na porażkę*, Poznań 2023.
- Lythcott-Haims J., *Pułapka nadopiekuńczości. Czy wyrządzamy krzywdę swoim dzieciom, starając się za bardzo?*, Warszawa 2018.
- McKay M., Davis M, Fanning P., *Sztuka skutecznego porozumiewania się*, Gdańsk 2003.
- Ripley A., *Najbystrzejsze dzieciaki na świecie*, Warszawa 2015.
- Skenazy L., *Dzieci wolnego chowu. Jak wychować bezpieczne i samodzielne dzieci i nie zwariować ze zmartwienia*, Warszawa 2012.
- Suchecka J., *Pokolenie zmiany. Młodzi o sobie i świecie który nadejdzie*, Warszawa 2023.
- Taleb N. N., *Antykruchość. Jak żyć w świecie, którego nie rozumiemy*, Poznań 2020.
- Twenge J. M., *I-gen. Dlaczego dzieciaki dorastające w sieci są mniej zbuntowane, bardziej tolerancyjne, mniej szczęśliwe i zupełnie nieprzygotowane do dorosłości – i co to oznacza dla nas wszystkich*, Sopot 2019.
- Twenge J. M., *Pokolenia. Prawdziwe różnice między pokoleniami X,Y,Z, baby boomersami i cichym pokoleniem oraz co one oznaczają dla przyszłości zachodniego świata*, Sopot 2024.
- Wimmer R. D., Dominick J. R., *Mass media. Metody badań*, Kraków 2008.

Wykaz analizowanych źródeł internetowych

- Aplikacje do lokalizacji dzieci: 7 najlepszych na rynku*, „DodoSpy” z 4.06.2023 r., <https://dodospy.com/pl/aplikacja-do-lokalizacji-dzieci/> (dostęp 8.08.2024 r.).
- Haslam N., *Concept creep: Psychology's expanding concepts of harm and pathology*, „Psychological Inquiry” 2016 z. 27 (1), s. 1–17, <https://doi.org/10.1080/1047840X.2016.1082418> (dostęp 6.08.2024 r.).
- Jedynie przedmioty, które są w życiu ważne*, „Dziecko” z 21.06.2024 r., https://tiny.pl/m_9jtd4g (dostęp 2.08.2024 r.).
- Kąpiel noworodka – jak bezpiecznie umyć miesięczne dziecko*, „By Bee. Od mam dla mam” (brak daty opubl.), <https://bybee.pl/blogs/blog-od-mam-dla-mam/kapiel-noworodka> (dostęp 6.09.2024 r.).
- Kolorowe paski na świadectwach dla wszystkich uczniów. Z Jakubem Tylmanem, dyrektorem Szkoły Podstawowej w Śremie, rozmawia Anita Czupryn*, „Polska+” z 28.06.2023 r., https://tiny.pl/g4j_cz4t (dostęp 2.08.2024 r.).
- Mama ciągnie swoje dziecko na smyczy* z 12.04.2022 r., https://tiny.pl/hvh_qt3p (dostęp 7.08.2024 r.).
- Moczyszóg J., *Jak zapewnić bezpieczeństwo raczkującemu dziecku*, „M jak mama24” z 13.10.2021 r., <https://tiny.pl/60bz0n-g> (dostęp 20.07.2024 r.).

⁸⁷ Zob. G. Lukianoff, J. Haidt, dz. cyt.; J.M. Twenge, dz. cyt.

- Netkowski O., *Paski na świadectwie dla wszystkich uczniów? Tworzenie sztucznego świata*, „Dzień dobry TVN – News” z 15.06.2024 r., <https://tiny.pl/tdwtbcfq> (dostęp 2.08.2024 r.).
- Ochraniające do raczkowania: Jak zapewnić bezpieczeństwo i komfort dziecku*, „Abebe.pl” z 18.01.2022 r., <https://tiny.pl/rsm67v7m> (dostęp 31.07.2024 r.).
- Piosenka, którą zna każdy przedszkolak, krzywdzi dzieci. Powstała nowa wersja, lepsza?*, „Mamadu.pl” z 12.09.2022 r., <https://tiny.pl/49tkzk5m> (dostęp 24.07.2024 r.).
- Rojek-Kiełbasa A., *Szelki i smycz dla dziecka? Brakuje jeszcze tylko kagańca*, „Onet dziecko”, 13.09.2022 r., <https://tiny.pl/66prc5f7> (dostęp 31.07.2024 r.).
- Szelki dla dzieci. Dobry pomysł czy nie?*, „Pytanie na śniadanie” z 28.04.2022 r., https://tiny.pl/xc53m1_j (dostęp 31.07.2024 r.).

Biogram autorki

Ida Rusanowska – doktor nauk społecznych w zakresie pedagogiki, mgr filologii orientalnej – arabistyki na Uniwersytecie Warszawskim. Adiunkt na Wydziale Humanistyczno-Ekonomicznym Państwowej Uczelni Zawodowej im. prof. Edwarda F. Szczepanika w Suwałkach. Nauczyciel-konsultant w Centrum Edukacji Nauczycieli w Suwałkach. Trener grupowy oraz trener TUS. Wybrane publikacje: „Pamięć i edukacja” (książka współredagowana z K. Łaguną-Raszkievicz), Białystok 2021; „Wychowanie i kształcenie w muzułmańsko-chrześcijańskich rodzinach Tatarów Polskich”, Wrocław 2015; „Obrzęd azanu wśród Tatarów Polskich na podstawie chamaïtu Alijewicza”, w: *Oblicza islamu* cz. II, „Nurt SVD. Półrocznik misjologiczno-religioznawczy” 2015. Zainteresowania naukowe: edukacja międzykulturowa, islam, komunikacja społeczna, zmiany międzypokoleniowe, nowe trendy w wychowaniu.

Monika Wojewska

Uniwersytet Pomorski w Słupsku

ORCID 0009-0001-4232-827X

Obraz Czeczena jako wroga w rosyjskiej narracji medialnej podczas II wojny czeczeńskiej i jego wpływ na rosyjskie społeczeństwo

The image of the Chechen as the enemy in the Russian media narrative during the Second Chechen War and its impact on Russian society

Abstract

Propaganda has always been present during the wars, since antiquity to modern times. However, in current wars, it constitutes an indispensable element, determining their outcome. The First Chechen War, which was undertaken by the Russians without much disinformation and propaganda preparation, showed the Russian public a true picture of bestiality in the Caucasus owing to the intervention of independent journalists. After V. Putin took power, the bombings initiated by him, as well as the information blockade of the Chechen Republic, cut off Russians and foreign observers from reliable information. Terrified by the repeated bombings, Russian citizens gave public approval to their authorities for the bloody pacification of Chechnya. Russians' growing support for the new president is a sign that his media policies have found their way into the Russian public, which has approved the government's portrayal of the enemy – a Chechen terrorist. The author of this article aims to show the impact of the negative image of Chechens in the pro-Kremlin media on Russian society during the period of the Second Chechen War

Keywords

propaganda, medias, Russia, Chechnya, the Second Chechen War, VCIOM

Abstrakt

Propaganda była zawsze obecna w wojnach, począwszy od starożytności aż po współczesność. Jednak w obecnych wojnach, z powodu mediatyzacji i cyfryzacji współczesnej kultury, jest ona ich nieodzownym elementem, współdecydującym o wyniku. Pierwsza wojna czeczeńska, którą podjęli Rosjanie bez większego przygotowania dezinformacyjnego i propagandowego, ukazała społeczeństwu rosyjskiemu – dzięki interwencji niezależnych dziennikarzy – prawdziwy obraz okrucieństwa na Kaukazie. Natomiast w czasie II wojny czeczeńskiej, po przejęciu władzy przez Władimira Putina, władzom Rosji udało się odciąć swoich obywateli (oraz zagranicznych obserwatorów) od rzetelnych informacji. Wystraszeni powtarzającymi się zamachami bombowymi (zainicjowanymi przez Putina, ale opisywanymi przez kremlofskie media jako skutek działań Czeczenów) i poddani blokadzie informacyjnej obywatele Rosji dali swoim władzom społeczne przyzwolenie na krwawą pacyfikację Czeczenii. Rosnące odtąd poparcie Rosjan dla nowego prezydenta jest dowodem na to, że jego polityka medialna trafiła do społeczności rosyjskiej, która zaaprobowała przedstawiony przez władze wizerunek wroga – czeczeńskiego terrorysty. Celem tego artykułu jest opisanie tego negatywnego obrazu Czeczenów w prokremlofskich mediach oraz ukazanie jego wpływu na społeczeństwo rosyjskie.

Słowa kluczowe

propaganda, media, Rosja, Czeczenia, II wojna czeczeńska, VCIOM

Wprowadzenie¹

Propaganda odgrywała ważną rolę w prowadzeniu przez Rosję działań wojennych już od czasów rewolucji bolszewickiej. Również Federacja Rosyjska – jako następczyni Związku Sowieckiego – nie zrezygnowała z propagandy, owego najsilniej rozwiniętego mechanizmu władzy swojego poprzednika².

W niniejszym artykule podjęty zostanie problem zastosowania działań propagandowych przez Rosję w czasie drugiej wojny czeczeńskiej. Jest to temat ciekawy z uwagi na wieloletnią nienawiść obydwu narodów oraz dzielące je różnice kulturowe (zwłaszcza religijne). Czy kwestie te były poruszane w treści wojennej propagandy rosyjskiej? Praca ma odpowiedzieć na to pytanie. Jednym z jej celów jest bowiem przedstawienie działań rosyjskiej polityki informacyjnej w czasie owej wojny. Autorka przedstawi najpierw krótko historyczny i kulturowy kontekst konfliktu rosyjsko-czeczeńskiego oraz opisz wydarzenia wojenne, które miały się później stać przedmiotem rosyjskiej propagandy. Podstawą tego wywodu będą źródła i opracowania traktujące o wojnie w Czeczenii, a zwłaszcza – nieocenione dla planowanych analiz – prace wybitnych znawców tego tematu: profesorów Stanisława Ciesielskiego³ i Piotra Grochmalskiego⁴, doktora Jana Brodowskiego⁵ oraz innych autorów. Następnie przedstawiona zostanie interpretacja owych zdarzeń przez Kreml oraz narracja medialna na temat wojny, jaką władze Rosji prowadziły w tym czasie za pomocą rządowych mediów. Analiza ta opierać się będzie na literaturze przedmiotu, a uzupełniona będzie przykładami propagandy rosyjskiej zaczerpniętymi z materiałów źródłowych – rosyjskojęzycznych stron internetowych, cytujących najbardziej charakterystyczne wypowiedzi Putina (m.in. portale kremlin.ru⁶ i svoboda.org⁷). Narracja antyczeczeńska zostanie zbadana pod kątem jej zgodności z faktami oraz pod kątem jej powiązania z celami, do jakich dążyła prowadząca ją władza. Innymi słowy

¹ Artykuł ten powstał w wyniku konsolidacji podrozdziałów z obronionych dwóch prac magisterskich. Na kierunku Bezpieczeństwo Narodowe (specjalizacja: Kryminalistyka z Kryminologią) była to praca *Dezinformacja i działania propagandowe Federacji Rosyjskiej w kontekście konfliktów zbrojnych w XXI wieku. Szanse i zagrożenia dla Bezpieczeństwa Narodowego Rzeczypospolitej Polskiej*, obroniona 20.10.2023 r. Na kierunku Historia (specjalizacja: Archiwistyka i Historia Pomorza) była to praca magisterska, obroniona 3.07.2024 r., pod tytułem *Walka o wolność po czeczeńsku: od Chasaw-jurtu do współczesności. Republika Czeczeńska w latach 1996-2022*.

² Bolszewicy przejmujący władzę po przewrocie październikowym musieli rozwinąć swoją propagandę w celu zyskania zwolenników w postaci robotników, chłopów, żołnierzy, a także przedstawicieli mniejszości narodowych zamieszkujących kresy rozległego Imperium Rosyjskiego. Szerzej temat ten opisał m.in. prof. Robert Kuśnierz – zob. tenże, *W świecie stalinowskich zbrodni. Ukraina w latach czystek i terroru (1934-1938) w obserwacjach i analizach MSZ oraz wywiadu wojskowego Drugiej Rzeczypospolitej*, Słupsk 2013.

³ S. Ciesielski, *Rosja-Czeczenia. Dwa stulecia konfliktu*, Wrocław 2003.

⁴ P. Grochmalski, art. cyt.

⁵ J. Brodowski, *Terroryzm a sprawa czeczeńska*, w: J. Brodowski, M. Smoleń (red.), *Czeczenia – Rosja. Mity i rzeczywistość*, Kraków 2006.

⁶ <http://kremlin.ru> (dostęp 10.11.2024).

⁷ <https://www.svoboda.org> (dostęp 10.11.2024).

Autorka zbada, czy informacje o wojnie oraz o narodzie czeczeńskim, jakie pojawiały się w czasie wojny w rosyjskich mediach, miały charakter perswazji i wojny informacyjnej.

Drugim celem analizy będzie zbadanie, czy i w jaki sposób rosyjska polityka informacyjna wpływała na rosyjskie społeczeństwo. Źródłem wiedzy na ten temat będzie analiza sondaży opinii publicznej realizowanych przez Wszechrosyjskie Centrum Badań Opinii Społecznej (WCIOM⁸). Pod uwagę będą brane badania prowadzone przed wojną, w jej trakcie oraz po jej zakończeniu. Cennym źródłem informacji odnośnie do nastrojów społecznych i wrogości Rosjan względem Czeczenów będą w tej pracy również relacje osób, które doświadczyły II wojny czeczeńskiej (m.in. Khassana Baieva⁹ i Anny Politkowskiej¹⁰).

Propaganda wojenna jako komunikacja międzykulturowa

Będącą przedmiotem niniejszych badań propagandę Słownik języka polskiego definiuje jako „szerzenie pewnych poglądów, idei i haseł, mające na celu pozyskiwanie kogoś dla jakiejś idei lub akcji”¹¹. Żeby zrozumieć to pojęcie w odniesieniu do współczesnego społeczeństwa, należy najpierw przybliżyć pojęcie opinii publicznej. Zjawisko to wykształciło się w nowoczesności wskutek ewolucji stosunków międzyludzkich. Władysław Piwoński określił je jako „całość informacji, poglądów i stanowisk różnorodnych organizacji, instytucji, osób i zorganizowanych grup, obejmujących poszczególne sfery życia społecznego, politycznego i gospodarczego (...)”¹². Z kolei według Judith Kazar opinia publiczna jest to „proces złożonego komunikowania się osób, obejmujący zarówno ich stosunki międzyosobowe, jak i odpowiednie mechanizmy mediów”¹³.

Odnosząc te koncepcje do polityki, można powiedzieć, że opinia publiczna stanowi jeden ze składników relacji między władzą, informacją a społeczeństwem. Należy pamiętać, że stosunek opinii publicznej do zdarzeń politycznych (i nie tylko) ma kluczowe znaczenie dla przetrwania władzy i idei¹⁴. Ruchy społeczne, które przez wieki przybierały na sile, były w stanie doprowadzić do upadku rządów i systemów politycznych – dlatego też umiejętne sterowanie opinią publiczną przy pomocy mediów i informacji pozwala na zachowanie pozycji i realizację celów przywódców. Z tego powodu za wydajność propagandy odpowiadają dziś wyspecjalizowane państwowe struktury i instytucje, które w sposób perswazyjny i manipulacyjny wpływają na grono odbiorców¹⁵. Państwowa propaganda przybiera często postać dezinformacji: oznacza wówczas nie tyle wymyślanie

⁸ Tym skrótem będę się posługiwać w dalszej części tekstu.

⁹ K. Baiev, *Przysięga. Chirurg na wojnie*, Warszawa 2004.

¹⁰ A. Politkowska, *Druga wojna czeczeńska*, tłum. I. Lewandowska, Kraków 2006.

¹¹ PWN, online: <https://sjp.pwn.pl/sjp/propaganda;2508812.html> (dostęp 21.10.2024).

¹² W. Kulbat, *Fabrykowanie jedynomyślności – znaczenie opinii publicznej*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 2004 nr 13, s. 96.

¹³ A. Lepa, *Opinia publiczna, media i zasady etyki*, „Pedagogia Christiana” nr 1/27, 2011, s. 91.

¹⁴ Staniszewski, *Opinia publiczna – teoretyczny sens i zakres pojęcia*, „Studia politologiczne” 2012 t. 25, s. 109.

¹⁵ E.C. Król, *W poszukiwaniu modelu propagandy totalnej*, w: J.W. Wołoszyn (red.), *Propaganda w systemach demokratycznych i niedemokratycznych*, Lublin 2015, s. 19.

nieistniejących faktów i wydarzeń, co manipulowanie nimi (przekształcanie ich)¹⁶. Skuteczność tak rozumianej propagandy zależy od aktualności przedstawianego przez władzę zdarzenia – im bardziej jest ono „świeże”, tym większa jest szansa na jej efektywność.

Działania dezinformacyjne i propagandowe są nieodłącznym elementem polityki przede wszystkim w czasie konfliktów zbrojnych – ich skuteczne rozstrzygnięcie uzależnione jest od prowadzenia przez państwo (oprócz działań militarnych) również wojny informacyjnej. Wykorzystanie propagandy w celu osiągnięcia korzyści politycznych czy militarnych nie jest zjawiskiem nowym – już w odległej przeszłości korzystano z tego typu rozwiązań (choć nie były one w ten sposób nazywane)¹⁷. Współcześnie propaganda osiągnęła jednak znacznie wyższy poziom dzięki powszechnemu stosowaniu w jej ramach metod psychologicznych i marketingowych. Metody te z łatwością przenikają granice państw i umysły ludzi przez wszechobecną dziś pozycję mediów, zwłaszcza społecznościowych.

W czasie wojny propaganda kierowana jest zarówno w stronę społeczności międzynarodowej, jak i wobec własnego społeczeństwa. Przykładem tych ostatnich działań jest celowe ukazywanie obywatelom w prorządowych mediach aktów wojennej przemocy ze strony wroga – na przykład ataków wrogiego wojska na pociągi czy inne elementy i budynki infrastruktury niemilitarnej, czy też scen śmierci słabszych cywilów (kobiet i dzieci). Takie relacje medialne kierowane są nie tylko w stronę żołnierzy, ale przede wszystkim cywili – wywołując w odbiorcach nienawiść, chęć zemsty, ale też strach¹⁸. W ten sposób, manipulując największymi lękami społeczeństwa, tj. obawą o życie i poczuciem niebezpieczeństwa, można wpłynąć na społeczne postrzeganie działań wojennych i uzyskiwanie aprobaty bądź sprzeciwu wobec stron konfliktu.

Wydaje się, że jednym z najbardziej skutecznych narzędzi propagandy wojennej jest budowanie przez władze państwa negatywnego obrazu wroga. Zarazem – jeśli mamy do czynienia z wrogiem pochodzącym z odmiennej kultury, a tak jest najczęściej – komunikowanie na jego temat przez media staje się elementem komunikacji międzykulturowej,

¹⁶ Zob. H.M. Kula, *Propaganda współczesna*, Toruń 2005, s. 116-117.

¹⁷ Już w starożytności powstało jedno z wybitniejszych dzieł na temat propagandy – „Sztuka wojny” napisana przez Chińczyka Sun Tzu. Z opisanych w tym dziele zasad ludzie korzystają nawet współcześnie w życiu codziennym. Z kolei w starożytnej Grecji i Rzymie przykładano znaczną uwagę do zdolności oratorskich, a demagogowie, tacy jak Demostenes i Cynceron, byli powszechnie szanowani za swoje umiejętności przekazywania informacji i działań perswazyjnych. Jednak znacznym ograniczeniem dla rozwoju propagandy był wówczas zbyt niski poziom postępu technologicznego i analfabetyzm. Sytuacja zmieniła się diametralnie, gdy powstały pierwsze maszyny do drukowania. Jeszcze większy przełom nastąpił wówczas, gdy rozpowszechniło się radio i telewizja, stając się dostępnymi środkami do odbioru informacji dla ogółu. Z pomocą tych mediów z jeszcze większą łatwością można było przekazywać wiadomości spreparowane w sposób dogodny dla władz politycznych. Zob. K. Rybak, *Mechanizm i skutki funkcjonowania propagandy w związku radzieckim na przykładzie rozważań Stanisława Cat Mackiewicza w książce «Myśl w obcęgach. Studia nad psychologią społeczeństwa sowieckiego»*, w: D. Boćkowski, E. Dąbrowska-Prokopowska, P. Goryń, K. Goryń (red.), *Dezinformacja – Inspiracja – Społeczeństwo. Social CyberSecurity*, Białystok 2022, s. 81-82.

¹⁸ B. Hołyst, *Bezpieczeństwo gatunku ludzkiego*, Warszawa 2016, s. 333.

a dokładniej jej politycznej odmiany. Zdaniem Briana McNaira powstaje w ten sposób „pewien układ komunikacyjny”, którego tematem jest „inny aktor międzynarodowej sceny politycznej”. W roli takiego wroga wystąpić może obcy rząd, organizacja czy też cały naród; temu właśnie „aktorowi zagranicznemu” przypisuje się – poprzez kreowanie negatywnych stereotypów i uprzedzeń – wszelkie negatywne cechy i zachowania¹⁹. Zofia Sawicka zwraca uwagę, że „dla kreowania wizerunków propagandowych stosuje się slogany zarówno pozytywne, jak i negatywne, często zabarwione argumentami natury religijnej i moralnej”. Badaczka ta nazywa propagandę prowadzoną za pomocą tworzenia stosunkach międzynarodowych negatywnego wizerunku wroga określeniem „czarnego PR-u”²⁰.

Czczen – odwieczny wróg Rosjan. Krótka historia konfliktu rosyjsko-czeczeńskiego

By zrozumieć trudne relacje rosyjsko-czeczeńskie, należy sięgnąć do historii obu tych narodów. Carat dokonał podboju Czczenów w połowie XIX wieku, w toku krwawej wojny kaukaskiej (1816-1864), która zakończyła się klęską powstańców czeczeńskich pod przywództwem Szejcha Szamila²¹. Po rewolucji lutowej Czczenom udało się utworzyć Republikę Górską Północnego Kaukazu, która została następnie zajęta przez Armię Czerwoną. W czasach władzy sowieckiej naród czeczeński, podobnie jak inne ujarzmione przez Rosjan narody, cierpiał prześladowania ze strony komunistów. Dopiero w 1991 udało mu się odzyskać niepodległość, ale nie na długo – w 1994 roku wybuchła bowiem pierwsza wojna rosyjsko-czeczeńska²².

Po I wojnie czeczeńskiej (w latach 1996-1999) w republice tworzyły się grupy przestępcze o charakterze religijnym (muzułmańskim), którym przewodzili komendanci polowi z czasów pierwszej wojny, niezadowoleni z ugodowej polityki prezydenta względem Rosji. Trzeba zauważyć, że Republika Czczeńska była wówczas regionem mocno niestabilnym: oficjalną władzę sprawował w nim prezydent Aślan Maschadow, jednak nie był on w stanie w pełni kontrolować podległego sobie obszaru. Religijne bojówki robiły swoje, licząc na kontynuację walk z Rosjanami. Jednym z komendantów owych ugrupowań był Szamil Basajew, cieszący się posłuchem wśród radykałów nie tylko czeczeńskich, ale również pochodzących z innych regionów Kaukazu²³ (to jego działania terrorystyczne w 1999 roku stały się pretekstem do wypowiedzenia Czczenom przez Rosję kolejnej wojny).

¹⁹ H. Kuliński, *Budowanie wizerunku wroga w dyskursie politycznym. Unia Europejska słowami wybranych polskich polityków w latach 2016-2018*, „Compress” 2019 nr 2 (3), s. 65-66.

²⁰ Z. Sawicka, *Przykłady komunikowania politycznego na poziomie międzynarodowym*, w: P. Kuca, W. Furman (red. nauk.), *Komunikowanie polityczne w teorii i praktyce*, Rzeszów 2023, s. 148.

²¹ S. Ciesielski, *Rosja i Czczenia – krótka historia dramatu*, „Ethos” 1995 nr 2-3, s. 102.

²² Więcej o trudnych relacjach rosyjsko-czeczeńskich piszą S. Ciesielski w książce pt. *Rosja i Czczenia. Dwa stulecia konfliktu* (Wrocław 2003) oraz P. Grochmalski w książce *Czczenia. Rys prawdziwy* (Wrocław 1999).

²³ Tamże, s. 22.

Zatem w przededniu II wojny czeczeńskiej i podczas jej trwania Czeczeni stali się wrogiem umotywowanym historycznie, a nienawiść kierowana wobec niego stanowiła podstawę manipulacyjnej polityki Kremla. Władzom udało się też sprawić, że Rosjanie coraz częściej patrzyli na Czeczenów przez pryzmat stereotypów i uprzedzeń. W jednym z obozów filtracyjnych (w Tołstoj-Jurcie) aresztowanych Czeczenów rozbierano do naga – prawdopodobnie miało to związek z rosyjskimi przekonaniem o zakazie noszenia bielizny przez wahabitów (wyznawców radykalnego odłamu islamu, w sporej części Czeczenów)²⁴.

Reakcja społeczeństwa rosyjskiego na wybuch II wojny czeczeńskiej i na towarzyszącą tej wojnie politykę informacyjną Rosji

Dla Rosjan wybuch II wojny czeczeńskiej był nieunikniony, gdyż większość z nich nie pogodziła się nigdy z formalną porażką ich wielkiego państwa w starciu z małym kaukaskim separatyzmem w latach 1994-1996. Jednak ich poparcie dla wojny było w dużej mierze spowodowane polityką, jaką prowadził obejmujący w tym czasie rządy nowy prezydent – Władimir Putin.

W Rosji drugiej połowy lat dziewięćdziesiątych coraz częściej dochodzili do władzy ludzie ze środowisk siłowych, związani z armią i służbami specjalnymi. Wówczas to jednym z najbliższych współpracowników prezydenta Jelcyna stał się człowiek z pozoru niewyróżniający się, zawsze stojący z boku i odgrywający rolę „szarej eminencji” – ówczesny dyrektor niedawno powstałej FSB²⁵ Władimir Putin. To on został namaszczony przez Jelcyna na jego następcę²⁶. Ustępujący i coraz bardziej słabnący prezydent chciał w ten sposób zabezpieczyć interesy własne i swoich najbliższych²⁷. Jelcyn przekazał swoje stanowisko Putinowi 31 grudnia 1999 ; nowy prezydent Federacji Rosyjskiej miał pełnić tę funkcję aż do ogłoszenia wyników kolejnych wyborów prezydenckich. Nikomu nieznanym, „tymczasowym” prezydent potrzebował sukcesów, które mogłyby podnieść jego popularność w sondażach przed przyszłymi wyborami²⁸. Mocno osłabiona i wewnętrznie podzielona Czeczenia wydawała się świetnym celem kolejnej inwazji Rosji, do której tym razem rządzący odpowiednio się przygotowali – również od strony informacyjnej.

²⁴ K. Baiev, dz. cyt., s. 325.

²⁵ FSB (ros. *Fiedieralnaja Służba Biezopasnosti*) – Federalna Służba Bezpieczeństwa Federacji Rosyjskiej.

²⁶ J. Potulski, *Rosja Putina – polityczny projekt budowy rosyjskiej państwowości*, „Nowa Polityka Wschodnia” 2011 nr 1 (10), s. 112.

²⁷ W zamian za uhonorowanie Putina tak wysokim stanowiskiem, ustępujący prezydent liczył na to, że wdzięczny następca zadba o jego finanse – i tak rzeczywiście się stało. W przyszłości ani Jelcyn, ani jego najbliższe otoczenie, nie ponieśli odpowiedzialności za przestępstwa gospodarcze, w tym korupcję.

²⁸ J. Ołędzka, *Wojna jako argument legitymizacji i deligitymizacji przywództwa państwowego (na przykładzie konfliktu rosyjsko-czeczeńskiego)*, w: M. Kubiak, Wróblewski (red.), *Oblicza współczesnych wojen*, Siedlce, Warszawa 2018, s. 310-311.

W sierpniu 1999 wspomniany wcześniej Szamil Basajew i emir Ibn al-Chattab²⁹ na czele zjednoczonych sił bojowników czeczeńsko-dagestańskich dokonali rajdu na sąsiednią rosyjską republikę Dagestan, chcąc utworzyć tam emirat. Mowa tu o wahabitach, islamskich radykalistach na Kaukazie, którzy dążyli do zunifikowania wszystkich republik kaukaskich zamieszkałych przez muzułmanów i stworzenia z nich jednego państwa religijnego³⁰. Rosjanie oskarżyli o ten atak władze Czeczenii (choć nie miały one z tym wydarzeniem nic wspólnego). To było jednak za mało, aby mieć pretekst do wywołania kolejnej wojny – zwłaszcza, że atak ów nie dotknął samych Rosjan, a więc nie wzbudził w społeczeństwie rosyjskim większych emocji. Reakcję obywateli Federacji Rosyjskiej wzbudziły natomiast zamachy bombowe z przełomu sierpnia i września 1999, w których wielu z nich poniosło śmierć³¹. Zdarzenia te wstrząsnęły wręcz opinią publiczną Federacji Rosyjskiej³² – zwłaszcza w połączeniu z polityką informacyjną władz. Prezydent Putin znów wskazał jednoznacznie na Czeczenów jako odpowiedzialnych za owe zamachy (choć tym razem ani Basajew, ani Chattab nie potwierdzili swojego udziału w ich zorganizowaniu³³).

W tym momencie rozpoczęły się więc propagandowe działania Kremla, które miały na celu usprawiedliwienie nie tylko wybuchu wojny, ale również represji względem narodu czeczeńskiego (zaraz po sformułowaniu oskarżeń wobec Czeczenów rosyjskie służby zaczęły bowiem prześladować osoby czeczeńskiego pochodzenia zamieszkałe na terytorium FR³⁴). Kreml wykorzystał ów atak bombowy do stworzenia ogromnej kampanii medialnej, której głównym celem było przeniesienie odpowiedzialności za wybuch wojny na stronę czeczeńską. Media głosiły, że to Czeczenia jako „prowodyr” i „wróg” naruszyła pokój Rosji. Po atakach na miasta Rosji Putin zapowiedział swoją przyszlą politykę na Kaukazie prostackimi, ale świetnie obrazującymi rosyjską bezpardonową walkę z narodem czeczeńskim, słowami: „Jeżeli znajdziemy ich (terrorystów – przyp. aut.) na lotnisku, to tam ich złapiemy. A jeżeli znajdziemy ich, za przeproszeniem, w wychodku, to nawet

²⁹ Emir Ibn al-Chattab, a właściwie Habib Abd El Rahman Chattab – pochodzącym z Arabii Saudyjskiej terrorysta, sojusznik Czeczenów. Walczył w Afganistanie, w 1994 w Tadżykistanie, a potem w latach 1994-1996 w wojnie w Czeczenii. Zob. K. Kraj, *Rosja w walce z terroryzmem*, Kraków 2009, s. 78-79.

³⁰ Ostatecznie doszło do tego w 2007, kiedy ostatni prezydent podziemnej Republiki Czeczeńskiej Doku Umarow ogłosił jej likwidację i powołał Emirat Kaukaski (*Imarat Kawkaz*).

³¹ Pierwszy wybuch zniszczył dom handlowy „Ochotnyj Riad”. Zginęła wówczas 1 osoba, a pozostałe 40 zostało rannych. Kolejne zamachy były o wiele groźniejsze: 4 września w Bujnaksku (Dagestan) zginęły 64 osoby. Dwa wybuchy w blokach mieszkalnych w Moskwie (9 i 13 września) uśmierciły łącznie 210 ludzi. Celem ostatniego ataku terrorystycznego był Wołgodońsk (obwód rostowski), gdzie 16 września zginęło 13 osób (zob. P. Grochmalski, art. cyt., s. 22-23).

³² S. Ciesielski, dz. cyt., s. 317.

³³ Po P. Grochmalski, art. cyt., s. 22-23. Natomiast 22 września 1999, dzięki interwencji uważnego mieszkańca, udało się udaremnić wysadzenie bloku mieszkalnego w Riazaniu. Po kilku dniach stało się jasne, że materiały wybuchowe zostały podłożone przez rosyjskie specsłużby – pozwala to wysnuć wniosek, że to one stały za wszystkimi zamachami. Zob. A. Litwinienko, J. Felsztiński, *Wysadzić Rosję. Kulisy intryg FSB*, Poznań 2007, *passim*.

³⁴ K. Baiev, dz. cyt., s. 268.

tam ich rozwalimy”³⁵. Oprócz uzasadnienia konieczności podjęcia wojny kampania ta miała jeszcze jeden cel – podniesienie w społeczeństwie notowań mało znanego wówczas Putina. Nie będzie przesadą stwierdzenie, że wraz z wybuchem drugiej wojny czeczeńskiej rozpoczęła się jednocześnie swoista kampania wyborcza ówczesnego prezydenta, mocno wspierana przez propagandową narrację wojenną. Prezydent wykorzystywał temat wojny w swoich podróżach przedwyborczych, chwalać bohaterstwo żołnierzy i podkreślając niewinność Rosji, która musiała się rzekomo bronić przed agresją Czeczenów. Jeszcze w przededniu wyborów prezydenckich, rozpisanych na 23 marca 2000, przybył do (zdobytej w Czeczenii, leżącej na przedmieściach Groznego) bazy Chankala. Pożegnał wycofaną z wojny jednostkę powietrzno-desantową i powiedział do obecnych tam żołnierzy: „Wypełniliście w Czeczenii szlachetne zadanie. Przybyliście tu nie jako zdobywcy, ale jako ci, którzy odpowiedzieli na rzucone Rosji wyzwanie”³⁶. Natomiast już po zwycięskich wyborach, 23 października 2000 (rok po wybuchu II wojny czeczeńskiej) Putin powiedział: „Rosja stała się celem jawnej i niczym niesprowokowanej agresji ze strony band międzynarodowych terrorystów (...)”³⁷. W ten sposób chciał podkreślić, że winnymi wybuchu wojny byli zagraniczni agenci, w tym również Czeczeni – ignorując fakt udziału obywateli FR w ataku na Dagestan z 1999³⁸.

Propaganda antyczeczeńska była więc jednocześnie propagandą proputinowską, a nowy prezydent zaczął budować swoją pozycję w społeczeństwie kreując się w mediach na obrońcę narodu rosyjskiego przed dzikimi i agresywnymi Czeczenami. Nazywając w wywiadzie z 5 marca 2000 żołnierzy Republiki Czeczeńskiej „bandytami nieróżniącymi się od nazistowskich przestępców”, jednocześnie przypisał Rosjanom rolę „wyzwolicieli czeczeńskiego narodu od tej zarazy”³⁹.

Warto nadmienić, że w dzisiejszych czasach władzom nie jest łatwo usprawiedliwić przed własnym narodem wywołanie wojny i brutalne działania podejmowane wobec wroga. Rosyjskie władze doskonale sobie z tym problemem poradziły, podejmując

³⁵ *Мочить террористов в сортире! Старый совет од Путина*, https://www.youtube.com/watch?v=-2f-Q4K_J70 (dostęp 21.04.2024).

³⁶ *Владимир Путин принял участие в церемонии вывода из Чечни парашютно-десантного полка*, online: <http://kremlin.ru/events/president/news/38776>, 20.03.2000 (dostęp 30.08.2024).

³⁷ В. Воронов, *Война для Путина*, online: <https://www.svoboda.org/a/30093496.html> (dostęp 23.10.2024).

³⁸ Oddział Basajewa nie składał się jedynie z Czeczenów. Jego szeregi zasilili również obywatele rosyjscy – Dagestańczycy (Awarowie i Dargijczycy), a także część wahabitów pochodzenia arabskiego, którzy zaciągnęli się do Islamskiej Brygady Pokojowej. Siły wahabitów zostały podzielone zasadniczo na trzy oddziały: Islamską Armią Kaukazu dowodził B. Kiebidow, Dagestańską Powstańczą Armią Imama Magomied Tagajew, a Siłami Pokojowymi Medżlisu Narodów Iczkerii i Dagestanu emir Chattab. Po E. Souleimanov, *Meria. Chechnya, Wahhabism and the invasion of Dagestan*, „Middle East Review of International Affairs” 2005 vol. 9, no. 4, s. 62. T.W. Grabowski, *Terroryzm północnokaukaski. Źródła, przejawy i przeciwdziałanie zjawisku*, Kraków 2017, s. 154-155.

³⁹ *Интервью в эфире программы «Завтрак с Фростом» на телеканале «Би-би-си»*, online: <http://kremlin.ru/events/president/transcripts/24194> (dostęp 23.10.2024).

– w celu uniknięcia wizerunkowej porażki – przemyślaną kampanię dezinformacyjną. Dlatego też Kreml powołał Federalne Centrum Informacyjne, odpowiedzialne za całość kształt propagandy i cenzurę⁴⁰. W odróżnieniu od pierwszej wojny czeczeńskiej⁴¹, podczas następnej wojny władze rosyjskie zdecydowały o całkowitej blokadzie informacyjnej skierowanej wobec własnych obywateli. Informacje podawane w wiadomościach pochodziły jedynie od dziennikarzy współpracujących z wojskiem, lub były komunikatami prasowymi rosyjskich służb specjalnych i sił zbrojnych. Komunikaty o postępach na froncie czeczeńskim przekazywał rzecznik prezydenta FR Siergiej Jastrzembski; człowiek ten kreował wizerunek wojny w sposób jak najbardziej korzystny dla władz rosyjskich, informując jedynie o postępach armii federalnej, która zajmowała coraz większe obszary Republiki Czeczeńskiej⁴². Do mediów nie trafiały relacje przedstawiające realia wojny. Z raportów opracowanych przez Human Rights Watch, Memoriał czy Międzynarodową Ligę Praw Człowieka (sporządzonych przez niezależnych obserwatorów lub opartych na świadectwach świadków) wynikało, że w czasie wojny nagminnie łamano prawa człowieka⁴³ – o tym jednak rosyjscy obywatele nie mogli się dowiedzieć z kremlowskich mediów. Rosyjscy dziennikarze byli bowiem pouczeni przez władze, że ich patriotycznym obowiązkiem jest przedstawianie korzystnego wizerunku Rosji „stabilizującej” Czeczenię. Za „niepatriotyczne” zachowania zostały również uznane wszelkie głosy domagające się zakończenia wojny w Czeczenii pokojowymi środkami. W ten sposób polityka medialna Kremla doby Putina stworzyła czynnik jednoczący Rosjan – nową tożsamość, opartą na patriotyzmie i walce przeciw wrogowi, który przyjął postać czeczeńskiego terrorysty⁴⁴. Dzięki blokadzie informacyjnej społeczeństwo rosyjskie nie wierzyło zachodnim doniesieniom o łamaniu przez Rosjan w Czeczenii praw człowieka – badania przeprowadzone przez WCIOM w kwietniu 2000 pokazały, że według jednej trzeciej respondentów zachodnia propaganda wyolbrzymiała skalę tego zjawiska w celu zszargania wizerunku Federacji Rosyjskiej na arenie międzynarodowej. Jedynie 20 proc. respondentów uważało wówczas, że w republice faktycznie dochodziło w czasie wojny do zbrodni na ludności cywilnej – natomiast najwięcej respondentów (36 proc.) twierdziło, że naruszanie prawa humanitarnego w Czeczenii jest tylko i wyłącznie konsekwencją wcześniejszego postępowania Czeczenów⁴⁵.

⁴⁰ S. Ciesielski, dz. cyt., s. 322.

⁴¹ Pierwsza wojna w Czeczenii nie została zaaprobowana ani przez społeczność rosyjską ani międzynarodową. Na jej początku (styczeń 1995) aż 66 proc. Rosjan opowiadało się przeciwko działaniom wojennym. Wydaje się, że jedną z przyczyn zmiany, jaka zaistniała w czasie II wojny, była udana kampania informacyjna władz.

⁴² A. Politekowska, dz. cyt., s. 105.

⁴³ P. Grochmalski, art. cyt. s. 28.

⁴⁴ S. Ispa-Landa, *Russian Preferred Self-Image and the Two Chechen Wars*, „Demokratizatsiya: The Journal of Post-Soviet Democratization” 2003 March, s. 313.

⁴⁵ *Действия российских войск в Чечне. Мониторинг*, online: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/dejstviya-rossijskikh-vojsk-v-chechne-monitoring>, 26.04.2000 (dostęp 31.08.2024).

Spśród rosyjskich gazet w kreowaniu nienawistnego wizerunku Czeczenów na czoło wysunęły się dwie: „Rossijskaja Gazieta” i „Krasnaja Zwiezda”. Rolą pierwszej z nich (będącej dziennikiem rządowym) było przekazywanie z Czeczenii wiadomości spreparowanych w taki sposób, aby uzasadniały one konieczność użycia siły przez wojska federalne. Dziennikarze tej gazety zupełnie pomijali przy tym aspekt katastrofalnej sytuacji ludności cywilnej w Czeczenii. W podobnym tonie pisano o wojnie w drugiej gazecie, będącej głównym organem prasowym Sił Zbrojnych. FR. Artykuły „Krasnoj Zwiezdy” ukazywały Czeczenów jako bandytów, którzy nie chcą zakończenia wojny pokojowymi środkami⁴⁶. Z kolei na stronie internetowej dziennika „Niezawisimaja Gazieta” opublikowano w 2002 artykuł, w którym o jednym z czeczeńskich dowódców polowych napisano, że „jak mówią (był – przyp. aut.) jednym z najbardziej odrażających terrorystów”⁴⁷. Celem dziennikarzy była więc dehumanizacja Czeczenów: ukazanie ich jako grupę obcą kulturowo, sięgającą po nietypowe dla Rosjan metody walki (terroryzm) i jako tych, którzy zasłużyli na swój los.

Już na początku drugiej wojny czeczeńskiej rosyjskie działania propagandowe odniosły ogromny sukces. Nieustanne przedstawianie przez rosyjskie media Czeczenów jako terrorystów przyczyniło się do tego, że coraz mniej obywateli Rosji oraz światowych obserwatorów sympatyzowało z ich walką o wolność⁴⁸. W badaniu zorganizowanym przez WCIOM zaraz po wrześniowych zamachach zapytano respondentów o to, czy uważają, że przeprowadzenie przez Rosję operacji antyterrorystycznej jest konieczne. Aż 60-70 proc. badanych poparło tę operację⁴⁹, dając w ten sposób społeczne przyzwolenie na interwencję militarną na Kaukazie. Z kolei 53 proc. respondentów uznało, że Federacja Rosyjska musi wygrać tę wojnę, gdyż w razie przegranej mogłaby ulec dezintegracji⁵⁰. W styczniu 2000 WCIOM przedstawił wyniki kolejnych badań opinii publicznej. Wynikało z nich, że 25 proc. respondentów zapytanych o opinię na temat obu wojen uznało pierwszą za „błąd Jelcyna”, natomiast drugą – za konieczność. Wzrosła również (z 29 do 38 proc.) liczba obywateli uważających, że rosyjskie wojska powinny prowadzić wojnę w Czeczenii w sposób bardziej zdecydowany⁵¹.

O sukcesie propagandy świadczą również rosnące w czasie wojny notowania Władimira Putina. Jeszcze w przededniu wojny nieznany dotąd polityk mógł liczyć na poparcie

⁴⁶ A. Askerov, *The Chechen Wars, media and democracy in Russia*, „Innovative Issues and Approaches in Social Sciences”, 2015 no. 8 (2), s. 17-18.

⁴⁷ М. Фатуллаев, *Конец террориста Радыева*, online: https://www.ng.ru/regions/2002-01-14/7_raduev.html (dostęp 23.10.2024).

⁴⁸ J. Mączyńska, *Przestrzeganie praw człowieka w konflikcie czeczeńskim*, w: J. Brodowski, M. Smoleń (red.), *Czeczenia-Rosja. Mity i rzeczywistość*, Kraków 2006, s. 66-67.

⁴⁹ M. Broda (red.), *Konflikty współczesnego świata*, Warszawa 2008, s. 282.

⁵⁰ M. Maciejak, *Anatomia konfliktu rosyjsko-czeczeńskiego. Grozny 1994/1995, 1999/2000*, Zabrze 2018, s. 326.

⁵¹ *Чеченская кампания*, online: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/chechenskaya-kampaniya>, 19.01.2000 (dostęp 30.08.2024).

jedynie 5 proc. społeczeństwa rosyjskiego, natomiast w październiku 1999 miał już wysokie notowania u 23 proc. respondentów⁵².

Rosjanie wykorzystywali techniki manipulacyjne nie tylko w celu kreowania wizerunku wojny i Czeczenów, ale również w działaniach politycznych. W marcu 2003 władze zorganizowały w Czeczenii referendum konstytucyjne, w którym naród miał zdecydować o przyjęciu bądź odrzuceniu nowej, prorosyjskiej konstytucji republiki. Powszechnie stało się wówczas użycie szantażu w celu zyskania głosów – do wzięcia udziału w far-sie referendalnej zmuszano uchodźców wojennych przebywających na obszarze Ingu-szetii, grożąc im zaprzestaniem wydawania porcji żywnościowych. W przypadku, gdy wyniki głosowania nie byłyby zgodne z żądaniami władz federalnych, republika zostałaby odcięta od gazu, wody i żywności⁵³.

Propaganda rosyjska po wydarzeniach w Dubrowce i Biesłanie oraz jej wpływ na postawy Rosjan wobec II wojny czeczeńskiej.

W działaniach propagandowych rosyjskich władz w czasie II wojny czeczeńskiej szczególną rolę odegrały dramatyczne wydarzenia spowodowane przez czeczeńskich terrorystów. Pierwszym z nich był atak terrorystyczny w październiku 2002 na teatr w moskiewskiej Dubrowce. W trakcie przedstawienia *Nord-Ost* czeczeńscy bojownicy wzięli zakładników spośród widzów i pracowników teatru (łącznie było to prawie 800 osób). Po kilku dniach zwłoki Rosjanie zdecydowali o zaangażowaniu w to wydarzenie służb specjalnych, które wkroczyły na teren teatru i rozpyliły tam gaz usypiający. W wyniku tych zdarzeń zginęło w sumie 129 osób⁵⁴. Być może udało się ich ocalić – ale u władzy przeważyła wówczas opcja zwyciężenia za wszelką cenę (nawet, jeśli w grę wchodziło pozbawienie życia zakładników). Jednak mimo tragicznego finału zamachu w teatrze zdecydowana większość komentatorów medialnych (zwłaszcza na gruncie rosyjskim) uznała, że użycie gazu neutralizującego, jak również cały szturm na teatr, były słuszne. Media ogłosiły, że – mimo tak dużych strat w cywilach – ingerencja służb w Dubrowce była sukcesem Rosji. Sukces ten przypisano nieustępliwej postawie prezydenta Władimira Putina⁵⁵.

Po wydarzeniach w Dubrowce z 2002 roku i wskutek opisanej polityki dezinformacyjnej Kremla nastąpiła znaczna zmiana w stosunku Rosjan do konfliktu w Czeczenii. Według kolejnego sondażu WCIOM aż 85 proc. Rosjan poparło zdecydowane kroki podjęte przez władze Rosji w celu rozwiązania sytuacji kryzysowej w Dubrowce. Ponad połowa respondentów (55 proc.) uznała, że z terrorystami nie należy prowadzić rozmów, a jedynie 8 proc. badanych było zdania, że można byłoby powstrzymać przeprowadzanie

⁵² P. Grochmalski, art. cyt., s. 24.

⁵³ J. Ferency, *Świat odwraca wzrok, Czeczenia w świetle prawa i w oczach świata*, Toruń 2004, s. 37-38.

⁵⁴ J. Brodowski, art. cyt., s. 78-79.

⁵⁵ M. Głogowski, *Biesłan – tragedia terroru*, „Przeгляд”, 12.09.2004, s. 16-17.

dalszych ataków za pomocą obietnicy negocjacji z Czeczenami⁵⁶. Największe zdziwienie budzi jednak wysoki odsetek rosyjskich obywateli (ponad 50 proc.), którzy uznali, że środki wyasygnowane przez Rosję do pacyfikacji republiki były... zbyt łagodne⁵⁷. Przeciwny Rosjanin – prawdopodobnie lękając się kolejnych ataków – uważał więc, że konflikt w Czeczenii należy jak najszybciej rozwiązać wszelkimi możliwymi sposobami. Dowodzi to wielkiej skuteczności ówczesnej rosyjskiej propagandy.

Warto zauważyć, że jeszcze we wrześniu 2000 (a więc rok po wybuchach w blokach mieszkalnych miast Rosji) obywatele rosyjscy nie byli zbyt zaangażowani w wydarzenia na Kaukazie. Malało również w tamtym czasie zainteresowanie konfliktem – prawdopodobnie z powodu dużej odległości miejsca zamieszkania obywateli FR od miejsca walk. Świadczą o tym wyniki przeprowadzonych wówczas przez WCIOM badań społecznych: aż 77 proc. respondentów oznajmiło wtedy, że „problem czeczeński ich nie dotyczy”; 51 proc. nie odczuwało nienawiści względem Czeczenów; jedynie 81% z nich obawiało się odwetu. Całkiem dużo (39 proc.) Rosjan opowiedziało się we wspomnianych badaniach za podjęciem rozmów pokojowych⁵⁸. Zapewne dlatego rosyjskie służby zdecydowały o „przeniesieniu” terroryzmu do Moskwy; niewykluczone jest, że to one właśnie umożliwiły czeczeńskim bojownikom przedostanie się do samego serca Rosji. Mogło to służyć ucieszeniu ewentualnych głosów domagających przeprowadzenia negocjacji z władzami czeczeńskimi, a także wygenerowaniu wśród rosyjskich obywateli poczucia zagrożenia. Dopiero po tragedii w Dubrowce społeczeństwo rosyjskie zmieniło swój stosunek do wydarzeń w Czeczenii. Wydaje się, że Rosjanie zradyzalizowali swoje poglądy na temat wojny z powodu sytuacji bezpośredniego zagrożenia życia, o której informowała ich regularnie rosyjska propaganda.

Następnym wydarzeniem wojennym, które stało się przedmiotem propagandy rosyjskich władz, był zamach bombowy w moskiewskim metrze w dniu 6 lutego 2004. Wskutek tego zamachu śmierć poniosło 41 osób, a rannych zostało ponad 100. Kreml znów oskarżył o zorganizowanie wybuchu Czeczenów – co stało się pretekstem do zaostrzenia polityki względem tej nacji⁵⁹. Niedługo potem miało zaś miejsce kolejne z najtragiczniejszych wydarzeń w historii współczesnej Rosji. 1 września 2004 uczniowie szkoły podstawowej nr 1 w Biesłanie (mieście w Alanii, republice Osetii Północnej), stali się zakładnikami czeczeńskich bojowników – łącznie ich liczba wyniosła ponad 1300 osób⁶⁰. Prezydent Putin oznajmił wówczas: „To, z czym się teraz mierzymy, to bezpośrednia interwencja między-

⁵⁶ *Захват заложников в ДК на Дубровке*, online: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/zakhvat-zalozhnikov-v-dk-na-dubrovke>, 28.10.2002 (dostęp 31.08.2024).

⁵⁷ M. Głogowski, art. cyt., s. 16-17.

⁵⁸ *Первая годовщина второй войны в Чечне*, online: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/pervaya-godovshhina-vtoroj-vojni-v-chechne>, 14.09.2000 (dostęp 31.08.2024).

⁵⁹ Amnesty International Press Release, *Russian Federation: Out of control: Anti-Chechen sentiment in Moscow post-metro blast*, 18.02.2004, online: <https://www.amnesty.org/ar/wp-content/uploads/2021/09/eur460072004en.pdf> (dostęp 29.08.2024).

⁶⁰ J. Wichura, *Terroryzm w Rosji przez pryzmat zamachu w Biesłanie: przyczyny i implikacje społeczno-polityczne*, „Pisma Humanistyczne” 2010 nr 7, s. 99.

narodowego terroryzmu, wymierzonego przeciwko Rosji. To jest totalna, okrutna i pełnowymiarowa wojna”⁶¹. Zapewne wpływ na tę interpretację zdarzeń miał również atak terrorystyczny na WTC w 2001 – władze rosyjskie mogły argumentować, że również Rosja została doświadczona przez terroryzm (pod postacią działań czeczeńskich bojowników). Kreml przedstawił więc wydarzenia w Biesłanie jako znak ogromnego zagrożenia dla Rosjan pochodzącego rzekomo z zewnątrz. W ten sposób władze wykorzystały tragedię w Biesłanie do usprawiedliwienia swoich działań wojennych w Czeczenii (również wobec zachodnich polityków – co było podstawą do starań o uzyskanie od nich wsparcia). Rosyjskie władze ukrywały natomiast przed społeczeństwem fakt, że podczas odbijania uwięzionych użyto ciężkiej broni. Dopiero śledztwo niezależnych dziennikarzy ujawniło dowody świadczące o rażących błędach rosyjskich oddziałów, a raczej o specyficznej taktyce działania przyjętej przez służby specjalne⁶². Jednak nie zapobiegło to wpływowi tej dezinformacji na społeczeństwo. Jeszcze w listopadzie 2004, dwa miesiące po tragedii, spora część obywateli rosyjskich (61 proc.) uznała, że władze przekazują prawdziwe informacje na temat wydarzeń w Biesłanie – jedynie co trzeci Rosjanin stwierdził, że oficjalna rządowa narracja jest nieprawdziwa⁶³. Mimo sporej liczby rosyjskich ofiar⁶⁴ społeczeństwo federacji pozytywnie oceniło również rolę prezydenta Putina w zażegnaniu kryzysu w Biesłanie – bezpośrednio po wstrząsających wydarzeniach aż 74 proc. respondentów WCIOM-u poparło bowiem działania prezydenta Rosji⁶⁵.

Zakończenie

W powyższej analizie autorka przedstawiła wydarzenia zaistniałe w trakcie wojny Rosji z Czeczenią (przede wszystkim ataki terrorystyczne) oraz związane z tą wojną działania informacyjne władz Rosji pod przywództwem Władimira Putina. Analiza wykazała, że narracja na temat wojny ukazywana w tym czasie przez media nosiła znamiona propagandy i wojny informacyjnej, a jej głównym narzędziem było budowanie w mediach jednostronnie negatywnego obrazu narodu czeczeńskiego. Polityka informacyjna prowadzona przez rosyjskie władze miała na celu wzbudzenie wśród podzielonego społeczeństwa poczucia narodowej przynależności, a najlepszą metodą w dążeniu do tego celu było stworzenie obrazu Czeczenów jako wrogów. Przede wszystkim należy podkreślić, że na rozkaz władz rosyjskich problem czeczeńskiego terroryzmu został sztucznie wyolbrzymiony – Czeczenów przedstawiano jako ludzi obcych dzikich, jako gotowych na wszystko

⁶¹ P. Calzini, *Vladimir Putin and the Chechen War*, „The International Spectator” 2005 nr 2, s. 25.

⁶² Zob. J. Brodowski, art. cyt., s. 81. Nie wydają się przesadne doniesienia świadków, według których większość zakładników straciło życie nie wskutek działań terrorystów, ale wskutek akcji prowadzonych przez formacje służb specjalnych.

⁶³ *Россияне о расследовании в Беслане*, online: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/rossiyane-o-rassledovanii-v-beslane>, 16.11.2004 (dostęp 31.08.2024).

⁶⁴ Źródła mówią o 334 zmarłych, jednak dokładna ich liczba nie jest znana. Zob. T.W. Grabowski, dz. cyt., s. 300.

⁶⁵ *Россияне о политиках*, online: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/rossiyane-o-politikakh>, 4.11.2004 (dostęp 31.08.2024).

muzułmanów, którzy zagrażają bezpieczeństwu narodu rosyjskiego. Badania wykazały też, że celem owej propagandy było usprawiedliwienie prowadzenia przez Kreml działań wojennych na terenie Czeczenii oraz szykan kierowanych w stronę Czeczenów mieszkających na terytorium Rosji: dążono do zdehumanizowania narodu czeczeńskiego po to, by zdusić w zarodku jakiegokolwiek współczucie Rosjan wobec gnębionych w Republice cywilów. Kreml posłużył się problemem kaukaskim, również po to, by osiągnąć własne korzyści, tj. zwyciężyć zbuntowaną republikę i utrzymać w społeczeństwie mocną pozycję Federacji Rosyjskiej.

Ważnym celem pracy było zbadanie wpływu wydarzeń zaistniałych w czasie II wojny czeczeńskiej (oraz towarzyszącej im polityki informacyjnej Kremla) na rosyjską opinię publiczną. W tym celu zestawione zostały i porównane ze sobą narracje o wojnie przedstawiane przez Kreml oraz wyniki badań opinii publicznej Rosji, dotyczącej przede wszystkim oceny przez Rosjan działań wojennych prowadzonych przez państwo (w tym polityki prowadzonej przez prezydenta Władimira Putina) oraz ich stosunku do narodu czeczeńskiego. Analiza wykazała, że ukazanie Czeczenów jako wrogów przez prorządowe media miało ogromny wpływ na opinię publiczną Rosji. Przytoczone wyniki badań społecznych prowadzonych przez WCIOM po opisanych wyżej tragicznych wydarzeniach II wojny czeczeńskiej (zarówno przeprowadzonych bezpośrednio nich, jak i po pewnym czasie) udowadniają, że Rosjanie uwierzyli w przekaz płynący od władzy i przyznali jej pozwolenie na ograniczenie własnych praw oraz wolności w imię bezpieczeństwa⁶⁶. Zarówno więc tragiczne wydarzenia w Dubrowce, jak i w Biesłanie, stały się kolejnym pretekstem Kremla, by usprawiedliwić bezwzględną likwidację Czeczenów – przy aprobacie własnego społeczeństwa.

Powyższa analiza wykazała ponadto, że w czasie II wojny w Czeczenii media stały się również czynnikiem pozytywnie wpływającym na społeczne poparcie kandydata na prezydenckie stanowisko – Władimira Putina. Poparcie dla prezydenta rosło zwłaszcza w momencie rozwiązywania przez Putina kolejnych kryzysów. Przez cały okres prezydentury, do momentu stabilizacji sytuacji w podporządkowanej Czeczenii (przełom 2004/2005), jego notowania wśród Rosjan były wysokie. Można więc sądzić, że dzięki rosyjskiej polityce medialnej społeczeństwo nie tylko zaaprobowało działania militarne na Kaukazie, a także udzieliło znacznego wsparcia nowym władzom. Zatem dzięki porównaniu badań historycznych (odnoszących się do kluczowych wydarzeń wojennych i sposobu ich przedstawienia w rosyjskich mediach) oraz źródeł medialnych z badaniami zmieniających się nastrojów społecznych można sformułować pewne wnioski, niezbędne do zrozumienia rosyjskiej mentalności, uzależnionej od propagandy i wykreowanej przez nią obrazu wroga. Mianowicie można założyć, że Rosjanie, mimo świadomości bezwzględnych decyzji popełnianych przez władze (m.in. inicjacja zamachów bombowych we wrześniu 1999, czy też wydanie rozkazu szturm na teatr i szkołę),

⁶⁶ Przykładem może być wprowadzona w sierpniu 2004 korekta w ustawie o rosyjskim MSW (Ministerstwie Spraw Wewnętrznych). Usunięto z niej fragmenty nawiązujące do postępowania funkcjonariuszy zgodnie z humanitaryzmem i prawami człowieka. Zob. J. Ferency, dz.. cyt., *passim*.

są w stanie pogodzić się z ich tragicznymi skutkami w imię wyższej idei, tj. zachowania mocarstwowej roli ich państwa.

Wyniki powyższych badań sugerują, że w przyszłości, na skutek postępów w dziedzinie technologii i informatyzacji, propaganda wojenna rozwinie się jeszcze bardziej. Szczególnie niebezpiecznym zjawiskiem wydaje się w tym kontekście technologia *deep-fake*, służąca zaawansowanemu manipulowaniu obrazem, dzięki której przekształcone zdjęcia i filmy sprawiają wrażenie prawdziwych. Już współcześnie rozróżnienie prawdy od fałszu w informacjach staje się trudne; w przyszłości, wraz z rozwojem mediów, tendencja ta będzie wzrastać, zagrażając procesowi prawidłowego rozróżniania dobra od zła czy wroga od przyjaciela.

Bibliografia

- Adamczewski P., *Polski mit etnopolityczny i Kaukaz*, Warszawa 2019.
- Amnesty International Press Release, *Russian Federation: Out of control: Anti-Chechen sentiment in Moscow post-metro blast*, 18.02.2004, online: <https://www.amnesty.org/ar/wp-content/uploads/2021/09/eur460072004en.pdf> (dostęp 29.08.2024).
- Askerov A., *The Chechen Wars, media and democracy in Russia*, „Innovative Issues and Approaches in Social Sciences” 2015 nr 8 (2).
- Baiev K., *Przysięga. Chirurg na wojnie*, Warszawa 2004.
- Broda M. (red.), *Konflikty współczesnego świata*, Warszawa 2008.
- Brodowski J., *Terroryzm a sprawa czeczeńska*, w: J. Brodowski, M. Smoleń (red.), *Czeczenia – Rosja. Mity i rzeczywistość*, Kraków 2006.
- Calzini P., *Vladimir Putin and the Chechen War*, „The International Spectator”, 2005 no. 2.
- Ciesielski S., *Rosja-Czeczenia. Dwa stulecia konfliktu*, Wrocław 2003.
- Ciesielski S., *Rosja i Czeczenia – krótka historia dramatu*, „Ethos” 1995 nr 2-3, s. 102.
- Cimek G., *Podstawowe problemy geopolityki i globalizacji*, Gdańsk 2017.
- Czarnotta Z., Z. Moszumański Z., *Czeczenia 95-96*, Warszawa 1995.
- Dunlop J. B., *Russia confronts Chechnya. Roots of a separatist conflict*, Cambridge 1998.
- Ferency J., *Świat odwraca wzrok, Czeczenia w świetle prawa i w oczach świata*, Toruń 2004.
- Głogowski M., *Biesłan, tragedia terroru*, „Przegląd”, 12.09.2004
- Grabowski T. W., *Terroryzm północnokaukaski. Źródła, przejawy i przeciwdziałanie zjawisku*, Kraków 2017.
- Grochmalcki P., *Czeczenia. Rys prawdziwy*, Wrocław 1999.
- Grochmalcki P., *Rosja i Czeczenia – stulecia nienawiści*, w: J. Brodowski, M. Smoleń (red.), *Czeczenia-Rosja. Mity i rzeczywistość*, Kraków 2006.
- Hołyst B., *Bezpieczeństwo gatunku ludzkiego*, Warszawa 2016.
- Ispa-Landa S., *Russian Preferred Self-Image and the Two Chechen Wars*, „Demokratizatsiya: The Journal of Post-Soviet Democratization”, March 2003.
- Kraj K., *Rosja w walce z terroryzmem*, Kraków 2009.
- Król E. C., *W poszukiwaniu modelu propagandy totalnej*, w: J.W. Wołoszyn (red.), *Propaganda w systemach demokratycznych i niedemokratycznych*, Lublin 2015.
- Kula H. M., *Propaganda współczesna*, Toruń 2005.
- Kulbat W., *Fabrykowanie jedynomyślności – znaczenie opinii publicznej*, „Łódzkie Studia Teologiczne”, 2004 nr13.
- Kuliński H., *Budowanie wizerunku wroga w dyskursie politycznym. Unia Europejska słowami wybranych polskich polityków w latach 2016-2018*, „Compress” 2019 nr 2 (3).
- Kuśnierz, *W świecie stalinowskich zbrodni. Ukraina w latach czystek i terroru (1934-1938) w obserwacjach i analizach MSZ oraz wywiadu wojskowego Drugiej Rzeczypospolitej*, Słupsk 2013.

- Lepa A., *Opinia publiczna, media i zasady etyki*, „Pedagogia Christiana” 2011 nr 1/27.
- Litwinienko A., Felsztiński J., *Wysadzić Rosję. Kulisy intryg FSB*, Poznań 2007.
- Maciejak M., *Anatomia konfliktu rosyjsko-czeczeńskiego. Grozny 1994/1995, 1999/2000*, Zabrze 2018.
- Mączyńska J., *Przestrzeganie praw człowieka w konflikcie czeczeńskim*, w: J. Brodowski, M. Smoleń (red.), *Czeczenia-Rosja. Mity i rzeczywistość*, Kraków 2006.
- Olędzka J., *Wojna jako argument legitymizacji i deligitymizacji przywództwa państwowego (na przykładzie konfliktu rosyjsko-czeczeńskiego)*, w: M. Kubiak, Wróblewski (red.), *Oblicza współczesnych wojen*, Siedlce, Warszawa 2018.
- Politkowska A., *Druga wojna czeczeńska*, tłum. I. Lewandowska, Kraków 2006.
- Potulski J., *Rosja Putina – polityczny projekt budowy rosyjskiej państwowości*, „Nowa Polityka Wschodnia” 2011 nr 1 (10).
- PWN, online: <https://sjp.pwn.pl/sjp/propaganda;2508812.html> (dostęp 21.10.2024).
- Rybak K., *Mechanizm i skutki funkcjonowania propagandy w związku radzieckim na przykładzie rozważań Stanisława Cat Mackiewicza w książce «Myśl w obcęgach. Studia nad psychologią społeczeństwa sowie-tów»*, w: D. Boćkowski, E. Dąbrowska-Prokopowska, P. Goryń, K. Goryń (red.), *Dezinformacja – Inspiracja – Społeczeństwo. Social CyberSecurity*, Białystok 2022.
- Sawicka Z., *Przykłady komunikowania politycznego na poziomie międzynarodowym*, w: P. Kuca, W. Furman (red. nauk.), *Komunikowanie polityczne w teorii i praktyce*, Rzeszów 2023.
- Secret services conspiracy or terrorist attack? Dagestan 1999 – 10 years later*, online: <https://wciom.com/press-release/secret-services-conspiracy-or-terrorist-attack-dagestan-1999-10-years-later>, 6.08.2009 (dostęp 29.08.2024).
- Souleimanov E., *Meria. Chechnya, Wahhabism and the invasion of Dagestan*, „Middle East Review of International Affairs” 2005 vol. 9, no. 4, s. 62.
- Staniszewski, R., *Opinia publiczna – teoretyczny sens i zakres pojęcia*, „Studia politologiczne” 2012 t. 25.
- Wichura J., *Terroryzm w Rosji przez pryzmat zamachu w Biesłanie: przyczyny i implikacje społeczno-polityczne*, „Pisma Humanistyczne” 2010 nr 7.

Źródła rosyjskie

- Владимир Путин принял участие в церемонии вывода из Чечни парашютно-десантного полка*, online: <http://kremlin.ru/events/president/news/38776>, 20.03.2000 (dostęp 30.08.2024).
- Воронов В., Война для Путина*, online: <https://www.svoboda.org/a/30093496.html> (dostęp 23.10.2024).
- Действия российских войск в Чечне. Мониторинг*, online: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/dejstviya-rossijskikh-vojsk-v-chechne-monitoring>, 26.04.2000 (dostęp 31.08.2024).
- Заговор спецслужб или вторжение террористов? Дагестан 1999 – 10 лет спустя*, online: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/zagovor-speczsluzhb-ili-vtorzhenie-terroristov-dagestan-1999-10-let-spustya>, 6.08.2009 (dostęp 25.10.2024).
- Захват заложников в ДК на Дубровке*, online: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/zahvat-zalozhnikov-v-dk-na-dubrovke>, 28.10.2002 (dostęp 31.08.2024).
- Интервью в эфире программы «Завтрак с Фростом» на телеканале «Би-би-си»*, online: <http://kremlin.ru/events/president/transcripts/24194> (dostęp 23.10.2024).
- Мочить террористов в сортире! Старый совет од Путина*, https://www.youtube.com/watch?v=-2f-Q4K_J70 (dostęp 21.04.2024).
- Первая годовщина второй войны в Чечне*, online: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/pervaya-godovshhina-vtoroj-voiny-v-chechne>, 14.09.2000 (dostęp 31.08.2024).
- Россия и Запад в контексте чеченской кампании*, online: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/rossiya-i-zapad-v-kontekste-chechenskoj-kampanii>, 23.02.2000 (dostęp 30.08.2024).
- Россияне о политиках*, online: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/rossiyane-o-politikakh>, 4.11.2004 (dostęp 31.08.2024).

Россияне о расследовании в Беслане, online: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/rossiyane-o-rassledovanii-v-beslane>, 16.11.2004 (dostęp 31.08.2024).

Фатуллаев М., *Конец террориста Радиева*, online: https://www.ng.ru/regions/2002-01-14/7_raduev.html, (dostęp 23.10.2024).

Чеченская кампания, online: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/chechenskaya-kampaniya>, 19.01.2000 (dostęp 30.08.2024).

Biogram

Monika Wojewska – magister bezpieczeństwa narodowego i historii. Obydwa tytuły uzyskała na Uniwersytecie Pomorskim w Słupsku. Obecnie doktorantka tej uczelni. Jej zainteresowania skupiają się głównie na historii najnowszej obszaru poradzieckiego, a zwłaszcza Federacji Rosyjskiej i Czeczenii, a także całego Kaukazu.

Katarzyna Michalewicz

Uniwersytet Wrocławski
ORCID 0000-0002-1011-906X

Dialog kulturowy czy promowanie idei? – sytuacja chrześcijaństwa w Republice Chińskiej w świetle wybranym międzywojennym czasopiśmiennictwie w latach 1931-1939

Cultural dialogue or promotion of ideas? – the Situation of Christianity in the Republic of China in the Light of the selected interwar magazines in the Years 1931-1939

Abstract

Polish interwar journalists devoted a lot of space in their texts to the issue of the development of Christianity in its various branches (Catholic, Protestant and Orthodox). They usually focused on showing the activities of Christian organizations, showing the influence of the elites on the spread of Christian religions, and describing the missionary activity of the Churches. However they sometimes made factual errors or disseminated simplified visions of reality, not supported by scientific knowledge. In particular, we are talking about the use of slogans, as well as the spread of stereotypes (for example, unsubstantiated judgments about a higher level of Chinese morality than that of the West). It is also worth noting that the tone of the articles on the role of missions in the development of Christianity in China was primarily propaganda. The journalists emphasized the charitable activities of the mission more than the activities aimed at spreading Christian morality and Western cultural patterns (different from those represented by traditional Chinese beliefs, such as Buddhism, Taoism and Confucianism). In this article, I tried not only to show what stereotypes about the development of Christianity in China appeared on the pages of magazines, but also to show what goals journalists had in describing their activities.

Keywords

Christianity, Republic of China, missionary, interwar press, Second Polish Republic

Abstrakt

W artykule przeanalizowano wybrane artykuły z polskiego międzywojennego czasopiśmiennictwa (lata 1931-1939) poświęcone rozwojowi chrześcijaństwa w jego różnych odłamach (katolickim, protestanckim i prawosławnym) w Chinach. Zbadano tematykę oraz wydźwięk tych artykułów. Wyniki badań pokazały, że dziennikarze skupiali się w swoich relacjach na przedstawianiu działalności organizacji chrześcijańskich, ukazywali wpływ elit na szerzenie się religii chrześcijańskich, a także opisywali działalność misyjną Kościołów. Zdarzało im się przy tym popełniać błędy faktograficzne, czy upowszechniać uproszczone wizje rzeczywistości, niepoparte wiedzą naukową. Zarówno treść tych artykułów, jak również ich wydźwięk, często miał charakter propagandowy - co związane było z problematyką różnic międzykulturowych. Badania pokazały, że dziennikarstwo prasowe można określić mianem medialnie zapośredniczonej komunikacji międzykulturowej - w tym kontekście wskazano na operowanie sloganami czy szerzenie stereotypów kulturowych (na przykład nieuargumentowanych sądów o wyższym poziomie chińskiej moralności względem moralności Zachodu).

Słowa kluczowe

chrześcijaństwo, Republika Chińska, misjonarze, międzywojenna prasa, II Rzeczpospolita

Wprowadzenie

Problematyka rozwoju chrześcijaństwa w Chinach w I połowie XX wieku została dość dobrze przebadana przez takich autorów, jak m.in. Denis Austin¹, Nicolas Standaert i Rolf Gerhard Tiedemann², a także Andrzej Majdowski³. W literaturze przedmiotu znajdują się także pozycje poświęcone działalności polskich duchownych i misjonarzy w tym kraju – są to przede wszystkim prace Jerzego Misiurka⁴, Mariana Kałuskiego⁵ i Katarzyny Anny Mich⁶. Tematyka przeprowadzonych przez polskich badaczy badań nie obejmuje jednak analizy sposobu, w jaki polska międzywojenna prasa (która od lat 30. XX przeżywała swój rozkwit⁷) przedstawiała sytuację chrześcijaństwa w Republice Chińskiej w latach 30. XX wieku, czyli od – przełomowego dla historii Państwa Środka – czasu wybuchu konfliktu chińsko-japońskiego i aneksji Mandżurii przez Cesarstwo Wielkiej Japonii do czasu rozpoczęcia II wojny światowej. W niniejszym artykule⁸ próbowano wypełnić tę lukę badawczą.

Prasa wydaje się kluczowym źródłem pozwalającym zbadać społeczny odbiór rozmaitych politycznych i społecznych działań prowadzonych przez współczesne państwo i jego instytucje.⁹ W międzywojennej Polsce było to główne medium informacyjne, nie tylko kształtujące opinię publiczną, ale również w pewnym stopniu odzwierciedlające zainteresowania czytelników¹⁰. Trzeba zauważyć, że Państwo Środka znajdowało się w szczególnym kręgu zainteresowań obywateli II Rzeczypospolitej – nie tylko ze względu na atrakcyjną i egzotyczną kulturę oraz aktualny wówczas głośny konflikt chińsko-japoński. Chiny stały się bowiem od przełomu XIX i XX wieku miejscem działania licznej Polonii, (składającej się przeważnie z emigrantów zarobkowych), zamieszkującej takie chińskie miasta, jak Szanghaj czy Harbin.

Tematyka niniejszego artykułu dotyczy w zasadzie problematyki komunikacji międzykulturowej w mediach, ponieważ analizowane będą w nim teksty polskich dziennikarzy

¹ D. Austin, „*Kingdom – Minded*” People: Christian Identity and the Contributions of Chinese Business Christians, Leide, Boston, 2011.

² N. Standaert, R.G. Tiedemann (red.), *Handbook of Christianity in China 2*, Leiden 2010.

³ A. Majdowski, *Kościół katolicki w Cesarstwie rosyjskim: Syberia, Daleki Wschód, Azja Środkowa*, Warszawa 2001.

⁴ J. Misiurek, *Z dziejów duszpasterstwa Polonijnego w Harbinie (1901-1925)*, „Studia Polonijne” 1976 T. 1., Lublin, s. 189-198; tenże, *Z dziejów duszpasterstwa Polonijnego w Harbinie (1926-1949)*, „Studia Polonijne” T. 2., Lublin 1977, s. 307-325.

⁵ M. Kałuski, *Polacy w Chinach*, Warszawa 2001.

⁶ K. Mich, *Ruch misyjny wśród młodzieży akademickiej w okresie międzywojennym w ówczesnej refleksji teologicznej*, „Annales Missiologici Posnanienses” T. 22, Poznań 2017, s. 115-133.

⁷ Również dla Chin rok 1931 to była ważna cezura: część terytorium tego państwa zostało wówczas zajęte przez Japonię (można to przyrównać do aneksji Krymu przez Rosję w 2014 roku).

⁸ Artykuł napisany został na podstawie fragmentu nieopublikowanego doktoratu pt. *Obraz Chin i Japonii na łamach polskiego czasopiśmiennictwa w latach 1931-1939*.

⁹ W. Władyka, *Stan badań nad historią prasy a badania dziejów myśli politycznej*, w: H. Zieliński (red.), *Na warsztatach historyków polskiej myśli politycznej*, Warszawa 1980, T.4, s. 25-26.

¹⁰ Tamże.

piszących o rzeczywistości innej kultury. Jak podkreśla Andrzej Paczkowski (historyk, który jednocześnie zajmuje się analizą prasoznawczą), w badaniu zawartości prasy warto rozpoznać okoliczności, w jakich powstawał dany artykuł – na przykład miejsce jego powstawania, towarzyszący pisaniu kontekst społeczny i kulturowy czy charakter czasopisma¹¹. W związku z tym trzeba zauważyć, że (z punktu widzenia ówczesnego polskiego dziennikarza i czytelnika) Chiny były krajem odległym od Polski zarówno geograficznie, jak i religijnie (kulturowo). Odległość geograficzna utrudniała oczywiście pozyskiwanie bezpośrednich informacji z opisywanego w polskiej prasie państwa, co mogło wpływać na prawdziwość drukowanych w prasie artykułów treści. Wydaje się też, że istotny wpływ na to, co i jak pisała polska prasa na temat misji chrześcijańskich, miały również różnice kulturowe istniejące między ówczesną Polską a Chinami. Należy podkreślić, że chińskie wierzenia i filozofie (w tym taoizm, buddyzm – w północnej odmianie zwany Mahajaną – i konfucjanizm) znacznie różnią się od chrześcijaństwa zadomowionego w cywilizacji Zachodu. Różnice dotyczą przede wszystkim idei religijnych. Wierzenia Chińczyków w odróżnieniu od chrześcijaństwa cechuje idea ortopraksji (słusznego postępowania) a nie ortodoksji (prawowierności), oczekiwanie na doczesne (a nie tylko pozagrobowe) korzyści, a także inne cechy raczej nieobecne w chrześcijaństwie: psychologizowanie treści religijnych, obecność politycznego wymiaru religii, synkretyzacja oraz brak silnego rozróżnienia strefy sacrum i profanum¹². Te różnice rodziły problemy w odniesieniu do zachodniej działalności misjonarskiej w Chinach: misjonarze zastanawiali się w tamtych czasach nad formułą ewangelizacji, która mogłaby uwzględniać kulturową specyfikę Chin¹³. Prawdopodobnie wspomniane różnice kulturowe między Polską a Chinami wpływały również na sposób pisania polskiej prasy na temat owych misji – jest to hipoteza, jaką zamierzam w tej pracy zweryfikować. Nawiązując do zaleceń Paczkowskiego, zamierzam w swojej analizie artykułów prasowych zwrócić uwagę na ich kontekst społeczny i kulturowy, a także odnieść go do profilu badanych czasopism.

¹¹ Co do charakteru czasopisma, autor ten ma na myśli formę wypowiedzi (np. felieton, artykuł wstępny). Oprócz wspomnianych wątków badawczych Paczkowski zaleca również zbadanie spójności ideologicznej wypowiedzi z charakterem czasopisma, a także przeanalizowanie funkcji prasowych wypowiedzi w odniesieniu do typu prasy, w ramach której powstały (czasopisma informacyjne czy ideotwórcze, o tematyce politycznej, społecznej, kulturalnej, popularnonaukowej, sensacyjnej, czy ogólnej) oraz związany z typem danej prasy jej obieg społeczny. Por. A. Paczkowski, *Badania historycznoprasowe w zastosowaniu do badań nad dziejami myśli politycznej*, w: H. Zieliński (red.), *Na warsztatach historyków polskiej myśli politycznej*, T. 4, Warszawa 1980, s. 9-21. Niektóre wymienione przez Paczkowskiego zagadnienia służą badaniom typowo medioznawczym – badając narrację medialną pod kątem relacji kulturowych skupię się jedynie na analizie kontekstu społecznego i kulturowego badanych artykułów, a także postaram się odnieść ich treść do profilu badanych czasopism.

¹² Z. Wesołowski, *Religijność u podstaw tradycji chińskiej i społeczeństwa*, w: E. Zajdler (red.), *Zrozumieć Chińczyków – kulturowe kody społeczności chińskich*, Warszawa 2011, s. 87-88.

¹³ W tym kontekście warto wspomnieć, że wzorem dla polskich misjonarzy działających w Chinach był XVII-wieczny polski jezuita Michał Boym. Jako jeden z pierwszych misjonarzy zaczął on stosować w Chinach formę akomodacji, czyli metody ewangelizacyjnej, w której podczas przekazywania praw wiary kładziono szczególny nacisk na zrozumienie i poszanowanie danej kultury.

Głównym celem badawczym niniejszego artykułu jest więc przeanalizowanie narracji medialnej na temat sytuacji chrześcijaństwa w Republice Chińskiej w polskiej prasie międzywojennej lat 30. XX wieku. Analiza ta będzie służyła najpierw odpowiedzi na podstawowe pytania badawcze, korespondujące z klasyczną formułą badań medioznawczych Harolda Lasswella: 1. Czy polska prasa międzywojenna podejmowała zadanie opisanie sytuacji chrześcijaństwa w Chinach? Jakiego rodzaju prasa o tym pisała, dla jakich czytelników? (kto pisał i do kogo? 2. Jaka tematyka dominowała w badanych artykułach dotyczących sytuacji chrześcijaństwa w Chinach? Które wątki i w jakim kontekście pojawiały się w nich najczęściej, a które były marginalizowane, bądź pomijane? (co pisano?) 3. Jak oceniano obecność chrześcijan w Chinach w tamtym okresie: jaki był wydźwięk prasowych wypowiedzi na ten temat? (jak pisano?); 4. Na ile badane relacje medialne świadczyły o obiektywizmie dziennikarskim i czy były one zgodne z dzisiejszą wiedzą historyczną? Z czego wynikają ewentualne rozbieżności w tym zakresie? (co pisano: prawdę czy nieprawdę? w jakim stopniu? dlaczego?¹⁴). W związku z przyjętą hipotezą moim badaniom będą przyświecać również szczegółowe pytania badawcze związane z problematyką kulturową. Oto one: czy w analizowanej prasie pojawiały się spory o wyższość kulturową, czy też można w niej odnaleźć przejawy idei dialogu kulturowego i międzyreligijnego? Czy polska narracja medialna czasów międzywojennych nosiła cechy propagandy? W szczególności: czy autorzy badanych artykułów dążyli do promowania chrześcijaństwa i misji w Chinach nawet kosztem przedstawiania informacji niezgodnych z faktami, czy też starali się przedstawić sytuację chrześcijaństwa w Chinach obiektywnie, wskazując na przykład na problemy kulturowe i religijne związane z misjami? Czy ewentualne nieścisłości w relacjach medialnych wynikały z braku wiedzy dziennikarzy, czy też wpływ na nie mogły mieć kwestie kulturowe i odnosząca się do niej linia redakcyjna danego czasopisma?

Niniejszy artykuł stanowi próbę odpowiedzi na powyższe pytania. Aby przeanalizowany materiał źródłowy był jak najbardziej reprezentatywny, kwerendzie poddano 60 czasopism międzywojennych reprezentujących różne gatunki, w tym m.in. polityczne, społeczne, religijne, kulturalne, satyryczne, popularnonaukowe, kobiece, młodzieżowe. Ich analiza wykazała, że wzmianki na temat sytuacji chrześcijaństwa w Chinach pojawiały się jedynie w dziewięciu z nich, w tym przede wszystkim w pismach religijnych („Oriens”, „Przegląd Katolicki”, „Zjednoczenie” i „Zwiastun Ewangeliczny”). W mniejszym stopniu tematyka ta pojawiała się jednak w innych czasopismach: kobiecych: („Moja Przyjaciółka” i „Zjednoczenie”), młodzieżowych: („Iskry”), a także skierowanych do szerokiego grona odbiorców („Na Szerokim Świecie”, „Światowid” oraz branżowe „Życie Dziecka”).

Przedmiotem moich badań będzie więc grupa wspomnianych 9 czasopism. Z uwagi na brak prac na wymieniony w tytule temat, moje badanie będzie mieć charakter jakościowy.

¹⁴ Z. Bartkowiak, *Zastosowanie Modelu Lasswellowskiego (uzupełnionego do badań nad Kwartalnikami Śląskimi z przełomu XIII/XIV wieku)*, „Wiadomości Numizmatyczne” 2017 R. LXI, z.1-2 (203-204), s.153-154.

W trakcie analizy wyodrębniłam pewne wątki interpretacyjne, do których przyporządkowałam analizowane treści.

Propaganda misjonarskiego sukcesu w Chinach

Magia wielkich liczb

Narracje na temat sytuacji chrześcijaństwa (a przede wszystkim katolicyzmu) w Chinach budowane przez polskich dziennikarzy lat 30. XX w. zwykle były bardzo optymistyczne. Sposobem na budowanie pozytywnego obrazu misji katolickich w Kraju Środka było przytaczanie czytelnikom „wielkich liczb”. Przykładowo na łamach „Iskry” podawano więc w 1936 roku, że w Chinach było wówczas aż 2 700 000 katolików¹⁵, a wśród nich 8200 duchownych (w tym 1480 Chińczyków¹⁶). Redakcja „Zjednoczenia” chwaliła zaś sukces Akcji Katolickiej, która w 1933 r. miała posiadać w Republice Chińskiej 525 zrzeseń i 23 124 członków. Z pewnością dziennikarze mieli rację, wskazując na to, że w Chinach z biegiem czasu zwiększała się liczba katolików. Potwierdzają to watykańskie dokumenty, w których można wyczytać, że w 1920 roku w Chinach było 1994483 chrześcijan, a w tej liczbie – 963 księży Chińczyków i 1417 księży obcokrajowców. Dekadę później liczba katolików w Państwie Środka wzrosła do 2 498 015, a posługę pełniło tam już 1438 chińskich księży i 2164 kapłanów z Zachodu. Z kolei w 1940 roku liczba ochrzczonych wzrosła do 3 262 678, zaś liczba powołań kapłańskich wśród Chińczyków wynosiła 2091, a wspomagało ich 3064 księży innych narodowości. Ponadto w 1928 r. na terenie Państwa Środka posługę pełniło 2527 siostr i 414 braci zakonnych, a także działało tam 722 seminariów duchownych¹⁷.

„Wielkie liczby” przywoływała również redakcja „Zwiastuna Ewangelicznego” – tym razem dotyczyły one sukcesu misji protestanckich. Zestawiano je przy tym ze statystykami odnoszącymi się do katolików, co być może miało świadczyć o przewadze misji protestanckich nad katolickimi. Na łamach tego pisma wyliczono, że w 1931 roku Kościół rzymskokatolicki w Chinach miał 9 biskupów, 1369 kapłanów, 750 kleryków w szkołach wyższych i 2637 w seminariach¹⁸, podczas gdy na terenie Państwa Środka działało wówczas aż 400 tysięcy ewangelików i 6000 misjonarzy ewangelickich¹⁹. W innym artykule wskazano, że w Chinach posługę pełniło 8 000 protestanckich misjonarzy, którzy nawrócili 2 500 000 Chińczyków²⁰, a wśród neofitów znalazło się wielu chińskich studentów i młodych mężczyzn. „Zwiastun Ewangeliczny” donosił również o tym, że nowa wiara zyskiwała zwolenników szczególnie w miastach, a do końca 1931 r. udzielono o 1100 chrztów więcej niż roku poprzednim²¹. Dziennikarze jako ciekawostkę podawali rów-

¹⁵ *Z szerokiego świata*, „Iskry”, 11.01.1936 (nr 19), s. 301.

¹⁶ *Z zagranicy*, „Iskry”, 19.09.1931 (nr 40), s. 592.

¹⁷ N. Standaert, R.G. Tiedemann (red.), *Handbook...*, s. 519-521.

¹⁸ *Watykan na Dalekim Wschodzie*, „Zwiastun Ewangeliczny”, 23.08.1931 (nr 34), s. 263.

¹⁹ A. Schoeneich, *Kościół Ewangelicki w kraju i zagranicą – przegląd wydarzeń za ostatni rok 1936*, „Zwiastun Ewangeliczny”, 4.04.1937 (nr 14), s. 129.

²⁰ *Misjonarze protestancy w Chinach*, „Zwiastun Ewangeliczny”, 6.11.1932 (nr 45), s. 258.

²¹ *Z Chin*, „Zwiastun Ewangeliczny”, 11.03.1934 (nr 10), s. 70.

niez, że w Kairze przebywało w tym czasie około 30 chińskich chrześcijan ewangelickich, którzy w swoich domach odprawiali nabożeństwa, modlili się i czytali Biblię w języku chińskim²².

Nieco inaczej o sukcesach chrześcijańskich misjonarzy pisano w świeckich gazetach. Na łamach „Mojej Przyjaciółki” podkreślano (powołując się na Agencję Fides), że w ostatnim czasie na katolicyzm nawróciły się dwie buddyjskie kapłanki, a jedna z nich planowała nawet wstąpienie do zakonu²³. Tego typu ciekawostki, których celem było zainteresowanie czytelnika, pasowały do popularnego profilu czasopisma, oraz do formuły prasy kobiecej, która promowała wówczas aktywne życie kobiet na polu zawodowym i społecznym. Redakcja chciała więc zapewne podkreślić nie tyle ilościowy sukces chrześcijańskich misji, ale jego wymiar jakościowy: pozycję, jaką w szerzeniu nauk Jezusa Chrystusa w odległych państwach, o odmiennej (z polskiego punktu widzenia) kulturze miały kobiety-misjonarki.

„Zwiastun Ewangeliczny” przywoływał również „wielkie liczby” w kontekście organizowania przez protestanckich misjonarzy w Chinach konferencji o tematyce religijnej. Informacje te nie zawsze były precyzyjne, zwłaszcza w odniesieniu do dat wydarzeń oraz ich nazw. Pisano więc o konferencji w Szanghaju zorganizowanej w 1935 roku przez Stały Komitet Popierania Jedności Kościelnej w Chinach²⁴; przy okazji zapowiedziano też wtedy wielką światową konferencję misyjną, która miała odbyć się w Chinach 3 lata później. Według dziennikarzy „Zwiastuna” miało w niej wziąć udział 400 delegatów z 36 krajów, w tym 200 delegatów krajowych i 70 misjonarzy ze Wschodu²⁵. Dziennikarze mieli zapewne na myśli organizację Spotkania Międzynarodowej Rady Misjonarskiej w Chinach²⁶. Warto zaznaczyć, że ostatecznie konferencja ta odbyła się z dwumiesięcznym opóźnieniem z powodu wybuchu wojny chińsko-japońskiej, a w dodatku została przeniesiona do Indii²⁷. Wielki sukces owej konferencji prorokowany przez dziennikarzy na trzy lata przed jej inauguracją był więc przesadzony. Innym przykładem „propagandy sukcesu” było przywoływanie przez redakcję „Zwiastuna Ewangelickiego” statystyk dotyczących wydawanych przez Kościół ewangelicko-luterański książek, broszur i pism ulotnych w języku chińskim (pisano na przykład, że w Mandżurii Brytyjskie Zagraniczne

²² *Z niwy misyjnej z Egiptu*, „Zwiastun Ewangeliczny”, 15.04.1934 (nr 15), s. 114.

²³ *Nawrócenie dwóch kapłanek*, „Moja Przyjaciółka”, 15.07.1934 (nr 14), s. 2.

²⁴ A. Schoeneich, *Kościół Ewangelicki...*, art. cyt., s. 129.

²⁵ *Chiny. Konferencja misyjna*, „Zwiastun Ewangeliczny”, 1.03.1936 (nr 9), s. 72.

²⁶ Już w 1936 roku Komitet Międzynarodowej Misjonarskiej Rady ustalił, że wydarzenie odbędzie się w dniach 25.10–14.11 1938 roku w Hangzhou. Motywem przewodnim konferencji miało być hasło „Świadectwo Kościoła o jego wierze”, a uczestnicy mieli dyskutować m.in. o relacji Kościoła z przedstawicielami niechrześcijańskich religii oraz o ustosunkowaniu się do dziedzictwa kulturowego innych narodów, w tym chińskiego. Jednak ostatecznie, z powodu wybuchu wojny chińsko-japońskiej, wspomniana konferencja odbyła się w indyjskim Tambaramie i to z dwumiesięcznym opóźnieniem (miała miejsce w dniach 12-29.12 1938 roku). Zob. J. Lin, *The Meeting of the International Missionary Conference at Tambaram 1938*, „Shaking the Fundamentals” V. 36, London 2022, s. 158-159.

²⁷ Tamże.

Towarzystwo Biblijne w 1935 roku rozpowszechniło w 1935 roku 4 miliony egzemplarzy Biblii²⁸).

Opisujący sytuację chrześcijaństwa w Chinach dziennikarze wspominali również (zazwyczaj w pozytywnym kontekście) o działalności ewangelizacyjnej neounitów (czyli przedstawiciele Kościoła rzymsko-katolickiego obrządku bizantyjsko-słowiańskiego). Było to istotne, ponieważ wokół tego odłamu katolicyzmu narosło wiele mitów. Wiele miejsca poświęcała neounitom redakcja „Oriens”, którego redaktorem był ksiądz Jan Urban – jezuita zasłużony dla propagowania katolicyzmu w Rosji²⁹. W czasopiśmie przytaczono szczegółowe informacje dotyczące funkcjonowania w Chinach tej chrześcijańskiej wspólnoty. Pisano między innymi:

W Szanghaju znajduje się liczna kolonia emigrantów rosyjskich, oczywiście wyznania prawosławnego. Prawosławni prowadzą między sobą spory na tle uznania jurysdykcji paru walczących ze sobą biskupów. Wśród kolonji rosyjskiej (obejmujemy tą nazwą także Ukraińców prawosławnych) istnieje możliwość pracy nad zjednaniem jej dla jedności (sic!) ze Stolicą Apostolską. I rzeczywiście jest od kilku lat istniejąca w Szanghaju grupa byłych prawosławnych, którzy do tej jedności powrócili. Podlega ona jurysdykcji administratury apostolskiej wschodniego obrządku w Charbinie [Harbinie] (Mandzurja) na czele której stoi ks. archimandryta Fabjan Abrantowicz z kongregacji Marjanów. Szanghajska parafia liczy około 170 dusz i pozostaje pod duchową opieką archimandryty Mikołaja, który z prawosławia przyłączył się do Kościoła katolickiego³⁰.

Rok później „Oriens” donosił, że w Szanghaju mieszkało już 200 neounitów; w czasopiśmie tym podawano też informacje na temat spraw personalnych wspólnoty tego obrządku (na przykład pisano, że duchową opiekę nad ową społecznością roztoczył archimandryta Mikołaj Aleksiejew – a potem donoszono o zmianach personalnych we wspólnocie neounitów³¹). I chociaż przywoływane w tych artykułach liczby nie są tak

²⁸ A. Schoeneich, *Z niwy misyjnej Kościoła Ewangelickiego – rzut oka na obecny stan misji ewangelickiej wśród pogan*, „Zwiastun Ewangeliczny” 9.05.1937 (nr 19), s. 178.

²⁹ A. Suławka, *Dookoła akcji unijnej. Dwumiesięcznik „Oriens” (1933-1939) jako pismo propagujące neounię w II Rzeczypospolitej*, w: Histmag.org, 13.11.2012, <https://histmag.org/Dookola-akcji-unijnej-Dwumiesiecznik-Oriens-19331939-jako-pismo-propagujace-neounie-w-II-Rzeczypospolitej-7294> (dostęp 27.10.2024).

³⁰ *Wiadomości i Notatki – Katolicy wschodniego obrządku w Szanghaju*, „Oriens” 1.10.1933 (nr 5), s. 159. Warto nadmienić, że dziennikarze mieli tutaj na myśli diasporę rosyjską, która zamieszkiwała od drugiej połowy XIX wieku zarówno Szanghaj, jak i Harbin. Znaczną część mieszkańców Harbinu (powstałego w 1898 roku) stanowili Polacy. Co prawda w większości byli oni (w odróżnieniu od Rosjan) wyznania katolickiego, ale znajdowali się wśród nich również neounici.

³¹ Szanghaj miał być niedługo oddzielony od administracji księdza Abrantowicza i oddany pod opiekę miejscowego wikariusza apostolskiego z zakonu jezuitów. Zob. J. Urban, *Praca dla Uni w Mańdżu-Di-Go*, „Oriens”, 1.08.1934 (nr 4), s. 110-112. W późniejszym czasie opisywano też zmiany personalne, jakie zaszły w tej wspólnocie w 1939 roku. W 1939 z placówki w Szanghaju miał zostać odwołany ojciec Wendelin Jaworka – jezuita obrządku wschodniego. Tym samym na placówce pozostali archimandryta Mikołaj i ojciec Teodor Wilcock z Towarzystwa Jezusowego, posługujący w cerkwi Niepokalanej Dziewicy. Por. *Wiadomości i Notatki...* art. cyt., s. 127; *Wiadomości i Notatki*, „Oriens”, lipiec-sierpień 1939, nr 4, s. 127.

wielkie, jak w przypadku Kościoła katolickiego czy Kościołów prawosławnych, to przecież również świadczą o sukcesie na niwie ewangelizacyjnej tego (niewielkiego przecież) Kościoła w Chinach.

Podsumowując, charakterystyczne dla narracji polskiej prasy międzywojennej było podkreślanie liczebności chrześcijan w Republice Chińskiej za pomocą przywoływania – zarówno w czasopismach katolickich, jak i protestanckich – wyjątkowo precyzyjnych danych. Chociaż dziennikarze podając tak ściśle informacje korzystali prawdopodobnie z konkretnych opracowań, to jednak nie przytaczali na łamach swoich artykułów źródeł (jedynie „Zjednoczenie” wzmiankowało w tym kontekście ogólnie o „watykańskich dokumentach”). Należy też zauważyć, że chrześcijanie, których według prasy międzywojennej było wówczas w Chinach od około 2 mln do 2,7 mln, stanowili wciąż zaledwie ułamek chińskiego społeczeństwa (liczącego w 1928 roku ok. 480 mln mieszkańców³²). Z tego powodu pisanie w kontekście tych danych o chrześcijaństwie „prężnie rozwijającym się” w Państwie Środka nie do końca było zgodne z prawdą. Można więc powiedzieć, że przywoływanie owych statystyk miało charakter propagandowy, a głównym celem artykułów było promowanie chrześcijaństwa i związanych z nim misji w Republice Chińskiej.

Sukcesy na poziomie instytucjonalnym – rozwój chrześcijańskich organizacji, dobre relacje misjonarzy z władzami oraz chrystianizacja chińskich elit

Polska prasa międzywojenna chętnie pisała również o tworzeniu się i prężnym rozwoju w ówczesnych Chinach organizacji chrześcijańskich (zwłaszcza katolickich). Przykładowo w „Iskrach” wspomniano, że w Szanghaju utworzono Ligę Narodowego Zbawienia Chin, odgrywającą szczególną rolę w szerzeniu wiary³³ – natomiast „Zjednoczenie” donosiło o sukcesach Akcji Katolickiej, której działania chińscy katolicy mieli przyjmować „z zapałem”. Dziennikarze tej redakcji pisali między innymi o zaangażowaniu Akcji Katolickiej w działalność prasowo-wydawniczą w na terenie Chin³⁴ i wskazywali na Kongres Akcji Katolickiej w Szanghaju we wrześniu 1933 roku jako na dowód odnoszonych przez tę organizację sukcesów (podkreślano, że o wydarzeniu tym szeroko rozpisowały się również niekatolickie pisma, a udział w nim wzięli zarówno przedstawiciele miasta, jak i chińskiego rządu). Ponadto na łamach „Zjednoczenia” pojawiła się informacja, że jeden z katolickich posłów zdobył głosy pod petycją przeciwko prawu sprzecznemu z wolnością religijną, a pięciu członków Akcji Katolickiej zaproszono na zjazd narodowy, podczas którego dyskutowano o „podniesieniu kultury” Chin. Przywołując te dane, konkludowano: „jednym słowem dotychczasowy rozwój życia katolickiego w Chinach ukazuje jak najlepsze nadzieje na przyszłość”³⁵. Według „Zjednoczenia” Kościół katolicki w Państwie Środka stał się potęgą, z którą musiał liczyć się świat.

³² K. Tomala, *Rozwój demograficzny Chin w XX wieku*, „Dzieje Najnowsze” 2000 R. 32/1, s. 178.

³³ *Z szerokiego świata*, art. cyt., s. 301.

³⁴ *Wiadomości zza granicy – Akcja Katolicka w Chinach*, „Zjednoczenie”, styczeń 1936 (nr 1), s. 15-16.

³⁵ Tamże.

Redakcje katolickie często podkreślały dobre relacje misjonarzy z narodem chińskim, chętnie opisując spotkania przedstawicieli zachodnich władz kościelnych z chińskimi politykami. Według „Iskier” ważnym wydarzeniem w tym kontekście było zorganizowane 14 maja 1934 r. spotkanie delegata Stolicy Apostolskiej Lin Sena z prezydentem Chin. Dziennikarze odnotowali, że odczytano wtedy list od Ojca Świętego Piusa XI, w którym papież podkreślał rolę misji katolickich dla pomyślności i postępu Chin, a także optował za dalszym rozwijaniem dobrych relacji między misjonarzami a narodem chińskim³⁶. Z kolei dziennikarze „Światowida” informowali, że papież udzielił sakry biskupiej pięciu Chińczykom, którzy w najbliższej przyszłości mieli objąć diecezje w swojej ojczyźnie.

Według relacji polskich dziennikarzy misje chrześcijańskie w Chinach odnosiły sukcesy również dzięki poparciu ich przez chińskie progresywne elity. O popularności chrześcijaństwa wśród chińskich elit pisał Henryk Liński, dziennikarz pracujący dla czasopisma „Na Szerokim Świecie”. Wedle jego relacji wiara w Chrystusa (szczególnie w wydaniu katolickim) stawała się w Państwie Środka coraz bardziej powszechna wśród jego dowództwa i polityków. Zjawisko to było według tego dziennikarza o tyle ważne, że członkowie elit byli jego zdaniem płomiennymi patriotami i należeli do „najpożyteczniejszych” obywateli³⁷. Prasa donosiła również, że chrześcijaństwo zyskało w Kraju Środka potężnego orędownika w postaci ówczesnego chińskiego przywódcy – Czang Kaj-szeka. To dzięki promowaniu przez niego wartości chrześcijańskich misje w Republice Chińskiej miały prężnie się rozwijać i tym samym pozytywnie wpływać na sytuację wewnętrzną tego kraju. Aleksander Schoeneich – redaktor „Zwiastuna Ewangelicznego” – informował, że Czang Kaj-szek wraz ze swoją matką, żoną i dziećmi są metodystami³⁸. Jak przekonywał dziennikarz, przywódca był nie tylko wielkim politykiem, ale również i „przekonanym” chrześcijaninem: świadczyć o tym miał fakt, że przyjęcie przez niego chrztu poprzedzone było długim przygotowaniem wewnętrznym oraz głębokimi rozmyślaniami religijnymi. Działania Czang Kaj-szeka miała też wspierać jego żona, przekonana, że chrześcijaństwo pomoże Chinom „wydźwignąć się z niewoli”³⁹.

Dziennikarze (zwłaszcza „Zwiastuna Ewangelicznego”) chętnie przywoływali również wypowiedzi chińskich polityków na temat wielkiego znaczenia chrystianizacji dla rozwoju Chin. Pisano w tym kontekście o doktorze Chengtinga Thomasa Wanga (Wang Zhengtinga), byłym ministrze spraw wewnętrznych, który powiedział, że Chiny od upadku (w tym od japońskiej okupacji) może uratować jedynie chrześcijaństwo. Według relacji prasowych pogląd ten był również podzielany wśród chińskich elit⁴⁰. Innym przykładem tej tendencji jest relacja prasowa na temat zorganizowania w Nankinie przez

³⁶ T. R., *Precz z zabobonami*, „Iskry”, 24.11.1934 (nr 12), s. 186.

³⁷ H. Liński, *Nankin we krwi obchodził święto narodowe*, „Na Szerokim Świecie”, 17.10.1937 (nr 42), s. 7.

³⁸ A. Schoeneich, *Dzieje Kościoła Ewangelickiego w r. 1930*, „Zwiastun Ewangeliczny”, 7.02.1932 (nr 6), s. 42; *Położenie religijne w Chinach*, „Zwiastun Ewangeliczny”, 25.01.1931 (nr 4), s. 16-17.

³⁹ A. Schoeneich, *Z niwy misyjnej...*, art. cyt., s. 169.

⁴⁰ *Z Chin*, „Zwiastun Ewangeliczny”, 11.03.1934 (nr 10), s. 70; W., *Chiny*, „Zwiastun Ewangeliczny”, 24.07.1932 (nr 30), s. 239.

Dawida Qui (generalnego sekretarza chińskich związków młodych mężczyzn) – na prośbę Czang Kaj-szeka i jego żony – koła modlitewnego, którego celem miała być codzienna modlitwa do Boga o pomoc Chinom⁴¹. Pisano również o chińskim przywódcy i warlordzie Feng Yuxiang (zwanym powszechnie „chrześcijańskim generałem”), który przyjmując deputację chrześcijańskich studentów miał powiedzieć, że wiara w Chrystusa jest niezbędna do reformy Chin oraz przezwyciężenia kryzysu materialnego i moralnego tego państwa. „Zwiastun Ewangeliczny” zacytował tu zdanie Yuxianga, który twierdził, że wodzowie i mężowie stanu muszą tak jak Chrystus oddać życie za swój kraj, aby zbawić ludzkość⁴². W tym duchu na łamach tej gazety donoszono też, że generał Chen Chang i zarazem szef sztabu generała Fenga założył z trzema Chińczykami Towarzystwo Biblijne dla Chin Wschodnich⁴³.

Prasa polska łączyła też w swoich przekazach wprowadzanie chrześcijańskiej nauki z modernizacją państwa. Zgodnie z tą narracją chrześcijaństwo przyczyniło się do przyjęcia przez chińskie elity zachodnich wzorców. Według polskich dziennikarzy sytuacja ta korzystnie wpływała na społeczeństwo chińskie, a tym samym przyczyniała się do poprawy sytuacji w tym kraju. W tym duchu redaktor Schoeneich ze „Zwiastuna Ewangelicznego” przekonywał, że Czang Kaj-szek zasłużył się dla chrześcijańskich misjonarzy promowaniem ruchu „Nowe Chiny”, którego celem było wprowadzenie do Kraju Środka nowoczesnych (bazujących na zachodnich) wzorców kulturowych. Dziennikarz donosił także, że wspomniany ruch objął wielkie połacie kraju, zyskując najwięcej zwolenników wśród młodzieży. Na tej podstawie Schoeneich prognozował, że Czang Kaj-szek zapobiegnie wszelkim tendencjom antyreligijnym w państwie, a prześladowania chrześcijan za jego rządów ustaną⁴⁴.

Polscy dziennikarze słusznie zauważali, że wielu przedstawicieli chińskich elit przyjmowało religię chrześcijańską – przeceniali jednak jej rolę w modernizacji Państwa Środka. Zapoczątkowany przez Czang Kaj-szeka Ruch Nowego Życia był wprawdzie pierwszą państwową kampanią nowoczesnych Chin, która (popierając korzystne reformy) miała działać na rzecz polepszenia sytuacji kraju. Jednak propagowana przez ten ruch odbudowa narodu poprzez odnowę moralną mieszkańców Państwa Środka nie miała się opierać wyłącznie na chrześcijaństwie. Czang Kaj-szek, pomimo publicznego przyjęcia chrztu w 1930 r., dążył bowiem do zjednoczenia Chińczyków przede wszystkim za pomocą propagowania konfucjańskich cnót: kładł on silny nacisk na wdrażanie w życie koncepcji konfucjańskich, w tym uporządkowania, kolektywnego działania i przywiązania do tradycji. Była to odpowiedź przywódcy na Ruch Nowej Kultury, który postulował przejmowanie zachodnich wzorców. Czang Kaj-szek był bowiem krytyczny względem Zachodu – oskarżał zachodnie kraje o to, że przyczyniły się do wywołania ówczesnej

⁴¹ *Z Chin...*, art. cyt., s. 70.

⁴² Tamże.

⁴³ A. Schoeneich, *Kościół Ewangelicki...*, dz. cyt., s. 129.

⁴⁴ Tenże, *Nawrócenie Tsziangkajszeke Prezydenta Rzeczypospolitej Chińskiej*, „Zwiastun Ewangeliczny”, 21.02.1932 (nr 8), s. 59.

ciężkiej sytuacji w Chinach (miał przy tym na myśli zacofanie tego kraju, który dodatkowo narażony był wówczas na japońską agresję⁴⁵).

Innym wątkiem narracji polskich gazet było informowanie o działaniach chińskich chrześcijan, którzy łączyli idee chrześcijaństwa z tradycyjną religią Chin (konfucjonizmem) i w ten sposób wywierali pozytywny wpływ na moralność narodu chińskiego. Polsko-tatarska dziennikarka Dżennet Dżabagi-Skibniewska na łamach „Mojej Przyjaciółki” w tym kontekście pozytywnie pisała o zapoczątkowanym przez Chang Kaj-szeka Ruchu Nowego Życia. Wedle jej relacji ruch ten miał z jednej strony zbliżyć Chiny z Europą, a z drugiej strony jego celem było odrodzenie narodu chińskiego poprzez wychowywanie go na zasadach konfucjanizmu – proponowany przez „Nowe Życie” system opierał się bowiem na czterech konfucjańskich zasadach (*li* – grzeczności, *yi* – obowiązkowości i usługowości, *lian* – czystości i cnotliwości, *chi* – wspaniałomyślności i honorowości), mających mieć zastosowanie w codziennym życiu. Dziennikarka z dumą konkludowała, że pod wpływem owego ruchu rząd nankiński nakazał likwidację domów gry i nierządu, zwalczał palenie opium, a także zakazał drukowania artykułów i ogłoszeń o niemoralnej treści⁴⁶.

Najprawdopodobniej tak pozytywna diagnoza polskiej prasy na temat wpływu chrześcijaństwa na poglądy i działalność chińskich elit wynikała z dziennikarskiej nieznamomości niuansów związanych z Ruchem Nowe Chiny – ale można także tłumaczyć ją usilną chęcią nobilitowania roli wiary w Jezusa Chrystusa w przyczynianiu się do poprawy sytuacji społecznej w tym – zarazem rozwiniętym i o bogatej kulturze, jak i odległym od polskich realiów – państwie.

W stronę idealizacji – polska prasa o działalności chrześcijańskich misjonarzy na terenie Chin

Światli i nieskazitelni – narracja o chrześcijańskich misjonarzach w Chinach

Polska prasa międzywojenna dużo uwagi poświęciła opisom chrześcijańskich misji w Chinach. Zdaniem dziennikarzy chrześcijańskie misje stały się dla ówczesnych Chin źródłem cywilizacji i postępu społecznego. Często wskazywali oni, że misjonarze (wszystkich zresztą obrządków chrześcijańskich) pełnili ważną rolę w szerzeniu w Chinach oświaty i zapewnieniu ich mieszkańcom opieki zdrowotnej. Tu również posiłkowano się imponującymi statystykami: przykładowo w 1932 roku redaktorzy „Zwiastuna Ewangelickiego” zwracali uwagę na fakt, że protestanci założyli 7000 szkół, 200 kolegiów i 330 szpitali⁴⁷. Cztery lata później na łamach tej samej prasy pisano, że Kościół ewangelicko-luterski, pomimo „bardzo trudnych warunków”, prowadził 7 szkół średnich, 8 szkół biblijnych, 2 szkoły teologiczne i 2 sierocińce – natomiast 13 misjonarzy z tej wspólnoty wyznaniowej

⁴⁵ T. Łozińska, *Myśl polityczna Czang Kaj-szeka*, Kraków 2017, s. 146-153; W. Chai, *Chiang Kai Shek*, w: L. Cheng (red.), *Berkshire Encyclopedia of China*, V.1., Massachusetts 2009, s. 320-322.

⁴⁶ D. Dżabagi-Skibniewska, *Madame Czang-Kai-Czek*, „Moja Przyjaciółka”, 10.03.1939 (nr 5), s. 114-115.

⁴⁷ *Misjonarze protestanczy w Chinach*, „Zwiastun Ewangeliczny”, 6.11.1932 (nr 45), s. 258.

pracowało w ośmiu szpitalach jako lekarze⁴⁸. Rok później „Zwiastun” podawał, że Kościół luterański nadal posiadał w Państwie Środka: 7 szkół średnich, 8 szkół biblijnych, 2 szkoły teologiczne, 2 sierocińce oraz już nie 13, ale 20 lekarzy misyjnych w szpitalach. Donoszono również o tym, że w tym czasie przeprowadzono w nich 1621 operacji, a 106 021 razy udzielono Chińczykom pomocy lekarskiej⁴⁹. Wedle relacji prasowych wśród misjonarzy znajdowało się także wielu Polaków. Redakcja „Światowida” pisała więc o udziale w misjach polskich duchownych z zakonu OO. Misjonarzy w Krakowie⁵⁰, a na łamach „Iskier” podano, że w Chinach działało 400 szkół katolickich z 56 tysiącami uczniów⁵¹.

Uwagę prasy zwracała działalność edukacyjna misjonarzy kierowana zwłaszcza do ubogich obywateli Chin. Redakcja „Oriens” informowała na przykład, że 15 stycznia 1938 roku na terenie Szanghaju pracę podjęło siedem irlandzkich sióstr zakonnych z kongregacji św. Kolumba, które niezwłocznie założyły szkołę początkową z internatem przeznaczoną dla dziewcząt pochodzących z ubogich rodzin rosyjskich emigrantów. Informowano, że choć na początku do wspomnianej placówki chodziło tylko 16 dziewczynek, to ich liczba szybko rosła. Tezę tę ilustrowały przywoływane przez dziennikarzy statystyki. Pół roku po założeniu szkoły uczennic miało być już 39; we wrześniu 1938 roku szeregi szkoły zasiłło 80 nowych młodych Rosjank, a rok później wychowanek było już w sumie 130. „Oriens” donosił też, że dziewczynki przygotowywały się w placówce do egzaminów szkolnych, albo „przerabiały buchalterię” (księgowość)⁵².

Wątek ukazywania misjonarzy jako działaczy zaangażowanych w pomoc najbardziej ubogim Chińczykom często przybierał w polskiej prasie postać opowieści o niezwykłych jednostkach, wybitnych duchownych. Przykładowo dziennikarze „Zwiastuna Ewangelicznego” z entuzjazmem opisywali działalność ewangelickiego misjonarza George’a Sherwooda Eddy’ego, chwając go za działalność charytatywną na niwie walki z tragiczną sytuacją chińskich robotników⁵³. Z kolei jeden z dziennikarzy czasopisma „Na Szerokim Świecie” wspominał o bohaterskiej postawie pewnego (niestety niewymienionego z imienia i nazwiska) jezuitę, który podczas wielkiej powodzi i zarazem działań zbrojnych w Nankinie zaopiekował się dziewięciorgiem osieroconych dzieci i nawet zdołał wyprosić u admirała Nomury czterogodzinne zawieszenie broni⁵⁴. Najprawdopodobniej dziennikarz pisał wówczas o katolickim misjonarzu o. Jacquincie de Basange’u, który zasłynął z podobnych działań⁵⁵. Inną legendarną postacią opisywaną przez polską międzywojenną

⁴⁸ A. Schoeneich, *Kościół Ewangelicki...*, art. cyt., s. 129.

⁴⁹ Tenże, *Z niwy misyjnej...*, art. cyt., s. 178.

⁵⁰ *Chińczycy biskupami*, „Światowid”, 8.07.1933 (nr 28), s. 2.

⁵¹ *Z zagranicy*, „Iskry”, 19.09.1931 (nr 40), s. 592.

⁵² *Wiadomości i Notatki*, „Oriens”, lipiec-sierpień 1938 (nr 4), s. 127; *Wiadomości i Notatki*, „Oriens”, lipiec-sierpień 1939 (nr 4), s. 127.

⁵³ *Praca dla Boga w Chinach*, „Zwiastun Ewangeliczny”, 5.07.1931 (nr 27), s. 206.

⁵⁴ Z.S. Nieski, *Gdy smok się broni*, „Na Szerokim Świecie”, 28.02.1932 (nr 9), s. 5.

⁵⁵ Jak donoszą historycy, duchowny ów utworzył na terenie Koncesji Francuskiej (wraz z kilkudziesięcioma pomocnikami) tymczasowy ośrodek dla Chińczyków, którzy wyniku japońskich działań wojennych stracili dobytek całego życia. W pewnym momencie pod jego opieką znalazło się aż 250 tysięcy osób. Ojciec Jacquinot

prasę był ojciec Frederick Feodor Wilcock, który w tym samym czasie w Szanghaju założył sportowy klub dla ubogich rosyjskich dzieci (tym razem byli to chłopcy). W 1939 r. do tego klubu należało 40 członków. Polska prasa pisała też, że rok wcześniej wspomnianym dzieciom chciał pomóc marianin Wendelin Jaworka. Planował on założyć internat, by wspierać chłopców finansowo i (czego pragnął) wychować ich na przyszłych kapłanów katolickich. Na łamach „Oriensu” podkreślano, że duchowny nie ograniczył się jedynie do obietnic – w sierpniu 1938 roku pozyskał on plac pod budowę internatu⁵⁶.

Innym sposobem ukazywania pozytywnej roli chrześcijaństwa w Chinach było przywoływanie przez polskich dziennikarzy postaci chińskich neofitów, którzy po nawróceniu się prowadzili szeroko zakrojoną działalność dobroczynną, dając w ten sposób jak najlepsze świadectwo swojej nowej wierze. Czytelnicy polscy mogli dzięki rodzimej prasie zapoznać się na przykład z osobą chińskiego filantropa i zarazem chrześcijanina Lu Bohonga, założyciela szpitala św. Józefa w Szanghaju. „Przegląd Katolicki” zwracał uwagę, że wspomniany dobroczyńca nie tylko służył z pomocy ubogim, ale również posiadał wpływy polityczne i wojskowe, które umożliwiły działalność w Chinach Akcji Katolickiej⁵⁷. Należy przy tym, zauważyć, że dziennikarze opisywali zwłaszcza te aspekty działalności misjonarzy, które były szczególnie istotne dla czytelników danego prasowego tytułu. Dlatego dziennikarze „Życia Dziecka” podkreślali, że Lu Bohong zamierzał wybudować w Szanghaju z własnych funduszy nowoczesny sierociniec dla 4000 dzieci, a także nieodpłatną szkołę dla ubogich dziewcząt⁵⁸.

Często relacje prasowe na temat misjonarzy podkreślały ich zasługi, a pomijały zwyczajne fakty z ich życia czy nawet związane z ich działalnością kontrowersje. Tendencję tę można interpretować jako przejaw idealizacji działalności chrześcijan w Chinach przez polskich dziennikarzy, mającej prawdopodobnie na celu podkreślenie korzystnego wpływu wiary chrześcijańskiej na chińskie społeczeństwo. Przykładowo opisując zasługi ojca Wendelina Jaworka w ewangelizacji chińskiej młodzieży nie informowano o jego wieloletnim doświadczeniu pracy w kościelnych władzach i na niwie misyjnej (zakonnik ten pełnił w latach 1929-1934 i 1939-1941 funkcję rektora rzymskiego Collegium Russicum oraz był prefektem proseminaryjnym w Liceum im. Św. Mikołaja. Posługę misyjną pełnił natomiast początkowo w Harbinie, a następnie w Szanghaju⁵⁹). Wydaje się, że podanie jedynie skrótowych informacji o duchownym miało na celu zaciekawienie czytelnika nietuzinkową informacją i „stworzenie legendy” przedsiębiorczego misjonarza. Bywało

wyjednał również od Japończyków respektowanie praw swoich podopiecznych. Choć sam misjonarz działał przede wszystkim w Szanghaju, to jego działania dały impuls do powstania kolejnych stref bezpieczeństwa w takich miastach jak, Nankin, Hankou, Zhangzhou, Shenzhen. Zob. J. Polit, *Gorzki Triumf – wojna chińsko-japońska 1937-1945*, Kraków 2013, s. 11; tenże, *Japońska polityka zagraniczna 1895-1945*, Kraków 2015, s. 170.

⁵⁶ Tamże.

⁵⁷ *Lo Pa Hong – chiński Ozanam (w rocznicę jego śmierci)*, „Przegląd Katolicki”, 25.12.1938 (nr 50), s. 806-807.

⁵⁸ *Sierociniec w Szanghaju (Chiny)*, „Życie Dziecka”, marzec 1937 (nr 3), s. 94.

⁵⁹ A. Majdowski, *Kościół katolicki w Cesarstwie rosyjskim: Syberia, Daleki Wschód, Azja Środkowa*, Warszawa 2001, s. 235 i 300.

też, że prasa pomijała mniej chlubne bądź kontrowersyjne aspekty biografii głosicieli chrześcijaństwa. Na przykład opisując działalność charytatywną misjonarza George'a Sherwooda Eddy'ego „Zwiastun Ewangeliczny” nie informował, że był on postacią kontrowersyjną⁶⁰. Tymczasem duchowny, który sam siebie określał mianem chrześcijańskiego socjalisty, sympatyzował z komunistami ze Związku Radzieckiego, a także negocjował informacje dotyczące dokonywanych przez nich zbrodni, w tym wywołania Wielkiego Głodu w Ukrainie⁶¹. Innym przykładem idealizacji misjonarzy były wspomniane wyżej relacje polskich gazet na temat charytatywnej działalności Lu Bohonga, w których nie było żadnej wzmianki o jego (wprawdzie wymuszonych) powiązaniach ze Związkiem Szanghajczyków (organizacją kolaborującą z Japończykami okupującymi wtedy to miasto)⁶².

Podsumowując, polska prasa ukazywała zachodnich misjonarzy oraz chińskich chrześcijan z jak najlepszej strony, akcentując ich działalność charytatywną oraz społeczną i w ten sposób ukazując zasługi chrześcijaństwa dla narodu chińskiego (zwłaszcza w zakresie służby zdrowia i edukacji). Niekiedy relacje prasowe na temat misjonarzy dotyczyły wyłącznie ich zasług i przybierały formę tworzenia legend o wielkich postaciach.

2.2. Narracja o niedocenianiu i prześladowaniu misjonarzy

Polska prasa międzywojenna budowała pozytywny wizerunek chrześcijańskich misjonarzy nie tylko przez opisywanie ich osiągnięć, ale również przez ukazywanie ponoszonych przez nich trudności. Przykładowo dziennikarze „Oriens”, chwalać charytatywną działalność sióstr zakonnych, ubolewali nad tym, że pomimo popularności założonej przez nie szkoły siostry miały problem z zakupem domu i były zmuszone wynajmować lokal⁶³. Pisano też o poważniejszych trudnościach, z jakimi zmagali się w Państwie Środka misjonarze. Wspomniany redaktor Schoeneich z redakcji „Zwiastuna” ze smutkiem opisywał trudną sytuację ewangelickich misji znajdujących się w czasie międzywojnia w ręku wojsk japońskich, które rabowały i niszczyły ich urzędnice, domy i gospodarstwa⁶⁴.

⁶⁰ *Praca dla Boga w Chinach*, „Zwiastun Ewangeliczny”, 5.07.1931 (nr 27), s. 206.

⁶¹ B. Stanley, *The Legacy of George Sherwood Eddy*, „International Bulletin of Missionary Research”, July 2000, s. 128-131.

⁶² Lu Bohong, znany również jako Joseph Lo Pa Hong (1875-1937), był filantropem, przedsiębiorcą oraz od 1913 r. prezydentem Akcji Katolickiej w Chinach. Od 1922 roku kierował Chinese Electric Company, a od 1928 roku zarządzał Nanto Water Company. Ponadto w 1925 r. założył Wuxhing Iron and Steel Company a w 1929 r. – Da Cheng Shipping Company. Zdołane fundusze, przeznaczał na liczne cele charytatywne. Założył przy tym cztery szpitale oraz liceum. Por. D. Austin, *„Kingdom – Minded” People: Christian Identity and the Contributions of Chinese Business Christians*, Leide, Boston, 2011, s. 171-172; Lu Bohong, w: *BDCC – Biographical Dictionary of Chinese Christianity*, www.bdconline.net/en/stories/lu-bohong (dostęp 31.10.2022).

⁶³ *Wiadomości i Notatki*, „Oriens”, lipiec-sierpień 1938 (nr 4), s. 127; *Wiadomości i Notatki*, „Oriens”, lipiec-sierpień 1939 (nr 4), s. 127.

⁶⁴ A. Schoeneich, *Z niwy misyjnej...*, art. cyt., s. 169.

Dziennikarze kreowali również pozytywny wizerunek chrześcijaństwa w Chinach donosząc o cierpieniach i prześladowaniach, które spotykały misjonarzy oraz chińskich chrześcijan. Polska prasa opisywała cierpienia misjonarzy doznane ze strony chińskich komunistów, zdając sprawę z działań skierowanych przeciwko chrześcijanom w Fujian i Jiangxi oraz w prowincjach sowieckich. Systematycznie donoszono też o aktach przemocy, do których dochodziło szczególnie w Kaszgarze i Xinjiangu. Dziennikarze „Zwiastuna Ewangelicznego” zgodnie z prawdą relacjonowali, jak komuniści niszczyli kościoły i kaplice, a nawet dopuszczali się morderstw na społeczności chińskich chrześcijan⁶⁵. Redakcja regularnie przytaczała również historie chińskich męczenników – ofiar komunistów, wśród których znaleźli się Ho Jianggei, Zhang Lao, Shu Erha wraz z żoną, matką i siostrą, Zhao Jizheng, Zhao Hunmao, Fan Shu czy Wang Xin⁶⁶.

Dziennikarze relacjonując działalność chrześcijan w Chinach, nierzadko tropili też i wskazywali pola, na których byli oni niedoceniani. Tak było w przypadku relacjonowania działalności ewangelickiego misjonarza George’a Sherwooda Eddy’ego. Opisując jego działalność związaną z pomocą chińskim robotnikom, „Zwiastun Ewangeliczny” zwracał uwagę na niewdzięczność Chińczyków wobec jego osoby. Wedle relacji tego periodyku chińska prasa komunistyczna przemilczała bowiem fakt, że to właśnie ów chrześcijanin jako pierwszy zwrócił uwagę na niedolę chińskich pracowników. Zdaniem dziennikarza było to o tyle rażące, że komuniści kontynuowali w pewnym sensie później misję Eddy’ego, korzystając z opracowanych przez niego materiałów⁶⁷.

Kompetencje międzykulturowe polskich dziennikarzy – w stronę krytycznego spojrzenia na chrześcijańskie misje

Niektórzy polscy dziennikarze słusznie zachowywali ostrożność w przedstawianiu sukcesów misji chrześcijańskich w Chinach. Bardziej sceptyczny względem osiągnięć katolickich misjonarzy w Chinach był na przykład „Przegląd Katolicki”. Pracujący w tym periodyku Andrzej Krzesiński ubolewał, że praca misyjna na Dalekim Wschodzie posuwała się zbyt wolno. Dziennikarz ten miał rację wskazując, że misjonarzy katolickich czekało jeszcze w Chinach dużo pracy⁶⁸ – bo chociaż misje katolickie oczywiście się rozwijały, to jednak ów rozwój nie był ani tak szybki, ani ich działalność tak szeroka, jak w przypadku pozostałych chrześcijańskich wyznań⁶⁹. Dziennikarz ten wykazał się też dużą wiedzą na temat kulturowych problemów związanych z misjami: był świadomy możliwości negatywnego odbioru misji przez Chińczyków jako tożsamy z polityczną i religijną dominacją. Krzesiński miał rację – chociaż w latach 30-tych XX w. chrzest (najczęściej w Kościołach protestanckich) przyjęło wielu wykształconych Chińczyków (w tym rów-

⁶⁵ A. Schoeneich, *Z niwy misyjnej* s. 169.

⁶⁶ Tenże, *Chińscy męczennicy*, „Zwiastun Ewangeliczny”, 28.06.1931 (nr 26), s. 195-196.

⁶⁷ *Praca dla Boga w Chinach*, „Zwiastun Ewangeliczny”, 5.07.1931 (nr 27), s. 206.

⁶⁸ A. Krzesiński, *Jak pozyskać Daleki Wschód dla ideałów chrześcijańskich*, „Przegląd Katolicki”, 30.04.1939 (nr 18), s. 275-277.

⁶⁹ R.G. Tiedemann, *Christianity*, w: L. Cheng (red.), *Berkshire...*, dz. cyt., s. 390-393.

niez prominentnych polityków, takich jak Czang Kaj-szek jego żona Song Meiling czy prezydent Sun Yatsen⁷⁰), to wśród niewykształconych Chińczyków chrześcijaństwo budziło raczej negatywne skojarzenia. Wynikały one z odmienności religijnych i kulturowych przybyszy z Zachodu. Jak podkreśla Jakub Polit, zaskoczeniem dla Chińczyków było na przykład to, że chrześcijanie nie praktykowali kultu przodków, mężczyźni nie posiadali konkubin, kobiety nie miały skrępowanych stóp, nie pracowano w niedzielę, a przedstawiciele obu płci wspólnie się modlili – co poczytywano za wyjątkowo niemoralne zachowanie⁷¹. Wspomniany dziennikarz „Przeglądu Katolickiego” zdając sobie sprawę z tych konfliktów aktywnie poszukiwał sposobów, aby poprawić komunikację pomiędzy tymi dwoma kulturami. Z tego powodu radził misjonarzom, aby wspomagali mieszkańców Państwa Środka w codziennym życiu jako lekarze, pielęgniarki i nauczyciele, oraz by szukali sojuszników w osobach wpływowych i wśród tamtejszej inteligencji. Dzięki tym zabiegom poddani Czang Kaj-szeka mieli przestać kojarzyć szerzenie katolicyzmu z próbą zapanowania Europejczyków w Azji⁷².

Polscy dziennikarze wykazywali się także dużą wiedzą historyczną oraz związaną z tym znajomością problematyki kulturowej, próbując dociekać przyczyn konfliktów misjonarzy z Chińczykami. Byli oni świadomi istniejącego w tamtych czasach konfliktu kulturowego pomiędzy chrześcijańskimi misjonarzami a komunistami zajmującymi wspomniane prowincje Fujian i Jiangxi. Wiedzieli, że komuniści nierzadko oskarżali zachodnich misjonarzy o prowadzenie polityki „kulturowego imperializmu”, krytykując związany z chrystianizacją proces przejmowania przez obywateli Chin zachodnich zwyczajów – a o samym chrześcijaństwie wypowiedali się w kategoriach przesądów⁷³. Innym dziennikarzem, który dobrze rozpoznawał kulturowe tło nieporozumień między komunistami a misjonarzami, był wspomniany już redaktor „Zwiastuna Ewangelicznego” Aleksander Schoeneich. Dziennikarz ten wyjaśniał bowiem czytelnikom, że komuniści interpretowali chrześcijańskie nauczanie i wychowanie w kategoriach „rabunku kulturowego”, a atakując chrześcijańskie misje chcieli bronić rodzimą ludność przed zachodnią ekspansją. Dziennikarz miał rację wskazując, że wrogość, a nawet przemoc, z jaką nierzadko spotykali się chrześcijańscy duchowni ze strony mieszkańców Państwa Środka, wynikała z uprzedzeń kulturowych. Wielu Chińczyków postrzegało bowiem chrześcijaństwo jako obcą, zachodnią religię i kojarzyło ją z niesprawiedliwościami, jakich ich kraj doznał od państw zachodnich w XIX wieku. Te same przyczyny zdaniem Schoeneicha

⁷⁰ N. Standaert, R.G. Tiedemann (red.), *Handbook...*, dz. cyt., s. 619. Wyznawcami Chrystusa byli również: prezydent Sun Yatsen, trzej chińscy ministrowie spraw zagranicznych: Wang Zhengting, Yan Huiqing, Gu Weijun (Wellington Koo) oraz minister finansów Kong Xiangxi (H. H. Kung) – tamże.

⁷¹ J. Polit, *Chiny*, Kraków 2004, s. 38.

⁷² A. Krzesiński, *Jak pozyskać Daleki Wschód dla ideałów chrześcijańskich*, „Przegląd Katolicki”, 30.04.1939 (nr 18), s. 275-277.

⁷³ N. Standaert, R.G. Tiedemann (red.), *Handbook...*, dz. cyt., s. 673.

powodowały, że lokalne chińskie władze ograniczały działalność i autonomię misji⁷⁴. Tego typu refleksję polskich dziennikarzy należy uznać za uczciwą i zasługującą na pochwałę.

Co ciekawe, redakcje polskich czasopism opisując przemoc doznaną przez misjonarzy ze strony chińskich komunistów nie poprzestawały na potępieniu ich agresji, ale zwracały też uwagę na fakt, że za popełniane przez Chińczyków zbrodnie odpowiedzialny jest w pewnym stopniu Zachód. Na przykład wspomniany już Aleksander Schoeneich ze „Zwiastuna Ewangelicznego” zwracał uwagę, że to Europejczycy rozpropagowali w Chinach bolszewizm i faszyzm⁷⁵. Dziennikarz ten dowodził również, jak niekorzystny wpływ na rozwój chrześcijańskich misji w Chinach miała postawa „chrześcijańskich narodów”, prowadzących rozpustny styl życia⁷⁶. Ten zły przykład europejskich krajów, w których chrześcijaństwo było dominującą religią, miał być wedle tego dziennikarza przyczyną zbyt powolnej chrystianizacji społeczeństwa chińskiego. Należy jednak zaznaczyć, że narracja ta przyjmowała jednak zbyt mocno chiński punkt widzenia – dziennikarze często powtarzali bowiem (pewnie nieświadomie) slogany Czang Kaj-szeka, który nierzadko (wraz z innymi chińskimi myślicielami) uznawał chińską moralność i duchowość opartą na konfucjanizmie za stojącą wyżej niż zachodnia (w domyśle: chrześcijańska), a z Zachodu polecał czerpać jedynie kulturę materialną.

Warto też zauważyć, że w obliczu problemu różnic kulturowych to protestanci łatwiej wchodził w dialog z kulturą chińską. Świadomi uprzedzeń Chińczyków do chrześcijan, stosowali oni nierzadko nowatorskie metody ewangelizacji szanujące kulturę chińską. Przykładem może być wspomniana przez polską prasę postać misjonarza Sherwooda Eddy’ego, który usiłował dotrzeć z Dobrą Nowiną do najuboższych mieszkańców Chin i postulował, by celem ewangelizacji nie było „wygranie debaty”, ale „zdobycie serc ludzi”⁷⁷. Metoda przekazywania prawd wiary Sherwooda Eddy’ego wywarła zresztą później przemożny wpływ na późniejsze prowadzenie akcji ewangelizacyjnych: protestanci tworzyli w Chinach struktury kościelne, w których dobrze odnajdywali się lokalni, chińscy chrześcijanie, i które włączały w chrześcijańskie praktyki pewne elementy tradycyjnych wierzeń Chińczyków. Już w latach 20. XX wieku w Chinach działało wiele międzywyznaniowych Kościołów chrześcijańskich, w których tworzeniu ważną rolę pełnili lokalni

⁷⁴ A. Schoeneich, *Dzieje Kościoła...*, art. cyt., s. 16-17.

⁷⁵ Tenże, *Z niwy misyjnej...*, art. cyt., s. 169.

⁷⁶ Tamże.

⁷⁷ Aby być bliżej Chińczyków i wzbudzić ich zaufanie, Sherwood Eddy nauczył się m.in. języka tamilskiego. dostrzegał bowiem, że niezrozumienie działalności misyjnej w krajach Azji i nieufność chińskich obywateli wobec misjonarzy mogły się wiązać z obawą przed kolonializmem. Sam popierał ideę samostanowienia narodów, głosząc, że tworzeniem struktur kościelnych powinni zajmować się nie tylko misjonarze, ale też przedstawiciele lokalnych społeczności. George Sherwood Eddy zasłynął również ze swoich licznych podróży, m.in. do Japonii, Filipin, Turcji, Palestyny, Iraku, Egiptu carskiej Rosji, a później Związku Radzieckiego. Znany był także z wieloletniej działalności misjonarskiej w Indiach i Chinach. Jako ciekawostkę można dodać, że podczas swojego czteromiesięcznego pobytu w Chinach w 1935 roku namówił do przyjęcia chrztu 2476 mieszkańców Państwa Środka. Zob. W B. Stanley, *The Legacy of George Sherwood Eddy*, „International Bulletin of Missionary Research”, July 2000, s. 128-131.

duchowni. W tym samym czasie powstała protestancka Narodowa Rada Chrześcijańska, która zajmowała się koordynacją poszczególnych wspólnot. Na terenie Chin działało również wielu charyzmatycznych kaznodziejów, będących obywatelami Państwa Środka, w tym Wang Mingdao oraz Song Shangjie (John Sung). Z kolei sytuacja misji katolickich zaczęła się poprawiać dopiero po 1939 roku, kiedy papież Pius XII pozwolił chrześcijanom uczestniczyć w obrzędach związanych z kultem przodków⁷⁸.

Polscy dziennikarze nie zawsze jednak doceniali wkład w ewangelizację Chin protestantów i prawosławnych. Na przykład na łamach „Zjednoczenia” błędnie wskazywano, że potęgą w tym kraju stał się Kościół katolicki⁷⁹. Trzeba jednak przyznać, że niekiedy polska prasa doceniała rolę niekatolickich głosicieli Ewangelii w chrystianizacji Chin – na przykład redaktor „Zwiastuna Ewangelickiego” Aleksander Schoeneich słusznie zauważał, że ważną rolę w szerzeniu tam chrześcijaństwa odgrywali protestanci, w tym ewangelicy. Z kolei redaktor „Oriensu” Jan Urban nie mylił się, dostrzegając, że ważną rolę w ewangelizacji Harbinu i Szanghaju odgrywali neounicy⁸⁰.

Warto dodać, że prasa polska nie zawsze precyzyjnie interpretowała polityczno-kulturową sytuację misji chrześcijańskich w Chinach. Nie pisano bowiem w ogóle o tym, że wrogiem Kościołów chrześcijańskich w Kraju Środka były także japońskie władze okupacyjne, które na podległych sobie terenach zwalczały przejawy ich działalności, upatrując w nich źródło zachodnich wpływów. Ponadto Japończycy od połowy 1937 do początków 1942 roku nękali chrześcijańskich misjonarzy (choć nie usunęli ich z okupowanych przez siebie terenów). Dopiero po tym czasie wielu z nich (tych, którzy byli obywatelami państw należących do koalicji alianckiej) zostało internowanych⁸¹.

Zakończenie

Z analizy 60 tytułów międzywojennej polskiej prasy wynika, że opisem sytuacji chrześcijaństwa w Chinach w latach 30. XX wieku zajmowały się przede wszystkim redakcje czasopism o charakterze religijnym, takie jak katolickie „Zjednoczenie” i „Przegląd Katolicki”, ewangelicki „Zwiastun Ewangelicki” oraz neounicki „Oriens”. Tematykę tę poruszano także na łamach młodzieżowych „Iskier” i ilustrowanego tygodnika „Światowid”. Prawie wszyscy zajmujący się tą problematyką dziennikarze zwracali uwagę na szybki rozwój wspólnot chrześcijańskich w Republice Chińskiej – aczkolwiek, podając liczby chrześcijan, wahające się od 2 mln do 2,7 mln, nie wspominali przy tym, że był to zaledwie promil chińskiego narodu, liczącego w tym czasie ok. 480 mln mieszkańców. Doniesienia te miały charakter propagandowy – dziennikarzom zapewne zależało na podbudowaniu morale chrześcijańskich czytelników, do których zazwyczaj były skierowane te tytuły. Polscy dziennikarze słusznie podkreślali duchową, społeczną – w tym szczególnie

⁷⁸ R.G. Tiedemann, *Christianity ...*, art. cyt., s. 390-393.

⁷⁹ *Wiadomości zza granicy*, art. cyt.; *Akcja Katolicka w Chinach*, „Zjednoczenie”, styczeń 1936 (nr 1), s. 15-16.

⁸⁰ *Wiadomości i Notatki – Katolicy...*, art. cyt., s. 159.

⁸¹ N. Standaert, R.G. Tiedemann (red.), *Handbook...*, dz. cyt., s. 673- 675; R.G. Tiedemann, *Christianity ...*, art. cyt., s. 390-393.

oświatową i medyczną – rolę misjonarzy i innych duchownych. Dziennikarze opowiadali również o trudnościach w realizacji ich misji, o niedocenieniu misjonarzy przez chińskich komunistów, a także donosili o prześladowaniach, jakie ich spotykały w Państwie Środka. Szczególne zasługi w promowaniu chrześcijaństwa, dzięki swojej charytatywnej i edukacyjnej działalności, mieli mieć według nich w Chinach Lu Bohonga, George Sherwood Eddy, Frederick Feodor Wilcock oraz Wendelin Jaworka. Polscy dziennikarze wypowiadali się o tych postaciach w superlatywach, pomijając zwyczajne aspekty ich życia, oraz kontrowersje związane z ich powiązaniem politycznymi. Akcentując wysoką liczebność chrześcijan i doniosły wpływ misjonarzy na chińskie społeczeństwo, badane czasopisma pośrednio zachęcały do wspierania misji chrześcijańskich w Chinach.

Warto zauważyć, że artykuły na temat roli misji w rozwoju chrześcijaństwa w Chinach nobilitowały chrześcijaństwo i podkreślały jego kluczową rolę w rozwoju Chin. Na łamach prasy wielokrotnie podkreślano rozwój wspólnot chrześcijańskich, nierzadko przejawiając ich sukcesy. Nie do końca prawdziwe było również przedstawianie chrześcijaństwa jako nowej religii chińskich elit, a także wielkiego wpływu tej religii (poprzez działalność charytatywną, w tym oświatową) na poprawę bytu mieszkańców Państwa Środka.

Niektórzy polscy dziennikarze byli świadomi różnic społecznych i kulturowych (szczególnie wyrażających się w odmienności religii) oraz złych doświadczeń historycznych Chińczyków z Zachodem. Prasa uświadamiała polskim czytelnikom, że jedną z przeszkód w szerzeniu chrześcijaństwa w Państwie Środka były uprzedzenia mieszkańców Chin wobec tej religii, spowodowane kojarzeniem jej z kolonizacyjną polityką państw zachodnich w XIX wieku. Można więc mówić o wysokich kompetencjach międzykulturowych owych dziennikarzy.

Pomimo tego, że dziennikarze zazwyczaj dobrze orientowali się w realiach działalności chrześcijańskich misji, zdarzało im się także popełniać błędy. Przykładowo Aleksander Schoeneich próbując wyjaśnić genezę trudności szerzenia chrześcijaństwa w Chinach nieświadomie powtarzał slogany Czang Kaj-szeka, sugerujące, że obecnie chińska moralność stoi wyżej nad zachodnią.

Śledząc te narracje warto zwrócić uwagę na fakt, że dziennikarze podkreślając znaczenie chrześcijańskich misji bardziej akcentowali ich dobroczynną działalność, niż ich wpływ na szerzenie nowej moralności (i zachodnich wzorców), odmiennej od tej reprezentowanej przez tradycyjne wierzenia chińskie (buddyzm, taoizm i konfucjanizm). W tym przypadku relacje dziennikarzy zapewne odzwierciedlały prawdziwą specyfikę działalności europejskich misjonarzy. Cechowała ją bowiem przede wszystkim działalność charytatywna, a dopiero później ewangelizacyjna. Dzięki temu szybciej przełamywali oni negatywne stereotypy panujące wśród Chińczyków na temat państw Zachodu (jako dawnych kolonizatorów) i tym samym łatwiej zdobywali oni szacunek wśród społeczności w której żyli, a także mieli większą szansę na pozyskanie nowych wiernych.

Niestety ze względu na ograniczenia dotyczące objętości artykułu nie wyczerpano tematu wizerunku polskich misjonarzy działających w Państwie Środka. Takie badania

należałoby przeprowadzić poszerzając liczbę badanych tytułów – warto bowiem wspomnieć, że liczne informacje właśnie na temat ich posługi zamieszczała redakcja „Iskier”⁸², a okazjonalne wzmianki pojawiały się również na łamach takich popularnych czasopism, jak „Tęcza”⁸³, „Światowid”⁸⁴ i „Antena”⁸⁵ oraz kobiecych: „Bluszcz”⁸⁶ i „Ziemiańska Polska”⁸⁷.

Bibliografia

Źródła

- „Iskry” [1931-1939]
 „Moja Przyjaciółka” [1934-1939]
 „Na Szerokim Świecie” [1931-1939]
 „Oriens” [1933-1939]
 „Przegląd Katolicki” [1931-1939]
 „Światowid” [1931-1939].
 „Zjednoczenie” [1933-1939]
 „Zwiastun Ewangeliczny” [1931-1939]
 „Życie Dziecka” [1932-1937]

Monografie i artykuły

- Austin, D., *„Kingdom – Minded” People: Christian Identity and the Contributions of Chinese Business Christians*, Leide, Boston, 2011.
 Chai, W., *Chiang Kai Shek, Encyclopedia of China*, w: L. Cheng (red.), *Berkshire Encyclopedia of China*, V.1., Massachusetts 2009, s. 320-322.
 Standaert, N., Tiedemann R. G., *Handbook of Christianity in China 2*, Leiden 2010.
 Lin, J., *The Meeting of the International Missionary Conference at Tambaram 1938, „Shaking the Fundamentals”*, V.36, London 2022, s.158-211.
 Łozińska, T., *Mysł polityczna Czang Kaj-szeka*, Kraków 2017.
 Majdowski, A., *Kościół katolicki w Cesarstwie rosyjskim: Syberia, Daleki Wschód, Azja Środkowa*, Warszawa 2001.
 Paczkowski, A., *Badania historycznoprasowe w zastosowaniu do badań nad dziejami myśli politycznej*, w: H. Zieliński (red.), *Na warsztatach historyków polskiej myśli politycznej* T. 4, Warszawa 1980, s. 9-21.
 Polit, J., *Chiny*, Kraków 2004.
 Polit, J., *Gorzki Triumf – wojna chińsko-japońska 1937-1945*, Kraków 2013.
 Polit, J., *Japońska polityka zagraniczna 1895-1945*, Kraków 2015.

⁸² T. Wieczorek, *Wieści z Chin*, „Iskry”, 17.01.1931, s. 75-76; T. Wieczorek, *Do młodzieży Iskier*, „Iskry”, 21.03.1931 (nr 14), s. 223; tenże, *Misja Polska w Chinach*, „Iskry”, 2.01.1932 (nr 2-3), s. 30-31; *Polska a obcy*, „Iskry”, 16.02.1932 (nr 18), s. 264; *Polska a obcy*, „Iskry”, 25.02.1933 (nr 9), s. 189; T. Wieczorek, *Z pól misyjnych*, „Iskry”, 11.11.1933 (nr 46), s. 829-830; *Bez tytułu*, „Iskry”, 29.09.1934 (nr 4), s. 61.

⁸³ I. Krauze, *Wśród skośnookich neofitów – list z głębi Chin*, „Tęcza”, 18.04.1931 (nr 16), s. 12-13; F. Stefanowicz, *List z Chin*, „Tęcza”, listopad 1938 (nr 11), s. 53.

⁸⁴ *Polska misjonarką Chin*, „Światowid”, 28.03.1931 (nr 13), s. 10; *Misja polska w Chinach, schronem dla uchodźców wojennych*, „Światowid”, 27.02.1932 (nr 9), s. 7; *Do kraju wojny*, „Światowid”, 11.03.1933 (nr 11), s. 2; *Wystawa misyjna w Warszawie*, „Światowid”, 23.10.1937 (nr 43), s. 6.

⁸⁵ R. Fajans, *Polskie Serca na Dalekim Wschodzie*, „Antena”, 15.01.1939 (nr 3), s. 7.

⁸⁶ *Lekarki polskie do Chin*, „Bluszcz”, 20.10.1934 (nr 42), s. 1314-1315; J. Mąkolska, *Do Chin*, „Bluszcz”, 6.04.1935 (nr 14), s. 418-419.

⁸⁷ Z. Mycielska, *Wiadomości z zagranicy – ze świata – Chiny*, „Ziemiańska Polska”, styczeń 1934 (nr 1), s. 28.

- Stanley, B., *The Legacy of George Sherwood Eddy*, „International Bulletin of Missionary Research”, July 2000, s.128-131.
- Suławka, A., *Dookoła akcji unijnej. Dwumiesięcznik „Oriens” (1933-1939) jako pismo propagujące neounię w II Rzeczypospolitej*, Histmag.org, 13.11.2012, <https://histmag.org/Dookola-akcji-unijnej-Dwumiesiecznik-Oriens-19331939-jako-pismo-propagujace-neounie-w-II-Rzeczypospolitej-7294> (dostęp 27.10.2024).
- Tiedemann, R. G., *Christianity*, w: L. Cheng (red.), *Berkshire Encyclopedia of China*, V. 1, Massachusetts 2009, s. 387-393.
- Tomala, K., *Rozwój demograficzny Chin w XX wieku*, „Dzieje Najnowsze” 2000 R. 32/1, s. 177-192.
- Władyka, W., *Stan badań nad historią prasy a badania dziejów myśli politycznej*, [w: H. Zieliński (red.), *Na warsztatach historyków polskiej myśli politycznej*, T. 4, Warszawa 1980, s. 23-36.

Biogram autorki

Katarzyna Michalewicz – doktor nauk humanistycznych, absolwentka trzech kierunków: Historii, Historii w Przestrzeni Publicznej, Bezpieczeństwa Międzynarodowego. Ukończyła trzyletnie Studium Języka i Kultury Chin – Instytutu Konfucjusza. Autorka powieści historycznej „Sekrety Żony mandaryna” i właścicielka wydawnictwa: „Wieża Pereł”. Zainteresowania badawcze: historia i kultura Chin i Japonii, bezpieczeństwo w regionie Azji Wschodniej, dzieje Polonii w Harbinie, polska prasa międzywojenna.

Łukasz Buksa OFM

Wydział Nauk Społecznych Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie

ORCID 0000-0003-4309-2438

Digital religion – nowe oblicze wiary w erze cyfrowej

Digital religion: the new face of faith in the digital age

Abstract

The claim that digital technology is opening up new opportunities for modern man is currently inadequate. After less than three decades of digital (r)evolution, it must be said that technology has changed every sphere of human life at a dizzying pace – completely and irreversibly. It has left its mark on the lives of individuals and society, interpersonal interactions, communication, cognition and perception of the world, values, the way life needs are fulfilled, including religious ones. The latter has become the source of a phenomenon that American sociologists already gave the name “digital religion” two decades ago. It seems that the issue of digital religion has attracted too little attention of Polish researchers and is still waiting for in-depth analysis.

Keywords

Digital religion, churching online, cyberculture

Abstrakt

Twierdzenie, że technologia cyfrowa otwiera przed współczesnym człowiekiem nowe możliwości jest obecnie niewystarczające. Po niespełna trzech dekadach (r)ewolucji cyfrowej należy stwierdzić, że technologia w zawrotnym tempie – całkowicie i w sposób nieodwracalny – zmieniła każdą sferę życia człowieka. Odcisnęła swoje piętno na życiu jednostek i społeczeństwa, interakcjach międzyludzkich, komunikacji, poznawaniu i postrzeganiu świata, wartościowaniu, sposobie realizacji potrzeb życiowych, także religijnych. To ostatnie stało się źródłem zjawiska, któremu socjologowie amerykańscy już dwadzieścia lat temu nadali miano „digital religion”. Wydaje się, że zagadnienie religii cyfrowej w zbyt małym stopniu przyciąga uwagę polskich badaczy i wciąż czeka na pogłębione analizy.

Słowa kluczowe

religia cyfrowa, nabożeństwa online, cyberkultura

Wprowadzenie

Celem artykułu jest określenie istotnego obszaru badawczego, który w polskiej teologii i religioznawstwie wciąż nie doczekał się opracowania, mimo że wielu badaczy podejmowało w swoich pracach zagadnienia związane z cyfrową religią. *Digital religion* to fenomen obejmujący problemy aktualne i analizowane na Zachodzie, a w Polsce wciąż niezbyt zaawansowane są studia nad religią cyfrową (*digital religion*). Przedstawiona w artykule krytyczna analiza literatury przybliży prace zagranicznych autorów i wskazuje luki w polskim piśmiennictwie w ujęciu interdyscyplinarnym. Zaprezentowany w tekście opis obszarów badawczych oraz metod badań złożonego zjawiska, jakim jest cyfrowa religia, zamyka przegląd koncepcji wpływu technologii cyfrowej na życie religijne. Technologia w zawrotnym tempie zmienia każdą sferę życia człowieka, w tym życie religijne, a jego przejawy w internecie socjologowie amerykańscy określili jako *digital religion*. To zjawisko dynamiczne i wciąż czekające na pogłębione analizy, zwłaszcza w polskim kontekście społeczno-kulturowym.

1. Religia w przestrzeni wirtualnej

Twierdzenie, że technologia cyfrowa otwiera przed współczesnym człowiekiem nowe możliwości, jest obecnie niewystarczające. Po niespełna trzech dekadach (r)ewolucji cyfrowej należy stwierdzić, że technologia w zawrotnym tempie – całkowicie i w sposób nieodwracalny – zmienia każdą sferę życia człowieka. Odcisnęła swoje piętno na życiu jednostek i społeczeństwa, interakcjach międzyludzkich, komunikacji, poznawaniu i postrzeganiu świata, wartościowaniu, sposobie realizacji potrzeb życiowych, także religijnych. To ostatnie stało się źródłem zjawiska, które socjologowie amerykańscy już 20 lat temu nazwali *digital religion*. Wydaje się, że zagadnienie religii cyfrowej w zbyt małym stopniu przyciąga uwagę polskich badaczy i wciąż czeka na pogłębione analizy¹.

Żyjemy w czasach, które Lucy Kueng najprawdopodobniej słusznie nazwał „końcem początku cyfryzacji” (*the end of the digital beginning*)².

Po kilku dekadach entuzjazmu i zachwytu nad możliwościami internetu, potencjałem nowych mediów i technologii przyszedł czas na wyważoną refleksję nad konsekwencjami ich użytkowania, niespotykanymi wcześniej zjawiskami i problemami, które wiążą się

¹ Na gruncie polskim temat ten podjęli, zwykle w formie artykułów, m.in.: G. Kubiński, *Informatyzacja społeczeństwa a zjawiska religijne*, „Zeszyty Naukowe Świętokrzyskiego Centrum Edukacji na Odległość” 2006, nr 2, s. 75-84; E. Przybył-Sadowska, *Religia online, czyli o procesie wirtualizacji religii*, „Studia Religioznawcze” 2007, t. 40, s. 77-98; P. Siuda, *Religia a internet: O przenoszeniu religijnych granic do cyberprzestrzeni*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2010; Z. Hanas, *Internet religijny a religijność internetowa: eksploracja pola badawczego* [w:] *Media w transformacji*, A. Gralczyk, K. Marczyński SAC, M. Przybysz (red.), Dom Wydawniczy Elipsa, Warszawa 2013; D. Smołucha, *Kultura religijna w cyberprzestrzeni. Obecność kultu Matki Bożej z Guadalupe w internecie*, WAM, Kraków 2016; J. Kornaś, „*Digital Religion*” jako zjawisko medialne. Przegląd badań, UJ, Kraków 2020 (mps, praca licencjacka); P. Siuda, *Mapping Digital Religion: Exploring the Need for New Typologies*, „Religions” (czasopismo MDPI) 2021, vol. 12, 373 (pp. 14).

² L. Kueng, *Going, Introduction – ‘The core challenge now is organisational’* [in] *Going Digital. A Roadmap for Organisational Transformation*, L. Kueng (ed.), University of Oxford, Oxford 2017, s. 9.

z erą cyfrową. Refleksja ta winna dotyczyć również nowego fenomenu, jakim jest *digital religion* – cyfrowa religia, rozwijająca się w cyberprzestrzeni.

Już na początku XXI wieku Kanadyjczyk Christopher Helland na styku uniwersum cyfrowego i świata religii wyodrębnił dwa zjawiska, które nazwał „religią w sieci” (*religion online*) i „religią sieciową” (*online religion*)³. Spostrzeżenie to dało początek badaniom, które przez ostatnie kilkanaście lat prowadziła amerykańska profesor komunikacji, Heidi A. Campbell. Według jej fundamentalnej tezy religia ewoluuje pod wpływem internetu. Ludzie do sieci przenoszą swoją aktywność, także religijną. Możliwość dzielenia się z użytkownikami internetu własnym doświadczeniem religijnym zbliża ich i łączy. Odnajdując w wirtualnym świecie wspólnoty o podobnych przekonaniach i dążeniach religijnych, tworzą oni własną religię w sieci. Porzucają tym samym ekskluzywizm religijny, identyfikację z jedną grupą wyznaniową (*denomination*) lub związkami wyznaniowym (*congregation*)⁴. Założenie to Campbell oparła na obserwacji, że świata wirtualnego nie można dłużej traktować z przymrużeniem oka jako rzeczywistości fikcyjnej, quasi-realnej. Cyberświat stał się konstruktem społecznym – światem prawdziwych relacji międzyludzkich, powstawania przeróżnych prawdziwych społeczności⁵. Co więcej, świat *offline* i *online* przenikają się wzajemnie tak głęboko, że stają się trudne do oddzielenia.

Współistnienia religii i sieci nie można bagatelizować ze względu na przemożną siłę oddziaływania tej ostatniej. Nie można zapominać, że internet jest medium, a media, szczególnie media cyfrowe – jak słusznie zauważył Tomáš Halík – stały się „religią współczesnego zachodniego świata”⁶ i mają ogromny wpływ na postrzeganie rzeczywistości. W książce „*Benedict in Berlin: The Mediatization of Religion*” Hubert Knoblauch pisze: z mediatyzacją religii, w wyniku której media, w tym internet i media cyfrowe, odgrywają kluczową rolę w kształtowaniu religijnych doświadczeń i stały się dla wielu odbiorców podstawowym źródłem informacji o religii⁷.

Rozwoju religii cyfrowej nie można lekceważyć, ponieważ stała się ona częścią cyberkultury, od której nie ma odwrotu. Świat cyfrowy nie zniknie, jak np. pandemia COVID-19. Przeciwnie, postępy w cyfryzacji naszego życia będą coraz bardziej siłą napędową *digital religion*, która za jakiś czas może się stać jedyną formą religijności dla trudnego do oszacowania grona użytkowników sieci.

³ Ch. Helland, *Religion Online/Online Religion and Virtual Communitas*, [in:] *Religion on the Internet: Research Prospects and Promises*, J.K. Hadden & D.E. Cowan (eds.), (Religion and Social Order 8), JAI Press/Elsevier Science, London 2000, s. 205–224.

⁴ Zob. H.A. Campbell, *Exploring Religious Community Online. We are One in the Network*, Peter Lang Publishing, New York 2005; za: teźże: H.A. Campbell & Wendi Bellar, *Digital religion. The basics*, Routledge, Abingdon–New York 2023.

⁵ H.A. Campbell, *Exploring Religious Community Online...*, s. 14.

⁶ T. Halík, *Média – náboženství naši doby? „Dingir”* 2009, nr 4, s. 118–119.

⁷ H. Knoblauch, *Benedict in Berlin: The Mediatization of Religion*, [in:] *Mediatized Worlds: Culture and Society in a Media Age*, A. Hepp, F. Krotz (eds), Palgrave Macmillan, London 2014, s. 143–158.

2. *Digital religion* jako obszar badawczy na pograniczu dyscyplin

Próba zrozumienia zjawiska w polskim kontekście społeczno-kulturowym winna być przedmiotem badań prowadzonym na gruncie kilku dyscyplin m.in. nauki o mediach, religioznawstwa, teologii, socjologii.

Ojcem terminu „digital religion” w 2005 roku został Barry Wellman, ale zaproponował to pojęcie na podstawie lektury książki Heidi A. Campbell „Exploring Religious Community Online”⁸.

Termin *digital religion* ma znaczenie dwoiste. Po pierwsze odnosi się do badań nad „religią w sieci”. Jak pisze Campbell w swojej najnowszej książce, *digital religion* jest nową dyscypliną akademicką. Stanowi odrębne interdyscyplinarne podejście do badań nad religią, tyle że religią wyrażaną za pośrednictwem platform internetowych lub innych technologii cyfrowych⁹. Próbując opisać zmiany zachodzące w religii pod wpływem kultury cyfrowej, Campbell zwraca uwagę, że jest to pole badań zwłaszcza dla religiologów¹⁰, ale może być również istotne dla badaczy komunikacji i teologów.

Rozwój badań nad religią w sieci należy wiązać z pojawieniem się w latach 90. XX wieku interdyscyplinarnych badań empirycznych nad internetem. To na ich gruncie zrodziła się potrzeba refleksji naukowej także nad religią online. Heidi Campbell inspirację do podjęcia *digital religion studies* dostrzega w konstatacjach badaczy amerykańskich, którzy zauważyli, że nowa technologia, w tym komputerowa sieć internetowa, stworzyła jej użytkownikom nową przestrzeń do prezentacji swojej religii „w otoczeniu technologicznym”, dając narzędzia do przeniesienia online idei i doświadczeń religijnych. Ówczesne technologie – sieć internetowa, poczta elektroniczna, grupy i fora dyskusyjne – zaczęły stawać się „przestrzeniami” umożliwiającymi dialog religijny oraz poznawanie nowych przejawów duchowości¹¹. Użytkownicy sieci „transmitowali” do niej swoje doświadczenie religijne, wykorzystywali ją do celów religijnych, traktowali jako nowe forum propagowania religii, zyskując coraz to nowsze strony poświęcone religii oraz nowe narzędzia do poznawania doktryny, ksiąg świętych czy nawiązywania kontaktu ze współwyznawcami. Joshua C.R. Chama w 1996 roku pisał obrazowo na łamach „Time”, że dla wielu użytkowników sieć stała się „ogromną katedrą umysłu, miejscem, w którym idee dotyczące Boga i religii mogą współgrać ze sobą (*resonate*), gdzie wiara może być kształtowana i definiowana przez zbiorowego ducha”¹².

⁸ H.A. Campbell & Wendi Bellar. *Digital religion...*, s. 4.

⁹ Przywołuje w tym kontekście publikacje: E. Davis, *Technopagans: May the astral plane be reborn in cyberspace*, „WIRED” 1995, vol. 3 (7); J.R.C. Chama, *Finding God on the web. Across the internet, believers are re-examining their ideas of faith, religion and spirituality*, „TIME” 1996, no. 149 (1), s. 52–59.

¹⁰ H.A. Campbell, *The Dynamic Future of Digital Religion Studies* [in:] *Stepping Back and Looking Ahead: Twelve Years of Studying Religious Contact at the Käte Hamburger Kolleg Bochum*, Series: Dynamics in the History of Religions, vol. 13, M. Freudenberg, F. Elwert et al. (eds), Brill, Lejda 2023, s. 217–243 (e-book).

¹¹ Zob. H.A. Campbell, *The Dynamic Future of Digital Religion Studies* [in:] *Stepping Back and Looking Ahead: Twelve Years of Studying Religious Contact at the Käte Hamburger Kolleg Bochum*, Series: Dynamics in the History of Religions, vol. 13, M. Freudenberg, F. Elwert et al. (eds), Brill, Lejda 2023, s. 217–243 (e-book).

¹² Chama, *Finding God on the web*, „TIME” 1996, no. 149 (1), s. 57.

Spostrzeżenia z końca ubiegłego stulecia były o tyle słuszne, że – jak podaje T. Matthew Ciolek z Australian National University – internetowa sieć na dobre wprowadziła religię do dyskursu publicznego kształtującego się społeczeństwa informacyjnego¹³. Kolejne trzy dekady nadały kształt badaniu religii w cyberprzestrzeni.

Początkowo było to studium e-religii. W podejściu tym weryfikowano, czy internet stanie się miejscem powstawania nowych form religii. Później podjęto badania nad religią online, koncentrujące się na tym, jak członkowie i grupy reprezentantów tradycyjnych religii starają się korzystać z Internetu i dostosowywać się do niego. W trzecim etapie badacze *digital religion* analizowali religię wirtualną; badano etyczne i moralne aspekty praktykowania religii w środowisku „nierzeczywistym”¹⁴.

Aby uniknąć dylematów definicyjnych, warto wyjaśnić w tym miejscu, że czołowa badaczka *digital religion* Heidi A. Campbell, koncentruje się na jedynie na dwóch aspektach religii – jej ekspresji i przekonaniach religijnych. Przyznaje, że religia to „kulturowe i duchowe praktyki i wierzenia, które przyjmują odrębną formę i mogą być powiązane z indywidualnym i grupowym transcendentnym tworzeniem znaczeń”¹⁵, natomiast terminu „religia online” używa ona do opisu tradycyjnych i nietradycyjnych form praktyk religijnych i dyskursów, które pojawiają się w Internecie. Jest to uwaga o tyle ważna, że – jak pisze Marie Cornwall – badacze religii traktują ją jako zjawisko wielowymiarowe¹⁶. W swoich badaniach cyfrowej religii amerykańska socjolog uwzględniała sześć wymiarów – przekonania religijne, zaangażowanie, zachowania i społeczność oraz dwa rodzaje ekspresji religijnej: osobistą i instytucjonalną. Digital religion to fenomen obejmujący problemy aktualne i analizowane na Zachodzie, a w Polsce wciąż niezbyt zaawansowane są studia nad religią cyfrową (*digital religion*). Celem artykułu jest określenie istotnego obszaru badawczego, uporządkowanie wiedzy na temat, który w polskiej teologii i religioznawstwie wciąż nie doczekał się opracowania, mimo że wielu badaczy podejmowało w swoich pracach zagadnienia związane z cyfrową religią.

3. Interdyscyplinarne studia nad religią cyfrową

W pierwszej dekadzie XX wieku w środowisku amerykańskim zrodziły się interdyscyplinarne studia nad religią cyfrową. W referacie akademickim *Digital Theology* w 2019 roku Stephen Garner przedstawił precyzyjną definicję studiów nad religią cyfrową, pisząc, że „zajmuje się one te studia przede wszystkim tym, w jaki sposób religia w swoich różnych formach, jest kształtowana w kulturze cyfrowej i mediach. W związku z tym jej podstawowe obszary badań są kształtowane przez antropologię, socjologię oraz nauki

¹³ M.T. Ciolek, *Online religion: the Internet and religion*, [in:] *The Internet Encyclopedia*, H. Bidgoli (ed.), Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, Inc, New York 2004, s. 798–811.

¹⁴ H.A. Campbell, *The Dynamic Future of Digital Religion...*, s. 217.

¹⁵ H.A. Campbell, *The Dynamic Future of Digital Religion...*, s. 217.

¹⁶ M. Cornwall, S.L. Albrecht, P.H. Cunningham & B.L. Pitcher, *The Dimensions of Religiosity: A Conceptual Model with an Empirical Test*, „Review of Religious Research” 1986, vol. 27, no. 3, s. 226.

o mediach i komunikacji, a także studia nad religią¹⁷. Co ważne, badania podejmowane na gruncie *digital religion studies* mają istotne znaczenie dla Kościołów i religii jako autorefleksja nad wykorzystaniem kultury cyfrowej i medialnej w ich społecznościach, ponieważ wyniki badań stanowią mogące być cenne źródło wiedzy i inspiracji do czego jeszcze wrócimy.

Dużym problemem nowej dziedziny badań było jej mapowanie (*mapping*), wyznaczenie obszarów badań w świecie ciągle zmieniających się technologii i treści online. Wystarczy wspomnieć, że aktywność religijna użytkowników sieci może przybierać różne formy, wszystkie zrealizowane „online”, począwszy od pozyskiwania informacji religijnych, poprzez uczestnictwo w kulcie i rytuałach (vide: pandemia COVID-19 w latach 2020-2022¹⁸), działalność misyjną mającą na celu pozyskiwanie nowych członków wspólnot lub ożywienie ich zaangażowania religijnego, udział w społecznościach religijnych. Ta ostatnia forma – dzięki globalizacji – umożliwia interakcje między wierzącymi pochodzącymi z bardzo odległych światów¹⁹. Jest to możliwe, bo, jak pisał Michael Bauwens, wirtualny świat „wyzwała z ograniczeń przestrzeni i oznacza zmianę naszych definicji terytorium”²⁰.

W 2003 roku Heidi Campbell zaproponowała, by nowa dziedzina rozwijała się w trzech kierunkach:

1. obserwacji jakościowej z wykorzystaniem m.in. badań ankietowych,
2. badań filozoficznych lub teologicznych oraz
3. rozwoju teoretycznego – wypracowywania ram koncepcyjnych do interpretacji danych empirycznych²¹.

Do metod, które mogą okazać się niezwykle skuteczne w badaniu przekazów online, dodać można te wypracowane na gruncie nauk o mediach i komunikacji, np. analizę zawartości czy analizę dyskursu, studium przypadku (*core studies*) – metody pozwalające na analizę zawartości przekazu i odbiorcy.

Początkowo wyniki badań nad religią w sieci zmierzały w dwóch skrajnych kierunkach. Cyberentuzjaści wychwalali fascynujące możliwości praktykowania religii na nowe sposoby, natomiast stojący na przeciwnym biegunie cyberpesymiści potępiali przejawy religijności w cyberświecie, zaliczając je do ekscesów wirtualnego świata²². Do dzisiaj sytuację nowego obszaru badań, jakim jest *digital religion*, utrudnia fakt, że zarówno cyfrowa religia, jak i socjologia cyberprzestrzeni są rozwijane – wciąż²³, mimo że od tej

¹⁷ S. Garner, *Digital Theology: A Modest, Inclusive Proposal*. Paper presented at the Digital Theology-Wild Card Session, American Academy of Religion Annual Conference, San Diego, 2019.

¹⁸ Píše o tym więcej w artykule *Ochrona życia duchowego w erze smartfonów*, 2024, (w druku).

¹⁹ Zob. H.A. Campbell, *The Dynamic Future of Digital Religion...*, s. 217

²⁰ M. Bauwens, *Spirituality and technology: Exploring the relationship*. First Monday. Retrieved January 22, 2006; <https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/496/417>.

²¹ H.A. Campbell, *Congregation of the Disembodied*. In *Virtual Morality*, Peter Lang, London 2003.

²² *Religion on the Internet: Research Prospects and Promises*, vol. 8, coll. Religion and Social Order, J.K. Hadden, D.E. Cowan (eds.), Elsevier Science, New York, 2000, s. 49.

²³ *Religion on the Internet: Research Prospects and Promises*, vol. 8, coll. Religion and Social Order, J.K. Hadden, D.E. Cowan (eds.), Elsevier Science, New York, 2000, s. 49.

opinii Jeffreya Haddena i Douglasa Cowana minęły ponad dwie dekady²⁴. Obecnie w polu zainteresowań badaczy *digital religion* znajduje się m.in. wpływ struktur społeczeństwa sieciowego na rozumienie religijności i duchowości, próby oraz wszelkie przejawy życia religijnego z wykorzystaniem technologii w różnych obszarach cyberkultury.

Uznaje się, że od 2010 roku *Digital Religion Studies* można zaliczyć do ugruntowanych obszarów badawczych. Studia mają charakter interdyscyplinarny, bo korzystają z dorobku różnych dyscyplin, podejmując badania porównawcze, jakościowe i ilościowe religii online. Do *Digital Religion Studies* należy dokumentacja i rozważania teoretyczne dotyczące kwestii związanych z przekształcaniem współczesnych praktyk i wartości religijnych przez technologię cyfrową²⁵, zwłaszcza tych, które stanowią wyzwanie dla praktycznych społeczności religijnych. Istnienie tego obszaru badawczego będącego na pograniczu kilku dyscyplin naukowych: religioznawstwa, medioznawstwa, teologii, antropologii, socjologii, wskazuje, że media cyfrowe stały się nieodłączną częścią codziennego życia i wspólną platformą duchowego zaangażowania.

4. *Digital religion* – religia cyfrowa

Brenda Brasher pisząc o cyberreligii w 2001 roku, zauważyła, że przeniesienie religii do świata online nie oznacza zwycięstwa technologii nad wiarą. Przeciwnie, technologia staje się narzędziem, służy religii, zapewnia jej właściwe miejsce w cyberświecie, w „połączonym uniwersum”²⁶.

Do wyjaśnienia konstruktów, jakim jest religia cyfrowa, nie wystarczy analiza etymologiczna terminu „religia” i „cyfrowy” (digital). Desygnat „cyfrowy” nie przypisuje religii binarnego charakteru, lecz ma odniesienia kontekstualne – wskazuje na specyfikę środowiska, w którym religia ta się kształtuje. Religia cyfrowa jest produktem współczesnej kultury zmediatyzowanej i zmieniającej się pod wpływem technologii. Jest też wynikiem „integracji technologii cyfrowej z praktyką duchową”²⁷.

Niewiele mówiąca wydaje się definicja *digital religion* zaproponowana przez Heidi A. Campbell – wyjaśnia ją dopiero lektura tekstów jej autorstwa. Dla amerykańskiej profesor komunikacji religia cyfrowa to „przestrzeń technologiczna i kulturowa, która jest przywoływana, gdy mówimy o tym, jak sfery religijne online i offline zostały połączone lub zintegrowane”²⁸. Postrzega tę formę religii jako most łączący i rozszerzający „praktyki i przestrzenie religijne online na konteksty religijne offline i odwrotnie”²⁹.

²⁴ *Religion on the Internet: Research Prospects and Promises...*, s. 9.

²⁵ H.A. Campbell, *Digital religion...*, s. 6.

²⁶ B. Brenda, *Give Me That Online Religion*, Wiley, San Francisco 2001, s. 4–5.

²⁷ S.E. Zaluchu, *Digital Religion, Modern Society and the Construction of Digital Theology*, „Transformation: An International Journal of Holistic Mission Studies” 2024, s. 6, doi: <https://doi.org/10.1177/02653788231223929> [dostęp 20 maja 2024].

²⁸ H.A. Campbell, *Exploring Religious Community Online...*, s. 4.

²⁹ Tamże.

Knut Lundby podkreśla że, *Digital Religion* jest religią tyle że formę jej przekazu stanowi technologia cyfrowa³⁰. Odwołuje się tym samym do zapośredniczonego charakteru religii – religie zawsze, choć w różnym stopniu, są kształtowane i przekazywane przez środki komunikacji. Pierwotnie kształtował je przekaz ustny, później słowo pisane i drukowane, obecnie także technologie cyfrowe. Dominujące formy przekazu należy uznać za integralną część definicji religii. Nie bez powodu narodziny druku amerykańska historyk Elizabeth Eisenstein uznała za „czynnik zmian” prowadzący do reformacji protestanckiej w Europie³¹. Podobnie technologie cyfrowe mogą być kluczowe dla współczesnych przemian sposobów ekspresji religijnej.

Kontynuując tę myśl, warto zauważyć, że na przestrzeni wieków religia i media zawsze były ze sobą powiązane. Religia nieuchronnie opiera się na przekazach rozpowszechnianych za pośrednictwem mediów, poczynając od tekstów należących do depozytu wiary, po jej propagowanie³².

W internecie – największym współczesnym medium, katalizatorze przemian życia społecznego – kwitnie aktywne życie duchowe, ponieważ użytkownicy sieci importują do niej także swoją religię³³. Dzieli się przekonaniem i doświadczeniem religijnym, co może dotyczyć zarówno tradycyjnych form religijnych – w tym wielkich religii świata: chrześcijaństwa, judaizmu, islamu czy buddyzmu – jak i ich modyfikacji albo nowych form duchowych. Równocześnie internet, jak i każde medium masowe, oddziałuje na kulturę, na tożsamość internautów, na ich postrzeganie siebie i świata oraz na ich religię. Kirk A. Bingaman celniej mówi o obosiecznym charakterze technologii cyfrowych³⁴.

Heidi Campbell dowodziła, że sieć tworzy społeczność – grupy i ruchy społeczne, które z cyberprzestrzeni czerpią swoją tożsamość. Cyberprzestrzeń jest nie tylko „medium”, pośrednikiem – wirtualny świat stał się prawdziwym „miejscem”, środowiskiem życia. Sugestywnie ujęła to w zdaniu, że sieć jest terytorium, do którego także chrześcijanie znaleźli drogę. W tym uniwersum praktyki religijne offline i online przeplatają się, a granice między światem realnym i wirtualnym wyraźnie się zacierają³⁵. Co ważne, Internet umożliwia powstawanie i upowszechnianie nowych rytuałów, wyzwala wyznawców religii od

³⁰ *Religion Across Media: From Early Antiquity to Late Modernity*, K. Lundby (vol. ed.), Peter Lang, New York 2013, s. 226.

³¹ Zob. E. Eisenstein, *The printing press as an agent of change: communications and cultural transformations in early modern Europe*, Cambridge University Press, Cambridge 1979.

³² S. Hoover & N. Echchaibi, *The third spaces of digital religion*, 2014; https://www.researchgate.net/publication/287644204_The_Third_Spaces_of_Digital_Religion?channel=doi&linkId=567825d108aebcdda0ebcb-9f&showFulltext=true. Accessed 11 Feb 2020

³³ Zob. M. Bauwens, *Spirituality and technology: Exploring the relationship*. First Monday. Retrieved January 22, 2006; <https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/496/417> [dostęp 12.05.2024].

³⁴ K.A. Bingaman, *Religion in the Digital Age: An Irreversible Process*, „Religions” 2023, 14 (1), s. 108; <https://doi.org/10.3390/rel14010108> [dostęp 12.05.2024].

³⁵ H.A. Campbell, *Digital Creatives and the Rethinking of Religious Authority*, Routledge, London 2020; za: S.E. Zaluchu, *Digital Religion, Modern...*, s. 2.

przywództwa religijnego i uznanych a priori autorytetów, a także globalizuje – pozwala przekraczać „granice czasu i przestrzeni”³⁶.

5. Religia DIY i *churching online*

Religia cyfrowa nie jest – jak słusznie zauważa Sonny Eli Zaluchu – po prostu praktykowaniem religii online. Religia cyfrowa jest – co chcę powtórzyć z całą mocą – rozszerzeniem tradycyjnej religii o nową kulturę, o cyberkulturę³⁷. Powstaje ona jako wytwór społeczeństwa sieci, które w nowy sposób kształtuje swoje doświadczenie religijności³⁸. Tym samym *digital religion* nie jest odwzorowaniem kogoś z systemów religijnych, lecz jest „własną” religią internautów, którą tworzy oni sobie sami na własny użytek, dokonując niejednokrotnie korekty swoich tradycyjnych praktyk i religijnych przekonań i wiary. Alegorycznie nazwałbym ją DIY-religią³⁹, religią spod znaku „zrób to sam”, uszytą na własną miarę, według własnego gustu. Dzieci sieci kształtują swoją religię pod wpływem ducha indywidualizmu, korzystając z charakterystycznej dla internetu możliwości wyboru wielu opcji i mieszania treści.

Mówiąc o indywidualizacji religii internautów, nie zaprzeczam, że sieć istotnie służy praktykowaniu, poznawaniu i zaspakajaniu potrzeb religijnych, również w zakresie religii tradycyjnych. Pozwala osobom zaangażowanym religijnie, chcącym pogłębić wiarę lub poszukującym rozwinąć tożsamość religijną, ożywić duchowość oraz wzmocnić przywiązanie do pierwotnej wspólnoty wiary. Sieć jest dobrodziejstwem, ich światem, w którym wyszukują treści służących ich religijności i kultowi.

„Religia w sieci” obejmuje portale i strony www, które są źródłem treści religijnych, prezentują prawdy wiary, służą misji poszczególnych religii realizowanej poprzez media cyfrowe. W ramach tak rozumianej „pasywnej” obecności religii w sieci media cyfrowe stają się środkiem – tym, co Jan Paweł II nazywał „nowym forum ewangelizacji”⁴⁰. Pasywny obszar sieci zachęca do praktyk religijnych i wspólnej modlitwy, inspirowane do rozważania świętych ksiąg, umożliwia wysłuchanie nauk w podcastach czy liturgii. Poniekąd umożliwia realizację kultu, zwłaszcza w niektórych religiach i wyznaniach, w których *sacrum* nie wiąże się z poświęconą fizyczną przestrzenią oni bezpośrednio posługą kapłana. Natomiast religia cyfrowa – „religia sieciowa” według definicji Hellanda – jest taką formą religijności, która rodzi się z interakcji, z aktywnego zaangażowania odbiorcy. Oferuje ona interaktywność i partycypację.

³⁶ H.A. Campbell, *Digital religion...*, s. 4.

³⁷ S.E. Zaluchu, *Digital Religion, Modern Society and the Construction of Digital Theology*, „Transformation: An International Journal of Holistic Mission Studies” 2024, s. 1, doi: <https://doi.org/10.1177/02653788231223929> [dostęp 20 maja 2024].

³⁸ Tamże.

³⁹ DIY – akronim od „do it yourself” – idei i praktyk samodzielnego wykonania czegoś.

⁴⁰ Jan Paweł II, Orędzie na 36. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu: *Internet: Nowe forum głoszenia Ewangelii* (22.03.2020).

Na atrakcyjność duchowej oferty cyberprzestrzeni chrześcijan, świeckich i duchownych, otworzyła pandemia COVID-19 w latach 2020–2022. Niemożność fizycznego uczestnictwa w liturgii w kościele z powodu obostrzeń sanitarnych i zamknięcia świątyni obli-gowała wyznawców do duchowego udziału w niedzielnej liturgii za pomocą mediów cyfrowych. Sytuacja ta otworzyła przed wiernymi podwoje najpiękniejszych świątyni online, pozwalała wybierać online najbardziej odpowiadającą odbiorcy ofertę duszpa-sterską. Powstało wówczas zjawisko, które nazwałem *churchingiem online* – wirtualnym spacerem po kościołach, przerzucaniem się z kościoła do kościoła w cyberprzestrzeni, którego celem był wybór najbardziej odpowiedniej albo najbardziej poruszającej liturgii.

6. Internetowe przestrzenie religijności

Warto w tym kontekście odwołać się do dociekań Piotra Siudy z Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy, badacza komunikacji społecznej i mediów, cytowanego również przez Heidi A. Campbell⁴¹. Siuda podjął próbę „mapowania”, sklasyfikowania interneto-wych „miejsc religijnych”. Wskazał cztery wymiary religijnych przestrzeni internetowych, dzieląc je na: 1. religię w sieci i 2. religię sieciową (za Ch. Hellandem) oraz 3. religię trady-cyjną i 4. religię innowacyjną. Pierwsze trzy nie wymagają dalszych wyjaśnień. Do *locis religiosis* w sieci w czwartej kategorii – religii innowacyjnej – Piotr Siuda zaliczył nowe ruchy, samozwańczych proroków, sekty, zjawiska quasi-religijne lub parareligijne⁴².

Do zasług Piotra Siudy należy zaliczyć podział internetowych przestrzeni religijnych na trzy obszary: 1. internetowi religijni influencerzy, 2. religie cyberprzestrzeni i 3. rytuały online, do których przyporządkowywał sieciowe „miejsca religijne”⁴³. Pierwszy obszar reprezentują podejmujący tematy religijne opiniotwórczy blogerzy, vlogerzy, osoby pro-wadzące kanały w mediach społecznościowych. Autor do grona influencerów zaliczył zarówno świeckich samozwańczych „znawców” religii, jak i osoby duchowne, przedsta-wicieli Kościoła, nawet tweetującego papieża Franciszka. Uznał jednak, że duchowni, ofi-cjalni przywódcy Kościoła nie zaskakują „innowacyjnością” przekazu, z kolei influencerzy świeccy, niekiedy pozbawieni formacji religijnej, zamiast do prawdy wiary mogą prowa-dzić odbiorców w ślepią uliczkę⁴⁴. Uwzględniając słabość jednych i drugich, należy przy-znać rację Lorne L. Dawsonowi, który pisze, że „jedną z najbardziej opłakanych cech sieci” jest rozprzestrzenianie się dezinformacji, jakby internet był dobrodziejstwem „głównie dla przeciwników różnych grup religijnych”⁴⁵.

⁴¹ Zob. H.A. Campbell, *Digital religion...*, s. 4.

⁴² P. Siuda, *Sacrum w sieci – definicje, podejścia, sposoby badań oraz typologie*, „Śląskie Prace Etnograficzne”, t. V: Etnologia w sieci, Krystyna Pieronkiewicz-Pieczko (red. nauk.), Katowice 2022, s. 40.

⁴³ P. Siuda, *Sacrum w sieci – definicje, podejścia, sposoby badań oraz typologie*, „Śląskie Prace Etnograficzne”, t. V: Etnologia w sieci, Krystyna Pieronkiewicz-Pieczko (red. nauk.), Katowice 2022, s. 42–44.

⁴⁴ P. Siuda, *Sacrum w sieci – definicje, podejścia, sposoby badań oraz typologie*, „Śląskie Prace Etnograficzne”, t. V: Etnologia w sieci, Krystyna Pieronkiewicz-Pieczko (red. nauk.), Katowice 2022, s. 42–44.

⁴⁵ L.L. Dawson, *Researching Religion in Cyberspace: Issues and Strategies*, [in:] *Religion on the Internet: Research Prospects and Promises*, J.K. Hadden, D.E. Cowan (eds), JAI, London 2000, s. 29.

Obszar drugi – religie cyberświata – Siuda rozumie jako wierzenia tworzone przez wizjonerów zwodzicieli, np. kolportujących obrazek twarzy Jezusa z mrugającym na żywo okiem – (pomysł nie mniej oryginalny niż szczebel z drabiny, która śniła się patriarsze Jakubowi a stała się wątkiem z „Krzyżaków” Henryka Sienkiewicza). Jak zauważa polski znawca cyberreligii, zwykle jej „przywódcy” odciągają odbiorców od religii tradycyjnych, ukazując je w krzywym zwierciadle⁴⁶. Za najważniejszy obszar obecności religii w sieci Siuda uznał rytuały online. Nie precyzując ich nazbyt, zaliczył do nich wirtualne formy kultu religijnego – online zaprezentowane obrzędy, które mają służyć doznaniom religijnym, wirtualne pielgrzymki (np. do Mekki), aplikacje zachęcające do modlitwy czy praktyk religijnych.

Przedmiotem moich zainteresowań badawczych jest kategoria *Digital Religion* nazywana od czasów Christophera Hellanda „religią sieciową” (*online religion*), czyli zjawisko przejścia od religii tradycyjnych (z różnych powodów, obecnie w Polsce nierzadko z powodu rozczarowania Kościołem instytucjonalnym, hierarchią czy skandalami pedofilskimi), do religii zainspirowanej wymianą doświadczeń religijnych w sieci. Często skutkująca rezygnacją z ekskluzywizmu religijnego na rzecz tworzenia własnej wersji przekonań religijnych i duchowego *praxis*.

Podglebiem tej kategorii *digital religion* są dwa procesy charakterystyczne dla współczesnej duchowości – pluralizacja i indywidualizacja⁴⁷. Pierwszy z nich dopuszcza wielość religii w społeczeństwie oraz zróżnicowanie religijne wewnątrz poszczególnych religii i Kościołów. Efektem pluralizacji religijnej zdaniem Karla Gabriela jest „dynamizacja rynków światopoglądowych i stylów życia”. Druga dominanta – indywidualizacja – inspirowana do tworzenia „własnej” religii. Pod wpływem obu procesów religia się deinstytucjonalizuje, rodzi się duchowość pozakościelna, pozainstytucjonalna, duchowość „własna” czy „bezdonna” (*unbehauste Religion*)⁴⁸.

Osobnego komentarza wymaga obserwowane w mediach, także w sieci, zjawisko odejścia od religijności, od „bycia religijnym” na rzecz duchowości, deklarowane w zdaniu: „jestem duchowy, ale nie religijny”. Pod pojęciem religijności kryją się wszystkie postaci kultu – zbiorowego i prywatnego – „w których człowiek wystawia Boga, prosi Go za swoje grzechy i uchybienia lub uprasza o łaskę przebaczenia”⁴⁹. Natomiast duchowość w formie zwanej „nową duchowością” oznacza „odczuwanie obecności Boga nawet w sytuacjach pozbawionych jakichkolwiek odniesień semantycznych do formalnie

⁴⁶ Tamże, s. 43.

⁴⁷ K. Gabriel, *Alte Probleme und neue Herausforderungen*, [in:] *Die Zukunft von Religion und Kirche in Deutschland. Perspektiven und Prognosen*, hrsg. von P. Becker, U. Diewald, Verlag Herder, Freiburg im Breisgau 2014, s. 15.

⁴⁸ G. Schmidtchen, *Ethik und Protest. Moralbilder und Wertkonflikte junger Menschen*, Leske und Budrich Verlag, Opladen 1992, s. 165.

⁴⁹ J.A. Kłoczowski, *Czy wiara to religia?* „Znak” 2010, nr 10 (665).

działającej instytucji religijnej”⁵⁰. Uchodzi ona za dojrzałą, pogłębioną formę religijności, jednak ogranicza się do „wewnętrznego doświadczenia nadprzyrodzoności”, w którym nadprzyrodzoność sprowadza się do „emocjonalności, wrażliwości na piękno i dobro, codzienności traktowanej jako nadzwyczajność oraz poszukiwania sensu życia i przyczyn istnienia ładu we wszechświecie nie tylko w wymiarze ideologicznym religii, ale też doświadczeniowym i konsekwencyjnym”⁵¹. Deklaracja „jestem duchowy, ale nie religijny” w sieci uchodzi za topową, wysoce popularną. Doczekała się nawet akronimu – SBNR (od „Spiritual but not religious”)⁵² spopularyzowanego dzięki serwisom randkowym, na których dla ocieplenia wizerunku warto zadeklarować: „«Nie jestem jakimś zimnym ateistą, ale nie jestem też jakąś moralizatorską, pruderyjną osobą. Jestem miły, przyjazny i uduchowiony – ale nie religijny»”⁵³.

7. Cechy charakterystyczne religii cyfrowej

Heidi Campbell i Wendi Bellar w książce „Digital religion the basics” wydanej w 2023 roku wylicza sześć cech (*markers*) religii cyfrowej, które najlepiej zdają się opisywać jej specyfikę:

1. społeczność internetowa/sieciowa (*networked community*),
2. praktyki konwergencji (*convergent practice*),
3. rzeczywistość w wielu lokalizacjach (*multisite reality*),
4. przesunięcie autorytetu (*shifting authority*),
5. tożsamość budowana na opowieściach (*storied identity*),
6. autentyczność doświadczenia (*experiential authenticity*)⁵⁴.

Najważniejszą i kluczową cechą religii cyfrowej jest społeczność sieciowa. Zgodnie z myślą Heidi A. Campbell, społeczność online od tradycyjnego rozumienia społeczności odróżnia to, że nie definiuje jej lokalizacja, rodzina czy instytucje⁵⁵. Jest ona oparta na sieci – dynamicznych, autonomicznych relacjach społecznych poza ustalonymi instytucjami religijnymi i bez nadzoru uznanych liderów. Spostrzeżenie, że społeczność sieciowa jest prawdziwą społecznością, było niemożliwe do stwierdzenia, dopóki przyimek „wirtualny” oznaczał „odmienny od prawdziwego”. „Wirtualność” religii w jakiejś mierze deprecjonowała ją, traktowała jako w jakiś sposób niekompletną lub nieprawdziwą⁵⁶. Trudność tę amerykańska badaczka pokonała, dowodząc, że użytkownicy sieci w wirtualnym świecie wiążą się w realne społeczności, tyle że „społeczność online” przede-

⁵⁰ H. Mielicka-Pawłowska, *Duchowość jako religijność ponowoczesna*, w: M. Szulakiewicz, Ł. Dominiak (red.), *Religie w dialogu kultur II. V Międzynarodowy Kongres Religioznawczy*, Toruń 14–16 września 2017, UMK, Toruń 2017, s. 104 (c. 103–115).

⁵¹ H. Mielicka-Pawłowska, *Duchowość jako religijność ponowoczesna*, s. 113.

⁵² Znana również jako „spiritual but not affiliated” (SBNA).

⁵³ Park Soo Young Theodore, *Ignatian Spiritual Conversation and Digital Communication Culture*, „Jesuit School of Theology Dissertations” 2022, vol 2, s. 35.

⁵⁴ H.A. Campbell & W. Bellar. *Digital religion...*, s. 9.

⁵⁵ H.A. Campbell & W. Bellar. *Digital religion...*, s. 12.

⁵⁶ H.A. Campbell & W. Bellar. *Digital religion...*, s. 4.

finiowuje kategorię społeczności, uwalniając ją od zakorzenienia lub ograniczenia do konkretnego miejsca.

Nadzwyczaj zaskakująco cecha ta ujawniła się podczas pandemii COVID-19 (2020–2022) i obligatoryjnych *lockdownów*, gdy przywódcy duchowni religii zostali zmuszeni do wejścia na teren, po którym wcześniej bali się poruszać albo wprost go deprecjonowali. Musieli przenieść do sieci kult i nauczanie, zachęcając wiernych do tworzenia wspólnoty religijnej online, do współuczestniczenia w obrzędach transmitowanych online. Część Kościołów i społeczności religijnych weszła z konieczności w świat mediów społecznościowych – Facebooka czy Twittera (obecnie platforma X), zaczęła publikować „filmiki” na YouTube, stosowała mailing. Autoprezentacja, kontakt z wiernymi wymagał zaangażowania i większej staranności, bo nabierał cech globalnych.

Drugi wyznacznik specyfiki religii cyfrowej stanowią praktyki konwergencji. Religia cyfrowa pozwala na praktykowanie wiary offline i online, dzięki korzystaniu z zasobów i możliwości obu światów. Cecha ta – otwarcie się na *praxis* online – kształtuje „tożsamość religijną osoby, jej relacje z autorytetem religijnym oraz kwestie autentyczności”⁵⁷. Internet może być dla wiernych „świętą przestrzenią”, np. dla katolików może nią być adoracja transmitowana całodobowo online.

Spirit Tech – jak dostrzegł Wesley J. Wildman i Kate J. Stockly – kryje potężne możliwości. Warto zapamiętać zdanie: „Potencjał tych technologii ma głębię, o której rzadko się mówi... A co, jeśli najgłębsze aspekty ludzkiego doświadczenia, które często są dostępne tylko przez dwadzieścia tysięcy godzin medytacji w jaskini..., staną się nagle dostępne za naciśnięciem przycisku?”⁵⁸.

Praktyka religijna w przestrzeni cyfrowej, zdobywane w niej doświadczenie duchowe nie pozostają bez znaczenia dla praktyk offline. Internet zapewnia przestrzeń do odkrywania i tworzenia spersonalizowanych praktyk religijnych, które mogą rzucić wyzwanie tradycyjnym strukturom władzy religijnej, ale jednocześnie uzupełniają praktyki offline. Dostępna w sieci bogata oferta „usług religijnych” sprzyja wspomnianemu churchingowi online. Doskonale zobrazowała to pandemia COVID-19, w czasie której np. katolicy mogli wybrać dowolną transmisję liturgii mszalnej online, w dowolnym kościele. Niejednokrotnie korzystali z możliwości uczestniczenia w „lepszej”, „odpowiedniejszej” celebracji, z ciekawszą homilią, duchownym wolniejszym od przywar „offlinowego” księdza czy w piękniejszej świątyni. Pandemia, większa dostępność i elastyczność liturgii online, na tyle poluzowała związki wiernych z parafią i praktykowaniem offline, że powrót wiernych do udziału na żywo w liturgii we wspólnocie lokalnego Kościoła wymagał czasu i nauczania. Co ważne, nie można tracić z oczu faktu, że religia jest procesem dynamicznym, podlega ciągłym zmianom i adaptacji do nowych kontekstów społecznych i technologicznych, coraz częściej ma charakter konwergentny.

⁵⁷ H.A. Campbell & W. Bellar. *Digital religion...*, s. 33.

⁵⁸ W.J. Wildman, K.J. Stockly, *Spirit Tech: The Brave New World of Consciousness Hacking and Enlightenment Engineering*, St. Martin's Press, New York 2021, s. 1. Za: K.A. Bingaman, *Religion in the Digital Age: An Irreversible Process*, „Religions” 2023, 14 (1), s. 108; <https://doi.org/10.3390/rel14010108> [dostęp 12.05.2024].

Multisite reality, trzecia specyfika religii cyfrowej według Heidi A. Campbell i Wendi Bellar, wskazuje na przenikanie się przestrzeni. Autorki książki „Digital religion the basics” piszą, że na skutek cyfryzacji życia, przenikania się światów, także religia funkcjonuje zarówno w przestrzeniach fizycznych, jak i cyfrowych, wirtualnych. Fakt, że na codzienne życie człowieka składają się spotkania online, offline i spotkania w formule hybrydowej, znajduje odzwierciedlenie także w sferze praktyk i doświadczenia religijnego. Cecha zwana „rzeczywistością multisite” polega na uwolnieniu tradycyjnych praktyk religijnych od wyznaczonego miejsca, możliwości praktykowania religii przez społeczności i grupy online i offline w jednej wspólnocie, tworzonej przez ludzi będących w wielu miejscach⁵⁹. Religia cyfrowa funkcjonuje w hybrydowej rzeczywistości. Cyberprzestrzeń zmienia koncepcję wspólnej modlitwy – umożliwia łączenie się wiernych offline i online, niezależnie gdzie się znajdują.

Czwartą kluczową cechą religii cyfrowej według Campbell jest, mówiąc optymistycznie, przesunięcie autorytetu, a realnie – utrata autorytetu jednych na rzecz nowych przywódców religijnych. Media cyfrowe stwarzają dynamiczną przestrzeń, w której autorytet jest nieustannie negocjowany i redefiniowany. Cechą religii cyfrowej jest odejście od autorytetu instytucjonalnego. Podłożem tego faktu jest nie tylko możliwość szerszego spojrzenia na instytucje religijne i przywódców religijnych, dzięki globalnemu przepływowi informacji i możliwości wymiany doświadczeń. Źródłem odejścia od autorytetów religijnych, m.in. w Kościele polskim, jest rozczarowanie instytucją eklezjalną, obarczenie jej skandalami pedofilskimi i finansowymi.

Zaprezentowane w książce Campbell studium przypadku obrazuje nowe możliwości religijnych twórców cyfrowych jako autorytetów online. Nie da się ukryć, że media cyfrowe, w tym społecznościowe, otwierają nowe możliwości dla formowania się autorytetów religijnych. Autorytet zyskują ci, którzy są obecni w cyfrowym świecie, a tracą ci, którzy nie potrafią się w nim poruszać. Rośnie rzesza influencerów, blogerów religijnych, właścicieli portali albo twórców aplikacji. Ich indywidualny przekaz religijny ma charakter bardzo subiektywny, często antyautorytarny i emancypacyjny, ma niewiele wspólnego z oficjalnym nauczaniem religijnym, z poszanowaniem doktryny, dogmatów czy etosu religijnego. Jedynym sposobem na to, aby mieć swój udział w kształtowaniu narracji religii w sieci, jest zaangażowanie się przywódców duchowych w media cyfrowe. Jest to zapewne zadanie misyjne dla młodszych wiekiem duchownych, wymaga na etapie ich formacji uczenia kompetencji cyfrowych i znajomości *social mediów*.

Autorefleksja Kościołów i związków wyznaniowych powinna prowadzić do niepokoju w tym zakresie i prób dążenia do zmiany. Nowi liderzy religijni online – blogerzy religijni, twórcy mobilnych aplikacji religijnych, moderatorzy forów religijnych, religijni twórcy cyfrowi – stają się autorytetami poprzez swoje cyfrowe umiejętności i zaangażowanie. Tracą na autorytecie tradycyjni liderzy nieprzystosowani do nowych technologii

⁵⁹ H.A. Campbell & W. Bellar. *Digital religion...*, s. 72.

i instytucje nieadoptujące nowych mediów – choćby mieli lepszą ofertę religijną i większe kompetencje do jej propagowania.

Nieco więcej wyjaśnienia wymaga piąta cecha *digital religion*, nazwana przez Campbell *storied identity* – tożsamość oparta na narracjach o sobie samym. Ludzie mają skłonność do opowiadania „samych siebie”, snucia opowieści o swoim życiu, o obrazie siebie czy doświadczeniach życiowych. To psychologiczne pojęcie bywa definiowane jako „zinternalizowana i rozwinięta historia życia zwana też mitem osobistym, która łączy trzy perspektywy czasowe: zrekonstruowaną przeszłość, postrzeganą teraźniejszość i przewidywaną lub oczekiwaną przyszłość w jedną narrację, tak, aby nadać życiu poczucie spójności, ciągłości i celu”⁶⁰. Dan P. McAdams był przekonany, że człowieka w jego indywidualności można poznać dopiero dzięki poznaniu jego historii życia. Narracja o sobie samym pozwala wychwycić jego cechy, zasady zachowania na podstawie np. zaprezentowanych logicznych uogólnień. Przenosząc tę wiedzę do *digital religion*, można stwierdzić, że tożsamość narracyjna odnosi się „do sposobu, w jaki osoby religijne wykorzystują różne zasoby zarówno z kontekstów online, jak i offline, aby budować i rekonstruować obraz siebie oraz swoje codzienne doświadczenia religijne”⁶¹.

Media cyfrowe umożliwiają ludziom dzielenie się sobą, swoją tożsamością z innymi na wielu polach: np. blogach, w aplikacjach mobilnych czy stronach internetowych. Np. blogerzy religijni często opisują siebie poprzez swoją wiarę, ale także dzielą się innymi aspektami swojego życia, co pokazuje wieloaspektowość tożsamości narracyjnej.

Cecha ta jest niezwykle ważna, bo wskazuje, że ludzie w sieci – pomijając kontrolę tradycyjnych autorytetów religijnych – mogą wybierać i łączyć różne źródła informacji, tworząc własną, spersonalizowaną tożsamość religijną. Internet staje się zasobem, przestrzenią do tworzenia i wyrażania swojej tożsamości religijnej. Co więcej, tożsamość religijna nie jest tożsamością raz na zawsze, statyczną; przeciwnie, jest wieloaspektowa i zależy od kontekstu, w którym jest prezentowana. Zgodnie z wynikami badań tożsamości online i offline są ściśle ze sobą powiązane⁶².

Ostatni z wyznaczników specyfiki religii cyfrowej – autentyczność doświadczenia – to postmodernistyczne zakwestionowanie obiektywnego, naukowego rozumienia rzeczywistości na rzecz subiektywnych doświadczeń, osobistych odczuć. Cecha ta oznacza uznanie, że podstawą oceny przekonań i praktyk religijnych online i offline jest osobiste doświadczenie. W świecie cyfrowym to ostatnie – osobiste doświadczenie – jest często kluczowe w określaniu, co jest autentyczne. Na tak podatnym gruncie cyfrowe awatary i reprezentacje mogą umożliwiać internautom autentyczne praktyki religijne. Co więcej, rozwój wirtualnej rzeczywistości i zapowiadanej przez Muska rozszerzonej rzeczywistości może prowadzić do tworzenia bardziej immersyjnych doświadczeń religijnych.

⁶⁰ Zob. D.P. McAdams, *The person: An introduction to personality psychology*, wyd. 2, Hartcourt Brace College Publishers, Fort Worth, TX, 1994.

⁶¹ H.A. Campbell & W. Bellar. *Digital religion...*, s. 99.

⁶² H.A. Campbell & W. Bellar. *Digital religion...*, s. 100.

Umożliwi udział w wirtualnych nabożeństwach, pielgrzymkach czy medytacjach, które będą odczuwane jako równie autentyczne, jak te offline.

Mówiąc o autentyczności doświadczenia, warto wspomnieć, że religia cyfrowa jest opisywana jako forma „religii przeżywanej”, skupiająca uwagę na integracji przekonań i praktyk religijnych oraz na rozmowie o nich. Źródłem religii cyfrowej jest potrzeba autentyczności doświadczenia religijnego, poszukiwanie żywej, poruszającej wewnątrznie religii, paradoksalnie, w wirtualnym uniwersum, w zapośredniczonych technologicznie przestrzeniach, a nie w realnym, materialnym świecie. W centrum żywej religii jest osoba, jej relacja z Bogiem, nie zaś „odgórne definicje pochodzące od oficjalnych instytucji religijnych, społeczności lub przywódców”⁶³. Technologie cyfrowe oferują możliwość całkowitej zmiany tradycyjnych form religijności, przedefiniowują je, mogą podnieść ich wartość przeżyciową. Dzięki cyberprzestrzeni, jak zauważa (baptystyczny) teolog baptysta Sonny Eli Zaluchu, „fizyczna obecność w budynku kościoła nie jest już jedyną opcją kultu”⁶⁴. Co więcej, pobliski wiejski kościółek z nieudanym proboszczem, kazaniem przypominającym zażywanie słuchaczy tępym nożem i ochrypłym śpiewem wiekowego organisty, przegrywa z kretelem z wirtualną ofertą (a za jakiś czas może przegrać z zapowiadaną rzeczywistością rozszerzoną – *augmented reality*).

8. Zmiana paradygmatu

Paradygmatem wiedzy jest percepcja – skoro coś widzę, to znaczy, że to istnieje. Świadomość gwałtownego postępu cyfryzacji życia, ekspansyjny cyberświat, symptomy przeniesienia religii do wirtualnego uniwersum, *churchingu online* powinny prowadzić religie i Kościoły do zmian w ich działalności misyjnej. Pora zająć pozycję „wirtualnego realizmu”, sytuując się pomiędzy pesymistami, którzy obwiniają komputery, internet i smartfony za wszelkie zło społeczne a naiwnymi optymistami podziwiającymi wszystkie nowe formy cyfrowego świata.

Rodzi się pytanie o przyszłość religii cyfrowej i religii jako takiej – offline. Zgodnie z diagnozą Kirka Bingamana technologia cyfrowa, a w jej kontekście *digital religion*, bez względu na to, czy chcemy o tym rozmawiać, czy nie, stała się integralną częścią naszej historii, już nierozdzielna od niej. Zintegrowała się z tkanką społeczeństwa, z wszystkimi przejawami codziennego życia⁶⁵. Na naszych oczach ziszcza się prognoza z 1976 roku informatyka Josepha Weizenbauma, twórcy programu Eliza umożliwiającego prowadzenie prostej rozmowy z komputerem. Przepowiadał on, że na skutek rozwoju technologii komputerowej ludzkość osiągnie „punkt bez powrotu”, „nieodwracalne zobowiązanie”

⁶³ H.A. Campbell & W. Bellar. *Digital religion...*, s. 9.

⁶⁴ S.E. Zaluchu, *Digital Religion, Modern...*, s. 1.

⁶⁵ K.A. Bingaman, *Religion in the Digital Age...*

(*irreversible commitment*)⁶⁶. Myśl ta okazała się prorocza, co dziś widać gołym okiem, gdyż wyłączenie komputerów, internetu byłoby dniem globalnej katastrofy⁶⁷.

Obawy, że religia online zastąpi, wyprze religię offline, są prawdopodobnie bezpodstawne. Jak zauważa amerykańska badaczka *digital religion*, badania dowodzą, że religijne zaangażowanie online jedynie uzupełnia, a nie zastępuje praktyk religijnych offline⁶⁸. Z tym jednak zastrzeżeniem, że być może jest za wcześnie, by wyrokować w tej sprawie. Należy pamiętać, że technologia i sposób, w jaki ludzie jej używają, zmienia się gwałtownie. Nie wiadomo, czy coś, co dziś jest uzupełnieniem, w przyszłości nie będzie głównym sposobem religijności. Podczas pandemii religia online zastąpiła tradycyjne formy kultu, zwłaszcza gdy fizyczny dostęp do miejsc kultu stał się niemożliwy. Dotychczas religia online uzupełnia religię offline, jednak dalszy progres technologiczny i zmiany społeczne mogą tę optykę zmienić.

Proces ten może znacznie przyspieszyć, jeśli przywódcy duchowi nie zmienią paradygmatu obecności religii w świecie i nie położą akcentu na misyjność. Chcę powiedzieć, że jeżeli kolejną dekadę np. duchowni katolicy będą swoje zaangażowanie sprowadzali do odprawiania Mszy i standardowej katechezy, to nie przetrwają zderzenia z atrakcyjną, bogatą ofertą cyfrowego świata.

Coraz większa rola mediów społecznościowych i platform internetowych może prowadzić do dalszej decentralizacji autorytetu religijnego. Nowi liderzy religijni będą wyłaniać się z przestrzeni cyfrowych, a tradycyjne hierarchie mogą być kwestionowane.

Zakończenie

Technologie cyfrowe stały się niezbędne dla życia człowieka, także w sferze religii. Sieć pozwala na zaspokojenie potrzeb religijnych w różnym zakresie, od głodu wiedzy, po głód Boga, dostarczając szerokiej wiedzy i środków pobudzających pobożność, wskazując drogi poszukiwania Boga. Sieć może wydatnie pomóc w świadomym zachowywaniu tradycji religijnej, inspirować do kultu. Religia może stać się jeszcze bardziej zintegrowana z codziennymi nawykami cyfrowymi ludzi, np. poprzez aplikacje do medytacji, codzienne cytaty religijne wysyłane na smartfony czy interaktywne modlitwy w sieciach społecznościowych.

Wzajemne oddziaływanie technologii cyfrowej i religii z pewnością prowadzi do ciągłych zmian, ponieważ technologie cyfrowe nadal ewoluują i są coraz bardziej zaangażowane w instytucje i praktyki religijne. Dzisiaj nie jesteśmy w stanie przewidzieć nawet najbliższych dekad rozwoju społeczeństwa sieciowego, jego relacji do religii, interakcji, jaka będzie zachodzić między religią a społecznością sieci.

Internet jest przestrzenią społeczną, a nie tylko środkiem komunikacji. Jest to przestrzeń do interakcji międzyludzkich, a także do duchowego spełnienia poprzez wspólnotę

⁶⁶ J. Weizenbaum, *Computer Power and Human Reason: From Judgment to Calculation*, W.H. Freeman, New York 1976, s. 28.

⁶⁷ Zob. Y.N. Harari, *Homo Deus: A Brief History of Tomorrow*, HarperCollins, London 2017, s. 51.

⁶⁸ H.A. Campbell & W. Bellar. *Digital religion...*, s. 141.

religijną. Co więcej, jest to przestrzeń, którą można zintegrować z innymi ważnymi przestrzeniami w ludzkim życiu, tworząc wzajemny przepływ doświadczeń, który kształtuje zarówno przestrzeń społeczną online, jak i offline.

Religie u ugruntowanej pozycji muszą zmierzyć się z pytaniem, jak radzić sobie z innowacjami cyfrowymi. W obliczu coraz bardziej indywidualistycznego podejścia do wiary i życia, zmagają się z malejącą liczbą członków i utratą znaczenia. Muszą ponownie nawiązać kontakt ze swoimi wiernymi i zrozumieć nową rzeczywistość cyfrową. Religia to dynamiczny proces zmian.

Być może będziemy obserwować powstawanie nowych form wspólnot religijnych, które będą funkcjonować głównie lub wyłącznie online, oferując wsparcie, edukację i zaangażowanie duchowe dla swoich członków w całkowicie cyfrowych przestrzeniach. Zmiany te będą zależne od dalszych postępów technologicznych oraz od sposobu, w jaki społeczeństwa i kultury będą adaptować te technologie do swoich potrzeb religijnych i duchowych.

Bibliografia

- Bauwens M., *Spirituality and technology: Exploring the relationship*. First Monday. Retrieved January 22, 2006; <https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/496/417>.
- Brenda B., *Give Me That Online Religion*, Wiley, San Francisco 2001.
- Buksa Ł., *Ochrona życia duchowego w erze smartfonów*, 2024, (w druku).
- Campbell H.A. & Wendi Bellar, *Digital religion. The basics*, Routledge. Abingdon–New York 2023.
- Campbell H.A., *Congregation of the Disembodied*. In *Virtual Morality*, Peter Lang, London 2003.
- Campbell H.A., *Digital Creatives and the Rethinking of Religious Authority*, Routledge, London 2020.
- Campbell H.A., *Exploring Religious Community Online. We are One in the Network*, Peter Lang Publishing, New York 2005
- Campbell H.A., *The Dynamic Future of Digital Religion Studies* [in:] *Stepping Back and Looking Ahead: Twelve Years of Studying Religious Contact at the Käte Hamburger Kolleg Bochum*, Series: Dynamics in the History of Religions, vol. 13, M. Freudenberg, F. Elwert et al. (eds), Brill, Lejda 2023, s. 217-243 (e-book).
- Chama J.R.C., *Finding God on the web. Across the internet, believers are re-examining their ideas of faith, religion and spirituality*, "TIME" 1996, no. 149 (1), s. 52-59.
- Cornwall M., S.L. Albrecht, P.H. Cunningham & B.L. Pitcher, *The Dimensions of Religiosity: A Conceptual Model with an Empirical Test*, „Review of Religious Research” 1986, vol. 27, no. 3, s. 226-244.
- Davis E., *Technopagans: May the astral plane be reborn in cyberspace*, "WIRED" 1995, vol. 3 (7).
- Dawson L.L., *Researching Religion in Cyberspace: Issues and Strategies*, [in:] *Religion on the Internet: Research Prospects and Promises*, J.K. Hadden, D.E. Cowan (eds), JAI, London 2000.
- Durkheim E., *Elementarne formy życia religijnego*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1990.
- Eisenstein E., *The printing press as an agent of change: communications and cultural transformations in early modern Europe*, Cambridge University Press, Cambridge 1979.
- Gabriel K., *Alte Probleme und neue Herausforderungen*, [in:] *Die Zukunft von Religion und Kirche in Deutschland. Perspektiven und Prognosen*, hrsg. von P. Becker, U. Diewald, Verlag Herder, Freiburg im Breisgau 2014.
- Garner S., *Digital Theology: A Modest, Inclusive Proposal*. Paper presented at the Digital Theology-Wild Card Session, American Academy of Religion Annual Conference, San Diego, 2019.
- Hadden D., Cowan E., (ed) *Religion on the Internet: Research Prospects and Promises*, vol. 8, coll. Religion and Social Order, Elsevier Science, New York, 2000, s. 49.
- Halík T., *Média – náboženstvi naši doby?* „Dingir” 2009, nr 4.
- Hanas Z., *Internet religijny a religijność internetowa: eksploracja pola badawczego* [w:] *Media w transformacji*, A. Graczyk, K. Marczyński SAC, M. Przybysz (red.), Dom Wydawniczy Elipsa, Warszawa 2013.

- Helland Ch., *Religion Online/Online Religion and Virtual Communitas* [in:] *Religion on the Internet: Research Prospects and Promises*, J.K. Hadden & D.E. Cowan (eds.), (Religion and Social Order 8), JAI Press/Elsevier Science, London 2000, s. 205-224.
- Hoover S. & N. Echchaibi, *The third spaces of digital religion*, 2014; https://www.researchgate.net/publication/287644204_The_Third_Spaces_of_Digital_Religion?channel=doi&linkId=567825d108aebcdda0ebcb9f&showFulltext=true. Accessed 11 Feb 2020.
- Jan Paweł II, Orędzie na 36. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu: *Internet: Nowe forum głoszenia Ewangelii* (Rzym, 22.03.2020).
- Kłoczowski J.A., *Czy wiara to religia?* „Znak” 2010, nr 10 (665).
- Knoblauch H., *Benedict in Berlin: The Mediatization of Religion*, [in:] *Mediatized Worlds: Culture and Society in a Media Age*, A. Hepp, F. Krotz (eds), Palgrave Macmillan, London 2014, s. 143-158.
- Kornaś J., „*Digital Religion*” jako zjawisko medialne. *Przegląd badań*, UJ, Kraków 2020 (praca licencjacka przygotowana pod kierunkiem naukowym dra Michała Bukowskiego w instytucie Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej UJ).
- Kubiński G., *Informatyzacja społeczeństwa a zjawiska religijne*, „Zeszyty Naukowe Świętokrzyskiego Centrum Edukacji na Odległość” 2006, nr 2, s. 75-84.
- Kueng L., *Going, Introduction – ‘The core challenge now is organisational’* [in:] *Going Digital. A Roadmap for Organisational Transformation*, L. Kueng (ed.), University of Oxford, Oxford 2017.
- Lundby K., (ed) *Religion Across Media: From Early Antiquity to Late Modernity*, Peter Lang, New York 2013.
- M.T. Ciolek, *Online religion: the Internet and religion*, [in:] *The Internet Encyclopedia*, H. Bidgoli (ed.), Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, Inc, New York 2004, s. 798-811.
- Mielicka-Pawłowska H., *Duchowość jako religijność ponowoczesna*, w: M. Szulakiewicz, Ł. Dominiak (red.), *Religie w dialogu kultur II. V Międzynarodowy Kongres Religioznawczy*, Toruń 14–16 września 2017, UMK, Toruń 2017, s. 103-115.
- Park Soo Young Theodore, *Ignatian Spiritual Conversation and Digital Communication Culture*, „Jesuit School of Theology Dissertations” 2022, vol 2.
- Przybył-Sadowska E., *Religia online, czyli o procesie wirtualizacji religii*, „Studia Religioznawcze” 2007, t. 40, s. 77–98.
- Schmidtchen G., *Ethik und Protest. Moralbilder und Wertkonflikte junger Menschen*, Leske und Budrich Verlag, Opladen 1992.
- Siuda P., *Mapping Digital Religion: Exploring the Need for New Typologies*, „Religions” (MDPI) 2021, vol. 12, 373.
- Siuda P., *Religia a internet: O przenoszeniu religijnych granic do cyberprzestrzeni*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2010.
- Siuda P., *Sacrum w sieci – definicje, podejścia, sposoby badań oraz typologie*, „Śląskie Prace Etnograficzne”, t. V: Etnologia w sieci, Krystyna Pieronkiewicz-Pieczko (red. nauk.), Katowice 2022, s. 40.
- Smołucha D., *Kultura religijna w cyberprzestrzeni. Obecność kultu Matki Bożej z Guadalupe w internecie*, WAM, Kraków 2016.
- Zaluchu S.E., *Digital Religion, Modern Society and the Construction of Digital Theology*, “Transformation: An International Journal of Holistic Mission Studies” 2024, s. 6, doi: <https://doi.org/10.1177/02653788231223929>.

Biogram autora

Łukasz Buksa – doktor nauk społecznych adiunkt na wydziale nauk społecznych UPJP2. Muzyk wokalista instruktor snowboardu, Autor książki o uzależnieniu od smartfona oraz serii artykułów naukowych o fonoholizmie.

Damian Guzek

Uniwersytet Śląski w Katowicach

ORCID 0000-0002-8138-8128

Marcin Ciechanowski, Klaudia Cymanow-Sosin, *Ewangelizacja w mediach, Homini, Kraków 2024, ss. 206, ISBN 978-83-8205-297-8*

Badania nad strukturą oraz rzeczywistymi funkcjami mediów katolickich stanowią wyzwanie dla analiz w obszarze komunikacji społecznej i mediów z dwóch powodów. Po pierwsze, brakuje regularnie aktualizowanych, kompleksowych opracowań dokumentujących stan mediów katolickich w różnych dekadach ich działalności (Guzek, 2016; Kristanova, 2022; Lepa, 1994). Po drugie, istnieje ciągła potrzeba rewizji wiedzy na temat ideologii oraz funkcji, jakie media katolickie pełnią wobec swoich odbiorców i użytkowników (Adamowski i in., 2021; Kristanova i in., 2024; Krzemiński, 2009, 2017; Leśniczak, 2023; Lindner, 2017). Marcin Ciechanowski (OSPPE – Zakon Paulinów) i Klaudia Cymanow-Sosin (Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie), autorzy monografii *Ewangelizacja w mediach*, wydanej przez wydawnictwo Homini w Krakowie w 2024 roku, z powodzeniem podejmują się analizy drugiej z wymienionych kwestii.

W pierwszej części książki M. Ciechanowski i K. Cymanow-Sosin skupiają się na doktrynalnym aspekcie ewangelizacji za pośrednictwem mediów. Ta część charakteryzuje się dyskursem opartym na argumentacji, która będzie przekonująca przede wszystkim dla osób o katolickim światopoglądzie. Oznacza to, że po jej lekturze czytelnik mający wiedzę z zakresu katolickiej nauki społecznej i doktryny medialnej Kościoła będzie w stanie lepiej zrozumieć oraz uporządkować działania Kościoła katolickiego w obszarze ewangelizacji, jej poszczególnych etapów oraz ich konsekwencji. Natomiast odbiorcy spoza tego kręgu mogą napotkać trudności wynikające z tak mocnej koncentracji funkcji mediów na analizie obowiązków ewangelizacyjnych, które Kościół przypisuje zarówno wiernym, jak i samym strukturom kościelnym.

Co charakterystyczne dla tej części, Autorzy nie ograniczają się jedynie do prostych komentarzy do dokumentów kościelnych, co często jest spotykane w tego typu opracowaniach. Dzięki temu książka oferuje głębsze spojrzenie na temat i prezentuje narrację analityczną, zbliżoną do klasycznych publikacji na polskim rynku wydawniczym, poświęconych kwestiom mediów wyznaniowych (Kossewska & Adamowski, 2004; Pokorna-Ignatowicz, 2002; Skrzypczak & Sobczak, 2015).

Rozdziały tej części książki omawiają zagadnienia związane z ewangelizacją, jej kontekstem historycznym oraz współczesnymi formami, takimi jak preewangelizacja, reewangelizacja i postewangelizacja. Ewangelizacja, rozumiana jako skuteczne przekazywanie orędzia chrześcijańskiego różnym grupom odbiorców, nakłada konkretne obowiązki na kościelnych aktorów, w tym instytucje, media religijne oraz dziennikarzy katolickich.

Autorzy podejmują także temat mediów w ujęciu personalistycznym, podkreślając ludzki aspekt w procesie produkcji mediów – zarówno w odniesieniu do odbiorców, jak i twórców, traktując ich jako osoby, a nie jedynie elementy ekonomiki medialnej (Drożdż, 2019; Soczyński, 2019). Analiza obejmuje liczne niuanse związane z głoszeniem przesłania chrześcijańskiego, od różnych typów ewangelizacji po rozróżnienie między kerygmatem a warstwą edukacyjną, przygotowując tym samym grunt pod dalsze badania empiryczne zawarte w drugiej części książki.

W części empirycznej autorzy przedstawiają szczegółową panoramę zagadnień związanych z funkcjonowaniem, treścią i odbiorem katolickich rozgłośni radiowych w Polsce. Ich wkład w zrozumienie działalności tych rozgłośni jest nieoceniony, ponieważ łączą dwa kluczowe wątki: po pierwsze, zwracają uwagę na charakterystyczne problemy i wyzwania, przed którymi stają stacje radiowe, takie jak struktura prawna, administracyjna, sposób programowania oraz finansowania. Po drugie, wzbogacają medioznawczą analizę o komponent ideologiczny, w którym centralną rolę odgrywa prymat ewangelizacji – obowiązek przenikający każdy aspekt funkcjonowania rozgłośni. Dzięki temu czytelnik może zrozumieć, że radio katolickie nie jest jedynie częścią struktury medialnej, ale także narzędziem ewangelizacji, działającym w ramach szerokiego spektrum podmiotów kościelnych i instytucji afiliowanych z Kościołem katolickim w Polsce

Interesującym zagadnieniem, które autorzy poddają analizie, jest intermedialność badanych rozgłośni katolickich oraz ich hybrydowy charakter, wynikający ze współistnienia różnych przekazów medialnych pod redakcją katolicką, a także ich funkcjonowania w otoczeniu zarówno mediów katolickich, jak i świeckich. Autorzy ukazują, w jaki sposób te rozgłoszenie łączą różne formy i platformy przekazu, co pozwala im efektywnie współdziałać w złożonym krajobrazie medialnym, jednocześnie zachowując swoją misję ewangelizacyjną.

Warto jednak zwrócić uwagę na pewne trudności, które mogą pojawić się podczas lektury. Po pierwsze, autorzy opierają swoją analizę na wybranej grupie rozgłośni, co utrudnia odniesienie wyników do całej struktury katolickiej radiofonii w Polsce. Po drugie, książka jest wyraźnie skierowana do czytelników związanych z wewnętrznym dyskursem katolickim. Liczne argumenty w pierwszej części, oparte na cytatach biblijnych i obowiązkach ewangelizacyjnych, mogą zniechęcić czytelników spoza tego kręgu do przebrnięcia przez skomplikowaną warstwę teologiczną, zanim przejdą do analizy medioznawczej. Mimo tych trudności lektura jest warta wysiłku.

Podsumowując, monografia *Ewangelizacja w mediach* stanowi nowe opracowanie tego typu, które zyskuje znaczenie jako ważna lektura dla badaczy struktur mediów katolickich, a także szerzej – mediów wyznaniowych w Polsce.

Bibliografia

- Adamowski, J., Kuźmina, D., & Woźniak-Kasperek, J. (Red.). (2021). *Audycje Sekcji Polskiej Radia Watykańskiego. Treści, konteksty, interpretacje*. Wydawnictwo Naukowe i Edukacyjne Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich
- Drożdż, M. (2019). Aksjologiczno-teleologiczny wymiar misyjności mediów. *Studia Socialia Cracoviensia*, 11(1), Article 1. <https://doi.org/10.15633/ssc.3794>
- Guzek, D. (2016). *Media katolickie w polskim systemie medialnym*. Adam Marszałek
- Kossewska, E., & Adamowski, J.W. (Red.). (2004). *Media wyznaniowe w Polsce 1989-2004*. Aspra-Jr
- Kristanova, E. (2022). Prasa katolicka w Polsce (1918–1989). Rekonesans badawczy. *Kultura – Media – Teologia*, 52, 95–113. <https://doi.org/10.21697/kmt.52.5>
- Kristanova, E., Habielski, R., & Such-Pyrgiel, M. (Red.). (2024). *Politics and the Media in Poland from the 19th to the 21st Centuries*. Brill
- Krzemiński, I. (Red.). (2009). *Czego nas uczy Radio Maryja. Socjologia treści i recepcji rozgłośni*. Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne
- Krzemiński, I. (2017). Radio Maryja and Fr. Rydzyk as a Creator of the National-Catholic Ideology. W S.P. Ramet & I. Borowik (Red.), *Religion, Politics, and Values in Poland: Continuity and Change Since 1989* (s. 85–112). Palgrave Macmillan
- Lepa, A. (1994). *Katalog prasy katolickiej w Polsce*. Archidiecezjalne Wydawnictwo Łódzkie
- Leśniczak, R. (2023). *Wizerunek prezydenta Andrzeja Dudy na łamach „Tygodnika Powszechnego” (2015–2020)*. Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie
- Lindner, J. (2017). *12 469 dróg do absolutu. Polskie media o religii po 1989 roku*. Adam Marszałek
- Pokorna-Ignatowicz, K. (2002). *Kościół w świecie mediów. Historia – Dokumenty – Dylematy*. Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego
- Skrzypczak, J., & Sobczak, J. (Red.). (2015). *Media religijne i wyznaniowe w Polsce i na świecie*. Silva Rerum
- Soczyński, S. (2019). *Spółeczna i etyczna odpowiedzialność przedsiębiorstw medialnych*. Petrus

Biogram

Damian Guzek – dr hab., prof. UŚ, bada zagadnienia cyfrowej religii, konsumpcji mediów oraz polityki. Jest członkiem zarządu Network for Media Religion and Digital Culture, członkiem Komitetu Nauk o Komunikacji Społecznej i Mediach PAN w kadencji 2024-2027 oraz członkiem stowarzyszonym International Panel on the Information Environment (IPIE) powołanym przy Reuters Internet Institute Uniwersytetu Oxfordzkiego. Jest autorem i współautorem pięciu książek oraz kilkudziesięciu artykułów, publikowanych między innymi w renomowanych czasopismach takich jak „Journalism Studies” (współautorstwo z Maxwell McCombsem), „Journalism”, „Information, Communication and Society”, czy „Journal of Information Technology and Politics”. Ma w dorobku wyróżnienia w Konkursie Mojsiewicza na monografię oraz artykuł zakwalifikowany przez Digital Religion Yearbook do top 10 artykułów w cyfrowej religii w 2023 roku. Brał udział w realizacji m.in. następujących projektów badawczych: „Transform 4 European Research and Innovation” (T4ERI); „Autorytet papieski w przekształceniach komunikacji” Kierownik, OPUS

18 (NCN) (2019/35/B/HS2/00016); „The illiberal turn? News consumption, polarization and democracy in Central and Eastern Europe” (projekt brytyjskiej Economic and Social Research Council (ESRC), realizowany na Loughborough University).

Marta Jarosz

Instytut Edukacji Medialnej i Dziennikarstwa UKSW w Warszawie

ORCID 0000-0003-1626-5663

Relacja zbudowana na algorytmach. Co determinuje dziś treści oferowane odbiorcom przez portale informacyjne – na przykładzie serwisu rp.pl

Relationship built on algorithms. What determines the content offered to recipients by news portals today – on the example of the rp.pl website

Abstract

The ever-increasing technological revolution means that journalistic content offered to Internet users is no longer dependent only on the importance of the topics discussed, but also to a large extent on the conditions imposed by algorithms and the expectations of the recipients themselves. As a result, media that have so far specialised in topics related to politics, law and economics need to expand their offer. The phenomenon in question is illustrated by the changes that have taken place in the last year on the rp.pl portal. What did they consist of and what did they result in? Why can a well-functioning news service not exist today without a lifestyle section and what does the „Google Discover dictatorship” mean in editorial practice? This article attempts to answer these questions. The author’s practical experience and the results of a survey conducted for the purposes of this work were used in the presented considerations.

Keywords

Internet, news portals, search engine optimization, content aggregators

Abstrakt

Wciąż postępująca rewolucja technologiczna sprawia, że treści dziennikarskie oferowane użytkownikom internetu nie są już zależne tylko od wagi podejmowanych tematów, ale w dużym stopniu również od uwarunkowań narzucanych przez algorytmy i oczekiwań samych odbiorców. Efektem tego jest konieczność rozszerzania oferty przez media do tej pory specjalizujące się w tematach związanych z polityką, prawem i ekonomią. Zjawisko, o którym mowa, obrazują zmiany, które dokonały się w ostatnim roku w portalu rp.pl. Na czym one polegały i czym zaowocowały? Co w praktyce redakcyjnej oznacza „dyktatura Google Discover”? W artykule została podjęta próba odpowiedzi na te pytania. W przedstawionych rozważaniach wykorzystane zostały praktyczne doświadczenia autorki i dane wewnętrzne wydawnictwa oraz wyniki badania ankietowego przeprowadzonego na potrzeby niniejszego opracowania.

Słowa kluczowe

internet, portale informacyjne, search engine optimization, agregatory treści

SEO a dziennikarstwo – wprowadzenie do problematyki badawczej

W 2013 roku Evan Bailyń napisał: „Opanowawszy podstawowe zasady SEO, dysponujesz umiejętnościami pozwalającymi Ci rozkręcić praktycznie każdy biznes. Bez względu na to, jak bardzo zmieni się algorytm Google, podstawowe kompetencje związane z tworzeniem angażujących treści, autentycznym dzieleniem się nimi z ludźmi oraz uważnym monitorowaniem osiągniętych efektów pozostają ponadczasowe”¹. Treści zawarte w tej publikacji nie odnosiły się wprawdzie bezpośrednio do mediów, ale opisane przez autora mechanizmy działania technik optymalizacji treści internetowych pod kątem wyszukiwarek (ang. SEO – Search Engine Optimization) działają tak samo w przypadku wszystkich publikacji ukazujących się w sieci. Chcąc być zauważonym, docierać do konkretnej grupy odbiorców, a wreszcie monetyzować swoje treści, każdy twórca internetowy musi dziś uwzględniać w podejmowanych działaniach konieczność pozycjonowania się w wynikach wyszukiwania prezentowanych użytkownikom przez algorytmy Google². Co ważne: konieczność „bycia widocznym” dla algorytmów i „obecny” w przedstawianych przez nie zestawieniach wyszukiwań z upływem czasu bynajmniej nie traci na znaczeniu. Wręcz przeciwnie: wydaje się, że szczególnie kontekście portali informacyjnych staje się to coraz ważniejsze. Wielość nadawców i oferowanych przez nich w sieci treści sprawia, że pozyskanie czytelnika, a następnie zbudowanie jego przywiązania do serwisu, jest coraz trudniejsze, a to główny cel wszystkich wydawców.

Mówiąc o polskich mediach, a konkretnie o informacyjnych portalach internetowych, koniec lat dwutysięcznych uznaje się za początek korzystania z technik SEO przez ich twórców. W 2009 roku przeprowadzane były m.in. pierwsze szkolenia w tym zakresie dla pracowników – wydawców, redaktorów i dziennikarzy – koncernu Axel Springer³, rozbudowującego w tamtym okresie swoje portfolio serwisów internetowych. W czasie, o którym mowa, zaczęto dostrzegać nie tylko potrzebę tworzenia treści ukazujących się w internecie w taki sposób, aby były one atrakcyjne w kontekście działania algorytmów wyszukiwarek. Zwracano również uwagę, że to, co ukazuje się w prasie drukowanej, nie powinno być w takiej samej postaci publikowane w sieci. Wydawcy, którzy wcześniej specjalizowali się w codziennych tytułach drukowanych, a w tamtym czasie wzbogacali swoją ofertę serwisami internetowymi, stosunkowo szybko zauważyli, że przenoszenie tekstów z papieru do online’u w wersji 1:1 nie dawało zadowalających efektów w kontekście ich popularności i poczytności. Okazało się, że powszechne przekonanie, o którym pisze m.in. Jakub Czapek – że „podstawowym zadaniem, jakie spełnia portal ogólnoinformacyjny, jest rzecz jasna dostarczenie informacji”⁴ – wymaga pewnej reinterpretacji, a konkretnie

¹ E. Bailyń, *SEO dla każdego. Obowiązkowa dawka wiedzy o SEO!*, Wydawnictwo Helion, Gliwice 2014, s. 223.

² Wyszukiwarka Google odgrywa obecnie dominującą rolę na rynku – zarówno polskim, jak i ogólnosięciowym. W związku z tym nadawcy internetowi koncentrują swoją uwagę na dostosowaniu oferowanych przez siebie treści przede wszystkim do wymagań narzucanych przez jej algorytmy.

³ Autorka tekstu była ich uczestniczką.

⁴ J. Czapek, „Internet król gatunków” [w:] *Gatunki dziennikarskie w erze cyfryzacji. Teoria. Etyka. Prawo. Praktyka*, red. K. Wolny-Zmorzyński, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2012, s. 192.

uzupełnień. Otóż: realizacja podstawowej funkcji ogólnoinformacyjnych portali internetowych, jaką jest dostarczanie informacji, nierozdzielnie wiąże się dziś z koniecznością tworzenia dostępnych w nich treści tak, aby użytkownicy sieci łatwo mogli było na nie natrafić, przeszukując jej zasoby za pomocą wyszukiwarek. Z punktu widzenia nadawców spełnienie tego warunku to jeden z ważniejszych czynników wpływających na opłacalność prowadzonych działań. Miarą popularności, „wartości” i potencjału reklamowego portali jest bowiem przede wszystkim liczba unikalnych użytkowników odwiedzająca go w skali miesiąca, a w dalszej kolejności liczba dokonanych przez nich odsłon strony oraz spędzony na niej czas. Każdy pojedynczy nowy internauta, która trafia do danego serwisu, jest ważny i uwzględniany w tworzonych na bieżąco statystykach. To głównie z myślą o nim, tworząc publikacje, korzysta się z technik SEO, a obecnie również ze sposobów zapewniających uwzględnienie publikacji w propozycjach dostarczanych odbiorcom przez agregatory treści – w pierwszej kolejności Google Discover. W związku z tym i w konsekwencji działań, o których mowa, zdaniem Jana Krefta, „Do historii przechodzi model organizacji medialnych i dziennikarzy pełniących funkcje gatekeeperów – przejmuje je stopniowo gatekeeping algorytmiczny. Kontrola informacji, nadawanie wagi poszczególnym zdarzeniom – wszystkie te unikatowe kompetencje osadzone w medialnych strukturach i >>uświęcone<< wieloletnią praktyką przenoszone są na algorytmy, a udział dziennikarzy w tym transferze nie jest niezbędny (...)”⁵.

Choć przytoczonej tezie trudno odmówić trafności, to jednak nie wydaje się zasadne uznanie, że algorytmy przejęły dziś większość ról przypisywanych dotychczas dziennikarzom. Członkowie redakcji portali internetowych wciąż są przecież dostawcami publikacji dostępnych w sieci, a wyszukiwarki i agregatory treści odpowiadają tylko – a zdaniem niektórych „aż” – za ich dystrybucję.

Celem badania, które przeprowadziłam i opisuję w dalszej części artykułu, miało być stwierdzenie, w jakim stopniu warunki tego specyficznego systemu dystrybucji wpływają na działania osób odpowiedzialnych za publikacje w serwisie rp.pl i ich decyzje w zakresie doboru tematyki oraz formy materiałów dziennikarskich zamieszczanych w portalu związanym z dziennikiem „Rzeczpospolita” – medium uznawanym za lidera opinii i jakości na polskim rynku.

Dziennik „Rzeczpospolita” – historia w pigułce

Po raz pierwszy czasopismo pod tytułem „Rzeczpospolita” pojawiło się na polskim rynku wydawniczym w 1920 roku i było na nim obecne do 1931 roku – jako organ konserwatywnego Stronnictwa Chrześcijańsko-Narodowego⁶. Jego historia została wznowiona w okresie II wojny światowej – wtedy był to nieregularny periodyk związany z jednym z nurtów polskiego podziemia. 23 lipca 1944 r., ukazał się z kolei w Chełmie pierwszy numer „Rzeczpospolitej” – organu Polskiego Komitetu Wyzwolenia Narodowego. Po

⁵ J. Kreft, *Władza algorytmów. U źródeł potęgi Google i Facebooka*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2019, s. 235.

⁶ [https://pl.wikipedia.org/wiki/Rzeczpospolita_\(gazeta\)](https://pl.wikipedia.org/wiki/Rzeczpospolita_(gazeta)) (dostęp 29.09.2024 r.)

wojnie „Rzeczpospolitą” zaczęła wydawać Spółdzielnia Wydawnicza „Czytelnik”. Po tym, jak dwukrotnie zmieniano tytuł pisma, ostatecznie w 1951 roku zakończono jego wydawanie. Pierwszy numer nowej „Rzeczpospolitej” ukazał się w stanie wojennym, 14 stycznia 1982 r. O jego wskrzeszeniu zdecydowano na wniosek posła Edmunda Osmańczyka, który zaproponował, aby tytuł stał się „organem rządowym prezentującym codziennie racje stanu”. „Rzeczpospolita” stała się pismem niezależnym w 1989 roku. Ważnym momentem w jego historii był rok 1991. Wtedy to powołano do życia spółkę Presspublica, która stała się właścicielem tytułu. Utworzyły ją Państwowe Przedsiębiorstwo Wydawnicze „Rzeczpospolita” oraz francuska grupa prasowa Roberta Hersanta – Presse Participations Europennes. W latach 90. kilkakrotnie następowały zmiany w strukturach własności spółki. W 2011 roku 100 procent jej udziałów trafiło w ręce polskiego przedsiębiorcy, właściciela spółki Gremi Media, Grzegorza Hajdarowicza. W 2017 Gremi Media stało się spółką akcyjną. W sierpniu 2023 r. podano do wiadomości, że większościowy pakiet akcji w niej przejęła spółka Pluralis należąca do miliardera George’a Sorosa. Niespełna dwa tygodnie później koncern odsprzedał z kolei ponad 13 procent udziałów węgierskiemu milionerowi Zoltánowi Vardze. Biznesmen znany jako krytyk prezydenta Węgier Viktora Orbana został powołany do rady nadzorczej wydawnictwa⁷. Podsumowując: rok 2023, będący dla tytułu czasem ważnych zmian w kwestiach własności, był wyjątkowo pomyślny. W cyklicznym raporcie „Najbardziej opiniotwórcze media w Polsce” publikowanym przez Instytut Monitorowania Mediów „Rzeczpospolita” została uznana za najbardziej opiniotwórczy tytuł mediowy 2023 roku⁸. W zestawieniu podano, że w ciągu 12 miesięcy dziennik zacytowano łącznie 33,9 tys. razy, co dało tytułowi pozycję lidera w zestawieniu zarówno we zestawieniu ogólnym, jak i w segmencie prasy drukowanej.

Dziennik „Rzeczpospolita” i serwis rp.pl – specyfika tytułów i kierunki rozwoju

Jak podaje wydawca „Rzeczpospolitej” – Gremi Media SA – ten ogólnopolski dziennik to źródło informacji dla liderów opinii, menedżerów, profesjonalistów i osób podejmujących kluczowe decyzje biznesowe⁹. Jest podzielony na 3 grzbyty: główny ogólnoinformacyjny, gospodarczy „Ekonomia i rynek”, prawny „Prawo co dnia”. W soboty ukazuje się jako weekendowe wydanie „Plus Minus”, w którym publikowane są teksty o charakterze cywilizacyjnym, literackim, obyczajowym i metapolitycznym. Stałe dodatki tytułu to: „Dobra Firma”, „Nieruchomości”, „Rzeczpospolita Cyfrowa”, „Moje Pieniądze”, „Rzecz o Historii” i „Życie Regionów”. Najbardziej znane listy i rankingi tworzone przez redakcję to m.in.: Lista 500, Lista 2000, Ranking Najcenniejszych Polskich Marek i Ranking Kancelarii Prawniczych.

⁷ <https://www.press.pl/tresc/78169,pluralis-odsprzedal-ponad-13-proc-udzialow-w-gremi-wegierskiemu-milionerowi-i-krytykowi-orbana> (dostęp 29.09.2024 r.)

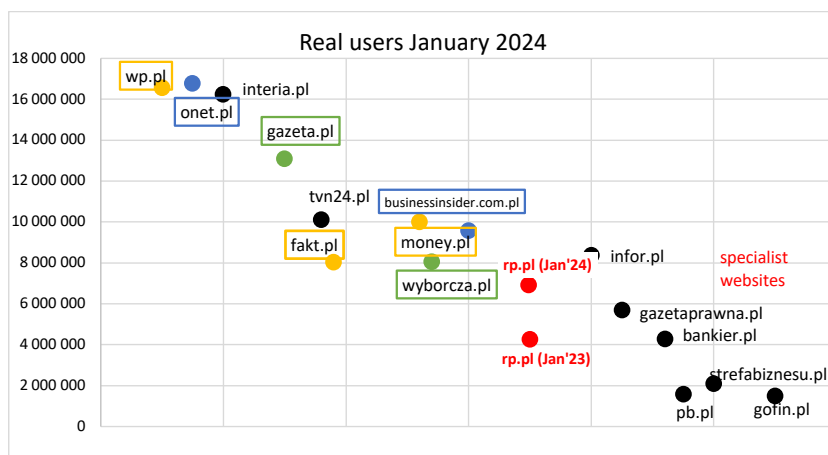
⁸ <https://www.imm.com.pl/rzeczpospolita-najbardziej-opiniotworczym-tytulem-mediowym-2023-roku/> (dostęp 29.09.2024 r.)

⁹ <https://gremimedia.pl/portfolio.html> (dostęp 5.10.2024 r.)

Odnosnie do serwisu rp.pl wydawca deklaruje, że skierowany jest on do użytkowników wykształconych, poszukujących informacji przydatnych w pracy, dla których ważne jest posiadanie aktualnej wiedzy dotyczącej sytuacji gospodarczo-politycznej. Ukazujące się w nim publikacje dotyczą różnorodnej tematyki: od polityki przez ekonomię, biznes, prawo, nieruchomości, aż po inwestycje. Serwis dostosowuje się do wszystkich urządzeń elektronicznych, tj. komputera, tabletu i telefonu. W 2024 roku uruchomiono także aplikację na urządzenia mobilne. W strukturach strony rp.pl funkcjonuje kilka serwisów branżowych: Cyfrowa, Energia, Klimat, Firma, Logistyka, Moto, Sukces, Sport, Kobieta (uruchomiony we wrześniu 2023 r.). Wszystkie wymienione tytuły korzystają z domeny rp.pl. W sierpniu 2024 roku do portfolio wydawnictwa w obszarze produktów digital dołączył nowy serwis specjalistyczny – pro.rp.pl. Oferowane w nim treści to wiedza dla profesjonalistów w dziedzinie prawa i biznesu – raporty, orzeczenia, analizy, prognozy. Użytkownicy strony głównej rp.pl mogą bezpośrednio z niej przejść do serwisu Pro.

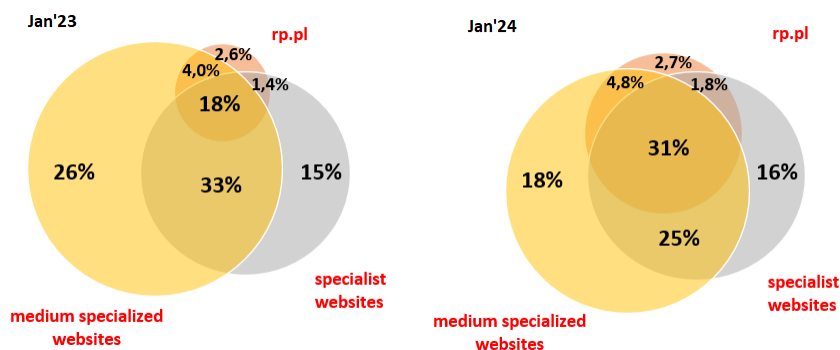
W związku z tym, że liczba czytelników „Rzeczpospolitej” – podobnie jak większości innych tytułów prasy drukowanej – od lat maleje, dla wydawcy kluczowe stało się obecnie rozwijanie oferty internetowej. Pozycja lidera w rankingach opiniotwórczości, którą konsekwentnie utrzymuje drukowany dziennik i która niewątpliwie jest doceniana w środowisku medialnym, w którym tytuł odgrywa ważną rolę, nie jest równoznaczna z zadowolającym wydawnictwo poziomem oglądalności serwisu rp.pl – nierozdzielnie związanego z gazetą, a można wręcz powiedzieć: decydującego o losach marki „Rzeczpospolita”. W 2023 roku cyfryzacja tytułu i redakcji stała się absolutnym priorytetem wydawcy. Jedynym z pierwszych kroków, które podjęto w tym celu, było powołanie na członka zarządu Radosława Kucki, wcześniej wieloletniego członka zarządu Grupy Interia, praktyka związanego z tworzeniem i rozwojem największych portali w Polsce od prawie ćwierć wieku. Kucko postawił sobie za cel zwiększenie liczby użytkowników serwisu rp.pl przy jednoczesnym zachowaniu wysokich standardów jakościowych i merytorycznych publikowanych w portalu treści. Zdecydowano, że jednym ze sposobów na osiągnięcie tego celu będzie stopniowe, ale staranne dostosowywanie publikacji do wymogów internetu związanych z działaniem wyszukiwarek i agregatorów treści oraz rozszerzenie oferty serwisu pozwalające na zwiększenie współoglądania ze stronami średnio- i wysokowyspecjalizowanymi¹⁰ – tak, aby nie tracić pozostałych udziałów. Efekty realizacji założonych celów w okresie od stycznia 2023 roku do stycznia 2024 r. przedstawiają poniższe wykresy i tabela.

¹⁰ Serwis rp.pl został zdefiniowany jako taki, który zajmuje miejsce pomiędzy ww. rodzajami portali.



Rysunek 1. Wzrost liczby użytkowników serwisu rp.pl wynikający z pozyskiwania czytelników ze specjalistycznych stron internetowych w okresie od stycznia 2023 r. do stycznia 2024 r.

Źródło: Mediapanel/ Gemius PBI, styczni 2023 – październik 2023, dane wewnętrzne wydawnictwa.



Rysunek 2. Zmiany w współgłębkości serwisu rp.pl ze stronami średnio- i wysokospecjalistycznymi w okresie od stycznia 2023 r. do stycznia 2024 r. w ujęciu procentowym

Tabela 1. Wzrost współgłębkości serwisu rp.pl ze stronami średnio- i wysokospecjalistycznymi w okresie od stycznia 2023 r. do stycznia 2024 r.

Real users	January 2023	January 2024	[proc.]
medium specialized websites	13 186 962	13 623 552	3
specialist websites	10 907 946	12 680 226	16
rp.pl	4 244 724	6 917 076	63

Cyfryzacja redakcji „Rzeczpospolitej” – zakres zmian i efekty

Mimo że serwis rp.pl był jednym z pierwszych, które pojawiły się na polskim rynku – uruchomiono go w 1997 roku – i, jak już zostało napisane, drukowany dziennik, z którym portal tworzy integralną całość, niezmiennie od wielu lat zajmuje pierwsze miejsce w zestawieniu najczęściej cytowanych mediów, statystyki dotyczące jego popularności z początku roku 2023 pokazywały, że miesięcznie odwiedza go nieco ponad 4 miliony internautów. Ta liczba nie jest imponująca, jeśli porównać ją z tymi, które obrazują oglądalność największych portali horyzontalnych. Treści publikowane w serwisach takich jak wp.pl czy onet.pl docierają w ciągu miesiąca do blisko 10 milionów internautów¹¹.

Dla nowej kadry zarządzającej Gremi Media SA było jasne, że aby umacniać pozycję serwisu rp.pl i zwiększać zasięg jego oglądalności, konieczna jest m.in. reorganizacja pracy redakcji, której większość członków specjalizowała się dotychczas w tworzeniu treści do prasy drukowanej. Dziennikarze pracujący dla Gremi Media SA pisali treści zarówno do gazety, jak i do serwisu. Redaktorzy poszczególnych działów „Rzeczpospolitej” byli też ludźmi odpowiedzialnymi za publikacje dotyczące określonej tematyki ukazujące się w portalu. Zamieszczanie materiałów w sieci była niejako ich wtórnym zadaniem. Wiedza, kompetencje i umiejętności niezbędne do tych działań były dla nich novum, z którym stykali się, będąc już specjalistami w zakresie przygotowania i publikacji materiałów dziennikarskich do w prasie drukowanej. W tym kontekście fakt, że treści, które publikowali w sieci, były bliższe w formie tekstom z prasy drukowanej, niż tym właściwym dla mediów elektronicznych, nie jest zaskakujący. Pilną potrzebą stało się zatem szkolenie ich w zakresie przenoszenia treści z druku do online’u. Co ważne: konieczne było, aby robić to sposób, który jednocześnie pozwalałby na utrzymanie wysokiej jakości publikacji i zapewniał ich obecność w wynikach wyszukiwarek oraz treściach prezentowanych przez agregatorów działające w sieci. W strukturach wydawnictwa uruchomiono m. in. dział SEO. Stworzyli go specjaliści, których zadaniem było wsparcie członków redakcji w przygotowywaniu publikacji tak, aby dobrze pozycjonowały się w one w sieci i wpisywały w aktualne trendy wyszukiwania. Osoby w największym stopniu odpowiedzialne za publikowanie na stronie internetowej¹² otrzymały bardzo konkretne wytyczne dotyczące przygotowania artykułów do zamieszczenia w sieci. Lista wskazówek w tym zakresie, którą przekazano wydawcom i redaktorom, przedstawiała się następująco:

- umieszczaj słowo kluczowe w tytule SEO,
- użyj śródtytułów i umieszczaj w nich frazy,
- nasyć treści frazami, ale zachowaj w nich umiar,
- umieść słowa kluczowe w leadzie,
- twórz unikalne treści,

¹¹ <https://media-panel.pl/pl/aktualnosci/zestawienia-tematyczne-i-funkcjonalne-sierpien-2024/> (dostęp 5.10.2024 r.)

¹² Duża część dziennikarzy, autorów tekstów publikowanych w serwisie nie ma dostępu do systemu CMS, za pomocą którego wprowadza się treści na stronę internetową i zarządza nią. Publikacją dostarczanych przez nich materiałów zajmują się redaktorzy i wydawcy.

- kontroluj długość treści,
- linkuj do innych powiązanych artykułów,
- dobierz odpowiednie tagi,
- dodaj zachęcające do kliknięcia zdjęcie,
- dodaj podpis pod zdjęciem¹³.

W organizacji i przebiegu kolegów redakcyjnych wyraźnie zaakcentowano planowanie wydań serwisu rp.pl. Ważną rolę w ich przebiegu zaczęli odgrywać członkowie działu SEO oraz osoby zajmujące się obsługą mediów społecznościowych. Na bieżąco monitorują oni popularność treści w sieci i biorąc pod uwagę obowiązujące trendy, przedstawiają wydawcom i redaktorom prowadzącym serwis sugestie dotyczące tematów, które warto by podjąć – mając na uwadze chęć i potrzebę docierania do jak największej liczby internautów. W związku z tym, że podpowiadane przez nich tematy nie zawsze wpisują się w profil serwisu i działających w nim podstron – dla przypomnienia: ściśle związanego z najbardziej opiniotwórczym tytułem prasy drukowanej w Polsce – konieczne jest poszukiwanie innowacyjnych omówień problemów czy zjawisk, które w danym momencie przyciągają uwagę użytkowników sieci.

Przykładowo: po tym, jak we wrześniu 2024 roku do jednego z okien życia trafiła sześciolatka i był to temat mocno emocjonujący internautów, na stronie kobieta.rp.pl opublikowano komentarz znanej prawniczki w tej sprawie¹⁴. Gdyby wziąć pod uwagę tylko profil serwisu rp.pl dedykowanego kobietom – jest on zdefiniowany hasłem „Motywacja – Inspiracja – Relaks” – trudno byłoby uzasadnić pojawienie się w nim publikacji poświęconej wspomnianemu wydarzeniu. Znalazła się ona w portalu w związku z wyraźnie zauważalną wtedy popularnością tematu i wyszukiwania w sieci materiałów, w których występowała fraza *6-latka w oknie życia*.

Stopniowo, ale konsekwentnie prowadzona cyfryzacja redakcji przyniosła wymierne efekty. Z miesiąca na miesiąc rośnie długość artykułów – w porównaniu marzec '24 do lipca'23 udział tekstów powyżej 1500 znaków wzrósł o ponad 300%, a udział najkrótszych newsów do 300 znaków spadł o 6 punktów procentowych.

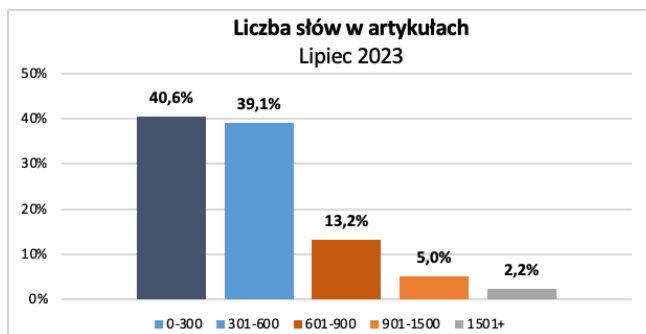
Realizacja dobrych praktyk SEOLion znalazła w kolei odzwierciedlenie w budowie publikowanych tekstów. W okresie od lipca 2023 roku do marca roku 2024 znacząco wzrósł rosnącym udział artykułów, w których umieszczono śródtytuły – z 40 do 80 procent.

Wspomniane działania sprawiły, że już po kilku miesiącach od rozpoczęcia procesu cyfryzacji – datuje się je na 12 czerwca 2023 r. – dało się było zauważyć wzrost liczby internautów odwiedzających serwis rp.pl.

W opracowywanych raportach wydawca podkreśla, że osiągnięcie sukcesu zobrazowanego na wykresie powyżej nie byłoby możliwe bez wcześniejszego przygotowania

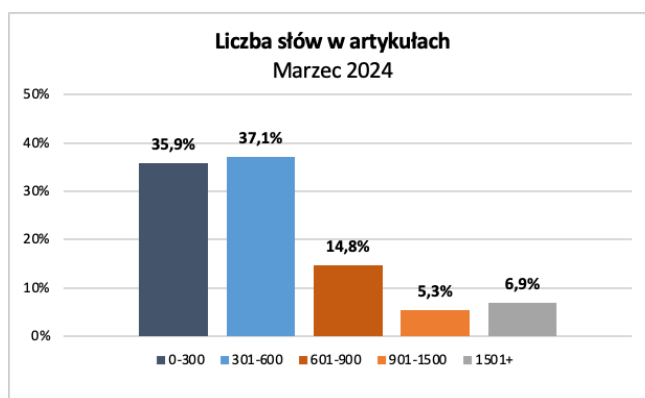
¹³ Zestawienie zaczerpnięte z wewnętrznych materiałów wydawnictwa. Jest to tzw. zestaw dobrych praktyk SEOLion.

¹⁴ <https://kobieta.rp.pl/komentarz/art41061781-mec-joanna-parafianowicz-skorzystanie-z-okna-zycia-nie-powinno-byc-oceniane-negatywnie> (dostęp 29.10.2024 r.).



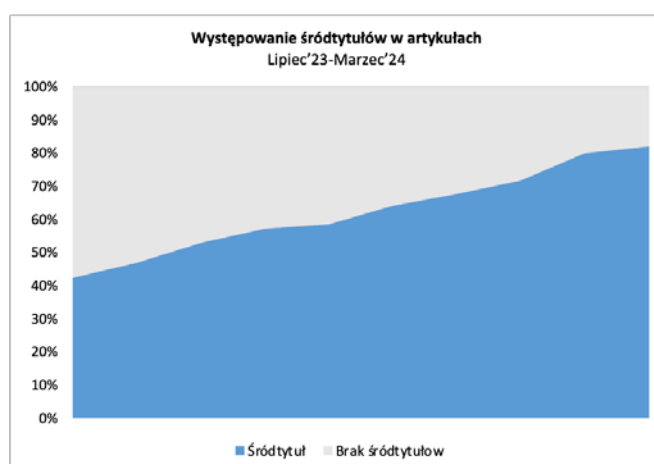
Rysunek 3. Wskaźniki jakościowe w artykułach w serwisie rp.pl – lipiec 2023 r.

Źródło: Marfeel, dane wewnętrzne wydawnictwa.



Rysunek 4. Wskaźniki jakościowe w artykułach w serwisie rp.pl – marzec 2024 r.

Źródło: Marfeel, dane wewnętrzne wydawnictwa.



Rysunek 5. Wskaźniki jakościowe w artykułach w serwisie rp.pl – lipiec 2023 – marzec 2024 r.

Źródło: Marfeel, dane wewnętrzne wydawnictwa.



Rysunek 6. Wzrost liczby użytkowników serwisu rp.pl w okresie od stycznia 2023 do marca 2024 r.

Źródło: Mediapanel/ Gemius PBI, dane wewnętrzne wydawnictwa.

narzędzi, budowy zespołów analiz i SEO oraz wytypowania i wskazania liderów zmian w samej redakcji.

Cele i metodologia badania ankietowego

Jak zauważa Justyna Majchrowska „Internet, będąc szybko rozwijającą się formą mediów, mieści w sobie wszystkie cechy/wyznaczniki dziennikarstwa prasowego, radiowego i telewizyjnego. Dziennikarstwo tradycyjne zaczęło przeobrażać się i dostosowywać do warunków funkcjonowania w sieci”¹⁵.

Skutkiem tego jest podporządkowanie publikowanych w internecie treści dziennikarskich zasadom tworzenia tekstów funkcjonalnych. Zdaniem Joanny Wryczy-Bekier w praktyce oznacza to, że teksty w internecie powinny być zwarte (skrótowe co najmniej o połowę w stosunku do oryginału prasowego), rzeczowe, przejrzyste (podzielone na krótkie akapity, zawierające jedną myśl i opatrzone nagłówkami), napisane prostym językiem i hipertekstowe¹⁶.

Nakreślona tymi regułami rzeczywistość medialna sprawia, że „pod pojęciem dziennikarza kryje się dziś wiele medialnych stanowisk”¹⁷. Jak zauważa Magdalena Ślawska, obok jakościowych, profesjonalnych dziennikarzy jest miejsce dla mediaworkerów (...). Badaczka podkreśla także wagę zmian w organizacji pracy nowoczesnych redakcji, wskazując na ważną rolę, jaką w przygotowaniu przekazów do publikacji odgrywa sytuacja polimedialności przekazu. To w odniesieniu do niej zyskuje na znaczeniu praca redaktorów i edytorów, których zadaniem jest dobrze „wizualnie” opakować materiał, właściwie go zaprezentować¹⁸.

¹⁵ J. Majchrowska, Pragmatyngwistyczna analiza portali internetowych, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów 2020, s. 58.

¹⁶ J. Wryczy-Bekier, WebWriting. Profesjonalne tworzenie tekstów dla Internetu, Wydawnictwo Helion, Gliwice 2013, s. 112.

¹⁷ M. Ślawska, Sztuka mediów. O świadomości gatunkowej dziennikarzy prasowych, Katowice 2019, s. 69.

¹⁸ Ibidem, s. 71.

Mając na uwadze powyższe stwierdzenia, a także własne doświadczenia redakcyjne, w których w ostatnim czasie szczególnie ciekawe w kontekście badawczym wydaje się włączenie do planowania wydań serwisu rp.pl członków zespołów SEO, podjęłam próbę odpowiedzi na pytanie, jakie czynniki mają dziś największy wpływ na dobór i formę treści publikowanych w portalu informacyjnym – na przykładzie serwisu rp.pl. – oraz w jakim stopniu te różnorodne determinanty są ważne dla różnych osób biorących udział w przygotowaniu publikacji.

W tym celu przeprowadziłam badanie ankietowe wśród pracowników redakcji „Rzeczpospolitej”. Do udziału w nim zostały zaproszone osoby korzystające z poczty elektronicznej z domeną @rp.pl lub @rzeczpospolita.pl¹⁹. Został do nich rozesłany link do anonimowo wypełnianej ankiety dostępnej w formularzach docs.google.com, aktywny od 10 do 13 kwietnia 2024 roku.

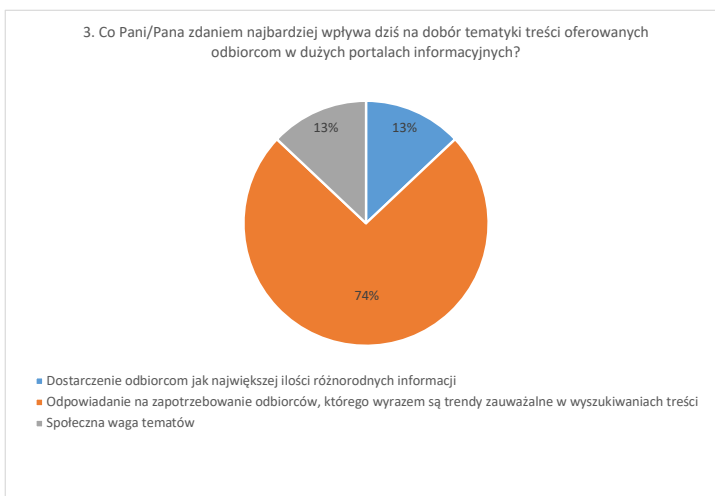
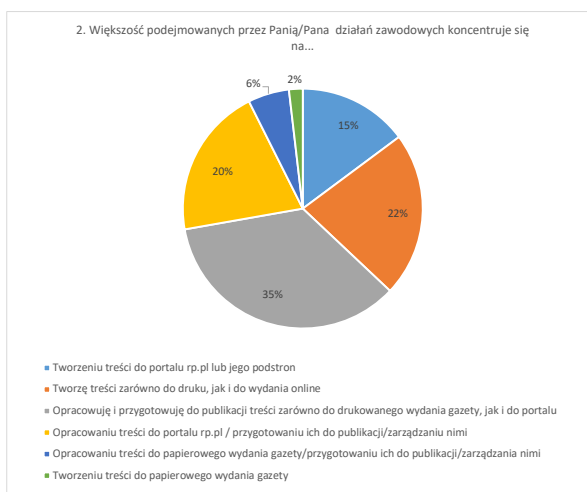
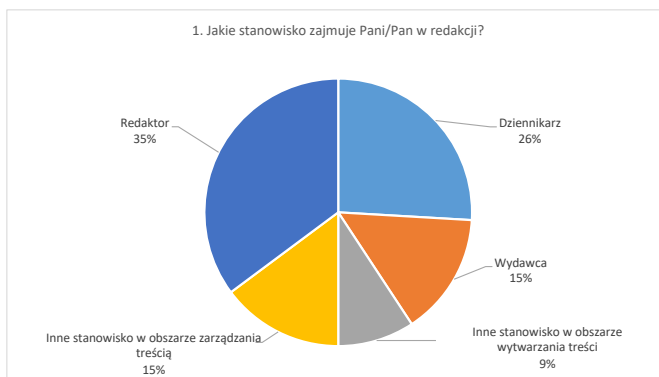
Ankietowani mieli możliwość wyboru nazwy stanowiska, które zajmują w strukturach redakcji spośród pięciu wskazanych: dziennikarz, redaktor, wydawca, inne stanowisko w obszarze wytwarzania treści i inne stanowisko w obszarze zarządzania treścią. Punktem wyjścia do zastosowanej kategoryzacji była wewnętrzna organizacja pracy redakcji. Dziennikarzem nazywa się w niej autora artykułów – często osoba ta działa na zlecenie przełożonego, którym jest wydawca – w przypadku portalu lub redaktor (szef działu) – w przypadku drukowanego dziennika. Funkcje redaktora i wydawcy mogą się łączyć. Ludzie zajmujący te stanowiska mogą być również twórcami tekstów. Inne stanowiska w obszarze wytwarzania i zarządzania treścią zajmują przede wszystkim pracownicy działu SEO i działu analiz oraz kadra kierownicza.

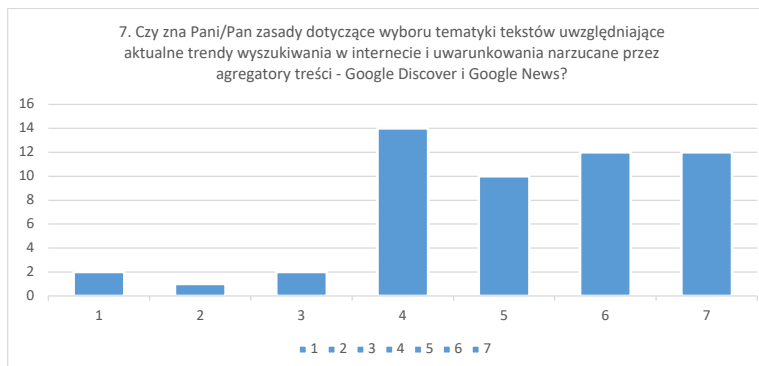
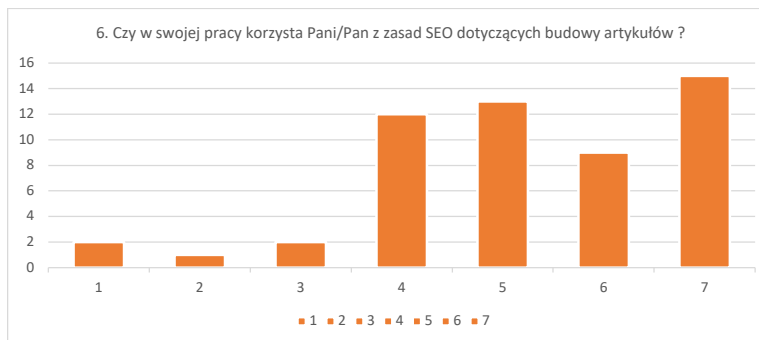
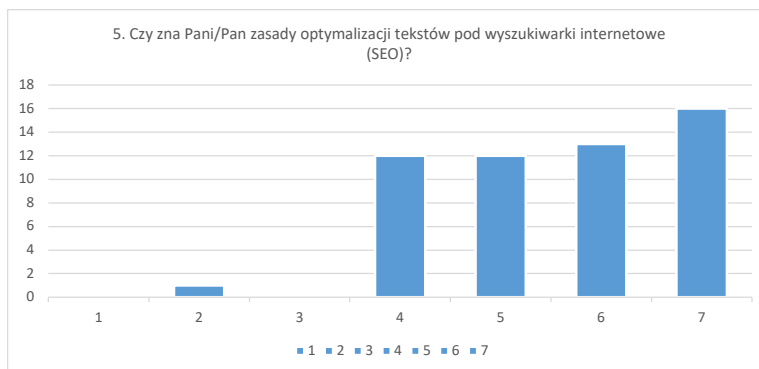
Respondenci odpowiadali łącznie na dziewięć pytań, w których:

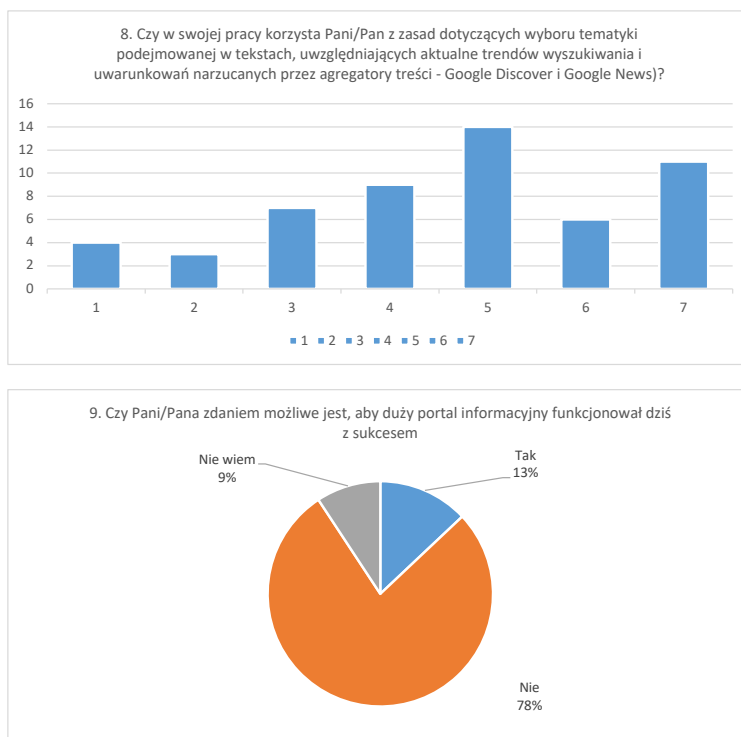
- definiowali swoje stanowisko w strukturach redakcji i zakres wykonywanych obowiązków – odnośnie do przestrzeni, w której działają
- wyrażali opinię na temat czynników determinujących tematykę i sposób treści prezentowanych w dużych portalach informacyjnych
- określali swój poziom znajomości zasad SEO w kontekście przygotowanie tekstów do publikacji oraz poziom korzystania z nich praktyce
- określali swój poziom znajomości zasad korzystania z trendów wyszukiwarek i agregatorów treści w kontekście przygotowanie tekstów do publikacji oraz poziom korzystania z nich praktyce
- wyrażali opinię na temat tego, czy portal informacyjny może dziś funkcjonować bez stosowania w praktyce zasad SEO i odwoływania się do trendów wyszukiwania.

¹⁹ Nie wszyscy autorzy współpracujący z tytułem korzystają z korporacyjnej poczty elektronicznej. Osoby, które mają nadane tego rodzaju uprawnienia, to dziennikarze, redaktorzy, wydawcy i inni pracownicy, o których można powiedzieć, że są względnie najbardziej związani ze strukturami wydawnictwa – funkcjonują w nim najdłużej lub pełnią funkcje zarządzające odnośnie do publikacji treści. Łącznie redakcja „Rzeczpospolitej” liczy około 150 osób, przy czym nie wszystkie one biorą bezpośredni udział w tworzeniu treści publikowanych w drukowanym dzienniku i w serwisie rp.pl.

W badaniu wzięły udział 54 osoby. Udzielone przez nie odpowiedzi zostały przedstawione na wykresach poniżej.







Rysunki 7–15. Wyniki badania ankietowego „Kto i co determinuje dziś treści publikowane w portalu informacyjnym”

Najważniejsze wnioski z badania

Analizując odpowiedzi ankietowanych i zależności pomiędzy funkcjami pełnionymi przez nich w redakcji a spojrzeniem na tworzone treści, można dojść do kilku kluczowych wniosków:

- Osoby pełniące różne funkcje w redakcji kierują się w myśleniu o tekstach zróżnicowanymi kryteriami ważności – zarówno jeśli chodzi o podejmowaną tematykę, jak przygotowanie materiału do umieszczenia w serwisie.
- Społeczna waga tematu jako czynnik decydujący o powstaniu artykułu jest najbardziej istotna dla tych, którzy opracowują artykuły i przygotowują je do publikacji.
- Dostarczenie jak największej ilości informacji ważne dla twórców treści.
- Odpowiadanie na potrzeby odbiorców jest najważniejsze dla wydawców. Spośród 6, którzy wzięli udział w badaniu, tylko jeden uznał, że ważna jest ilość treści. O społecznej wadze podejmowanych tematów nie wspomniał żaden.
- Tytułami tekstów w sieci rządzi potencjał klikalności. Tylko 4 badanych odpowiedziało – 2 redaktorów i 2 osoby zajmujące „inne stanowisko w obszarze zarządzania treścią” – że ważne jest precyzyjne opisanie zawartości tekst, nikt nie wspominał o formie.

- Zasady SEO najlepiej znają osoby na „innych stanowiskach” (6) i, co ciekawe, dziennikarze (5), w dalszej kolejności wydawcy.
- Zasady SEO stosują w praktyce przede wszystkim osoby zajmujące „inne stanowiska”, redaktorzy i wydawcy. To ludzie realizujący dużą część swoich zadań w ostatnim etapie przygotowania treści do prezentacji na stronie. Nadają oni tekstom tytuły i tzw. tytuły SEO („widoczne” tylko dla algorytmów nieustannie przeszukujących sieć), wzbogacają je słótdytułami, ilustrują publikacje i opisują zdjęcia, które wybierają. Uwzględniając sugestie specjalistów ds. SEO, wzbogacają teksty dostarczane przez autorów słowami kluczowymi – niezbędnymi dla skutecznej optymalizacji.
- Zasady wyboru tematyki najlepiej znają ludzie z „innych stanowisk”, wydawcy i redaktorzy, a najczęściej stosują je osoby z „innych stanowisk” i z wydawców.
- Żaden wydawca nie widzi możliwości działania serwisu bez SEO, ale 2 osoby „inne”, 3 redaktorów i 2 dziennikarzy – owszem. 3 dziennikarzy, 1 redaktor i 1 „inny” nie umiało odpowiedzieć na to pytanie.

Zakończenie

W 2010 roku Andrzej Kozieł pisał, że „Największą odpowiedzialność za jakość oferty (w serwisie informacyjnym – przyp. aut.) ponosi wydawca – *gatekeeper*. To on stawia serwis, decyduje o kolejności, tempie i rodzajach zmian w ciągu dnia²⁰. Odnosząc to stwierdzenie do terażniejszości, można powiedzieć, że nie straciło ono na aktualności, jeśli wziąć pod uwagę kwestie dotyczące prezentowania artykułów dziennikarskich na stronie. Wyniki przeprowadzonego badania skłaniają jednak do dodania do niego nowej ważnej refleksji: na treści publikowane przez twórców portali informacyjnych silnie wpływają techniczne aspekty funkcjonowania sieci i będące ich wynikiem specyficzne zachowania internautów. Działanie zjawisk, o których mowa, ma znaczenie zarówno w procesie wyboru tematyki tekstów, jak i przygotowaniu publikacji – sposobach ich tytułowania, strukturalizowania tekstu oraz nasycania przekazu określonymi słowami i frazami, istotnymi w kontekście działania algorytmów wyszukiwarek i agregatorów treści, z których korzystają internauci.

Wydaje się, że wyniki przeprowadzonego badania wnoszą też ciekawe *novum* do stwierdzeń Małgorzaty Lisowskiej-Magdziarz. Według niej „W mediach masowych mamy do czynienia z kilkoma poziomami odpowiedzialności za treści, formę i dystrybucję tekstu”²¹. Zdaniem badaczki „Zwykle w grę wchodzi co najmniej trzy podmioty: 1. rzeczywisty autor tekstu, 2. twórca przekazu – osoba lub grupa, która tworzy przekaz medialny i używa go do osiągnięcia swoich celów oraz 3. nadawca/dystrybutor – ten, kto tekst zamieszcza i rozpowszechnia”²². Wyniki ankiety pozwalają zauważyć różno-

²⁰ A. Kozieł, Techniki manipulowania a specyfika warsztatowa ogólnoinformacyjnych portali internetowych, [w:] Internetowe gatunki dziennikarskie, red. nauk. Kazimierz Wolny-Zmorzyński, Wojciech Furman, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa, 2010, s. 205.

²¹ M. Lisowska-Magdziarz, Znaki na uwięzi. Od semiologii do semiotyki mediów, Kraków 2019, s.60-61.

²² Ibidem.

rodność celów, jakie przyświecają wymienionym podmiotom uczestniczącym w tworzeniu treści zamieszczanych w portalach informacyjnych. Dla osób odpowiedzialnych za publikowanie artykułów w sieci nadrzędnym celem działania staje się znalezienie tematu atrakcyjnego z punktu widzenia odbiorców stale przeszukujących zasoby internetu, a następnie takie opracowanie tekstu i zaprezentowanie go na stronie, które sprawi, że zostanie on zauważony przez algorytmy wyszukiwarek i agregatorów treści.

Odpowiedzi udzielane przez badanych pozwalają też jednak stwierdzić, że społeczna waga tematów podejmowanych przez redakcję oraz potrzeba dostarczania odbiorcom jak największej ilości różnorodnych treści nie zostały zupełnie wyeliminowane z listy czynników decydujących o tworzeniu treści do serwisu. Jeśli tak, to zasadne wydaje się postawienie pytania, czy techniki SEO – często negatywnie oceniane w kontekście wpływu na jakość publikacji dostępnych w sieci – to raczej narzędzie tworzenia czy dystrybucji treści? Praktyczne doświadczenia redakcyjne, które jawią się jako bardzo ważne przy udzielaniu odpowiedzi na nie, pozwalają stwierdzić, że optymalizacja tekstów to przede wszystkim działanie mające na celu skuteczne rozpowszechnianie publikacji, docieranie z nimi do jak najliczniejszego grona odbiorców. Niewątpliwie ma też ona jednak wpływ na kształt i formę tekstów. Nadużyciem byłoby chyba jednak uznanie, że to obecnie najważniejszy czynnik decydujący o treściach dostępnych w dużych portalach informacyjnych.

Co jeszcze ważne: skłaniam się ku konstatacji, że różnorodność celów realizowanych przez autorów i dystrybutorów treści publikowanych w serwisach informacyjnych (m.in. wydawców oraz członków zespołów SEO) nie wpływa negatywnie na jakość tworzonych treści. Każdy podejmowany temat można bowiem opracować rzetelnie i wyczerpująco, a następnie „włożyć w opakowanie” atrakcyjne dla algorytmów i odbiorców – bez szkody dla wartości przekazu.

Nieco inaczej spoglądam jednak na fakt, że twórcy portali informacyjnych mocno uwzględniają w doborze tematyki artykułów zapotrzebowanie odbiorców wyrażające się w trendach wyszukiwań. Zachęca on do zastanowienia się, czy to wystarcza, by mówić o zmianie dotychczas obowiązujących paradygmatów dziennikarstwa. Wpisane jest w nie nieustanne monitorowanie rzeczywistości i dostrzeganie w niej ważnych tematów – których często nie jest świadomy ogół społeczeństwa – i zwracanie uwagi odbiorców na określone zdarzenia, problemy. Patrząc na współczesną rzeczywistość medialną, a konkretnie jej wycinek, jakim są portale informacyjne – wydaje się, że schemat ten ulega odwróceniu. Użytkownicy sieci w dużo większym stopniu niż kiedyś odbiorcy mediów tradycyjnych nadają wagę różnorodnym tematom, a nadawcy medialni – w tym wypadku twórcy portali informacyjnych – korzystając z możliwości oferowanych przez nowoczesne technologie, śledzą je i podejmują. Z jednej strony to działanie pozwala nadawcy realizować nadrzędny cel – zapewnia poczytność tworzonych treści i pożądaną liczebność grupy odbiorców; z drugiej – jeśli publikacje na „podpowiadane” przez internautów tematy powstają w zgodzie z zasadami dziennikarstwa jakościowego, można uznać, że przyczyniają się one do pogłębiania wiedzy użytkowników sieci w określonych interesujących ich obszarach.

Jeśli jednak motywacją do ich powstawania byłaby wyłącznie chęć zwiększenia zasięgów serwisu, a narzędziem do osiągnięcia tego celu – korzystanie z reguł optymalizacji i np. rezygnacja z tworzenia oryginalnych autorskich treści na rzecz powielania materiałów dostępnych w innych źródłach czy publikacja artykułów opracowywanych przez mediaworkerów, należałoby w tym upatrywać zagrożenia dla wizerunku i statusu medium – w tym konkretnym przypadku dla „Rzeczpospolitej” uznawanej za najbardziej opiniotwórczy tytuł prasowy Polsce.

Bibliografia

- Bailyn E., SEO dla każdego. Obowiązkowa dawka wiedzy o SEO!, Wydawnictwo Helion, Gliwice 2014
- Czapek J., „Internet król gatunków” [w:] Gatunki dziennikarskie w erze cyfryzacji. Teoria. Etyka. Prawo. Praktyka”, red. K. Wolny-Zmorzyński, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2012
- Kozieł A., „Techniki manipulowania a specyfika warsztatowa ogólnoinformacyjnych portali internetowych”, [w:] Internetowe gatunki dziennikarskie, red. nauk. Kazimierz Wolny-Zmorzyński, Wojciech Furman, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa, 2010
- Kreft J., Władza algorytmów. U źródeł potęgi Google i Facebooka, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2019
- Majchrowska J., Pragmalingwistyczna analiza portali internetowych, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów 2020
- Lisowska-Magdziarz M., Znaki na uwięzi. Od semiologii do semiotyki mediów, Kraków 2019
- Ślawska M., Sztuka mediów. O świadomości gatunkowej dziennikarzy prasowych, Katowice 2019
- Wrycza-Bekier J., WebWriting. Profesjonalne tworzenie tekstów dla Internetu, Wydawnictwo Helion, Gliwice 2013
- Źródła internetowe
- <https://gremimedia.pl/portfolio.html>
- <https://www.imm.com.pl/rzeczpospolita-najbardziej-opiniotwórczym-tytułem-mediowym-2023-roku>
- <https://kobieta.rp.pl/komentarz/art41061781-mec-joanna-parafianowicz-skorzystanie-z-okna-zycia-nie-powinno-byc-oceniane-negatywnie>
- <https://media-panel.pl/pl/aktualnosci/zestawienia-tematyczne-i-funkcjonalne-sierpen-2024>
- https://www.press.pl/tresc/78169,pluralis-odsprzedal-ponad-13-proc_-udzialow-w-gremi-wegiarskiemu-milionerowi-i-krytykowi-orbana
- [https://pl.wikipedia.org/wiki/Rzeczpospolita_\(gazeta\)](https://pl.wikipedia.org/wiki/Rzeczpospolita_(gazeta))

Biogram

Marta Jarosz – doktor nauk humanistycznych w zakresie nauk o polityce (2010 r., UW), dyscyplina naukowa: nauki o komunikacji społecznej i mediach. Adiunkt w Instytucie Edukacji Medialnej i Dziennikarstwa UKSW w Warszawie. Członek Polskiego Towarzystwa Komunikacji Społecznej – sekcja „Język w mediach”. Badaczka komunikacji i języka w nowych mediach. W latach 2011-2023 redaktor prowadząca serwis *kobieta.dziennik.pl* i dziennikarka „Dziennika Gazety Prawnej”. Od września 2023 r. wydawca serwisu *kobieta.rp.pl*. Pasjonatka szeroko pojętej problematyki społecznej, laureatka II edycji konkursu dla dziennikarzy „Uzależnienia XXI wieku”.

Marcin Kołodziej

Faculty of Theology, Cardinal Stefan Wyszyński University in Warsaw

ORCID 0000-0001-8875-7582

Fundamentals of the presence of clergy in the media. Theological and canonical aspect

Podstawy obecności duchownych w mediach. Aspekt teologiczny i kanoniczny

Abstract

The Church carries out Christ's command to preach the Gospel also through the social media. This was pointed out in more recent times by the Second Vatican Council, which in its decree *Inter mirifica*, advocated the use of these tools. At the present time, the internet has also become an important space for the preaching of the word of God. The presence of clergy on social media seems necessary. Of course, it has its glows and shadows. Therefore, there is no shortage of indications in the Church's theological reflection and post-conciliar legislation to structure the ministry of clergy in the media in such a way that it becomes a modern pulpit and serves the effective preaching of the word of God.

Keywords

means of social communication, preaching the word of God, the teaching function of the Church, social media, clergy

Abstrakt

Kościół realizuje Chrystusowy nakaz głoszenia Ewangelii także poprzez środki społecznego przekazu. Zwrócił na to uwagę w czasach najnowszych Sobór Watykański II, który w dekreście *Inter mirifica*, postulował korzystanie z tych narzędzi. W obecnym czasie ważną przestrzenią przepowiadania słowa Bożego stał się również internet. Obecność duchownych w mediach społecznościowych wydaje się być konieczna. Ma ona oczywiście swoje blaski i cienie. Dlatego w refleksji teologicznej i ustawodawstwie posoborowym Kościoła nie brakuje wskazań, które posługę duchownych w mediach mają uporządkować w taki sposób, aby stała się ona nowoczesną amboną i służyła skutecznemu przepowiadaniu słowa Bożego.

Słowa kluczowe

środki społecznego przekazu, przepowiadanie słowa Bożego, nauczycielskie zadanie Kościoła, media społecznościowe, duchowni

St. John Paul II, in his Message for the 36th World Communications Day on 24th January 2002, noted that the Church approached the new means of interpersonal communication, the Internet, with realism and trust. For Catholic Christians, it is primarily a means, not an end in itself. It can create perfect environment for conducting evangelisation. *It is important, therefore, that the Christian community think of very practical ways of helping those who first make contact through the Internet to move from the virtual world of cyberspace to the real world of Christian community. At a subsequent stage, the Internet can also provide the kind of follow-up which evangelization requires. Especially in an unsupportive culture, Christian living calls for continuing instruction and catechesis, and this is perhaps the area in which the Internet can provide excellent help*¹.

This study – intended as a general introduction to the subject – aims to recall the theological and canonical foundations relating to the presence of clergy in new means of social communication. It shows the evolution of guidelines and regulations that correlate with Lords's first indication to go and proclaim the *Gospel to every creature* (Mark 16:15).

1. Evangelism as a biblical command of Christ

After his resurrection, Jesus Christ gave his last command to his disciples: *Go therefore and make disciples of all nations, baptizing them in the name of the Father and of the Son and of the Holy Spirit, teaching them to observe all that I have commanded you* (Matthew 28:19-20). On the other hand, the author of the Acts of the Apostles recalled the instructions given to the Lord Jesus' closest companions during one of the meals: *But you shall receive power when the Holy Spirit has come upon you; and you shall be my witnesses in Jerusalem and in all Judea and Samaria and to the end of the earth* (Acts 1: 8). The Church has made good use of these biblical foundations, because since the beginning of its history – as A. Lewek emphasised – it has tried to evangelise in various available ways and means of interpersonal communication. At first, the Gospel was preached orally, but over time it took on a written form. In addition, the Church evangelised its faithful with the testimony of Christian life, conducted charitable activities, and performed public worship of God. In connection with the latter, church singing was developed, images were created and religious symbols were shaped. When historical circumstances became favorable, evangelisation was carried out through church buildings, and especially through their interiors. It was then that the development of polychromes with biblical themes, known as *Biblia pauperum*, took place. Mysteries and theater performances on religious themes were introduced as part of parish pastoral work and generally understood Christian formation. The breakthrough event in the work of preaching the Gospel was undoubtedly the invention of printing, which meant that the content of the Holy Bible – starting with

¹ John Paul II, *Message of the Holy Father John Paul II for the 36th World Communications Day* (24.01.2002), no. 3, in: https://www.vatican.va/content/john-paul-ii/en/messages/communications/documents/hf_jp-ii_mes_20020122_world-communications-day.html (access 28.05.2023).

John Gutenberg's Bible of 1455 – could reach an increasingly large group of recipients. Until the twentieth century, it was primarily the spoken and printed word that was the primary means of transmitting the teachings of Christ *to every creature* (Mark 16:15)².

However, recent times – the past and the present century – have brought an incredible development of other forms and techniques of social communication. They did not remain indifferent to the evangelising activity of the Church. Large-circulation press, film, radio and television were an impulse to firstly appreciate them within the Church and then to notice the need to adapt the means and forms of preaching religious content to the mentality and perceptive capabilities of the recipients³. As M. Sokołowski noted, *it was not about changing the content of the message, but about the ways of communicating it, about inventing new forms of reaching contemporary people with the revelation, who today are not people from the times of the first Christians, nor from the Middle Ages or the Enlightenment, but beings whose personality, education, ethical attitude and interests were shaped by the technical civilisation of the twentieth century*⁴.

2. Decree *Inter Mirifica*

The Second Vatican Council, which in many dimensions seemed to be a special passage of the Holy Spirit through the Church (SC 43), undoubtedly focused on *aggiornamento*, thus emphasising that theology should invariably be based, *on the written word of God, together with sacred tradition, as its primary and perpetual foundation* (DV 24). And this Sacred Scripture is still the essential foundation for the ministry of the word, which is to be manifested not only in preaching and catechesis, but also in all other Christian teaching. This kind of thinking was taken up in the Decree on the Media of Social Communication *Inter mirifica* adopted by the Second Vatican Council on 4th December 1963. It draws attention to the awareness of the Church, which in the new historical and social reality realises that it has been obliged by Christ *to preach the Gospel, considers it one of its duties to announce the Good News of salvation also with the help of the media of social communication and to instruct men in their proper use* (IM 3)⁵.

The *Inter mirifica* decree turned out to be not only a programmatic document, but also in a sense even prophetic, if you look at the development of the media and their growing importance in the following decades. Moreover, its fundamental nature for

² A. Lewek, *Mass-media w służbie ewangelizacji*, "Studia Theologica Varsaviensia" 36 (1998), no. 2, pp. 90-91.

³ A. Lewek, art. cit. p. 91; P. Machalski, *Kościół rzymskokatolicki a media: aspekt doktrynalny, prawny i praktyka relacji*, "Warmińsko-Mazurski Kwartalnik Naukowy, Nauki Społeczne" 12 (2014), no. 4, p. 37.

⁴ M. Sokołowski, *Kultura, media, komunikacja wiary: wybrane problemy aksjologii w społeczeństwie informacyjnym*, Olsztyn 2007, p. 166.

⁵ A. Kondratowicz, *Normy dotyczące występowania duchownych i głoszenia nauki Kościoła w środkach masowego przekazu*, "Kortowski Przegląd Prawniczy" 11 (2017), pp. 7-8; W. Misztal, *Środki społecznego przekazu jako narzędzie ewangelizacji: preewangelizacja, postewangelizacja*, in: *Inter mirifica. Dziedzictwo i perspektywy. Tom jubileuszowy w 50. Rocznicę ogłoszenia soborowego Dekretu o środkach społecznego przekazywania myśli*, A. Baczyński, M. Drożdż, M. Legan (ed.), Kraków 2013, p. 57.

the analysed issue may be proven by the fact that it is one of the first chronologically documents adopted by the Second Vatican Council. The form in which *Inter mirifica* was issued is also noteworthy. It is not, for understandable reasons, a constitution, but it is also not just a declaration. The cited document was issued in the form of a decree, which further demonstrates the importance of the means of social communication in the work of evangelisation, of which the participants of the council's deliberations were already aware at that time⁶. In *Inter mirifica* – as E. Górecki noted – the Church positively referred to discoveries in the field of methods of communication, whose task is to convey human thoughts and messages⁷. The Church has found its ally in the mass media in fulfilling the mission received from Christ *to make disciples of all nations* (Matthew 28:19). It is modern means of communication that allow us to reach people all over the world, thanks to which Christ's last command can be implemented even more effectively⁸. Therefore – as the analysed document shows – it is necessary for pastors who preach the Gospel in the media to have appropriate education and to acquire the necessary formation to use the means of social communication (IM 15-16)⁹.

3. Pastoral Instruction *Communio et Progressio*

After the *Inter Mirifica* decree, the pastoral instruction *Communio et Progressio* was issued. It was published on 23rd May 1971 by the Pontifical Commission for Social Communications. This document, in the opinion of commentators, can be considered a kind of *magna carta* of the Church's current approach to mass media. The instruction – although issued seven years after the Second Vatican Council – is *de facto* part of the council's teaching, as its publication was announced in *Inter mirifica* (IM 23), and is therefore considered an official interpretation of the views of the Holy See with regard to the means of social communication¹⁰.

In *Communio et progressio*, it was emphasized that the means of social communication are aimed at creating a greater sense of community between people and at cooperating more effectively¹¹. In a similar way, the Church – using these media – is to effectively

⁶ A. Baczyński, *Telewizja a świat wartości*, Kraków 2003, p. 75; W. Misztal, *Środki społecznego przekazu...*, in: *Inter mirifica...*, op. cit., pp. 58-59.

⁷ A more widely analyzed issue is discussed by: E. Górecki, *Prawo i obowiązek Kościoła do korzystania ze środków społecznego przekazu w przygotowaniu kandydatów do kapłaństwa*, in: *Przesłanie chrześcijańskie a mass media. Aspekty prawnokanoniczne*, A. Kaczor (ed.), Lublin 2000, pp. 19-29.

⁸ A. Kondratowicz, art. cit., pp. 7-8.

⁹ A. Domaszek, *Formacja alumnów wyższych seminariów duchownych do korzystania ze środków społecznego przekazu w misji Kościoła*, "Prawo Kanoniczne" 51 (2008), no. 3-4, p. 92.

¹⁰ R. Kamiński, *Reforma papieskich instytucji do spraw komunikacji społecznej*, "Prawo Kanoniczne" 60 (2017), no. 2, pp. 39-40; A. Kondratowicz, art. cit. p. 8.

¹¹ Pontificium Consilium Instrumentis Communicationis Socialis Praepositum, *Instructio pastoralis Communio et progressio* ad Decretum Concilii Oecumenici Vaticani II de Instrumentis Communicationis Socialis rite applicandum de mandato eiusdem Concilii exarata (23.05.1971), no. 8, AAS 63 (1971), p. 596; A. Kondratowicz, art. cit., p. 8.

conduct a dialogue with the world. This task has been entrusted not only to journalists, but above all to clergy, who should always be perceived as carrying out a special type of pastoral service¹². Therefore, the presence of clergy of all levels in the media is highly advisable, with the provision that since they are representatives of the Church, they should be properly prepared for this type of speeches¹³.

4. Decree *De Ecclesiae pastorum vigilantia circa libros*

At this point, it is impossible to omit the decree of the Congregation for the Doctrine of the Faith *De Ecclesiae pastorum vigilantia circa libros* of 19th March 1975, which, although for obvious reasons, does not provide for the presence of clergy in community media – because this space did not exist at that time – it sets, however, general guidelines for the ministry of transmitting Christian doctrine in publications. It is the shepherds of the Church who have been entrusted with the work of proclaiming the Gospel to the whole world (LG 23), which is why they themselves should first of all strive to ensure that the transmission of the Christian faith is consistent with what has been revealed by God.

In this way, it was emphasized in the conciliar constitution *Dei verbum* that everything that God in immeasurable kindness passed on in the form of revelation should be forever undiminished and passed on to all generations (DV 7). Caring for the authentic message of the Gospel is a task for the whole Church. In this mission, there are also to be found lay faithful who should cooperate with the shepherds of the Church, not only in the issue of transmitting the appropriate content of the faith, but also in responding to the falsified message. The relevant bishops, in accordance with the norms set out in the abovementioned decree, were obliged to ensure compliance with the procedure related to the publication in question¹⁴.

5. Code of Canon Law

The legislator did not omit the important issue of the transmission of God's word in the media space in the 1983 *Code of Canon Law*. Although these norms – though relatively little time has passed – now seem quite archaic, they are a confirmation of the conciliar *aggiornamento*. For the Church *has the duty and innate right, independent of any human power whatsoever, to preach the gospel to all peoples, also using the means of social*

¹² Pontificium Consilium Instrumentis Communicationis Socialis Praepositum, *Instructio pastoralis Communio et progressio...* (23.05.1971), no. 114-115, AAS 63 (1971), p. 634; K. Pokorna-Ignatowicz, *Instrukcja duszpasterska Communio et Progressio o środkach społecznego przekazu. Refleksje w trzydziestą rocznicę jej przyjęcia*, "Zeszyty Prasoznawcze" 43 (2000), no. 3-4, p. 167; A. Domaszek, art. cit., p. 93.

¹³ Pontificium Consilium Instrumentis Communicationis Socialis Praepositum, *Instructio pastoralis Communio et progressio...* (23.05.1971), no. 106, AAS 63 (1971), p. 634; K. Pokorna-Ignatowicz, art. cit., p. 166; A. Domaszek, art. cit., p. 93.

¹⁴ Sacra Congregatio pro Doctrina Fidei, *Decretum de Ecclesiae pastorum vigilantia circa libros*, AAS 67 (1975), pp. 281-282; W. Góralski, *Nauczycielskie zadanie Kościoła*, in: *Komentarz do Kodeksu Prawa Kanonicznego*, P. Hemperek, W. Góralski, F. Przytuła, J. Bakalarz (ed.), vol. III, Lublin 1986, pp. 44-45.

communication proper to it (can. 747 § 1 CIC)¹⁵. Worth noting here is the comment of W. Góralski to the introductory canons *de munere docendi*, resulting from the analysis of the conciliar constitution *Dei verbum*, that the Magisterium of the Church is called to faithful transmission and interpretation of the deposit of faith. Therefore, it cannot be above God's word, but it has to serve him, teaching only this what has been handed down in Revelation (DV 10). This remark seems to be quite important in the context of the contemporary presence of clergy on social media¹⁶.

In the norms relating to the forms of preaching the word of God, the code legislator pointed out that parish priests should look for means adapted to the needs of the faithful (can. 770 CIC). The 1983 *Code of Canon Law* refers to missionary activity in a broad sense. The preaching is to be carried out towards those who use it in ordinary conditions, as well as towards those who do not have such an opportunity (can. 771 § 1 CIC). Similarly, catechetical teaching should be carried out using all supporting means, teaching aids and means of social communication that seem to be as effective as possible to achieve the intended goal (can. 779 CIC). In addition, all pastors, especially bishops and parish priests, are to take care that the message of the Gospel also reaches non-believers living in their territory (can. 771 § 2 CIC). Therefore, the legislator stated that the teaching of Christian doctrine can also be carried out by radio and television, and he left detailed arrangements in this matter to the competent episcopal conferences (can. 772 § 2 CIC)¹⁷.

The participation of clergy in the means of social communication is referred to in Title IV of Book III of the *Code of Canon Law*. The legislator pointed out that *the pastors of the Church (...) in fulfilling their function, are to endeavor to make use of the instruments of social communication* (can. 822 § 1 CIC). The cited standard should be analyzed together with can. 831 § 1-2 CIC, which refers to the participation of clergy on radio or television in dealing with questions of Catholic doctrine or morals (can. 831 § 2 CIC). However, the media space – as noted by J. Adamczyk – must be viewed with realism, and therefore its advantages as well as the dangers to the integrity of faith and customs must be noted. The latter may result – life experience shows that this is the case – from the irresponsible use of the means of social communication. Therefore, the code legislator imposes on the pastors of the Church the obligation to ensure that the faith and customs of the faithful are not harmed by the use of the means of social communication (can. 823 § 1 CIC)¹⁸. Therefore, the pastors of the Church have the duty not only to instruct the faithful so that

¹⁵ T. Pawluk, *Prawo kanoniczne według Kodeksu Jana Pawła II. Lud Boży, jego nauczanie i uświęcania*, vol. II, Olsztyn 2002, p. 296; E. Górecki, *Prawo i obowiązki Kościoła...*, in: *Przesłanie chrześcijańskie a mass media...*, op. cit., p. 23; A. Kondratowicz, art. cit., p. 8.

¹⁶ W. Góralski, *Nauczycielskie zadanie Kościoła*, in: *Komentarz do Kodeksu Prawa Kanoniczne*, op. cit., pp. 12-13.

¹⁷ T. Pawluk, op. cit., pp. 299-301; W. Góralski, *Nauczycielskie zadanie Kościoła*, in: *Komentarz do Kodeksu Prawa Kanoniczne*, op. cit., pp. 22-23.

¹⁸ J. Adamczyk, *Uwagi na temat „Norm Konferencji Episkopatu Polski dotyczących występowania duchownych i osób zakonnych oraz przekazywania nauki chrześcijańskiej w audycjach radiowych i telewizyjnych*, „*Prawo Kanoniczne*” 51 (2008), no. 1-2, p. 140.

the application of the measures in question is animated by the human and Christian spirit, but also to take this into account themselves when they appear in the media. The task of holy shepherds is therefore justified interference, which aims to care for the purity of Catholic doctrine in widely understood media publications¹⁹.

6. Pastoral Instruction *Aetatis novae*

Pontifical Commission for Social Communications, referred to in the context of the Instruction *Communio et Progressio*, has been transformed into the now-defunct Pontifical Council for Social Communications²⁰. This was done on the basis of the apostolic constitution *Pastor bonus* of 28th June 1988. Under this document – reforming the work of the Roman Curia – it was decided that the new office would remain in close connection with the Secretariat of State, *to encourage and support in a timely and suitable way the action of the Church and her members in the many forms of social communication*²¹. Currently, these tasks – in accordance with the constitution *the Praedicate Evangelium* on the Roman Curia and its service to the Church in the world of 19th March 2022 – have been undertaken by the Dicastery for Communication. Its task *is to ensure that the faithful become increasingly aware of their own responsibility to commit themselves to the task of making the multiple means of communication available to the Church's pastoral mission, in service to the growth of civilization and morality*²².

The above-mentioned Pontifical Council for Social Communications – in the pursuit of its statutory tasks – issued a pastoral instruction on social transmission *Aetatis novae* on 22nd February 1992. In this document, published on the occasion of the twentieth anniversary of *Communio et progressio*, it was repeated that for the Church, too, the media appear as a way to community. They should serve in the holistic development of each person, encompassing *the cultural, transcendent and religious dimensions of man and society*²³. The media are also to remain at the service of the community of the Church,

¹⁹ J.M. Gonzalez del Valle, *Commentary on can. 822*, in: Kodeks prawa kanonicznego. Komentarz, P. Majer (Polish ed.), Kraków 2011, pp. 629-630; W. Góralski, *Nauczycielskie zadanie Kościoła*, in: Komentarz do Kodeksu Prawa Kanonicznego, op. cit., pp. 45-46.

²⁰ Pontifical Council for Social Communications under the reform undertaken on the initiative of Pope Francis was absorbed by the created on 27th June 2015 Secretariat for Communication. See. R. Kamiński, art. cit., p. 45.

²¹ John Paul II, Apostolic Constitution *Pastor bonus* on the Roman Curia (28.06.1988), art. 169-170, in: https://www.vatican.va/content/john-paul-ii/en/apost_constitutions/documents/hf_jp-ii_apc_19880628_pastor-bonus.html (access 28.05.2023); R. Kamiński, art. cit., p. 42.

²² Francis, Apostolic Constitution *Praedicate Evangelium* on the Roman Curia and its service to the Church in the world (19.03.2022), art. 186, in: https://www.vatican.va/content/francesco/en/apost_constitutions/documents/20220319-costituzione-ap-praedicate-evangelium.html (access 28.05.2023).

²³ Pontificium Consilium de Communicationibus Socialibus, Pastoral instruction *Aetatis novae* on social communications on the twentieth anniversary of *Communio et progressio* (22.02.1992), no. 7, https://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_22021992_aetatis_en.html (access 28.05.2023).

carrying out the work of the new evangelization. According to the analyzed document, *along with traditional means such as witness of life, catechetics, personal contact, popular piety, the liturgy and similar celebrations, the use of media is now essential in evangelization and catechesis*²⁴. Nevertheless, for this to be possible, both education and practical training in the field of social communication seem to be necessary and should be an integral part of the formation of all pastors and priests²⁵.

7. Documents updating the code standards.

The growth of the internet and social media has forced the publication of documents that update code standards. Noteworthy is the *Instruction on some aspects of the use of the instruments of social communication in promoting the doctrine of the faith* published on 30th March 1992 by the Congregation for the Doctrine of the Faith, which states *that the social communications media surely have to be counted among the most effective instruments available today for spreading the message of the Gospel*²⁶. However, due to the difficulties involved in undertaking the proclamation of the Gospel in the media space, it is necessary to issue appropriate regulations, normalizing the Church's presence in the media. This requires care and vigilance on the part of the competent ecclesiastical authority. It is above all the bishops, shepherds, who have the right and the duty to ensure that no harm is done, either to the faith or to the faithful, either by writings or by the media. To the holy shepherds there is therefore a duty to evaluate – even before publication – the writings on faith and morals, which for this purpose must first be submitted to them by the faithful²⁷. For this reason, the indications given in the aforementioned instruction *guarantee the freedom of all: whether it be the individual Christian faithful who have a right to receive the Gospel message in all its integrity and purity or those engaged in pastoral work, theologians, and all Catholics engaged in journalism who have the right to communicate their thought while maintaining the integrity of the faith and the Church's teaching on morals and due respect for the Bishops*²⁸.

²⁴ Pontificium Consilium de Communicationibus Socialibus, Pastoral instruction *Aetatis novae...* (22.02.1992), no. 10-11, https://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_22021992_aetatis_en.html (access 28.05.2023); E. Górecki, *Prawo i obowiązek Kościoła...*, in: *Przesłanie chrześcijańskie a mass media...*, op. cit., p. 22; A. Kondratowicz, art. cit., p. 8; A. Domaszek, art. cit., p. 93.

²⁵ Pontificium Consilium de Communicationibus Socialibus, Pastoral instruction *Aetatis novae...* (22.02.1992), no. 18, https://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_22021992_aetatis_en.html (access 28.05.2023); A. Domaszek, art. cit., pp. 93-94.

²⁶ Congregation for the Doctrine of the Faith, *Instruction on some aspects of the use of the instruments of social communication in promoting the doctrine of the faith* (30.03.1992), in: https://www.vatican.va/roman_curia/congregations/cfaith/documents/rc_con_cfaith_doc_19920330_istruzione-pccs_en.html (access 28.05.2023);

²⁷ A. Kondratowicz, art. cit., p. 9.

²⁸ Congregation for the Doctrine of the Faith, *Instruction on some aspects of the use of the instruments of social communication in promoting the doctrine of the faith* (30.03.1992), in: <https://www.vatican.va/ro>

In addition to the above instruction, reference can also be made to the document of the now defunct Pontifical Council for the Social Communications entitled *The Church and the Internet* of 22nd February 2002. Its content relates to the implications of the internet in the field of religion, and in particular in relation to the Catholic Church. In turn, in another document *Ethics on the Internet*, published on the same day by the Pontifical Council for Social Communications were raised the issues of the ethical dimension of this means of social communication²⁹.

Indeed, the Church's proper participation in the media space – as is evident from the above documents – is fundamental to the mission of proclaiming the Gospel. This was pointed out by St. John Paul II in the apostolic letter *Il rapido sviluppo* of 24th January 2005, when he stated that the Church is called to *integrate the message of salvation into the "new culture" that these powerful means of communication create and amplify. It tells us that the use of the techniques and the technologies of contemporary communications is an integral part of its mission in the third millennium*³⁰. And Benedict XVI – referring to the ministry undertaken in the media – pointed out that it is *both a direct form of evangelization and as a contribution to the promotion of all that is good and true for every human society*³¹. For this reason, according to this Pope, apostolate at the level of the media should be linked, moreover, to the witness of Christian life; it is to bring the voice and arguments of Christ into the forum of the social media and to build bridges of understanding between the Church and public opinion³². Pope Francis also sees the good that can flow from the media space. Already at the beginning of his pontificate, in an address to the participants of the plenary assembly of the Pontifical Council for Social Communications, he pointed out that what had hitherto been merely a tool of communication was becoming a space of life. Therefore, it cannot lack a place for dialogue and the proclamation of the Gospel. However, in order for this evangelizing mission to be properly fulfilled, proper formation is needed. One must beware, as

man_curia/congregations/cfaith/documents/rc_con_cfaith_doc_19920330_istruzione-pccs_en.html (access 28.05.2023); J.M. Gonzalez del Valle, *Commentary on can. 823*, in: Kodeks prawa kanonicznego, op. cit., pp. 630-631.

²⁹ J.M. Gonzalez del Valle, *Commentary on can. 822*, in: Kodeks prawa kanonicznego, op. cit., p. 630.

³⁰ John Paul II, Apostolic letter *The rapid development* to those responsible for communications (24.01.2005), no. 2, in: https://www.vatican.va/content/john-paul-ii/en/apost_letters/2005/documents/hf_jp-ii_apl_20050124_il-rapido-sviluppo.html (access 28.05.2023); J.M. Gonzalez del Valle, *Commentary on can. 822*, in: Kodeks prawa kanonicznego, op. cit., p. 630.

³¹ Benedict XVI, *Address to the participants in the Plenary Assembly of the Pontifical Council for Social Communications* (17.03.2006), in: https://www.vatican.va/content/benedict-xvi/en/speeches/2006/march/documents/hf_ben-xvi_spe_20060317_pccs.html (access 28.05.2023); A. Domasz, art. cit., p. 94.

³² Benedict XVI, *Address to the media of the Italian Bishops' Conference* (02.06.2006), in: https://www.vatican.va/content/benedict-xvi/en/speeches/2006/june/documents/hf_ben-xvi_spe_2006_0602_media-cei.html (access 28.05.2023); A. Domasz, art. cit., p. 94.

the Pope noted, of “manipulate the mind” and “theological brainwashing”, but lead the other person to an encounter with the living person of Jesus Christ³³.

Conclusions

The command of Jesus Christ, expressed in the words: *Go therefore and make disciples of all nations, baptizing them in the name of the Father and of the Son and of the Holy Spirit, teaching them to observe all that I have commanded you* (Matthew 28, 19-20), the Church implements through the proclamation of the Gospel. At the beginning, it was done by oral transmission, then it took the written form. Today, the preaching of the word of God is also carried out through the means of social communication. The Second Vatican Council encouraged all followers of Christ to proclaim the Gospel in the media in the decree *Inter mirifica*. It postulated that – in carrying out this important task – the proper use of the mass media to be taken care of. This last thought was developed in the pastoral instruction *Communio et progressio*, which was a kind of complement to the conciliar decree. It also points out that the presence of clergy in the media is most welcome, but that when they undertake to preach the Gospel in this space, they should be properly prepared for this type of activity.

The communication of the word of God in the means of communication has also become the focus of the ecclesiastical legislator in *Code of Canon Law*. However, the galloping progress of technology has made the 1983 norms seem rather archaic nowadays, and therefore, within the framework of the postulates *de lege ferenda*, it seems right to propose either their updating through a relevant document or a thorough revision of Book III of the Code – *on the teaching function of the Church* – with the introduction of new canons into its content.

The codex legislator, in the norms relating to the forms of preaching the Word of God, has pointed out that the pastors of the Church should, in this matter, seek measures that take into account the needs of the faithful (can. 770 CIC). In addition, they are also *to make provision that the message of the Gospel reaches non-believers living in the territory* (can. 771 § 2 CIC). Therefore, the teaching of Christian doctrine can be done through the proper use of social media. However, care must be taken to ensure that the clergy's participation in this work is done at an appropriate level, that is, in such a way as to preserve the integrity of faith and morals.

³³ Francis, *Address to the participants in the Plenary Assembly of the Pontifical Council for Social Communications* (21.09.2013), in: https://www.vatican.va/content/francesco/en/speeches/2013/september/documents/papa-francesco_20130921_plenaria-pccs.html (access 28.05.2023); P. Wajs, *Papież Franciszek a media społecznościowe – zarys problematyki*, in: *Mosty, nie mury. 5 lat pontyfikatu Franciszka*, M. Lis (ed.), Opole 2018, p. 120.

References

Sources

- Benedict XVI, *Address to the media of the Italian Bishops' Conference* (02.06.2006), in: https://www.vatican.va/content/benedict-xvi/en/speeches/2006/june/documents/hf_ben-xvi_spe_20060602_media-cei.html (access 28.05.2023).
- Benedict XVI, *Address to the participants in the Plenary Assembly of the Pontifical Council for Social Communications* (17.03.2006), in: https://www.vatican.va/content/benedict-xvi/en/speeches/2006/march/documents/hf_ben-xvi_spe_20060317_pccs.html (access 28.05.2023).
- Congregation for the Doctrine of the Faith, *Instruction on some aspects of the use of the instruments of social communication in promoting the doctrine of the faith* (30.03.1992), in: https://www.vatican.va/roman_curia/congregations/cfaith/documents/rc_con_cfaith_doc_19920330_istruzione-pccs_en.html (access 28.05.2023).
- Francis, *Address to the participants in the Plenary Assembly of the Pontifical Council for Social Communications* (21.09.2013), in: https://www.vatican.va/content/francesco/en/speeches/2013/september/documents/papa-francesco_20130921_plenaria-pccs.html (access 28.05.2023).
- Francis, Apostolic Constitution *Praedicate Evangelium* on the Roman Curia and its service to the Church in the world (19.03.2022), in: https://www.vatican.va/content/francesco/en/apost_constitutions/documents/20220319-costituzione-ap-praedicate-evangelium.html (access 28.05.2023).
- John Paul II, Apostolic Constitution *Pastor bonus* on the Roman Curia (28.06.1988), in: https://www.vatican.va/content/john-paul-ii/en/apost_constitutions/documents/hf_jp-ii_apc_19880628_pastor-bonus.html (access 28.05.2023).
- John Paul II, Apostolic letter *The rapid development* to those responsible for communications (24.01.2005), in: https://www.vatican.va/content/john-paul-ii/en/apost_letters/2005/documents/hf_jp-ii_apl_20050124_il-rapido-sviluppo.html (access 28.05.2023).
- John Paul II, *Message of the Holy Father John Paul II for the 36th World Communications Day* (24.01.2002), in: https://www.vatican.va/content/john-paul-ii/en/messages/communications/documents/hf_jp-ii_mes_20020122_world-communications-day.html (access 28.05.2023).
- Pontificium Consilium de Communicationibus Socialibus, Pastoral instruction *Aetatis novae* on social communications on the twentieth anniversary of *Communio et progressio* (22.02.1992), https://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_22021992_aetatis_en.html (access 28.05.2023).
- Pontificium Consilium Instrumentis Communicationis Socialis Praepositum, *Instructio pastoralis Communio et progressio* ad Decretum Concilii Oecumenici Vaticani II de Instrumentis Communicationis Socialis rite applicandum de mandato eiusdem Concilii exarata (23.05.1971), AAS 63 (1971), pp. 595-656.
- Sacra Congregatio pro Doctrina Fidei, *Decretum de Ecclesiae pastorum vigilantia circa libros*, AAS 67 (1975), pp. 281-282.

Studies

- Adamczyk J., *Uwagi na temat „Norm Konferencji Episkopatu Polski dotyczących występowania duchownych i osób zakonnych oraz przekazywania nauki chrześcijańskiej w audycjach radiowych i telewizyjnych*,” *Prawo Kanoniczne* 51 (2008), no. 1-2, pp. 139-161.
- Baczyński A., *Telewizja a świat wartości*, Kraków 2003.
- Domaszk A., *Formacja alumnów wyższych seminariów duchownych do korzystania ze środków społecznego przekazu w misji Kościoła*,” *Prawo Kanoniczne* 51 (2008), no. 3-4, pp. 91-106.
- Gonzalez del Valle J.M., *Commentary on can. 822*, in: *Kodeks prawa kanonicznego. Komentarz*, P. Majer (Polish ed.), Kraków 2011, pp. 629-630.
- Gonzalez del Valle J.M., *Commentary on can. 823*, in: *Kodeks prawa kanonicznego. Komentarz*, P. Majer (Polish ed.), Kraków 2011, pp. 630-631.

- Góralski W., *Nauczycielskie zadanie Kościoła*, in: Komentarz do Kodeksu Prawa Kanonicznego, P. Hemptek, W. Góralski, F. Przytuła, J. Bakalarz (ed.), vol. III, Lublin 1986.
- Górecki E., *Prawo i obowiązek Kościoła do korzystania ze środków społecznego przekazu w przygotowaniu kandydatów do kapłaństwa*, in: Przesłanie chrześcijańskie a mass media. Aspekty prawnokanoniczne, A. Kaczor (ed.), Lublin 2000, pp. 19-29.
- Kamiński R., *Reforma papieskich instytucji do spraw komunikacji społecznej*, "Prawo Kanoniczne" 60 (2017), no. 2, pp. 35-52.
- Kondratowicz A., *Normy dotyczące występowania duchownych i głoszenia nauki Kościoła w środkach masowego przekazu*, "Kortowski Przegląd Prawniczy" 11 (2017), pp. 7-13.
- Lewek A., *Mass-media w służbie ewangelizacji*, "Studia Theologica Varsaviensia" 36 (1998), no. 2, pp. 89-98.
- Machalski P., *Kościół rzymskokatolicki a media: aspekt doktrynalny, prawny i praktyka relacji*, "Warmińsko-Mazurski Kwartalnik Naukowy, Nauki Społeczne" 12 (2014), no. 4, pp. 35-60.
- Misztal W., *Środki społecznego przekazu jako narzędzie ewangelizacji: preewangelizacja, postewangelizacja*, in: Inter mirifica. Dziedzictwo i perspektywy. Tom jubileuszowy w 50. Rocznicę ogłoszenia soborowego Dekretu o środkach społecznego przekazywania myśli, A. Baczyński, M. Drożdż, M. Legan (ed.), Kraków 2013, pp. 57-80.
- Pawluk T., *Prawo kanoniczne według Kodeksu Jana Pawła II. Lud Boży, jego nauczanie i uświęcania*, vol. II, Olsztyn 2002.
- Pokorna-Ignatowicz K., *Instrukcja duszpasterska Communio et Progressio o środkach społecznego przekazu. Refleksje w trzydziątą rocznicę jej przyjęcia*, "Zeszyty Prasoznawcze" 43 (2000), no. 3-4, pp. 159-171.
- Sokołowski M., *Kultura, media, komunikacja wiary: wybrane problemy aksjologii w społeczeństwie informacyjnym*, Olsztyn 2007.
- Wajs P., *Papież Franciszek a media społecznościowe – zarys problematyki*, in: Mosty, nie mury. 5 lat pontyfikatu Franciszka, M. Lis (ed.), Opole 2018, pp. 119-130.

Biogram

Marcin Kołodziej – prezbiter Archidiecezji Wrocławskiej, dr teologii (PWT Wrocław), dr prawa kanonicznego (WPK UKSW w Warszawie), naukowo związany w Wydziałem Teologicznym UKSW w Warszawie, specjalizuje się w prawie sakramentalnym (liturgicznym). Jest redaktorem „Kalendarz liturgicznego Archidiecezji Wrocławskiej”, członkiem redakcji czasopisma „Liturgia Sacra”, Należy m.in. do Stowarzyszenia Kanonistów Polskich oraz Polskiego Towarzystwa Teologicznego w Krakowie.

Eliza Matusiak

Katedra Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej, Uniwersytet Łódzki

ORCID 0000-0003-2455-0245

Rozwój literatury audialnej w platformach streamingowych w Polsce w ostatnich 20 latach

The Development of Audio Literature on Streaming Platforms in Poland Over the Last 20 Years

Abstract

The article focuses on audio literature released as podcast series by streaming platforms in Poland (Storytel and Audioteka) over a 20-year period (2004-2024). The study is framed within the context of the auditory turn in contemporary culture. The main research objective is to examine the content of these platforms in terms of audio series and to characterize the development of audio productions over the past two decades. Two research methods were employed: a quantitative content analysis, assessing available productions by number and genre, and a qualitative analysis covering aspects of audio narrative development in Poland.

Keywords

podcasting, audio series, streaming platforms, audio literature, audio narratives

Abstrakt

Artykuł został poświęcony literaturze audio wydawanej jako podcasty w formie serii przez platformy streamingowe w Polsce (Storytel i Audiotekę) w perspektywie 20 lat (2004-2024). Badanie osadzone jest w kontekście zwrotu audytywnego współczesnej kultury. Głównym celem badawczym jest sprawdzenie, jak przedstawia się zawartość wskazanych platform pod kątem seriali audio oraz scharakteryzowanie rozwoju produkcji audialnych na przestrzeni 20 lat. Dla osiągnięcia celu zastosowane zostały dwie metody badawcze: analiza zawartości ilościowa, badająca dostępne produkcje pod kątem liczby oraz gatunkowej przynależności publikowanych serii, oraz analiza jakościowa, która obejmuje aspekty rozwoju narracji audio w Polsce.

Słowa kluczowe

podcasting, audio serial, platformy streamingowe, literatura audialna, narracje dźwiękowe

Wprowadzenie

Współczesna kultura, choć bogata w różnorodne rodzaje przekazu wizualnego i audiowizualnego, w równie istotnym stopniu składa się z treści audialnych. Badacze i praktycy audio odnotowują tendencję nazywaną mianem zwrotu audytywnego¹ – zwrócenia się w kierunku dźwiękowej komunikacji (międzyludzkiej, w sztuce, dziennikarstwie). Wśród przejawów tej orientacji wskazać można między innymi: liczne podcasty – informacyjne, publicystyczne, rozrywkowe, *true crime*, komediowe, naukowe, itd., ale także wydawane w serwisach streamingowych reportaże oraz słuchowiska radiowe² i audiobooki. Komunikacja, także ta więziotwórcza, nierzadko odbywa się poprzez wiadomości głosowe³, twórcy mówią do swoich odbiorców w podcastach, a artykuły z czasopism i magazynów również stają się dostępne w formie audio⁴.

Podcasting jako technologia i metoda dystrybucji treści audio sięga 2004 roku⁵. Wtedy dziennikarz Ben Hammersley zaproponował ów termin dla nazwania rodzącego się zjawiska⁶. Kolejnym punktem zwrotnym dla audio *on demand* był rok 2014 – jak odnotowali Siobhán McHugh⁷, Vanessa Quirk⁸ i Richard Berry⁹. W październiku 2014 roku doszło do znaczącego dla mediów cyfrowych zbiegu wydarzeń: firma Apple wydała natywną aplikację do odtwarzania podcastów, która znacznie ułatwiła ich mobilny odbiór. Również w tym samym roku opublikowano w sieci¹⁰ wyprodukowany przez Julie Snyder i Sarah

¹ Zob. J. Pleszczyński, *Dźwięk i muzyka: między racjomorficznością a racjonalnością*, [w:] *Media multimodalne. Zagadnienia ogólne i teoretyczne. Multimodalność mediów drukowanych*, t. 1, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2018, s. 35-54; D. Ihde, *Listening and Voice. Phenomenologies of Sound, Second Edition*, State University of New York Press, 2007.

² O literaturze audialnej, czyli tekstach pisanych z myślą o medium dźwiękowym pisała Maryla Hopfinger. Zob. M. Hopfinger, *Literatura audialna*, [w:] *Literatura i media. Po 1989 roku*, red. M. Hopfinger, Oficyna Naukowa, Warszawa 2010, s. 131–163.

³ Użytkownicy komunikatora WhatsApp wysyłają dziennie około 7 miliardów tak zwanych głosówek, czyli wiadomości w formie audio. Tendencja ta rośnie, co sprowokowało właściciela komunikatora, firmę Meta, do pracy nad poprawą jakości i wydłużenia czasu trwania przesyłanych treści audio. Użytkownicy Messengera od 2022 roku także mogą wysyłać trwające do 30 minut wiadomości głosowe (dotychczas była to maksymalnie minuta). Zob. <https://antyweb.pl/whatsapp-wiadomosci-glosowe-nowosci>, [03.09.2022].

⁴ Przykładem mogą być na przykład „Pismo. Magazyn opinii” czy „Outriders”, które oferują odbiorcom wersję audio treści publikowanych w tekście.

⁵ Zob. T. Bonini, *The “Second Age” of podcasting: Reframing podcasting as a new digital mass medium*, „Quaderns del CAC” 41(XVIII)/2015, s. 21-30.

⁶ Zob. R. Berry, *Serial and Ten years of Podcasting: Has The Medium Finally Grown Up*, [w:] *Radio, Sound and Internet*, LASICS, Braga 2015, s. 299-309.

⁷ S. McHugh, *How podcasting is changing the audio storytelling genre*, „Radio Journal International Studies in Broadcast & Audio Media”, 14(1)/2016, s. 65-66.

⁸ V. Quirk, *Guide to podcasting*, 2015, https://www.cjr.org/tow_center_reports/guide_to_podcasting.php, [15.02.24].

⁹ Zob. R. Berry, *A golden age of podcasting? Evaluating serial in the context of podcast histories*, „Journal of Radio & Audio Media”, 22:2/2015, s. 170–178.

¹⁰ Serial został opublikowany i jest stale dostępny na stronie: <https://serialpodcast.org/season-one>, [30.10.2024].

Koenig *spin-off* amerykańskiego programu *This American Life (TAL)*, czyli pierwsze dziennikarskie śledztwo udostępnione w formie serialu audio zatytułowane *Serial*, którego autorką jest Koenig.

Cel, metoda, materiał badawczy

Celem niniejszego artykułu jest sprawdzenie, jak przedstawia się zawartość dwóch najpopularniejszych aplikacji streamingowych w Polsce – Audioteki¹¹ i Storytel¹² – pod kątem znanych przez wiele lat wyłącznie z anten radiowych gatunków: słuchowiska i dokumentu dźwiękowego oraz scharakteryzowanie specyfiki serii audio. Perspektywa 20 (2004-2024; od nazwania zjawiska podcastingu w 2004) i 10 lat (2014-2024, od publikacji *Serialu* w 2014) jest okresem dostatecznie długim, by spojrzeć na słuchowisko i reportaż jako ugruntowane w dostępie strumieniowym oraz dokonać analizy zawartości wskazanych platform z uwzględnieniem tychże gatunków. Ze względu na przełomowy charakter *Serialu* stawiam pytanie badawcze o liczbę i specyfikę produkcji w formie serialu audio publikowanych w Storytel (Storytel Original i Storyside) i Audiotece. Artykuł uzupełniony jest aneksem, w którym zebrałam wszystkie dzieła oznaczone w aplikacjach tagami: słuchowisko, strefa reporterska/literatura faktu, audioserial¹³, wydane do końca 2023 roku. W wypadku Storytel wzięte pod uwagę zostały produkcje Storytel Original, czyli te tworzone specjalnie przez platformę lub publikowane na jej zamówienie, ponieważ to one przyjmują formę serii¹⁴. Wyjątek stanowi opisana niżej antologia reportaży radiowych, które pojawiają się także na antenach radiowych. Dla osiągnięcia celu badawczego i odpowiedzi na sformułowane pytanie wykorzystane zostały dwie metody. Pierwszą z nich jest analiza zawartości ilościowa przywołanych platform strumieniowych w perspektywie dokumentalnych i fikcyjnych serii audio. W artykule i aneksie przywołane są także dostępne w Storytel dokumenty i słuchowiska niebędące serialami – ich pominięcie w zestawieniu zasobów serwisu byłoby bezzasadne, ponieważ to produkcje

¹¹ Audioteka to polska platforma streamingowa udostępniająca i produkująca audiobooki, dokumenty i słuchowiska. Powstała w 2009 roku. W 2023 roku użytkownicy Audioteki słuchali produkcji dostępnych w aplikacji przez niemal 2,5 miliarda minut, o ponad 400 milionów minut dłużej niż w ubiegłym roku. Zob. <https://rynek-ksiazki.pl/aktualnosci/audioteka-podsumowuje-rok-2023> [15.02.2024].

¹² Storytel to szwedzka platforma strumieniowa, oferująca dostęp do audiobooków, dokumentów i słuchowisk. Powstała w 2006 roku jako pierwsza tego typu usługa abonamentowa na świecie. W jej ramach działa Storytel Original, czyli opowieści, które powstają specjalnie z myślą o formie dźwiękowej i dystrybucji wyłącznie poprzez aplikację Storytel. Wydawcą i producentem w ramach Storytel Original jest także firma Storyside. Platforma dostępna jest w Polsce od 2016 roku.

¹³ Ze względu na odmienne nazewnictwo w aplikacjach Storytel i Audioteki niemożliwe było wyselekcjonowanie identycznie brzmiących tagów, jednak „strefa reporterska” Audioteki i „literatura faktu” Storytel odwołują się wyłącznie do produkcji dokumentalnych, stąd w aneksie ujednolicenie do kategorii „dokument”.

¹⁴ Ze względu na różne nazewnictwo części poszczególnych produkcji (odcinek – w Audiotece, rozdział – w Storytel), wszystkie składowe analizowanych publikacji określałam w aneksie jako „części”.

publikowane przez platformę. Niemniej nie są przedmiotem badania¹⁵, ponieważ jest ono zogniskowane wokół serii audio. Drugą z zastosowanych metod badawczych jest analiza jakościowa, która posłużyła charakterystyce rozwoju produkcji audialnych na przestrzeni 20 lat (2004-2024).

Na podstawie analizy ilościowej dostępnych (do końca 2023 roku) w platformach Storytel i Audioteka dzieł literatury audialnej, opisanych zgodnie z przytoczonymi powyżej tagami, wyłaniają się następujące dane: Storytel opublikowało 142 produkcje, natomiast Audioteka – 132 tytuły. W pierwszej z platform, wśród tychże utworów, 98 to dokumenty, natomiast 44 – słuchowiska. Opowieści te publikowane są jako audioseriale (1 serial dokumentalny, pozostałe produkcje to słuchowiska), serie w formie antologii¹⁶ lub samodzielne utwory niebędące częścią serialu ani antologii (11 tytułów: 3 dokumenty, 8 słuchowisk). Najbardziej rozbudowaną antologią jest zbiór reportaży radiowych powstałych we współpracy Henryka Dedy, Waldemara Kasperczaka i Magdaleny Balcerak *Reportaż. Autoportret w trzech szkicach* składający się z aż 94 tytułów (3 audycje uzupełnione zostały o epilog w postaci drugiej części). Z kolei w Audiotece dostępnych jest: 11 dokumentów, słuchowisko dokumentalne (1 pozycja) i 120 słuchowisk. Platforma ta wydaje także antologie słuchowiskowe, czego przykładami są: *Antologia polskiej grozy* składająca się z 31 części, *Inne światy. Antologia* (9 części), *Słowiańskie koszmary* (21 części) – każda z części stanowi autonomiczną opowieść i nie przyjmuje formy odcinka. Wszystkie pozostałe produkcje Audioteki mają formę seriali.

Opowieści audio w serii

Anna Gawrońska-Piotrowska odnotowuje, że serial audio „jest pojęciem niezdefiniowanym i nowym. Brakuje definicji tego pojęcia w literaturze naukowej zarówno w Polsce, jak i na świecie. Według najlepszej wiedzy autorki po raz pierwszy tego pojęcia użyto na platformie Storytel, która niejako stworzyło format o tej nazwie, przeszczepiając go z angielskiego »audio series«¹⁷. Badaczka przywołuje słowa twórców Storytel Original, którzy, charakteryzując swój projekt, wskazują na fundamentalne znaczenie odcinkowości:

To seriale audio, trzeba więc myśleć odcinkami – każdy powinien zawierać w sobie jakąś jedną zamkniętą opowieść/wątek, jakieś istotne wydarzenie, by słuchacze nie odnieśli wrażenia, że w tym

¹⁵ Chcę zauważyć, że zarówno samodzielne, jak i publikowane w formie seriali audio dokumenty i słuchowiska warto zbadać także w perspektywie genologicznej. Jest to wątek, który powinien zostać zbadany i opisany w osobnej publikacji.

¹⁶ W aneksie celowo używam słowa „część” zamiast rozdział czy odcinek. Po pierwsze dlatego, że nazewnictwo nie jest identyczne w obu analizowanych platformach, po drugie zaś – Storytel publikuje także antologie, które składają się z wielu części, ale nie są to odcinki serialu.

¹⁷ A. Gawrońska-Piotrowska, *Serial audio w Polsce jako nowoczesna forma słuchowiska radiowego*, „Kultura – Media – Teologia” 48/2021, s. 133.

odcinku dostali fabularny zapychacz. Ważne jest więc odpowiednie rozłożenie istotnych akcentów fabularnych i równe tempo opowieści¹⁸.

Jednak istnienie pojęcia serialu radiowego jest w Polsce znane od wielu lat. Format ten obecny jest na antenie Polskiego Radia za sprawą choćby *Matysiaków* (emisja od 1956 roku) czy *W Jezioranach* (od 1960 roku). Aleksandra Pawlik definiuje serial radiowy (czy też powieść radiową w odcinkach) jako „cykliczny gatunek dramaturgii radiowej, wykorzystujący słowo podawane przez aktorów i specyficzne radiowe środki wyrazu, takie jak efekty dźwiękowe, muzyka, cisza”¹⁹ i zwraca uwagę, że odcinki są całością kompozycyjną, która musi zachować zgodność przyczynowo-skutkową z odcinkami poprzedzającymi i następującymi po każdym z emitowanych epizodów²⁰. Serialowość utworów audialnych nie jest zatem nieznaną radiu jako medium, ale nie jest to bez wątplenia forma dominująca na jego antenach, znacznie częściej realizowana jest w sieci. Rewolucja cyfrowa (w odniesieniu do serii i samodzielnych produkcji audio) jest zjawiskiem cennym także w perspektywie wysokojakościowych narracji *non fiction*, również tych długometrażowych i w serii, co wyraźnie akcentuje między innymi Mia Lindgren²¹. David O. Dowling i Kyle J. Miller konstatują, że treści na życzenie mogą stanowić obecnie drogę do odrodzenia jakościowego dokumentu, także w formie seriali, dzięki możliwościom, jakie daje dystrybucja podcastów²².

Stwierdzają także, że popularność w tworzeniu formatów mających podtrzymać długofalowo uwagę mobilnych odbiorców treści cyfrowych zbiegła się w czasie z gwałtownym rozwojem podcastingu na początku XXI wieku²³ i to właśnie *Serial* jest produkcją, która miała dla tego rozwoju zasadnicze znaczenie. Jak pisze McHugh, „Serial”²⁴ łączy w sobie szybkie tempo *TAL*, narrację prowadzoną przez gospodynię programu oraz odcinkowość podobną do seriali telewizyjnych z atrakcyjnością łatwego odbioru poprzez aplikację Apple, która była intrygująca dla szerszego grona odbiorców, nie tylko wcze-

¹⁸ Storytel czeka na wasze powieści w odcinkach, „Blog Poland Storytel.com”, <https://blog-poland.storytel.com/2017/07/18/storytel-czeka-na-wasze-powieści-w-odcinkach/#more-763> (dostęp 28.08.2021 r.), za: A. Gawrońska-Piotrowska, dz.cyt., s. 134.

¹⁹ A. Pawlik, *Teatr radiowy i jego gatunki*, Wydawnictwo Mado, Toruń 2014, s. 257.

²⁰ Tamże.

²¹ Zob. M. Lindgren, *Personal narrative journalism and podcasting*, „Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media”, 14(1)/2016, s. 23-41.

²² Zob. D.O. Dowling, K.J. Miller, *Immersive Audio Storytelling: Podcasting and Serial Documentary in the Digital Publishing*, „Journal of Radio & Audio Media”, 26(1)/2019, s. 168.

²³ Tamże, s. 167.

²⁴ Historia serialu opowiada o morderstwie Hae Min Lee, córki koreańskich imigrantów. W 1999 roku była uczennicą Woodlawn High School w Baltimore (Maryland). Gdy 13 stycznia 1999 r. nie odebrała ze szkoły swojej kuzynki, rodzina zgłosiła jej zaginięcie. 9 lutego przechodzień znalazł ciało dziewczyny. Policja zaczęła badać zapisy połączeń z telefonu komórkowego należącego do jej byłego chłopaka, Adnana Syeda, Amerykanina pakistańskiego pochodzenia. Syed został ostatecznie aresztowany i skazany za morderstwo pierwszego stopnia. Wydarzenia te są tematem pierwszego sezonu serialu.

śniejszych słuchaczy *TAL*²⁵. Co więcej, *Serial* był szeroko dyskutowany na forach internetowych (głównie Reddit) i zyskał ogromną popularność – osiągnął milion pobrań na odcinek w ciągu zaledwie czterech tygodni, a do października 2015 roku program przekroczył 90 milionów pobrań²⁶, co później określono „efektem *Serialu*” (*Serial effect*). Uwaga mu poświęcona wywołała międzynarodowe zainteresowanie procesem Adnana Syeda, co skutkowało pojawieniem się podcastów omawiających te wątpliwości i narastające wokół nich dyskusje – na przykład *The Serial Serial*, *Serially Obsessed*, *Crime Writers on Serial*, *Undisclosed: The State vs. Adnan Syed*, a w 2019 roku HBO wyemitowała serial telewizyjny *The Case Against Adnan Syed*. Publikowanie treści audio w formie seriali stało się istotne w kontekście zaistnienia i spopularyzowania się serwisów streamingowych opartych na modelu subskrypcji. Jak piszą Sara Tanderup Linkis i Julia Pennlert, model ten „zachęca użytkowników do długoterminowego zaangażowania zarówno w historię, jak i w samą usługę”²⁷. Badaczki zauważają, że po *boomie* około 2010 roku na konsumpcję audiobooków, w ostatnich latach szczególnie rozwija się forma literatury dźwiękowej, nierzadko w formie serialu, pisanej specjalnie dla platform subskrypcyjnych²⁸. Znaczący rozwój w tym obszarze można w dużej mierze wyjaśnić cyfryzacją – technologie cyfrowe wpłynęły na warunki produkcji, dystrybucji i konsumpcji audiobooków – badający fenomen audiobooków Matthew Rubery²⁹, Iben Have oraz Birgitte Stougaard Pedersen³⁰ podkreślają, że rozwój mediów i środków produkcji cyfrowych dały szansę szybkiego udostępniania audiobooków coraz większej liczbie osób, w dowolnych czasie i miejscu (pod warunkiem dostępu do umożliwiających ich odbiór urządzeń).

Tanderup Linkis i Pennelert odnotowują, że udźwiękowiona literatura „nie jest już postrzegana przede wszystkim jako narzędzie dla osób z dysfunkcjami wzroku czy zaburzeniami czytania, ale stała się popularnym medium integrującym konsumpcję literatury z czynnościami współczesnego życia codziennego”³¹, czego naturalnym skutkiem, w dobie mediów cyfrowych, jest rozwój usług strumieniowego przekazywania treści. Publikowanie opowieści audio w seriach jest znamienne dla tegoż modelu, ponieważ zachęca użytkowników do długoterminowego zaangażowania w historię oraz pozostania w serwisie. Format serii³² odzwierciedla orientację branży audio uwzględniającą specyfikę innych produktów medialnych (seriali telewizyjnych, podcastów) i uwzględnia swo-

²⁵ S. McHugh, dz.cyt., s. 65. Tłum. własne.

²⁶ V. Quirk, dz.cyt., online.

²⁷ S. Tanderup Linkis, J. Pennlert, *Episodic Listening: Analyzing the Content and Usage of Born-Audio Serial Narratives*, „The Journal of Electronic Publishing” 23(1)/2020,[02.03.2024]. Tłum. własne.

²⁸ Zob. Tamże.

²⁹ Zob. M. Rubery, *Audiobooks, Literature and Sound Culture*, Routledge, Londyn 2012.

³⁰ I. Have, B. Stougaard Pedersen, *Digital Audiobooks. New Media, Users and Experiences*, Routledge, Londyn 2016.

³¹ S. Tanderup Linkis, J. Pennlert, dz. cyt., online.

³² Badaczki odwołują się ściśle do produkcji Storytel Originals, ale wniosek ten można zastosować w ujęciu holistycznym, także wobec produkcji na przykład Audioteki, ponieważ serwis działa w oparciu o ten sam model subskrypcji treści audio.

istość dźwięku jako środka przekazu i wyrazu artystycznego. Narracje te są bezwzględnie dostosowane do ograniczeń i możliwości wynikających z produkcji, dystrybucji i konsumpcji literatury audio, a nie druku (czy form audiowizualnych)³³.

W kontekście seryjności mediów warto przywołać Umberta Eco, który stwierdza, że seryjność „zaspokaja potrzebę [...] słuchania na nowo wciąż tej samej opowieści, znajdowania pocieszenia w wiecznym powrocie”³⁴. Motywacja do odbioru odcinkowych produkcji audio nie jest przedmiotem tego artykułu i wymagałaby osobnych, dogłębnych badań, jednak warto podkreślić za Eco rolę „powrotu” do „wciąż tej samej opowieści”. Kolejne odcinki seriali dźwiękowych – zarówno *fiction*, jak i *non fiction* – stanowią naturalne dopełnienie części poprzedzającej, są jej rozwinięciem. Nierzadko, jeśli serial nie jest wydawany jako całość, a odcinki publikowane są tydzień po tygodniu, nowy epizod otwarty zostaje od przypomnienia kluczowych dla wcześniejszego odcinka informacji. Jest to zatem, z jednej strony, dosłowny powrót do słuchanej uprzednio historii, z drugiej – oczekiwanie na kontynuację, rozwinięcie dotychczasowych wątków, domknięcie części z nich i otwarcie kolejnych, które dadzą szansę powtórnego powrotu. Powrót jest zatem repetytywny i stanowi jedną z konstytutywnych cech serialu audio i sposobu jego percepcji. Seryjność w kulturze przyjmuje różne oblicza, zawiera w sobie rozmaite gatunki czy formy. Jak pisze Katarzyna Muszyńska, „jest pewnym określonym zasobem zdolności kreatywnych, możliwości złożenia elementów świata przedstawionego na różne sposoby. Nie można jej pojmować jako zwykłego powtórzenia, inaczej się objawia i inaczej działa w każdym tworze popkultury”³⁵, czego dowodem jest fenomen serialu. Autorka zaznacza, że to właśnie serial udowadnia potrzebę seryjności, cykliczności i kontynuacji współczesnego odbiorcy.

Specyfika seryjności

Paweł Sołodki podkreśla, że seryjność we współczesnych mediach nie ogranicza się wyłącznie do realizacji telewizyjnych, ale obecnie rozwija się przede wszystkim w internecie³⁶. Internetowa seryjność cechuje się innym rytmem, który jest „niekoniecznie wyznaczany kolejnymi odcinkami codziennie (opery mydlane) bądź cotygodniowo (od kilku do dwudziestu kilku na sezon, w zależności od polityki stacji) w ramach kolejnych

³³ Zob. S. Tanderup Linkis, J. Pennlert, dz. cyt., online.

³⁴ U. Eco, *Innowacja w seryjności*, [w:] *Po drugiej stronie lustra i inne eseje. Znak, reprezentacja, iluzja, obraz*, przeł. J. Wajasy, W.A.B., Warszawa 2012, s. 173.

³⁵ K. Muszyńska, *MUSISZ TO OBEJRZEĆ! Analiza funkcjonowania oraz oddziaływania seryjności i serialu telewizyjnego w kulturze popularnej*, [w:] *Między Trendem a Tradycją. Kulturowe Oblicza Seriali*, red. B. Panek, A. Wójtowicz, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2015, s. 8.

³⁶ Zob. P. Sołodki, *Serial internetowy – notatki o zjawisku, Serial internetowy – notatki o zjawisku*, „Panoptikum. Telewizje. Sezon drugi” 20/2018, s. 35. Warto także dodać, że hybrydyzacja gatunków serialowych widoczna jest w każdym medium – audialnym, telewizyjnym i sieciowym. Przykładem może być między innymi słuchowisko *Random* dostępne w Storytel, którego finałowy odcinek został zrealizowany także w formie wideo i jest dostępny na YouTube. Zob. D.A. Myślak, *Random a pokolenia Z i Y z perspektywy społeczno-technologicznej i formatowo-czasowej*, „Studia Rossica Gedanensia” 2023, Nr 10, s. 161-178.

sezonów pojawiających się w ramówce każdego roku w podobnym terminie”³⁷. Seriale udostępniane w internecie odznaczają się w tym aspekcie pewną swobodą i dowolnością – twórcy i producenci mogą, ale nie muszą adaptować strategii telewizyjnych, dlatego też nierzadko wszystkie odcinki konkretnych tytułów publikowane są w jednym czasie, co zachęca do praktyki *binge watching*³⁸. Sołodki zwraca także uwagę, iż „tytuły przeznaczone bezpośrednio do odbioru sieciowego, pomijające medium telewizyjne, wydają się skracać drogę między widzami a serialem”³⁹. Oznacza to nie tylko łatwiejszy dostęp do treści, ale też przystosowanie opowieści i metody jej dystrybucji do oczekiwań współczesnego odbiorcy, wśród których autor wymienia: dzieła krótsze, dynamiczniejsze, bardziej przykuwające uwagę względem formalnym i tematycznym, co daje szansę konkurowania o uwagę odbiorcy w mediach pełnych intensywnych bodźców⁴⁰. Wnioski te są adekwatne także wobec form audialnych – dynamizm odcinków, czas trwania (najczęściej, uogólniając, około 40 minut), formalne i tematyczne odpowiadanie na potrzeby współczesnego słuchacza, a także możliwość *binge listeningu* wpisują się w ich charakterystykę. Serial audio wymaga od słuchacza wielogodzinnego zaangażowania – choć pojedyncze odcinki nie są długie, poznanie całej historii i jej rozwiązania oznacza odsłuchanie całego, kilku- lub kilkunastodcinkowego sezonu. Pisarz Bill Johnson stwierdza, że dobrze opowiedziana historia jest taką kompozycją idei i postaci uwikłanych w wydarzenia, która obiecuje dramatyczne spełnienie odbiorcy i, u swego rozwiązania, obietnicę tę spełnia. Zatem, „opowieść jest obietnicą”⁴¹. Historia, która jasno komunikuje swoją obietnicę przyciąga odbiorców, bo tylko wtedy nie mają oni trudności z immersyjnym zaangażowaniem⁴². Wobec tego, *narrative promise*⁴³ musi zostać rozbudowana i spełniona z uwzględnieniem i odcinka jako dramaturgicznej oraz narracyjnej całości, i epizodów jako całości, co finalnie kształtuje linie diegetyczną, fabularną i dramaturgiczną opowieści audio.

Seriale audio, choć obecne są na antenie radiowej już od lat 50. XX wieku, w platformach strumieniowych bliskie są serialom (audiowizualnym) nowej generacji. Artur Borowiecki, próbując usystematyzować pojęciowo zjawisko seriali nowej generacji wskazuje na wielość i płynność stosowanych terminów. Wymienia wśród nich: *neoserial*, *serial* lepszej jakości (*quality drama*), *post soap opera* czy *seriale premium*. Podkreśla, że „trudno jednak ustalić cezurę powyższych określeń, jak i jednoznacznie definiować powyższe terminy”, problematyczne jest tu także ich funkcjonowanie jako „rozdzielników” seriali powstałych przed i po roku 2000⁴⁴. Badacz odwołuje się do terminologii Jasona Mittella,

³⁷ P. Sołodki, dz. cyt., s. 35.

³⁸ Zob. Tamże, s. 40.

³⁹ Zob. Tamże, s. 40.

⁴⁰ Zob. Tamże, s. 44.

⁴¹ B. Johnson, *A Story Is a Promise & The Spirit of Storytelling*, Blue Haven Publishing 2011, s. 22.

⁴² Zob. Tamże.

⁴³ Tamże.

⁴⁴ Zob. A. Borowiecki, *Neoserial, serial premium czy post soap opera? W poszukiwaniu wyznaczników dla seriali nowej generacji*, „Images. The International Journal of European Film, Performing Arts and Audiovisual Communication” 34/2019, s. 164.

który, w większości zalicza seriale nowej generacji do produkcji złożonych narracyjnie (*narrative complexity*)⁴⁵, co oznacza „przedefiniowanie form epizodycznych pod wpływem narracji seryjnej – niekoniecznie na całkowitym ich połączeniu, lecz na przeniesieniu środka ciężkości”⁴⁶. Borowiecki wyjaśnia, że nadrzędną zmianą w złożonych narracyjnie serialach jest inny rodzaj hierarchiczności wątków – „o ile seriale epizodyczne charakteryzuje dominująca rola wątków zamkniętych (*self-contained*), to współcześnie twórcy najczęściej korzystają z ciągłości wątków (*continuing*) dotyczących całego sezonu”⁴⁷. Zatem, program narracyjnie złożony „ustawia rozwój fabuły w centrum opowieści, pozwalając relacjom między bohaterami wypływać z rozwoju fabuły”⁴⁸, a odbiorca musi śledzić wiele wątków jednocześnie. Filmoznawca, przywołując produkcje takie jak *Twin Peaks* czy *Kroniki Seinfelda*, zaznacza, że w serialach nowej generacji (jego zdaniem rozwijające się od lat siedemdziesiątych⁴⁹) odbiorca w równy sposób co fabułę odbiera także sjużet i dzięki zabiegom kompozycyjnym i dramaturgicznym jak flashbacki, futurospekcje, elipsy czasowe pyta nie tylko o to, co się wydarzy za chwilę, ale „jak oni tego dokonali”⁵⁰. Wobec tego, „widzowie wręcz są »zmuszani« do przeinterpretowania tego, co już widzieli wcześniej”⁵¹, a jako przykład Borowiecki przytacza między innymi serial *Ślepnąc od świateł*, w którym zastosowana jest tak zwana mocna serializacja (*heavily serialized*). Oznacza to, że w ramach pojedynczych odcinków twórcy nie korzystają z wątków epizodycznych, o strukturze zamkniętej, co potwierdza Mittellowską uwagę o przesunięciu akcentu z epizodyczności na rzecz kontynuacji fabularnej w ujęciu całego sezonu serialowego. Narracja filmowa oparta jest na głównej osi dramaturgicznej oraz licznie uzupełniających ją wątkach kontynuowanych na przestrzeni całego sezonu⁵².

Badacz dopełnia tezę o spostrzeżenia Michaela Z. Newmana dotyczące koherentności wielowątkowych narracji. Oznacza ona taki sposób złożenia narracji, który mimo wprowadzenia do serialu wielu linii fabularnych, początkowo mogących wydawać się zupełnie odległymi i niepowiązanymi z główną osią dramatyczną, to pod koniec danego sezonu czy nawet całej serii, poszczególne linie fabularne »zbiegają do narracyjnej jedności spójności«⁵³. Borowiecki wśród cech neoseriali wymienia także stosowanie nietypowych połączeń stylistycznych – wyjaśnia, że seriale tradycyjne są minimalistyczne w kontekście

⁴⁵ Zob. Tamże, s. 164. Por. J. Mittell, *Złożoność narracyjna we współczesnej telewizji amerykańskiej*, tłum. D. Kuźma, [w:] *Zmierzch telewizji? Przemiany medium. Antologia*, wyb. i red. T. Bielak, M. Filiciak, G. Ptaszek, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2011, s. 159.

⁴⁶ Tamże.

⁴⁷ A. Borowiecki, dz.cyt., s. 164.

⁴⁸ J. Mittell, dz.cyt. s. 159.

⁴⁹ Tamże, s. 160.

⁵⁰ Tamże, s. 166.

⁵¹ A. Borowiecki, dz.cyt., s. 166.

⁵² Tamże, s. 167.

⁵³ Tamże, s. 168.

odautorskiej interpretacji i zbliżają się do kina stylu zerowego, natomiast produkcje współczesne zawierają, jak określa za Mittellem, „barokowe uduziwnienia”⁵⁴.

Audioserial – seryjność a specyfika materii dźwiękowej

Seriale audio oraz słuchowiska i dokumenty produkowane specjalnie dla platform strumieniowych, podobnie jak neoseriale, oddalają się od stylu zerowego. Nie są to najczęściej opowieści, które bliskie byłyby formie znanej z seriali radiowych takich jak *Matysiakowie* – jest to produkcja bez wątpienia spełniająca wymogi gatunkowe słuchowiska⁵⁵, jednak realizująca je w sposób prosty, nierozbudowany artystycznie, ponieważ taka jest specyfika programu. Twórcy seriali dźwiękowych posługują się możliwościami medium audialnego w sposób bliski realizacji filmowej. Wykorzystują wielość planów akustycznych, dźwięk zbliża się i oddala od odbiorcy, co w wypadku odbioru przez aplikacje streamingowe, gdy używa się przede wszystkim słuchawek, jest szczególnie słyszalne i zniuansowane. Bardzo prostym, ale sugestywnym przykładem jest scena w słuchowisku *Stelaz*⁵⁶ według tekstu Łukasza Orbitowskiego. To tragicomiczna historia Adriana (Wojciech Mecwaldowski), który w jednej ze scen spiera się z innym bohaterem, Damianem – wówczas Adrian rozpoczyna monolog, w którym streszcza sytuację w słowach: „Staął blisko mnie, o tak. I spytał, czy chce zamordować jego ojca...”⁵⁷. Gdy bohater sygnalizuje, że druga z postaci zbliżyła się do niego, cała scena rozgrywa się na ultrazbliżeniu – Adrian mówi słuchaczowi niemal prosto do ucha aż do momentu, w którym kończy wspomnianie tego wydarzenia. Zabieg ten, choć formalnie nieskomplikowany, oddaje możliwości audialnego snucia opowieści i z zamysłem bazuje na docelowym modelu odbioru poprzez użycie słuchawek. Gesty foniczne, będące ekwiwalentami mimiki, jak szepty, pomruki, westchnięcia czy krzyk są przez twórców szeroko wykorzystywane do komunikowania znaczeń i sensów, ale także budowania dramaturgii, napięcia i nierzadko stanowią swoisty leitmotiv scalający kolejne odcinki serialu. Przykładem takiej realizacji są między innymi obie części serialu *Anima*⁵⁸ Kingi Krzemińskiej, w których fabuła koncentruje się wokół budzącej grozę tajemnicy zniknięcia mieszkańców wsi, a niepokojące odgłosy nieznanego pochodzenia są zarówno istotne z fabularnego punktu widzenia, jak i pełnią funkcję spajającą kolejne części dzieła. Podobnie dzieje się z muzyką, która nierzadko napisana jest specjalnie dla opowieści i często bywa wykorzystywana jako tworzywo

⁵⁴ Tamże, s. 168-169.

⁵⁵ Słuchowisko to „artystyczne dzieło radiowe, którego tworzywem są wyłącznie elementy foniczne (głos, mówione słowo, cisza, muzyka, odgłosy natury, głosy ptaków i zwierząt, odgłosy uruchamianych przedmiotów, wieloplanowa akustyczna przestrzeń); w strukturze swej dzieło to podporządkowane jest poetyce literackiej, a jego dominantę stanowi niewidzialność”. M. Kaziów, *O dziele radiowym. Z zagadnień estetyki oryginalnego słuchowiska*, Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wrocław-Warszawa-Kraków-Gdańsk 1973, s. 93.

⁵⁶ Storytel Original, 2020.

⁵⁷ Cytat pochodzi z treści słuchowiska.

⁵⁸ Audioteka, *Anima* 2019, *Anima 2* 2020, reż. Krzysztof Komander.

scalające całość, czego przykładem jest *Czarny Romans*⁵⁹. To audiodokument, w którym zastosowany został element muzyczny przypominający chór właściwy greckim tragediom, który obecny był we wszystkich odcinkach serii. Charakterystyczne, zwłaszcza dla utworów dokumentalnych, jest także posługiwanie się materiałami archiwalnymi (nagrania sprzed lat), jak i współczesnymi, ale nagrany na bazie archiwaliów (na przykład odczytane listy nieżyjących już bohaterów) – takim zabiegiem posłużyła się choćby Aleksandra Zbroja, która w serialu dokumentalnym *Syrena, czyli dziewczyna o uciętych możliwościach*⁶⁰ opowiadającym o Krystynie Kraheleskiej, poza własną narracją nagrany w warunkach studyjnych, korzysta z autorskich nagrań reporterskich oraz archiwalnych nagrań i odczytywanych listów odwołujących się do bohaterki jej reportażu. Celem tego tekstu nie jest gatunkowe opracowanie dostępnych w Storytel i Audiotece słuchowisk i reportaży audio, jednak przywołanie kilku egzemplifikacji pozwala na wskazanie podejścia wobec materii dźwiękowej, które charakteryzuje twórców tych produkcji – posługują się oni tworzywem fonicznym w sposób umożliwiający tworzenie audialnych filmów. Są to opowieści dźwiękowo wielowymiarowe, posługujące się znaczeniowym i dramaturgicznym zastosowaniem ciszy, muzyki, możliwości głosowych i paralingwistycznych człowieka.

Gawrońska-Piotrowska określa seriale audio w Polsce jako „nowoczesne słuchowiska”⁶¹. Zaznacza, że warto wymienić te cechy, które odróżniają seriale audio od słuchowisk pojmowanych tradycyjnie i wyłania wśród nich: cyfrową dystrybucję, brak emisji na antenie radiowej; nowoczesną, rozbudowaną i realistyczną realizację dźwiękową, która przypomina pełną ścieżkę dźwiękową z produkcji filmowej; aktorów, którzy „w pierwszej kolejności kojarzeni z produkcjami filmowymi i serialami, ale także na przykład komicy lub inne znane osoby. W tradycyjnych słuchowiskach są to wyłącznie lektorzy i aktorki”⁶²; łączenie słuchowisk z elementami dokumentalnymi, które zacierają granicę między fikcją a światem realnym – „podobne zabiegi, pisze autorka, nie mają miejsca w tradycyjnych słuchowiskach, gdzie zawsze wiemy, że mamy do czynienia z fikcyjnymi, fabularnymi opowieściami”⁶³; rozbudowaną promocję (materiały multimedialne, graficzne, filmowe, zwiastuny podobnie jak w wypadku produkcji filmowych); język bohaterów, często bardziej potoczny niż w wypadku tradycyjnych słuchowisk; dostęp, który najczęściej wymaga płatnej subskrypcji lub wykupienia abonamentu wybranej platformy⁶⁴. Warto doprecyzować, że klasycznie pojmowane słuchowiska, które nie przyjmują formy serialu, także są tworzone dla platform streamingowych i ich dystrybucja omija radio jako medium pierwotne. Dobrym przykładem są tutaj Storytel Original oraz

⁵⁹ Audioteka, 2019. Autorzy: Michał Marczak, Katarzyna Szczerba, Cezary Ciszewski, Dionisios Sturis, Agata Karlicka, Jerzy Rogiewicz.

⁶⁰ Storytel Original, 2020.

⁶¹ A. Gawrońska-Piotrowska, dz.cyt., s. 151.

⁶² Tamże, s. 152.

⁶³ Tamże.

⁶⁴ Zob. Tamże, s. 151-153.

Storyside (należące do Storytel), produkujące między innymi słuchowiska: *Niekompetentni*⁶⁵, *Stelaz*⁶⁶, *Przypadek sercowy*⁶⁷ czy *Topiel: Dom w głębi lasu*⁶⁸. To tylko kilka dzieł, które udowadniają, że wydawane przed platformy strumieniowe opowieści nie zawsze są wydawane w formie serii, a nadal sednem ich gatunkowej tożsamości jest słuchowisko. Podobnie zresztą sytuacja przedstawia się w odniesieniu do dokumentów audio, które nie zawsze, choć wydawane przez serwis streamingowy, mają formę serialu⁶⁹. Istotne jest także podkreślenie, że wskazane przez autorkę łączenie słuchowisk z elementami dokumentalnymi nie jest cechą wyłącznie seriali audio, na co dowodem są słuchowiska dokumentalne, emitowane także na antenie Polskiego Radia⁷⁰.

Wnioski

Sergiusz Rusakow zwraca uwagę, że w debatach kulturowych dostrzegalna jest [a w zasadzie – była – dop. E.M.] dychotomia w podejściu do seriali telewizyjnych i filmu. Stanowiska krytyczne oparte są o podział na sztukę wysoką i niską, seriale przypisane do tej drugiej, ze względu na swą „rozrywkowość” traktowane były jako mniej wartościowe i nazywane *time killerami*, czyli niewymagającą rozrywką mającą zabić czas⁷¹. Dla precyzji należy podkreślić, że stanowisko Rusakowa nie jest już perspektywą aktualną, ponieważ era *post-soap*⁷², w której seriale postrzegane są jako obiekt poddawany intelektualnemu namysłowi i społecznie pożądaną dychotomię tę zdewaluowała. Uważam jednak, że warto, dla osadzenia w kontekście, wspomnieć słowa Rusakowa, wskazując one bowiem na ewolucję seriali zarówno jako formy przekazu, ale także na ich badawczą i społeczną percepcję. Ponadto, ewolucja w odniesieniu do seriali audio odbywa się wolniej – ich obecność na antenie radiowej sięga lat 50., natomiast w serwisach strumieniowych czas ten jest znacząco krótszy. Wśród argumentów przemawiających na korzyść współczesnych seriali Rusakow wskazuje się na ich kompleksowość, złożoność i tematyczną adekwatność wobec realiów. Autor powołuje się na słowa recenzenta filmowego Vasily’ego

⁶⁵ Storytel Original, 2022. Autorka: Gabriela Łazarkiewicz-Sieczko.

⁶⁶ Storytel Original, 2020. Autor: Łukasz Orbitowski.

⁶⁷ Storytel Original, 2020. Autorzy: Michał Sufin, Mateusz Lewandowski, Kinga Kosik Burzyńska, Bartosz Młynarski, Marcin Kardach (reż.).

⁶⁸ Storytel Original, 2020. Autor: Jakub Ćwiek.

⁶⁹ Wśród przykładów można wymienić między innymi reportaże Aleksandry Zbroi: *Ali, powstaniec z Nigerii, warszawiak z wyboru* (2020), *Syrena, czyli dziewczyna o uciętych możliwościach* (2020), *Peemek, miłość odnaleziona na wojnie* (2020).

⁷⁰ Jedną z najważniejszych autorek słuchowisk dokumentalnych w Polsce jest Marta Rezbda. O słuchowiskach dokumentalnych w perspektywie gatunkowej zob. J. Bachura-Wojtasik, *Słuchowisko dokumentalne a rzeczywistość*, „Zagadnienia Rodzajów Literackich” LXIII (4)/2020, s. 71-88.

⁷¹ Zob. S. Rusakow, *Modern Television Series as a Phenomenon of Popular Culture*. „Studia Warmińskie” 52/2015, s. 86.

⁷² Zob. *Post-soap. Nowa generacja seriali telewizyjnych a polska widownia*, red. M. Filiciak, B. Giza, Warszawa 2011; D.A. Myślak, *Od serialu telewizyjnego do odserialowych formatów internetowych*, Olsztyn 2021.

Koretsky'ego, która określa seriale nowej generacji nową formą dzieł epickich⁷³. Dychotomia ta jest bezzasadna także wobec seriali audio, nieseryjnych słuchowisk i dokumentów produkowanych przez platformy streamingowe – podział na „wielkie” dokumenty/słuchowiska emitowane na antenach radiowych i streamingowe *time killery* byłby podziałem sztucznym i nieadekwatnym wobec jakości realizacji, także utworów czysto rozrywkowych, bowiem ich twórcy również nie rezygnują z immersyjnego potencjału dźwiękowego tworzywa. W wypadku opowieści dźwiękowych istotne jest także ogólne postrzeganie radia/audio jako medium tła⁷⁴, które nie w pełni absorbuje uwagę odbiorcy. Stougaard Pedersen i Have podkreślają, że cyfryzacja umożliwia remediowanie literatury do form audialnych i dystrybuowanie jej w sposób mobilny, umożliwiając jej percepcję także w sytuacji wykonywania innych czynności. Popularność audiobooków i model audialnej konsumpcji treści są skorelowane z pojawieniem się i szybkim rozwojem podcastingu. Warto zaznaczyć, że produkowane przez platformy strumieniowe autorskie opowieści audio, podobnie jak podcasting, wpisują się we wtórną oralność współczesnej kultury, jej zwrot audytywny – są dystrybuowane i odbierane mobilnie, wydawane w odcinkach (co ułatwia poruszanie się w zasobach platformy), dostępne na życzenie. Tanderup Linkis i Pennlert powołują się na wnioski z raportu Storytel (jednak nie podają jego źródła), z których wynika, że format dźwiękowego serialu, który składa się z około 10 odcinków trwających od 40 do 50 minut (jak w przypadku serii Original) jest lepiej dostosowany do codziennego trybu życia człowieka niż kilkukrotne odsłuchiwanie dziewięciogodzinnego audiobooka, mimo że czas trwania obu formatów jest porównywalny. Format odcinkowy wpisuje się w krótszy zakres uwagi (*attention span*) współczesnych odbiorców nowych mediów. Zatem audio seriale, najczęściej wydawane jako całość, (zwłaszcza w wypadku Storytel Original) balansują pomiędzy naśladowaniem seryjności podcastów a ciągłym doświadczeniem słuchania kilkugodzinnego audiobooka. Jednocześnie audiobooki czy seriale dźwiękowe niekoniecznie muszą stanowić medium tła i towarzyszyć słuchaczowi, gdy jego uwaga jest rozproszona. Piszę o tym między innymi Lutz Koepnick⁷⁵ używając terminu *close listening*, który można przetłumaczyć jako „ważne słuchanie”. Jest ono skoncentrowane na doświadczeniu nie pobocznym, jak w wypadku medium *stricte* towarzyszącego, ale immersyjnie zaangażowanym odbiorze. Jak trafnie zauważa Łukasz Świątek, media audialne niosą za sobą intymność i emocjonalność słuchania⁷⁶. Piszą na ten temat także Dowling i Miller, według których storytellingowy podcasting podważa

⁷³ S. Rusakow, dz. cyt., s. 86.

⁷⁴ Zob. A. Garcarek-Sikorska, *Czy w polskich komercyjnych rozgłośniach radiowych jest miejsce na kulturę?*, [w:] *Media – kultura popularna – polityka. Wzajemne oddziaływania i nowe zjawiska*, red. J. Bierówka K. Pokorna-Ignatowicz, Oficyna Wydawnicza AFM, Kraków 2014, s. 125.

⁷⁵ L. Koepnick, *Reading on the move*, „PMLA” 128(1)/2013, s. 232-237.

⁷⁶ Ł. Świątek, *The Podcast as an Intimate Bridging Medium*, [w:] *Podcasting. New Aural Cultures and Digital Media*, red. R. Berry, N. Fox, D. Llinares, Palgrave Macmillan, Nowy Jork 2018, s. 174.

obraz treści internetowych jako rozpraszających uwagę i skracających jej czas⁷⁷. Badacze podkreślają, że tego rodzaju forma produkcji i dystrybucji narracyjnego audio prowadzi nierzadko do bardziej zaangażowanego i długotrwałego słuchania (na przykład *Serial Sarah Koenig* czy *True Murder* Dana Zupansky'ego)⁷⁸. Podcasting i seriale audio są częścią eksplozji rozwoju i popularności angażujących publikacji cyfrowych, których sukces powodowany jest nie tylko rozwojem technologii, ale także eksperymentów i twórczych poszukiwań w zakresie jakościowych i długometrażowych narracji dokumentalnych, skłaniających do namysłu, refleksji i pogłębionego odbioru (*deep dives*)⁷⁹. Na internetowym „ryнку uwagi” (*marketplace of attention*), o którym pisze James G. Webster⁸⁰, niezbędne jest tworzenie immersyjnych treści audio, które dają szansę osiągnięcia poczucia „bycia wewnątrz” opowieści. Dowling i Miller punktują, że serie audio korzystają z możliwości immersyjnych dźwięku nie tylko w kontekście czynników technologicznych (odbiór binauralny), ale także, a może przede wszystkim – sposobów opowiadania historii⁸¹. Przywołani autorzy wspominają też koncepcję *the driveway moment* – sytuację, w której odsłuchiwany utwór jest na tyle interesujący, że słuchacz, mimo dotarcia na miejsce, decyduje się pozostać w samochodzie i wysłuchać dzieło do końca. W wypadku odbiorców serialowych treści audio *the driveway moment* zyskuje szerszy kontekst, bo odsłuch możliwy jest w każdym miejscu i czasie, a seryjność narracyjnych opowieści i konstrukcja dramaturgiczna bazująca na cliffhangerach zachęca słuchacza do pozostania z odcinkiem do końca, dając obietnicę rozwiązania dotychczasowych wątków i otwarcia kolejnych⁸². Mariann Hardey i Simon J. James określają ten zabieg jako *a hook*, czyli dramaturgiczny, narracyjny „haczyk” kończący epizod⁸³. Odwołują się także do dwóch, kluczowych dla narracji tychże opowieści⁸⁴, terminów: *la passion du sens* oraz *dilatory space*. Wyjaśniają, że pojęcia niejako się dopełniają i są realizowane poprzez poszukiwanie przez odbiorcę „końców”, rozwiązań konkretnych wątków, które nadadzą sens zarówno opowieści jako całości, ale także – pojedynczym odcinkom⁸⁵. Przestrzeń

⁷⁷ Badacze powołują się na badania Carr,2011; Helfand & Maeda,2001; Boling & Hull,2018; McHugh,2016. Zob. D.O.Dowling, K.J. Miller, dz. cyt., s. 180-182.

⁷⁸ Tamże, s. 168.

⁷⁹ Tamże, s. 169.

⁸⁰ J.G. Webster, *Structuring a marketplace of attention*, w: *The Hyperlinked Society. Questioning Connections in the Digital Age*, red. J. Turow, L. Tsui, University of Michigan Press 2008, s. 23-38.

⁸¹ D.O.Dowling, K.J. Miller, dz.cyt., s. 170-171.

⁸² Tamże, s. 171.

⁸³ M. Hardey, S.J. James, *Digital seriality and narrative branching: the podcast Serial, Season One*, „Communication And Critical/Cultural Studies” 19(1)/2022, s. 76.

⁸⁴ Autorzy odnoszą swoje wnioski do interpretacji eseju Rolanda Barthesa dokonanej przez Petera Brooksa. Zob. R. Barthes, *Wstęp do analizy strukturalnej opowiadań*, „Pamiętnik Literacki” 59/4, 1968, s. 327-359 oraz P. Brooks, *Semiotics and Thick Description (Barthes and Geertz)*, [w:] *Interpreting Clifford Geertz. Cultural Sociology*, red. J.C. Alexander, P. Smith, M. Norton, Palgrave Macmillan, Nowy Jork 2011.

⁸⁵ Zob. M. Hardey, S.J. James, dz. cyt., s. 83.

suspensu (*dilatory space*) to sposób, w jaki czytelnik dąży do rozwiązania i zakończenia narracji⁸⁶, co fundamentalnie oddziałuje we wprowadzaniu cliffhangerów także w opowieściach audio. Zatem potencjał twórczy audialności, immersyjne możliwości dźwięku i narracji oraz konsekwentne budowanie dramaturgii w obrębie serii jako całości i jej części są elementami konstytutywnymi dla utrzymania uwagi, zainteresowania słuchacza i nieporzucania słuchanego tytułu.

Badania Stougaard Pedersen i Have udowadniają wagę głosu lektora/aktora⁸⁷ – odbiorcy koncentrują się na głosie i do pewnego stopnia wybierają książki do słuchania na jego podstawie, nie zaś samego autora czy gatunku. Nowy głos może być zatem „postrzegany jako radykalna zmiana i powód do zaprzestania słuchania historii, niekoniecznie dlatego, że wykonanie jest »złe«, ale dlatego, że historia jest kojarzona z innym narratorem”⁸⁸. Rolę głosu scalającego serię uwypuklają także Hardey i James odnosząc się do popularności *Serialu* – podkreślają, że Koenig jako autorka i narratorka, poprzez swój głos i sposób prowadzenia narracji⁸⁹ spajała odcinki dokumentu w koherentną całość⁹⁰. Dzięki tego rodzaju twórczym i narracyjnym rozwiązaniom, seriale audio (*born-audio series*) utrzymują grono stałych odbiorców – warunkiem jest tutaj pochwycenie uwagi słuchacza w pierwszych odcinkach, następnie liczba odsłuchań ma tendencję do stabilizacji⁹¹.

Jak wynika z przytoczonych powyżej danych, na przykładzie Audioteki i Storytel, rozwój dostępnych w platformach strumieniowych dokumentów i słuchowisk audio (samodzielnych oraz w seriach) jest niewątpliwy. Obie platformy, od momentów swego powstania, skoncentrowane były wokół produkcji i publikacji audiobooków. Jednak zwrot audytywny oraz rozpoczęty w 2014 roku, a nazwany rok później *Serial effect*, przyczyniły się do dynamicznego wzrostu liczby wysokojakościowych produkcji *fiction i non fiction*. Od 2016 roku w Storytel wydano 142 tytuły wpisujące się w jeden z tychże gatunków, natomiast w Audiotece serie dokumentów i słuchowisk audio w liczbie 132 produkcji zaczęto wydawać od 2018 roku. Warto również zaznaczyć, że rynek jakościowych dzieł audialnych rozwija się także poza największymi aplikacjami streamingowymi, a pierwszy reporterski serial audio w Polsce wydany został przez „Pismo. Magazyn Opinii” w 2019 roku i nosił tytuł *Śledztwo Pisma*. Do końca 2023 roku produkcja doczekała się 4 sezonów, każdy z nich miał innych autorów i poruszał odmienne zagadnienia. Model subskrypcji

⁸⁶ Tamże.

⁸⁷ Zob. I. Have, B. Stougaard Pedersen, dz.cyt.

⁸⁸ S. Tanderup Linkis, J. Pennlert, dz. cyt., online.

⁸⁹ Autorki wskazują tutaj między innymi istotę faktu, iż Koenig, w niektórych momentach *Serialu* stawia się w roli podobnej do słuchacza, który, jako obserwator wydarzeń, może być zagubiony, bowiem wielość wątków i wątpliwości wokół sprawy nie implikuje jasnych i jednoznacznych rozwiązań, co może wprowadzać odbiorcę w *detective mode* – tryb detektywistyczny poprzez brak jednoznacznego zakończenia każdego z odcinków.

Zob. M. Hardey, S.J. James, dz.cyt., s. 77-79.

⁹⁰ Tamże, s. 77-79.

⁹¹ Zob. S. Tanderup Linkis, J. Pennlert, dz. cyt., online.

bazujący na udostępnianiu treści audio w formie serii wymaga regularnego i trwałego użytkownika platformy przez jej odbiorców. Jednym z fundamentalnych dla usług subskrypcyjnych wyzwań jest utrzymanie lojalności użytkownika, który nie płaci za pojedynczy produkt, ale za miesiąc dostępu do treści⁹². Dlatego tak istotne jest wytworzenie swobodnego przywiązania do platformy i oferowanych przez nią opowieści, ponieważ dzięki temu rosną szanse, że odbiorca pozostanie w usłudze na kolejne miesiące⁹³. Platforma strumieniowa „porusza się w krajobrazie medialnym, który charakteryzuje się ciągłą konkurencją o czas i uwagę użytkowników – konkurencją nie tylko ze strony innych krajowych i międzynarodowych producentów i dystrybutorów audiobooków, ale także ze strony producentów wszelkich form treści kulturowych”⁹⁴. W związku z tym tworzenie oryginalnych, dostępnych wyłącznie w konkretnej platformie treści może sprawić, że użytkownik pozostanie z usługą na dłużej. Wolfgang Welsch określał słuch mianem „zmysłu sprzymierzenia”⁹⁵, który sprzyja immersyjnemu zanurzeniu i odbieraniu komunikatu jako tego, który wciela, a nie separuje. Wielość publikowanych na żądanie treści audio, wysoka jakość ich realizacji i rosnąca liczba serii udowadniają, że wpływ efektu *Serialu* oraz ogromnej popularności podcastingu jako metody dystrybucji i odbioru opowieści dźwiękowych znajduje swoje odzwierciedlenie także w Polsce. Jest to bezsporny dowód na rolę i znaczenie zwrotu audiocentrycznego we współczesnej kulturze i jej obecności w nowych mediach.

Badania nad seryjnymi formami literatury audio w Polsce wskazują na rozwój tego medium, który wpisuje się w globalny trend wzrostu popularności cyfrowych treści audio. Seriale audio i audiobooki nie tylko odpowiadają na rosnące zapotrzebowanie na mobilne, immersyjne formy narracyjne, ale także redefiniują sposoby angażowania odbiorców poprzez dynamiczne, wielowątkowe opowieści. W szerszym kontekście ich rozwój można postrzegać jako część zwrotu audialnego, który wpływa także na kulturę cyfrową, potencjał rozwoju „uważnego słuchania” i głębszej interakcji z treściami dźwiękowymi. Trend ten wpisuje się w potrzeby współczesnych odbiorców, dla których wygoda, możliwość personalizacji i dostęp do wysokiej jakości treści są znaczące. Ponadto, wysoka jakość realizacji i zaawansowane techniki narracyjne wzbogacają odbiór treści i pozwalają na immersję w utwór. W efekcie cyfryzacja i rozwój platform streamingowych poszerzają sposób, w jaki literatura i kultura dźwięku istnieją we współczesnych mediach.

⁹² Badaczki piszą swój artykuł odnosząc się wyłącznie do Storytel, natomiast zasada, o której mówią, znajduje swoje zastosowanie także wobec siostrzanych usług, jak na przykład Audioteki czy Audible Originals.

⁹³ Tamże.

⁹⁴ Tamże.

⁹⁵ Zob. W. Welsch, *Na drodze do kultury słyszenia?*, tłum. K. Wilkoszewska, [w:] *Przemoc ikoniczna czy „nowa widzialność”?*, red. E. Wilk, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2001, s. 56.

Bibliografia

- Bachura-Wojtasik J., *Słuchowisko dokumentalne a rzeczywistość*, „Zagadnienia Rodzajów Literackich” 2020 LXIII (4), s. 71–88.
- Barthes R., *Wstęp do analizy strukturalnej opowiadań*, „Pamiętnik Literacki” 1968 59(4), s. 327–359.
- Berry R., *A golden age of podcasting? Evaluating serial in the context of podcast histories*, „Journal of Radio & Audio Media” 2015 22 (2), s. 170–178.
- Berry R., *Serial and Ten years of Podcasting: Has The Medium Finally Grown Up*, [w:] M. Oliveira, F. Riveiro (red.), *Radio, Sound and Internet*, Braga 2015, s. 299–309.
- Bonini T., *The „Second Age” of podcasting: Reframing podcasting as a new digital mass medium*, „Quaderns del CAC” 2015 41 vol. XVIII, s. 21–30.
- Borowiecki A., *Neoserial, serial premium czy post soap opera? W poszukiwaniu wyznaczników dla seriali nowej generacji*, „Images. The International Journal of European Film, Performing Arts and Audiovisual Communication” 2019 34, s. 163–171.
- Brooks P., *Semiotics and Thick Description (Barthes and Geertz)*, [w:] J.C. Alexander, P. Smith, M. Norton (red.), *Interpreting Clifford Geertz. Cultural Sociology*, Nowy Jork 2011, s. 9–16.
- Dowling D. O., Kyle J. M., *Immersive Audio Storytelling: Podcasting and Serial Documentary in the Digital Publishing*, „Journal of Radio & Audio Media 26” 2019 1, s. 167–184.
- Eco U., *Po drugiej stronie lustra i inne eseje. Znak, reprezentacja, iluzja, obraz*, przeł. J. Wajdas, Warszawa 2012.
- Garcarek-Sikorska A., *Czy w polskich komercyjnych rozgłośniach radiowych jest miejsce na kulturę?*, [w:] J. Bie-rówka, K. Pokorna-Ignatowicz (red.), *Media – kultura popularna – polityka. Wzajemne oddziaływania i nowe zjawiska*, Kraków 2014, s. 125–140.
- Gawrońska-Piotrowska A., *Serial audio w Polsce jako nowoczesna forma słuchowiska radiowego*, „Kultura – Media – Teologia” 2021 48, s. 127–156.
- Hardey M., Simon J.J., *Digital seriality and narrative branching: the podcast Serial, Season One*, „Communication And Critical/Cultural Studies” 2022 19 (1), s. 74–90.
- Have I., Stougaard Pedersen B., *Digital Audiobooks. New Media, Users and Experiences*, Londyn 2016.
- Hopfinger M., *Literatura audialna*, [w:] M. Hopfinger (red.), *Literatura i media. Po 1989 roku*, Warszawa 2010, s. 131–163.
- Ilhde D., *Listening and Voice. Phenomenologies of Sound*, Second Edition, Nowy Jork 2007.
- Johnson B., *A Story Is a Promise & The Spirit of Storytelling*, Vancouver 2011.
- Kaziów M., *O dziele radiowym. Z zagadnień estetyki oryginalnego słuchowiska*, Wrocław-Warszawa-Kraków-Gdańsk 1973.
- Koepnick L., *Reading on the move*, „PMLA” 2013 128 (1), s. 232–237.
- Lindgren M., *Personal narrative journalism and podcasting*, „Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media” 2016 14 (1), s. 23–41.
- McHugh S., *How podcasting is changing the audio storytelling genre*, „Radio Journal International Studies in Broadcast & Audio Media”, 2016 14(1), s. 65–82.
- Mittell J., *Złożoność narracyjna we współczesnej telewizji amerykańskiej*, tłum. D. Kuźma, [w:] T. Bielak, M. Fili-ciak, G. Ptaszek (red.), *Zmierzch telewizji? Przemiany medium. Antologia*, Warszawa 2011, s. 151–179.
- Muszyńska K., *MUSISZ TO OBEJRZEĆ! Analiza funkcjonowania oraz oddziaływania seryjności i serialu telewizyjnego w kulturze popularnej*, [w:] B. Panek, A. Wójtowicz (red.), *Między Trendem a Tradycją. Kulturowe Oblicza Seriali*, Lublin 2015, s. 8–20.
- Myślak D. A., *Od serialu telewizyjnego do odserialowych formatów internetowych*, Olsztyn 2021
- Myślak D. A., *Random a pokolenia Z i Y z perspektywy społeczno-technologicznej i formatowo-czasowej*, „Studia Rossica Gedanensia” 2023, Nr 10, s. 161–178.
- Pleszczyński J., *Dźwięk i muzyka: między racjomorficznością a racjonalnością*, [w:] I. Hofman, D. Kępa Figura (red.), *Media multimodalne. Zagadnienia ogólne i teoretyczne. Multimodalność mediów drukowanych*, t. 1., Lublin 2018, s. 35–54.

- Post-soap. Nowa generacja seriali telewizyjnych a polska widownia*, red. M. Filiciak, B. Giza, Warszawa 2011.
- Quirk V., *Guide to podcasting*, 2015, https://www.cjr.org/tow_center_reports/guide_to_podcasting.php, (dostęp 20.04.2024).
- Rubery M., *Audiobooks, Literature and Sound Culture*, Londyn 2012.
- Rusakow S., *Modern Television Series as a Phenomenon of Popular Culture*, „*Studia Warmińskie*” 2015 52, s. 85–94.
- Sołodki P., *Serial internetowy – notatki o zjawisku, Serial internetowy–notatki o zjawisku*, „*Panoptikum. Telewizje. Sezon drugi*” 2018 20, 33–46.
- Świątek Ł., *The Podcast as an Intimate Bridging Medium*, [w:] R. Berry, N. Fox, D. Llinares (red.), *Podcasting. New Aural Cultures and Digital Media*, Nowy Jork 2018, s. 173–187.
- Tanderup Linkis S., Pennlert J., *Episodic Listening: Analyzing the Content and Usage of Born-Audio Serial Narratives*, “*The Journal of Electronic Publishing*” 2020 23 (1), <https://doi.org/10.3998/3336451.0023.102>.
- Webster J.G., *Structuring a marketplace of attention*, [w:] J. Turow, L. Tsui (red.), *The Hyperlinked Society. Questioning Connections in the Digital Age*, Michigan 2008, s. 23–38.
- Welsch W., *Na drodze do kultury słyszenia?*, tłum. K. Wilkoszewska, [w:] E. Wilk (red.), *Przemoc ikoniczna czy „nowa widzialność”?*, Katowice 2001, s. 55–65.

Biogram

Eliza Matusiak – dr; w centrum jej badawczych zainteresowań swe miejsce znajduje sztuka audialna w dokumentalnej i fikcjonalnej odsłonie. Badania naukowe koncentruje wokół dwóch kluczowych kwestii: interaktywnych i cyfrowych opowieściach audio oraz tematyce Zagłady Żydów w literaturze dźwiękowej w odniesieniu do narracji i materii audio. Bada także podcasting, ze szczególnym uwzględnieniem jego artystycznych realizacji.

Tabela 1. Storytel

Lp.	Tytuł	Autorzy	Gatunek	Rok	Liczba części	Wydawca	Platforma
1	Rok 2084	Michał Centarowski, Michał Protasiuk	Słuchowisko	2023	18	Storytel Original	Storytel
2	Powiedz mi to jeszcze raz	Przemek Corso, Marcin Kardach (real.)	Słuchowisko	2023	2	Storytel Original	Storytel
3	Za wolność waszą i naszą	Arkadiusz Pilch	Słuchowisko	2023	3	Storytel Original	Storytel
4	Miasteczko Brighthope	Przemek Corso	Słuchowisko	2023	4	Storytel Original	Storytel
5	The Marriage Act: The unmissable speculative thriller from the author of The One	John Marrs	Słuchowisko	2023	95	Macmillan	Storytel
6	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Boże Narodzenie jest zawsze w poniedziałek	Henryk Dedo, Waldemar Kasperczak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
7	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Rzykant	Henryk Dedo i Waldemar Kasperczak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
8	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Pod niebem pełnym cudów	Henryk Dedo i Waldemar Kasperczak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
9	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Gospel Joy	Henryk Dedo i Waldemar Kasperczak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
10	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: W tej muzyce jest wszystko, co kocham	Henryk Dedo i Waldemar Kasperczak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
11	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Autoportret w trzech szkicach	Henryk Dedo i Waldemar Kasperczak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
12	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Kaśka „dobra rada”	Henryk Dedo i Magdalena Balcerak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
13	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Nigdy ze mnie nie zrezygnował	Henryk Dedo i Magdalena Balcerak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
14	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Patent na normalność	Henryk Dedo i Waldemar Kasperczak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
15	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Dzieli nas tylko czas	Henryk Dedo i Waldemar Kasperczak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
16	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Silniejszy	Henryk Dedo i Waldemar Kasperczak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel

Lp.	Tytuł	Autorzy	Gatunek	Rok	Liczba części	Wydawca	Platforma
17	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Walka na śmierć i życie	Henryk Dedo i Magdalena Balcerak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
18	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Wiem, że warto	Henryk Dedo i Magdalena Balcerak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
19	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Życie na krawędzi	Henryk Dedo i Magdalena Balcerak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
20	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Mamy naszą łaskę	Henryk Dedo i Waldemar Kasperczak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
21	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Baca z siódmego nieba	Henryk Dedo i Waldemar Kasperczak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
22	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Maluj, co widzisz	Waldemar Kasperczak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
23	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Harun – lew Pakistanu	Henryk Dedo i Waldemar Kasperczak	Dokument	2023	2	Gospel.pl	Storytel
24	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Wspólnota	Henryk Dedo i Waldemar Kasperczak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
25	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Boska stodoła	Henryk Dedo i Waldemar Kasperczak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
26	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Cud przy ulicy Ogrodowej	Henryk Dedo i Waldemar Kasperczak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
27	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Polski niedobitek rolniczy	Henryk Dedo i Waldemar Kasperczak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
28	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Fontanna łez	Henryk Dedo i Waldemar Kasperczak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
29	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Król PIK	Henryk Dedo i Magdalena Balcerak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
30	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Jak drogowskaz	Henryk Dedo i Magdalena Balcerak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
31	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Johnny – Bliski Wschód	Henryk Dedo i Waldemar Kasperczak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel

Lp.	Tytuł	Autorzy	Gatunek	Rok	Liczba części	Wydawca	Platforma
32	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Skarb	Henryk Dedo i Magdalena Balcerak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
33	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Sukces nigdy nie jest twój, a porażka zawsze	Henryk Dedo i Waldemar Kasperczak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
34	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: W oryginałach jest więcej	Henryk Dedo i Magdalena Balcerak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
35	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Trumna na Monciaku	Henryk Dedo i Magdalena Balcerak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
36	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Inne dopełnienie	Henryk Dedo i Magdalena Balcerak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
37	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Przyszedł do mnie anioł	Henryk Dedo i Waldemar Kasperczak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
38	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Sama ze swoim życiem	Henryk Dedo i Waldemar Kasperczak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
39	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Góry zmieniają ludzi	Henryk Dedo i Waldemar Kasperczak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
40	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Kowal cudzego szczęścia	Henryk Dedo i Waldemar Kasperczak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
41	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Mało romantyczna historia	Henryk Dedo i Waldemar Kasperczak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
42	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Mała wojowniczką	Henryk Dedo i Waldemar Kasperczak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
43	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Miejsca, gdzie mówią kamienie	Henryk Dedo i Waldemar Kasperczak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
44	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Największa przygoda życia	Waldemar Kasperczak i Magdalena Balcerak	Dokument	2023	2	Gospel.pl	Storytel
45	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Porządne pranie	Henryk Dedo i Waldemar Kasperczak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
46	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Największy sukces	Henryk Dedo i Waldemar Kasperczak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel

Lp.	Tytuł	Autorzy	Gatunek	Rok	Liczba części	Wydawca	Platforma
47	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Przegrałem zakład, wygrałem życie	Henryk Dedo i Waldemar Kasperczak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
48	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: To jest mój przyjaciel	Henryk Dedo i Magdalena Balcerak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
49	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: To jest niemożliwe	Henryk Dedo i Magdalena Balcerak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
50	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Ta nasza słabość Panu Bogu nie przeszkadza	Henryk Dedo i Waldemar Kasperczak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
51	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Młody wilk żyje	Henryk Dedo i Waldemar Kasperczak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
52	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Kaznodzieja z karabinem	Henryk Dedo i Waldemar Kasperczak	Dokument	2023	2	Gospel.pl	Storytel
53	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Tak staliśmy się uchodźcami	Henryk Dedo i Magdalena Balcerak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
54	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Kwadratura strachu	Henryk Dedo i Magdalena Balcerak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
55	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Firma za 500 zł	Henryk Dedo i Waldemar Kasperczak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
56	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Życ inaczej	Henryk Dedo i Waldemar Kasperczak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
57	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Nie daj, bym żył tak jak oni	Henryk Dedo i Magdalena Balcerak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
58	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Tango z kredytem w zębach	Henryk Dedo i Waldemar Kasperczak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
59	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Ptasiak	Henryk Dedo i Magdalena Balcerak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
60	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Tej najlepszej jeszcze nie napisałam	Henryk Dedo i Magdalena Balcerak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
61	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Teraz może być tylko lepiej	Henryk Dedo i Magdalena Balcerak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel

Lp.	Tytuł	Autorzy	Gatunek	Rok	Liczba części	Wydawca	Platforma
62	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Wszystko jest nowe	Henryk Dedo i Waldemar Kasperczak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
63	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Walka na śmieć i życie	Henryk Dedo i Magdalena Balcerak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
64	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Za wolność naszą i waszą	Henryk Dedo i Waldemar Kasperczak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
65	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Waldi	Henryk Dedo i Waldemar Kasperczak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
66	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Żyć tu i teraz	Henryk Dedo i Waldemar Kasperczak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
67	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Metr nad ziemią	Henryk Dedo i Waldemar Kasperczak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
68	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Jak zatrzymać wodospad	Henryk Dedo i Waldemar Kasperczak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
69	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Zostało tylko opakowanie	Henryk Dedo i Waldemar Kasperczak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
70	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Chrześcijanie z Damaszku	Henryk Dedo i Magdalena Balcerak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
71	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: To jedno zdanie	Henryk Dedo i Magdalena Balcerak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
72	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Po tamtej stronie jest piekło	Henryk Dedo i Magdalena Balcerak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
73	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Rozdroża miłości	Henryk Dedo i Magdalena Balcerak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
74	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Młody wilk 2	Henryk Dedo i Waldemar Kasperczak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
75	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Wyśniony dom	Henryk Dedo i Magdalena Balcerak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
76	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Cud na wyciągnięcie ręki	Henryk Dedo i Magdalena Balcerak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel

Lp.	Tytuł	Autorzy	Gatunek	Rok	Liczba części	Wydawca	Platforma
77	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Katia	Henryk Dedo i Magdalena Balcerak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
78	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Czekam na te słowa całe życie	Henryk Dedo i Magdalena Balcerak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
79	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Nigdy Cię nie zostawię	Henryk Dedo i Magdalena Balcerak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
80	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Jestem twoim ojcem	Henryk Dedo i Magdalena Balcerak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
81	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Dar inaczej zapakowany	Henryk Dedo i Magdalena Balcerak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
82	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Kościół w potrzebie	Henryk Dedo i Magdalena Balcerak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
83	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Istina znaczy prawda	Henryk Dedo i Waldemar Kasperczak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
84	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Doskonała decyzja	Henryk Dedo i Waldemar Kasperczak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
85	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Dałam szansę bieganiu	Henryk Dedo i Waldemar Kasperczak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
86	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Dziwne plany ochroniarza	Henryk Dedo i Waldemar Kasperczak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
87	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Porwał mnie wiatr	Henryk Dedo i Waldemar Kasperczak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
88	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Dom jak marzenie	Henryk Dedo i Waldemar Kasperczak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
89	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Długi z Giszowca	Henryk Dedo i Waldemar Kasperczak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
90	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Cztery pustynie	Henryk Dedo i Magdalena Balcerak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
92	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Dwadzieścia metrów szczęścia	Henryk Dedo i Waldemar Kasperczak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel

Lp.	Tytuł	Autorzy	Gatunek	Rok	Liczba części	Wydawca	Platforma
93	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Polonus z Australii	Henryk Dedo i Magdalena Balcerak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
94	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Mój lud mi to kupił	Henryk Dedo i Magdalena Balcerak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
95	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Po drugiej stronie lęku	Henryk Dedo i Magdalena Balcerak	Dokument	2023	2	Gospel.pl	Storytel
96	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Teraz ja jestem twoim tatą	Henryk Dedo i Waldemar Kasperczak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
97	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Wujek Kardynał i Wujek Kardynał Post Scriptum	Henryk Dedo i Magdalena Balcerak	Dokument	2023	2	Gospel.pl	Storytel
98	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Życ dla Ciebie	Henryk Dedo i Waldemar Kasperczak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
99	Reportaż. Autoportret w trzech szkicach: Lament nieczytanej Biblii	Henryk Dedo i Magdalena Balcerak	Dokument	2023	1	Gospel.pl	Storytel
100	Rok 1984	George Orwell, Anna Lea (reż.)	Słuchowisko	2022	8	Storyside	Storytel
101	Wymazane archiwum. Zła woda	Igor Brejdygant, Dominik Sokołowski (reż.)	Słuchowisko	2022	4	Storytel Original	Storytel
102	Niekompetentni	Gabriela Łazarkiewicz-Sieczko	Słuchowisko	2022	1	Storytel Original	Storytel
103	A Court of Thorns and Roses	Sarah J. Maas	Słuchowisko	2022	9	Graphic Audio	Storytel
104	The Paris Apartment: A Novel	Lucy Foley	Słuchowisko	2022	88	HarperAudio	Storytel
105	Kruk. Słuchowisko	Jakub Korolczuk, Aleksandra Zielińska	Słuchowisko	2021	4	Storytel Original	Storytel
106	Random	Natasza Parzymies, Alicja Sokół	Słuchowisko	2021	5	Storytel Original	Storytel
107	Robin Hood i Szmaragdowy Król	Jakub Ćwiek	Słuchowisko	2021	3	Storytel Original	Storytel
108	Beskid bez kitu	Maria Strzelecka	Słuchowisko	2021	17	Storyside	Storytel
109	Medium	Szymon Jakubowski	Słuchowisko	2021	1	Ensofilm	Storytel
110	Immune	Shannon Mayer	Słuchowisko	2020-2022	11	Graphic Audio	Storytel
111	Ordinary Magic	Devon Monk	Słuchowisko	2020-2022	8	GraphicAudio	Storytel
112	Stelaż	Łukasz Orbitowski	Słuchowisko	2020	1	Storytel Original	Storytel
113	Przypadek sercowy	Michał Sufin, Mateusz Lewandowski, Kinga Kosik Burzyńska, Bartosz Młynarski, Marcin Kardach (reż.)	Słuchowisko	2020	1	Storytel Original	Storytel

Lp.	Tytuł	Autorzy	Gatunek	Rok	Liczba części	Wydawca	Platforma
114	Topiel: Dom w głębi lasu	Jakub Ćwiek	Słuchowisko	2020	1	Storyside	Storytel
115	Topiel	Jakub Ćwiek	Słuchowisko	2020	1	Marginesy	Storytel
116	Miedzy Listami...do M.	Magdalena Witkiewicz	Słuchowisko	2020	2	Storytel Original	Storytel
117	Przemienęło	Aleksandra Zielińska, Łukasz Orbitowski, Maria Sadowska (reż.), Marcin Kardach (reż.)	Słuchowisko	2020	7	Storytel Original	Storytel
118	Cyfrowe szaty cesarza	Rafał Babraj	Słuchowisko	2020	1	Storyside	Storytel
119	Chłopi 2050, czyli Agronauca w czasach katastrofy klimatycznej	Cezary Zbierchowski	Słuchowisko	2020	12	Storytel Original	Storytel
120	Leo! Znowu Ty? Niecny plan	Aleksandra Tyl	Słuchowisko	2020	2	Wydawnictwo Lemoniada	Storytel
121	Ali, powstaniec z Nigerii, warszawiak z wyboru	Aleksandra Zbroja	Dokument	2020	1	Storytel Original	Storytel
122	Syrena, czyli dziewczyna o uciętych możliwościach	Aleksandra Zbroja	Dokument	2020	1	Storytel Original	Storytel
123	Peemek, miłość odnaleziona na wojnie	Aleksandra Zbroja	Dokument	2020	1	Storytel Original	Storytel
124	Wiedźmin	Andrzej Sapkowski, Janusz Kukuła (reż.)	Słuchowisko	2019	4	SuperNowa	Storytel
125	Atak na K2	Joanna Chudy, Andrzej Bargiel	Dokument	2018	5	Storytel Original	Storytel
126	Krew na śniegu. Apokryf Koral (z: Szpony i kły. Antologia)	Andrzej Sapkowski, Beatrycze Nowicka (reż.)	Słuchowisko	2018	1/10	SuperNowa/ Storyside	Storytel
127	Ironia losu (z: Szpony i kły. Antologia)	Andrzej Sapkowski, Sobiesław Kolanowski (reż.)	Słuchowisko	2018	2 /10	SuperNowa/ Storyside	Storytel
128	Co dwie głowy (z: Szpony i kły. Antologia)	Andrzej Sapkowski, Nadia Gasik (reż.)	Słuchowisko	2018	3 /10	SuperNowa/ Storyside	Storytel
129	Skala powinności (z: Szpony i kły. Antologia)	Andrzej Sapkowski, Katarzyna Gielicz (reż.)	Słuchowisko	2018	4/10	SuperNowa/ Storyside	Storytel
130	Bez wzajemności (z: Szpony i kły. Antologia)	Andrzej Sapkowski, Barbara Szeląg (reż.)	Słuchowisko	2018	5 /10	SuperNowa/ Storyside	Storytel
131	Lekcja samotności (z: Szpony i kły. Antologia)	Andrzej Sapkowski, Przemysław Gul (reż.)	Słuchowisko	2018	6 /10	SuperNowa/ Storyside	Storytel

Lp.	Tytuł	Autorzy	Gatunek	Rok	Liczba części	Wydawca	Platforma
132	Nie będzie śladu (z: Szpony i kły. Antologia)	Andrzej Sapkowski, Tomasz Zliczewski (reż.)	Słuchowisko	2018	7/10	SuperNowa/ Storyside	Storytel
133	Dziewczyna, która nigdy nie płakała (z: Szpony i kły. Antologia)	Andrzej Sapkowski, Andrzej W. Sawicki (reż.)	Słuchowisko	2018	8/10	SuperNowa/ Storyside	Storytel
134	Ballada o kwiatuszku (z: Szpony i kły. Antologia)	Andrzej Sapkowski, Michał Smyk (reż.)	Słuchowisko	2018	9/10	SuperNowa/ Storyside	Storytel
135	Szpony i kły (z: Szpony i kły. Antologia)	Andrzej Sapkowski, Jan Wróbel (reż.)	Słuchowisko	2018	10/10	SuperNowa/ Storyside	Storytel
136	Przygody Tappiego z Szepczącego lasu	Marcin Mortka	Słuchowisko	2018	5	Storyside	Storytel
137	Wiedźmin. Opowiadania	Andrzej Sapkowski, Janusz Kukuła (reż.)	Słuchowisko	2017	14	SuperNowa	Storytel
138	Trylogia husycka	Andrzej Sapkowski, Janusz Kukuła (reż.)	Słuchowisko	2017	6	SuperNowa	Storytel
139	Krzyżacy	Henryk Sienkiewicz, Krzysztof Czczot (reż.)	Słuchowisko	2017	13	Osorno	Storytel
140	Jan Karski	Krzysztof Czczot	Słuchowisko	2017	13	Osorno	Storytel
141	Filip	Leopold Tyrmand, Krzysztof Czczot (reż.)	Słuchowisko	2017	13	Osorno	Storytel
142	Szepczący w eterze	Jakub Ćwiek, Marcin Kardach (reż.)	Słuchowisko	2016	1	Storyside	Storytel

Tabela 2. Audioteka

Lp.	Tytuł	Autorzy	Gatunek	Rok	Liczba części	Wydawca	Platforma
1	Narutowicz. Audioserial	Marcin Napiórkowski, Grzegorz Drojewski (reż.)	Stuchowisko	2023	8	Audioteka	Audioteka
2	Mój przyjaciel robot	Michał Szcześniak (reż.)	Stuchowisko	2023	5	Audioteka	Audioteka
3	Upadek narodu	Yann Reuzeau, Ewa Rucińska (reż., tłum., adapt.)	Stuchowisko	2023	8	Audioteka	Audioteka
4	Spalona ziemia	Jerzy i Wojciech Oleksiak, Katarzyna Szczerba (reż.), Katarzyna Iskra (reż.)	Stuchowisko	2023	6	Audioteka	Audioteka
5	Stół z powyłamowanymi nogami	Natalia Ossowska, Daria Widawska (reż.)	Stuchowisko	2023	10	Audioteka	Audioteka
6	Oni tu są	Adam Bauman, Jakub Krofta (reż.)	Stuchowisko	2023	8	Audioteka	Audioteka
7	Sprawiedliwy inaczej	Rafał Lipski, Ewa Małecki (reż.)	Stuchowisko	2023	7	Audioteka	Audioteka
8	Zima świata	Ken Follet, Grzegorz Drojewski (reż.), Zbigniew A. Królicki, Grzegorz Kołodziejczyk (tłum.)	Stuchowisko	2023	13	Audioteka	Audioteka
9	Chmuroręki i ogniousty	Maria Paszyńska, Jakub Kamiński (reż.)	Stuchowisko	2023	7	Audioteka	Audioteka
10	Marysia ma Rysia	Emil Płoszajki, Dominika Sell-Kukułka (reż.)	Stuchowisko	2023	6	Audioteka	Audioteka
11	Error	Krzysztof Domaradzki, Tomasz Borkowski (reż.)	Stuchowisko	2023	10	Audioteka	Audioteka
12	Langer	Remigiusz Mróz, Maciej Zych (reż.), Jan Jędrzejczyk (reż.)	Stuchowisko	2023	6	Audioteka	Audioteka
13	Mała Grecja. Dawni uchodźcy i ich polska odyseja	Dionisios Sturis, Katarzyna Szczerba	Dokument	2023	10	Audioteka	Audioteka
14	W Borówkowie	Dobrosława Bałazy	Stuchowisko	2023	13	Audioteka	Audioteka
15	Skóra	Monika Góra	Dokument	2023	8	Audioteka	Audioteka
16	Fantom	Marcin Ciszewski, Tomasz Borkowski (reż.)	Stuchowisko	2023	7	Audioteka	Audioteka
17	Słyszę głosy	Łukasz Wasilewski, Tymoteusz Kutz (reż.)	Stuchowisko	2022	10	Audioteka	Audioteka
18	Wilamowice mówią po swojemu	Beata Kwiatkowska	Dokument	2022	6	Audioteka	Audioteka
19	Dorwać Gangstera 2	Artur Górski, Szymon Kuśmider (reż.)	Stuchowisko	2022	8	Audioteka	Audioteka
20	Virga	Martyna Butrym, Ewa Małecki (reż.)	Stuchowisko	2022	8	Audioteka	Audioteka
21	Bomba banda	Maria Holka	Stuchowisko	2022	7	Audioteka	Audioteka
22	Anima 2	Kinga Krzemińska, Krzysztof Komander (reż.)	Stuchowisko	2022	10	Audioteka	Audioteka
23	Jedno słowo	Krzysztof Kulpiński, Beata Kawka (reż.)	Stuchowisko	2022	10	Audioteka	Audioteka
24	Symbioza	Piotr Rogoża, Krzysztof Komander (scen. i reż.)	Stuchowisko	2022	10	Audioteka	Audioteka

Lp.	Tytuł	Autorzy	Gatunek	Rok	Liczba części	Wydawca	Platforma
25	Burchot	Ireneusz Grzyb	Stuchowisko	2022	8	Audioteka	Audioteka
26	Sen o wolnym świecie	Łukasz Migura, Agnieszka Matusiak (reż.)	Stuchowisko	2022	10	Audioteka	Audioteka
27	Dorwać Gangstera	Artur Górski, Szymon Kuśmider (reż.)	Stuchowisko	2021	8	Audioteka	Audioteka
28	Czego oczy nie widzą 2	Krzysztof Kulpiński, Beata Kawka (reż.)	Stuchowisko	2021	10	Audioteka	Audioteka
29	Recepcja	Łukasz Orbitowski, Klaudia Mynarska, Krzysztof Komander (reż.)	Stuchowisko	2021	10	Audioteka	Audioteka
30	Recepcja 2	Łukasz Orbitowski, Klaudia Mynarska, Krzysztof Komander (reż.)	Stuchowisko	2021	10	Audioteka	Audioteka
31	Zabójstwo Iwony Cygan	Monika Góra	Dokument	2021	8	Audioteka	Audioteka
32	Cyberhost	Paweł Furman, Grzegorz Drojewski (reż.)	Stuchowisko	2021	8	Audioteka	Audioteka
33	Supernowa. Historia Arkadiusa	Karolina Sulej, Julia Strużycka, Wojtek Oleksiak	Dokument	2021	7	Audioteka	Audioteka
34	Ostatnie pożegnanie	Tatiana Zawrzykraj, Tymoteusz Kutz (reż.)	Stuchowisko	2021	8	Audioteka	Audioteka
35	Kryptonim Wiklef	Kamil Chomiuk, Sebastian Konrad (reż.)	Stuchowisko	2021	8	Audioteka	Audioteka
36	Kontrola	Marcin Ciszewski, Bartosz Szpak (reż.)	Stuchowisko	2021	6	Audioteka	Audioteka
37	Księżyc w lustrze	Martyna Butrym, Katarzyna Michałkiewicz (reż.)	Stuchowisko	2021	12	Audioteka	Audioteka
38	Skowyt	Wojciech Chmielarz, Jakub Ćwiek, Piotr Jaworski (reż.)	Stuchowisko	2021	8	Audioteka	Audioteka
39	Miła robotka. Polskie świerszczyki, harlekiny i porno z satelity	Ewa Stusińska	Dokument	2021	8	Audioteka	Audioteka
40	Plaga	Bartłomiej Świdorski, Rafał Sisicki (reż.)	Stuchowisko	2021	26	Audioteka	Audioteka
41	Czego oczy nie widzą	Krzysztof Kulpiński, Beata Kawka (reż.)	Stuchowisko	2020	10	Audioteka	Audioteka
42	Przeminęło z wiatrem	Margaret Mitchel, reż. – brak inf.	Stuchowisko	2020	28	Audioteka, Wydawnictwo Albatros	Audioteka
45	Pastor	Adam Węglowski, reż. – brak inf.	Stuchowisko	2020	7	Audioteka	Audioteka
46	Galaktyka	Wojtek Miłoszewski, Grzegorz Drojewski (reż.)	Stuchowisko	2020	12	Audioteka	Audioteka
47	Lodowa przełęcz	Katarzyna Gondek, Katarzyna Szczerba (scen. i reż.), Franciszek Berbeka (reż.)	Stuchowisko dokumentalne	2020	6	Audioteka	Audioteka
48	Jestem kim chcesz	George Bernard Shaw, Bartosz Szpak (reż.)	Audiomusical	2020	6	Audioteka	Audioteka
49	Sierżant Cuff	Krzysztof Komander, Kinga Krzemińska	Stuchowisko	2020	12	Audioteka	Audioteka
50	Sierżant Cuff 2	Krzysztof Komander, Kinga Krzemińska	Stuchowisko	2020	12	Audioteka	Audioteka
51	Sierżant Cuff 3	Krzysztof Komander, Kinga Krzemińska	Stuchowisko	2020	12	Audioteka	Audioteka

Lp.	Tytuł	Autorzy	Gatunek	Rok	Liczba części	Wydawca	Platforma
52	Czynnik Turyński	Piotr Rogoża, Krzysztof Komander (reż.)	Sluchowisko	2020	8	Audioteka	Audioteka
53	Łamacz szyfrów	Dariusz Błaszczuk (scen. i reż.)	Sluchowisko	2020	7	Audioteka	Audioteka
54	Osiedle RZNiW	Remigiusz Mróz, Piotr Jaworski (reż.)	Sluchowisko	2020	9	Audioteka	Audioteka
55	Czwarty zabójca mojego syna	Marta Woźniak, Lesław Dobrucki	Dokument	2020	11	Audioteka	Audioteka
56	Antologia polskiej grozy: Umysł mordercy	Sylvia Błach, reż. – brak inf.	Sluchowisko	2020-2021	1/31	Audioteka	Audioteka
57	Antologia polskiej grozy: Znaleźisko z Blackwood	Artur Grzelak, reż. – brak inf.	Sluchowisko	2020-2021	2/31	Audioteka	Audioteka
58	Antologia polskiej grozy: Trójnóg diabła	Dagmara Adwentowska, reż. – brak inf.	Sluchowisko	2020-2021	3/31	Audioteka	Audioteka
59	Antologia polskiej grozy: Pajęczyna	Maciej Szymczak, reż. – brak inf.	Sluchowisko	2020-2021	4/31	Audioteka	Audioteka
60	Antologia polskiej grozy: Czarna kawka	Marek Zychła, reż. – brak inf.	Sluchowisko	2020-2021	5/31	Audioteka	Audioteka
61	Antologia polskiej grozy: Wielka puszcza	Marek Łukaszewicz, reż. – brak inf.	Sluchowisko	2020-2021	6/31	Audioteka	Audioteka
62	Antologia polskiej grozy: Dusz w pudełku	Sylvia Błach, reż. – brak inf.	Sluchowisko	2020-2021	7/31	Audioteka	Audioteka
63	Antologia polskiej grozy: Z głębi pierzastej padliny	Kornel Mikołaczyk, reż. – brak inf.	Sluchowisko	2020-2021	8/31	Audioteka	Audioteka
64	Antologia polskiej grozy: Kot czarny, los marny	Artur Grzelak, reż. – brak inf.	Sluchowisko	2020-2021	9/31	Audioteka	Audioteka
65	Antologia polskiej grozy: Vaticanus	Maciej Szymczak, reż. – brak inf.	Sluchowisko	2020-2021	10/31	Audioteka	Audioteka
66	Antologia polskiej grozy: Niesforny chłopiec	Marek Łukaszewicz, reż. – brak inf.	Sluchowisko	2020-2021	11/31	Audioteka	Audioteka
67	Antologia polskiej grozy: Słupnik	Jakub Bielawski, reż. – brak inf.	Sluchowisko	2020-2021	12/31	Audioteka	Audioteka
68	Antologia polskiej grozy: Najwspanialszy dzień	Marek Łukaszewicz, reż. – brak inf.	Sluchowisko	2020-2021	13/31	Audioteka	Audioteka
69	Antologia polskiej grozy: Bardzo długo była tylko ciemność	Wojciech Gunia, reż. – brak inf.	Sluchowisko	2020-2021	14/31	Audioteka	Audioteka

Lp.	Tytuł	Autorzy	Gatunek	Rok	Liczba części	Wydawca	Platforma
70	Antologia polskiej grozy: Za ścianą	Kazimierz Kyrz Jr, reż. – brak inf.	Słuchowisko	2020-2021	15/31	Audioteka	Audioteka
71	Antologia polskiej grozy: Węprzyn by night	Grzegorz Gajek, reż. – brak inf.	Słuchowisko	2020-2021	16/31	Audioteka	Audioteka
72	Antologia polskiej grozy: Cisza w eterze	Sylvia Błach, reż. – brak inf.	Słuchowisko	2020-2021	17/31	Audioteka	Audioteka
73	Antologia polskiej grozy: Latający Olender	Dagmara Adwentowska, reż. – brak inf.	Słuchowisko	2020-2021	18/31	Audioteka	Audioteka
74	Antologia polskiej grozy: Nosiciele pana łaknącego	Piotr Ferens, reż. – brak inf.	Słuchowisko	2020-2021	19/31	Audioteka	Audioteka
75	Antologia polskiej grozy: Hotel Nawia	Maciej Szymczak, reż. – brak inf.	Słuchowisko	2020-2021	20/31	Audioteka	Audioteka
76	Antologia polskiej grozy: Wata	Jakub Bielawski, reż. – brak inf.	Słuchowisko	2020-2021	21/31	Audioteka	Audioteka
77	Antologia polskiej grozy: Skóra	Tomasz Siwiec, reż. – brak inf.	Słuchowisko	2020-2021	22/31	Audioteka	Audioteka
78	Antologia polskiej grozy: Cisza	Michał Stonawski, reż. – brak inf.	Słuchowisko	2020-2021	23/31	Audioteka	Audioteka
79	Antologia polskiej grozy: Medium	Agnieszka Kwiatkowska, reż. – brak inf.	Słuchowisko	2020-2021	24/31	Audioteka	Audioteka
80	Antologia polskiej grozy: Książę kłamców	Dawid Kain, reż. – brak inf.	Słuchowisko	2020-2021	25/31	Audioteka	Audioteka
81	Antologia polskiej grozy: Bezwzględnie zakochani	Sylvia Błach, reż. – brak inf.	Słuchowisko	2020-2021	26/31	Audioteka	Audioteka
82	Antologia polskiej grozy: Horror na plebani	Maciej Szymczak, reż. – brak inf.	Słuchowisko	2020-2021	27/31	Audioteka	Audioteka
83	Antologia polskiej grozy: Zmiana zagłogi	Dagmara Adwentowska, reż. – brak inf.	Słuchowisko	2020-2021	28/31	Audioteka	Audioteka
84	Antologia polskiej grozy: Pod czerwonym schodkiem	Piotr Ferens, reż. – brak inf.	Słuchowisko	2020-2021	29/31	Audioteka	Audioteka
85	Antologia polskiej grozy: Potworów nie obsługujemy	Tomasz Siwiec, reż. – brak inf.	Słuchowisko	2020-2021	30/31	Audioteka	Audioteka
86	Antologia polskiej grozy: Ziemia mówi	Jakub Bielawski, reż. – brak inf.	Słuchowisko	2020-2021	31/31	Audioteka	Audioteka

Lp.	Tytuł	Autorzy	Gatunek	Rok	Liczba części	Wydawca	Platforma
87	Władcy Polski. Historia na nowo opowiedziana	Mirosław Maciorowski, Beata Maciejewska	Sluchowisko	2020	49	Audioteka	Audioteka
88	Lot 202	Remigiusz Mróz, Grzegorz Gutkowski (reż.)	Sluchowisko	2020	14	Audioteka	Audioteka
89	Tak smakuje miłość	Agata Przybyłek, reż. – brak. inf.	Sluchowisko	2020	11	Audioteka	Audioteka
90	Inne światy. Antologia: Idzie niebo	Jakub Małecki, reż. – brak. inf.	Sluchowisko	2020	1/9	Audioteka	Audioteka
91	Inne światy. Antologia: Sfora	Łukasz Orbitowski, reż. – brak. inf.	Sluchowisko	2020	2/9	Audioteka	Audioteka
92	Inne światy. Antologia: Korytarz pełnomorski	Remigiusz Mróz, reż. – brak. inf.	Sluchowisko	2020	3/9	Audioteka	Audioteka
93	Inne światy. Antologia: Boży dłużnik	Aneta Jadowska, reż. – brak. inf.	Sluchowisko	2020	4/9	Audioteka	Audioteka
94	Inne światy. Antologia: Szpony smoka	Robert J. Szmidt, reż. – brak. inf.	Sluchowisko	2020	5/9	Audioteka	Audioteka
95	Inne światy. Antologia: Człowiek, który kochał	Anna Kantoch, reż. – brak. inf.	Sluchowisko	2020	6/9	Audioteka	Audioteka
96	Inne światy. Antologia: Nazwałem go Erzet	Aleksandra Zielińska, reż. – brak. inf.	Sluchowisko	2020	7/9	Audioteka	Audioteka
97	Inne światy. Antologia: Tyle lat trudu	Jakub Żulczyk, reż. – brak. inf.	Sluchowisko	2020	8/9	Audioteka	Audioteka
98	Inne światy. Antologia: Zapalny stan udreki	Sylwia Chutnik, reż. – brak. inf.	Sluchowisko	2020	9/9	Audioteka	Audioteka
99	Anima	Kinga Krzemińska, Krzysztof Komander (reż.)	Sluchowisko	2019	10	Audioteka	Audioteka
100	Czarny Romans	Michał Marczak, Katarzyna Szczerba, Cezary Ciszewski, Dionisios Sturis, Agata Karlicka, Jerzy Rogiewicz	Dokument	2019	7	Audioteka	Audioteka
101	Czarne źródło	Bartosz Szpak (scen. i reż.)	Sluchowisko	2019	6	Audioteka	Audioteka
102	Słowiańskie koszmary: Najwyższy czas, by naprawić błąd	Flora Woźnica, reż. – brak. inf.	Sluchowisko	2019	1/21	Audioteka	Audioteka
103	Słowiańskie koszmary: Na służbę bogu	Dagmara Adwentowska, reż. – brak. inf.	Sluchowisko	2019	2/21	Audioteka	Audioteka
104	Słowiańskie koszmary: Reguła niczego	Michał Stonawski, reż. – brak. inf.	Sluchowisko	2019	3/21	Audioteka	Audioteka
105	Słowiańskie koszmary: Szeptucha	Agnieszka Kwiatkowska, reż. – brak. inf.	Sluchowisko	2019	4/21	Audioteka	Audioteka

Lp.	Tytuł	Autorzy	Gatunek	Rok	Liczba części	Wydawca	Platforma
106	Słowiańskie koszmary: Krew dla bogów	Maciej Szymczak, reż. – brak. inf.	Sluchowisko	2019	5/21	Audioteka	Audioteka
107	Słowiańskie koszmary: Głowa	Radosław Jarosiński, reż. – brak. inf.	Sluchowisko	2019	6/21	Audioteka	Audioteka
108	Słowiańskie koszmary: Niezwykła kobieta	Dagmara Adwentowska, reż. – brak. inf.	Sluchowisko	2019	7/21	Audioteka	Audioteka
109	Słowiańskie koszmary: Cmentarzysko demonów	Piotr Ferens, reż. – brak. inf.	Sluchowisko	2019	8/21	Audioteka	Audioteka
110	Słowiańskie koszmary: Wróżda	Maciej Szymczak, reż. – brak. inf.	Sluchowisko	2019	9/21	Audioteka	Audioteka
111	Słowiańskie koszmary: Svantevit	Katarzyna Bromirska, Mikołaj Rybacki, reż. – brak. inf.	Sluchowisko	2019	10/21	Audioteka	Audioteka
112	Słowiańskie koszmary: Zwierciadło	Krzysztof Haczyński, reż. – brak. inf.	Sluchowisko	2019	11/21	Audioteka	Audioteka
113	Słowiańskie koszmary: Powrót pradawnych	Piotr Ferens, reż. – brak. inf.	Sluchowisko	2019	12/21	Audioteka	Audioteka
114	Słowiańskie koszmary: Pośród drzew	Sylvia Błach, reż. – brak. inf.	Sluchowisko	2019	13/21	Audioteka	Audioteka
115	Słowiańskie koszmary: Grad na was i burze	Dagmara Adwentowska, reż. – brak. inf.	Sluchowisko	2019	14/21	Audioteka	Audioteka
116	Słowiańskie koszmary: Złota tarcza	Maciej Szymczak, reż. – brak. inf.	Sluchowisko	2019	15/21	Audioteka	Audioteka
117	Słowiańskie koszmary: Cmentarnica	Piotr Ferens, reż. – brak. inf.	Sluchowisko	2019	16/21	Audioteka	Audioteka
118	Słowiańskie koszmary: Żywy ogień	Marek Kwietniewski, reż. – brak. inf.	Sluchowisko	2019	17/21	Audioteka	Audioteka
119	Słowiańskie koszmary: Pożóg	Artur Grzelak, reż. – brak. inf.	Sluchowisko	2019	18/21	Audioteka	Audioteka
120	Słowiańskie koszmary: Jak było	Aleksandra Koziół, reż. – brak. inf.	Sluchowisko	2019	19/21	Audioteka	Audioteka
121	Słowiańskie koszmary: Wierzbowe dzieci	Agata Poważyńska, reż. – brak. inf.	Sluchowisko	2019	20/21	Audioteka	Audioteka
122	Słowiańskie koszmary: Przebudzenie	Adrian Turzański, reż. – brak. inf.	Sluchowisko	2019	21/21	Audioteka	Audioteka
123	Zamachowcy	Krzysztof Józwiak, reż. – brak. inf.	Sluchowisko	2019	9	Audioteka	Audioteka
124	Narrentum	Andrzej Sapkowski, Janusz Kukuła (reż.)	Sluchowisko	2019	29	Audioteka	Audioteka
125	Invictus	Marcin Ciszewski, reż. – brak. inf.	Sluchowisko	2019	9	Audioteka	Audioteka
126	Popiel. Syn popiołów	Witold Jabłoński, Grzegorz Drojewski (reż.)	Sluchowisko	2019	10	Audioteka	Audioteka
127	Dwa Jeden Zero	Mateusz Płocha (scen. i reż.), Wiktor Ejryszew (scen. i reż.)	Sluchowisko	2019	8	Audioteka	Audioteka
128	Komeda/Mazolewski	Krzysztof Komander	Dokument	2019	8	Audioteka	Audioteka

Lp.	Tytuł	Autorzy	Gatunek	Rok	Liczba części	Wydawca	Platforma
129	Dary Bogów	Witold Jabłoński, Tomasz Robaczewski (reż.)	Słuchowisko	2018	14	Audioteka	Audioteka
130	Misja: Niepodległość	Piotr Rzepka, Krzysztof Komander (scen. i reż.)	Słuchowisko	2018	9	Audioteka	Audioteka
131	Głosy. Co słyszał morderca	Dionisios Sturis, Ewa Winnicka	Dokument	2019	11	Audioteka	Audioteka
132	Sherlock Holmes. Odcienie czerni	Bartosz Szpak (scen. i reż.), Adam Chyliński (scen. i reż.)	Słuchowisko	2018	12	Audioteka	Audioteka

Dariusz Raś

Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie

ORCID 0000-0002-8112-8748

Magdalena Szumiło-Kulczycka

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, kulczycm@uek.krakow.pl

ORCID 0000-0003-3841-3399

Zaburzenia racjonalnej konsumpcji żywności obserwowane w narracji medialnej

Disorders of rational food consumption observed in the media narrative

Abstract

The consumerism of modern civilization is often accompanied by threats of nutritional dysfunction. Using the method of Prof. W. Pisarek and analyzing the content of social media, a disturbing trend can be observed: anorexics give weight loss tips on the Internet. Paying attention to the phenomenon of eating disorders from the perspective of media science and social communication seems necessary. The inadequate content of comments on the posts of Eugenia Cooney (2 million subscribers) with no reference to the author's disease, the non-normative image of her body, and the perception of her video blogs directly as promoting a pro-ana philosophy, pose new media studies' questions.

Keywords

content analysis, Walery Pisarek's method, threats of eating disorders, Eugenia Cooney, influence of social media, anorexia

Abstrakt

Obserwowanemu współcześnie konsumeryzmowi towarzyszą niejednokrotnie dysfunkcje odżywiania. Wykorzystując metodę prof. W. Pisarka i adaptując ją do mediów społecznościowych można zaobserwować niepokojącą tendencję: anorektyczki udzielają w Internecie wskazówek dotyczących odchudzania. Lektura zjawiska zaburzeń odżywiania z pozycji medioznawczych wydaje się w tym przypadku konieczna. Pozbawione odniesienia do choroby, nieadekwatne treści komentarzy do postów Eugenii Cooney (2 mln subskrybentów), w połączeniu z nienormalnym obrazem jej ciała oraz postrzeganie jej blogów wprost jako propagowanie filozofii pro-ana stawiają nowe pytania medioznawcze.

Słowa kluczowe

analiza zawartości, metoda Walerego Pisarka, zagrożenia dysfunkcji odżywiania, Eugenia Cooney, wpływ mediów społecznościowych, anoreksja

Wprowadzenie

Pomimo ogromnego postępu technologicznego w zakresie produkcji, przetwarzania i obchodzenia się z żywnością, nierozwiązaną kwestią pozostaje aktualnie racjonalne wykorzystanie (konsumpcja) żywności. Miliony ludzi nadal cierpi z powodu żywności – w krajach rozwiniętych w związku z racjonalną konsumpcją (choroby dietozależne), a w krajach rozwijających się ze względu na niedobór pokarmu (głód, niedożywienie, śmierć przed osiągnięciem wieku dorosłego). Taki stan rzeczy doprowadza do sytuacji, w której ponad połowa populacji świata jest zagrożona głodem lub skutkami niewłaściwego obchodzenia się z żywnością, co w obu przypadkach prowadzi do złej jakości i/ lub utraty życia. W 2000 roku World Watch Institute podał, że po raz pierwszy w historii na planecie było tyle samo ludzi przekarmionych, co niedożywionych¹. Powszechnie przyjmuje się, że zjawisko głodu na świecie jest bardzo skomplikowane i stanowi wypadkową warunków i decyzji politycznych, społecznych i ekonomicznych. Natomiast problem dysfunkcji w zakresie jedzenia, obok wspomnianych zmiennych, w dużym stopniu zależy bezpośrednio od uwarunkowań społeczno-kulturowych środowiska oraz cech behawioralnych jednostki. Wśród przyczyn nieprawidłowości w sposobie odżywiania wiodąca rola przypisywana jest niewłaściwej edukacji (lub wprost jej brakowi) na temat żywności i odżywiania oraz problemowi internalizacji (uwewnętrzniania)² w zakresie mody, reklamy stylu życia, trendów żywieniowych czy wyglądu (kult szczupłej sylwetki).

Rola narracji medialnej i reklamy w edukacji żywieniowej

Z uwagi na fakt, że źródłem coraz większej ilości treści dostępnych w mediach (w szczególności w serwisach społecznościowych) nie są specjaliści, lecz jednostki kreujące się na takowych, jakość dostępnych tam informacji może być wątpliwa. Liczne badania sugerują, że ekspozycja na określone treści medialne, zarówno indywidualnych autorów jak i komercyjnych oraz publicznych podmiotów, ma istotny wpływ na nawyki żywieniowe ich odbiorców^{3, 4, 5}. Problem ten w dużej mierze dotyczy mediów społecznościowych⁶. Odbiór negatywnych komunikatów dotyczących żywności, trybu życia czy masy ciała skutkował m.in. zwiększonym spożyciem niezdrowej żywności⁷. Natomiast propagowanie w mediach prozdrowotnych przekazów pociągało za sobą pozytywne wybory

¹ G. Grander i B. Haweil, *Underfed and Overfed: The Global Epidemic of Malnutrition*, New York 2000, s.7

² W. Okoń, *Nowy słownik pedagogiczny*, Warszawa 2001, s. 146.

³ Y.Qutteina i in., *Food for teens: how social media is associated with adolescent eating outcomes*, „Public Health Nutrition” 2022, 25(2), s. 299

⁴ E.J. Boyland i in., *Food commercials increase preference for energy-dense foods, particularly in children who watch more television*, „Pediatrics” 2011, 128(1), s. 97.

⁵ J.L. Harris, Bargh i Brownell, *Priming effects of television food advertising on eating behaviour*, „Health Psychology” 2009, 28(4), s. 415.

⁶ L. Rini i in., *Social media and food consumer behavior: A systematic review*, „Trends in Food Science & Technology” 2024, 143, s. 104290.

⁷ G. Cairns i in., *Systematic reviews of the evidence on the nature, extent and effects of food marketing to children. A retrospective summary*, „Appetite” 2013, 3(62), s. 222.

żywieniowe⁸. Szczególnie silną relację zaobserwowano, gdy w przekaz włączona była osoba publicznie znana (celebryta, influencer)^{9,10,11,12}. Niezwykle istotne jest zatem zrozumienie siły negatywnej roli, jaką mogą odgrywać media w edukacji żywieniowej, szczególnie w odniesieniu do reklamy żywności, ekspozycji treści i jej wpływu na postawy, preferencje żywieniowe i wyniki zdrowotne dzieci i dorosłych. O ile względem producentów i instytucji można opracować i zastosować określoną politykę w tym zakresie (np. zmniejszenie projekcji komunikatów promujących niezdrowe nawyki, promowanie zdrowych wzorców żywieniowych, obiektywna prezentacja treści)¹³, o tyle nie istnieje aktualnie możliwość (techniczna i prawna) do blokowania w czasie rzeczywistym wszystkich zamieszczanych w sieci informacji, które uznawane są za mylące czy nawet niebezpieczne dla odbiorcy. Najskuteczniejszym remedium wydaje się być edukacja społeczeństwa w obszarze korzystania z mediów, a w szczególności treści tworzonych przez innych użytkowników sieci. Promowanie wśród użytkowników umiejętności krytycznego myślenia, zasady ograniczonego zaufania względem autora, weryfikacji i poszukiwania wiarygodnych źródeł informacji, pozwala dostrzec obiektywny obraz problemu. To w połączeniu z działaniami edukatorów żywieniowych (m.in. dietetyków) może wspomóc podejmowanie świadomych wyborów dietetycznych i rozwijanie zdrowych nawyków w konsumpcji żywności^{14, 15}.

Znany w Polsce językoznawca i prasoznawca, W. Pisarek, już w latach 70. XX wieku badał relację języka perswazyjnego, propagandowego i reklamowego. Stwierdził, że w zasadzie wszystko – z punktu widzenia językowego – może być potraktowane jako perswazja, a ona sama zdefiniowana została jako „starania o wywarcie bez przymusu, za pomocą przekazów (słownych i pozasłownych) i zawartej w nich argumentacji (racjonalnej i emocjonalnej), stanowiącej wynik selekcji treści i formy, wpływu na przekonania,

⁸ E. Robinson i in., *Prompting Healthier Eating: Testing the Use of Health and Social Norm Based Messages*, „Health psychology : official journal of the Division of Health Psychology, American Psychological Association” 2013, 28 (4), s.1057- 1062.

⁹ E. Engel i in., *Social media influencers and adolescents’ health: A scoping review of the research field*, „Social Science & Medicine” 2024, 340, s.116387.

¹⁰ A. Prusak, *Rola mediów społecznościowych i influencer marketingu w kształtowaniu zachowań konsumenckich u młodych osób: przypadek lodów Ekipy Friza*, „Żywność. Nauka. Technologia. Jakość” 2022, 4(133), s. 105-107.

¹¹ A.J. Kucharczuk i in. *Social media’s influence on adolescents’ food choices: A mixed studies systematic literature review*, „Appetite” 2022, 1(168), s.105765.

¹² A.E. Coates i in., *The effect of influencer marketing of food and a “protective” advertising disclosure on children’s food intake*, „Pediatric Obesity” 2019, 14(10), s. 7.

¹³ S. De Jans i in., *Digital food marketing to children: How an influencer’s lifestyle can stimulate healthy food choices among children*, „Appetite” 2021, 162, s.10-11.

¹⁴ L.N. Tobey i M.M. Manore, *Social media and nutrition education: the food hero experience*, „Journal of Nutrition Education and Behaviour” 2024, 46(2), s.128-133.

¹⁵ J.H. Toby i in., *A media literacy nutrition education curriculum for head start parents about the effects of television advertising on their children’s food requests*, „Journal of the American Dietetic Association” 2004, 04 (2), s. 192-198.

opinie, postawy, nastroje, a co za tym idzie i na zachowania adresata/adresatów tych przekazów”¹⁶. Autor ten wykazywał w swoich badaniach, że język posługuje się licznymi wyrażeniami nieuprawnionymi, a zachęcającymi do konsumpcji różnych dóbr. Co więcej, według profesora Pisarka, począwszy od H. Lasswella wydaje się, że “granica między wychowaniem, propagandą, agitacją, a nawet reklamą są dość płynne, a wydzielenie propagandy z działalności perswazyjnej może się dokonać tylko na zasadzie jej zakresu (...)”¹⁷. W tym właśnie nurcie myśli, rodzi się ważna zasada dotycząca wszelkiej materii zachowań komunikacyjnych dotyczących żywienia. Komunikacja w tej sferze wymaga szczególnej ostrożności i odpowiedzialności za narracje medialne, nawet te uważane powszechnie za prywatne.

Szczególnym przypadkiem komunikatu perswazyjnego jest reklama żywności. W badaniach A. Januszewicz reklamy są „prawdopodobnie bodźcem zachęcającym do sięgania po niezdrowe jedzenie w sytuacji, gdy produkty są łatwo dostępne oraz impulsem ograniczającym konsumpcję zdrowego”¹⁸. Ponadto z badań nie wynika, aby osoby, które mają wiedzę o mechanizmach oddziaływania reklam odżywiały się zdrowiej” (2017). Powyższa opinia jest potwierdzeniem badań projektu TEMPEST (Temptations to Eat Moderated by Personal and Environmental Self-regulatory Tools), prowadzonych od października do grudnia 2010 roku w szkołach państwowych na Dolnym Śląsku, zarówno w miastach, jak i na terenie wiejskim. Takie same badania przeprowadzono w Wielkiej Brytanii, Portugalii i Holandii. Prezentowane dane dotyczą próby polskiej liczącej 1170 osób w wieku 12-17 lat. TEMPEST to projekt badawczy finansowany w ramach VII Programu Ramowego Unii Europejskiej (2009-2013). Według danych Instytutu Żywności i Żywienia nadwaga i otyłość w Polsce dotyka 30 proc. dzieci w wieku szkolnym¹⁹.

Reklamy produktów żywnościowych ma bezpośrednie przełożenie na zdrowie i jakość życia konsumentów. Dlatego podlegają licznym ograniczeniom z mocy prawa, a ustawodawstwo państwowe w Polsce wykonuje w zakresie tych regulacji rozporządzenia Wspólnoty Europejskiej. Wytwórcy produktów powszechnie spożywanych zdają sobie sprawę z istnienia szeregu przepisów ograniczających reklamę ich produktów. Istotne jest spełnienie wymogów i norm powołanych do tego organów nadzoru. Również porównywanie się z konkurencją jest dozwolone w komunikacji reklamowej tylko wówczas, gdy spełnionych jest szereg warunków. W konsekwencji błędnych decyzji komunikacyjnych reklamodawca narażałby się na wysokie kary finansowe. Ważny jest też reklamowy walor

¹⁶ W. Pisarek, *Perswazja – jak ją widzą, jak ją piszą*, w: K. Mosiołek-Kłosińska K. i T. Zgółka (red.), *Język perswazji publiczne*, Poznań 2003, s.15.

¹⁷ W. Pisarek, *Język służy propagandzie*, Kraków 1976, s. 5.

¹⁸ A. Januszewicz, *Reklama psuje nawyki żywieniowe*, materiał prasowy Uniwersytet SWPS Wrocław (20.10.2017 r.) <https://swps.pl/centrum-prasowe/informacje-prasowe/16569-reklama-psuje-nawyki-zywieniowe> (dostęp 14.02.2024 r.)

¹⁹ Raport NIK 2021: *Otyłość i nadwaga u dzieci – coraz większy problem, coraz mniej skuteczne działania* (brak daty opubl.) <https://www.nik.gov.pl/aktualnosci/otylosc-i-nadwaga-u-dzieci-coraz-wiekszy-problem-coraz-mniejskuteczne-dzialania.html> (dostęp 14.02.2024 r.).

informacyjny i edukacyjny. Reklama żywności ma przede wszystkim na celu zwiększenie sprzedaży, co jednak nie zwalnia jej ze spełnienia określonych reguł.

Walka o miejsce na rynku powoduje, że reklama produktów żywnościowych (również perswazja dotycząca stylu odżywiania i nawyków żywieniowych) ucieka się do coraz oryginalniejszych form, jak np. lokowanie produktu, marketing szeptany, *influencer marketing*. Jednakże w mediach społecznościowych, np. w środowisku youtuberów, wykładanie i interpretacje obowiązujących obostrzeń prawnych są często niejasne. Komunikaty medialne influencerów uważane są najczęściej przez odbiorców za nieszkodliwe opinie czy prywatne zdania popularnych w sieci trendsetterów opinii. Tymczasem każda narracja medialna dotycząca żywienia nie pozostaje bez perswazyjnego wpływu na przekonania, opinie, postawy, nastroje, a co za tym idzie, na konsumenckie zachowania społeczne. Sytuacja ta została opisana w taki oto sposób: „Reklama wprowadzająca w błąd, nierzeczowa, ukryta, wykorzystująca łatwowierność dzieci – pod tymi enigmatycznymi pojęciami, kryją się tylko niektóre z niedozwolonych form reklamy. Banalne, ale nie każdy wie, że chwalenie się brakiem konserwantów podczas gdy nasz produkt „ustawowo” takich mieć nie może czy też wdrożeniem HACCP, podczas gdy nasi konkurenci zobowiązani byli również do jego wdrożenia to niedozwolona reklama”²⁰.

Zakazane są wszelkie akty nieuczciwej konkurencji czy nieuczciwe praktyki rynkowe wobec konkurencji lub konsumentów. Ustawa o bezpieczeństwie żywności i żywienia pozwala inspekcji sanitarnej nie tylko na upomnienia, ale i kary do pięciokrotnej wartości brutto zakwestionowanej ilości produktów w reklamie. Jednak nie są to jedyne możliwe sankcje. Produkt reklamowy może być również uznany przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów za nieuczciwą praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów. Taka kwalifikacja może prowadzić do kary w wysokości 10% przychodu osiągniętego w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary²¹. Taki charakter sankcji ma wyraźnie odstraszać takie zachowania i wzmacniać praktyki uczciwej konkurencji w komunikowaniu o produktach żywnościowych. Co warto jednak podkreślić, wymagania w zakresie znakowania środków spożywczych (w tym w zakresie prezentacji, reklamy i promocji) nie dotyczą bezpośrednio propagowania zachowań żywieniowych w internecie, w tym zaburzeń odżywiania.

Nieracjonalna konsumpcja a zaburzenia odżywiania

Choć w ujęciu globalnym problem zaburzeń odżywiania dotyczy niewielkiego odsetku populacji świata (0,18%; 70 milionów ludzi), to w perspektywie państw gospodarczo rozwiniętych nabiera istotności. Ze względu na wysokie koszty społeczne i ekonomiczne,

²⁰ J. Stefańczyk-Kaczmarzyk, *Wolna ale nie dowolna... czyli jak reklamować żywność zgodnie z prawem* (brak daty opubl.), <https://www.prawozywnosciowe.info/wolna-ale-nie-dowolna-czyli-jak-reklamowac-zywnosc-zgodnie-z-prawem/> (dostęp 14.02.2024 r.).

²¹ Ustawa z dnia 25 sierpnia 2006 r. o bezpieczeństwie żywności i żywienia, Dz.U.2023.1448.

zaburzenia odżywiania, stanowią poważny problem zdrowia publicznego²². Są również istotne z uwagi na ich współwystępowanie z inną psychopatologią i upośledzeniem roli. Zgodnie z Międzynarodową Klasyfikacją Chorób i Problemów Zdrowotnych, jadłowstręt psychiczny (*Anorexia Nervosa*) (pot. anoreksja) jest jedną z siedmiu głównych kategorii zaburzeń jedzenia i odżywiania i cechuje się najwyższą śmiertelnością spośród wszystkich zaburzeń psychicznych²³. Osoby cierpiące na tą chorobę obawiają się zwiększenia masy ciała (koncentracja na masie lub kształcie ciała, dążenie do zwiększania wydatku energetycznego organizmu). Mają zaburzone postrzeganie własnej sylwetki, w ponadprzeciętny sposób skupiają się na jedzeniu i odżywianiu, unikają pokarmów i zgłaszają problemy hormonalne (spadek zainteresowań seksualnych lub impotencja). Bardzo często zaprzeczają swojej chorobie i odmawiają leczenia. Anoreksji towarzyszą prowokowane wymioty, stosowanie leków hamujących łaknienie lub środków przeczyszczających, intensywne wykonywanie wyczerpujących ćwiczeń. Jadłowstręt psychiczny w wielu przypadkach prowadzi do skrajnego wyniszczenia organizmu, a nawet do śmierci.

Zagrożenia płynące z określonej narracji w świetle zaburzeń odżywiania – przegląd literatury

Media – rozwój

Aktualnie światu towarzyszy znaczny postęp cyfryzacji, a wraz z nim rozwój przestrzeni wirtualnych i nowych form mediów. Blisko 60% populacji globu (4,76 mld ludzi) korzysta z portali społecznościowych²⁴, spędzając w nich średnio 2,5 godziny dziennie (łącznie w Internecie blisko 7 godz.), czyli 15% całego swojego świadomego (z wyłączeniem snu) życia²⁵. Przekłada się to bezpośrednio na istotność oraz zakres wpływu, jaki media cyfrowe wywierają na niemalże wszystkie aspekty ludzkiego życia.

Media (serwisy, wirtualne sieci) społecznościowe to zbiór aplikacji społecznościowych, które umożliwiają ich użytkownikom tworzenie i udostępnianie wygenerowanych treści w formie obrazu i/lub dźwięku²⁶. Do najpopularniejszych serwisów społecznościowych należą Facebook (3 mld aktywnych użytkowników na świecie), YouTube (2,5 mld), Instagram (2 mld), TikTok (1,2 mld), X (do 2023 roku Twitter, 541 mln)²⁷. Można je podzielić ze

²² J.I. Hudson i in., *The prevalence and correlates of eating disorders in the National Comorbidity Survey Replication*, „Biological Psychiatry” 2007, 61 (3), s. 354-358.

²³ H.W. Hoek, *Incidence, prevalence and mortality of anorexia nervosa and other eating disorders*, „Current Opinion in Psychiatry” 2006, 19, s.392.

²⁴ J. Howarth, *Alarming Average Screen Time Statistics* z 24.06.2022 r. <https://explodingtopics.com/blog/screen-time-stats> (dostęp 14.02.2024 r.).

²⁵ S. Kemp, *DIGITAL 2020: October Global Statshot Report* (brak daty opubl.) <https://datareportal.com/reports/digital-2020-october-global-statshot?rq=Screen%20Time> (dostęp 14.02.2024 r.).

²⁶ A.M. Kaplan i M. Haenlein, *Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*, „Business Horizons” 2010, 53, s. 62

²⁷ S.Walsh, *The Top 10 Social Media Sites & Platforms* z 23.09.2023 <https://www.searchenginejournal.com/social-media/social-media-platforms/> (dostęp 14.02.2024 r.).

względu na formę prezentacji treści, dla przykładu: Instagram i TikTok bazują na obrazie (zdjęcia, obrazy, relacje czy rolki), Twitter na krótkich wiadomościach tekstowych (tzw. tweet'ach), YouTube wyłącznie na krótkich i dłuższych filmach, natomiast za pomocą Facebooka można publikować zarówno zdjęcia i filmy, jak i sam (dłuższy) tekst.

1.2 Media – wpływ na percepcję obrazu ciała

O ile istotna rola mediów w etiologii zaburzeń odżywiania jest w literaturze dobrze udokumentowana²⁸, o tyle wpływ samych mediów społecznościowych na rozwój psychopatologii w tym zakresie jest stosunkowo nowym obszarem badawczym^{29,30,31,32,33}. Choć media od lat propagują wyidealizowany obraz piękna (szczupła, wysportowana sylwetka jako synonim sukcesu, szczęścia), to właśnie sieci społecznościowe mają aktualnie największy potencjał internalizacji kreowanego obrazu ciała, rozumianego jako postrzeganie, myśli i uczuć danej osoby na temat jej ciała³⁴. U podstaw „siły” nowych serwisów leżą, wywodzące się z tradycyjnych środków masowego przekazu: teoria kultuwacji, teoria społeczno-kulturowa³⁵, teoria uprzedmiotowienia³⁶. Niejakie novum stanowią dostępność i mnogość przekazu oraz poczucie relacji między użytkownikami, charakterystyczne dla ekspozycji online.

Nieustanne kultywowanie w mediach społecznościowych obrazów (głównie zdjęć i krótkich filmów) osób prezentujących się bardzo korzystnie (sylwetka, ubranie, makijaż, sceneria), powoduje, że użytkownicy postrzegają je jako rzeczywistość, codzienność autora posta. To z kolei sprzyja nadaniu ciału społecznego konstruktowi – obiektowi – na który można patrzeć i oceniać, przede wszystkim na podstawie wyglądu

²⁸ por. L. Festiger, *A Theory of Social Comparison Processes*, „Human Relations” 1954, 7(2), s. 117-140; G.A. Falciglia i J.D. Gussow, *Television commercials and eating behavior of obese and normal-weight women*, „Journal of Nutrition Education” 1980, 12 (4), s. 196-199; A. Majda i K. Braszczyk, *Rola mediów w powstawaniu zaburzeń odżywiania u młodzieży w wieku dojrzewania*, „Problemy pielęgniarstwa” 2012 t. 20 (1), s. 34-42.

²⁹ J.K. Thompson i in., *Social media and disordered eating among middle-aged women: Not just an adolescent concern*, „Eating Behaviors” 50 z 2023 r., <https://doi.org/10.1016/j.eatbeh.2023.101748> (dostęp 14.02.2024 r.).

³⁰ R. Scheiber i in., *Socio-cultural power of social media on orthorexia nervosa: An empirical investigation on the mediating role of thin-ideal and muscular internalization, appearance comparison, and body dissatisfaction*, „Appetite” 2023, 185(2), s. 1-9.

³¹ Je F. Saunders i in., *Adolescent Eating Disorder Risk and the Social Online World: An Update, Child and Adolescent*, „Psychiatric Clinics of North America” 2020, 31(1), s. 167-177.

³² I. Krug i in., *The effects of fitspiration images on body attributes, mood and eating behaviours: An experimental Ecological Momentary Assessment study in females*, „Body Image” 2020 35, s. 279-287.

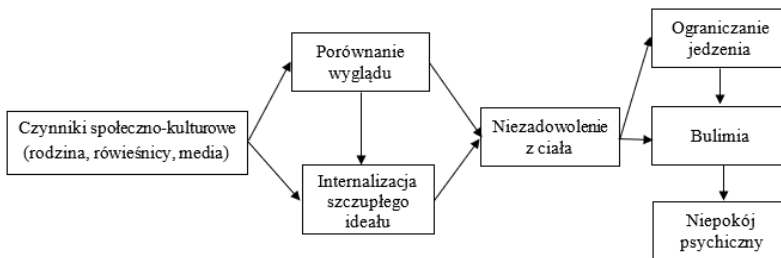
³³ G.Holland i M. Tiggermann, *A systematic review of the impact of the use of social networking sites on body image and disordered eating outcomes*, „Body Image” 2016, 17, s. 100-110.

³⁴ S. Grogan, *Body image: Understanding body dissatisfaction in men, women and children*, 4th ed., New York 2021, s. 5-6.

³⁵ J.K.Thompson i in., *Exacting Beauty: Theory, Assessment, and Treatment of Body Image Disturbance*, Washington 1999, s.45.

³⁶ B.L. Fredrickson i T.A. Roberts, *Objectification theory: Toward understanding women's lived experiences and mental health risks*, „Psychology of Women Quarterly” 1997, 21(2), s. 175.

(„samouprzedmiotowienie” użytkownika). Dodatkowo, w dominującej większości treści o społeczno-kulturowym przekazie promowany jest ideał „szczupłego piękna”, jako punkt odniesienia, wzoru do którego należy dążyć. Istnieje zatem duże ryzyko, że wzmożona ekspozycja na określony typ sylwetki powoduje, że jednostka może internalizować go ponad inne. Przyjęty wzorzec staje się problematyczny, gdy znacznie odbiega od rzeczywistości i tworzony jest na podstawie treści, które bardzo często nie odzwierciedlają pełnego obrazu otoczenia, są niekompletne, niedokładne i/lub stroniczne. Te dwa mechanizmy (porównywania się i internalizacji) zostały uznane za podstawowe w modelu trójstronnego wpływu (rys.1). Model ten uznaje rówieśników, rodziców oraz media za źródła o największym wpływie na postrzeganie obrazu ciała jednostki³⁷.



Rys. 1. Model trójstronnego wpływu na obraz ciała

Źródło: Thompson i in., 1999b.

Wymienione czynniki cechują serwisy społecznościowe, w których cały kontent tworzony jest (w sposób subiektywny) przez użytkowników. Treści multimedialne w mediach społecznościowych są dostępne do przeglądania, tworzenia, edytowania i, co kluczowe, do natychmiastowego udostępniania o dowolnej porze na wielu urządzeniach³⁸. Stały dostęp oraz chęć zaistnienia powoduje obfitość zamieszczanych treści; dziennie do portali trafia ponad 3,2 miliarda nowych zdjęć. Powstała w ten sposób podaż i możliwości internalizacji oraz porównań społecznych są niewspółmiernie większe w porównaniu do tradycyjnych mediów³⁹. Charakterystyczny dla mediów społecznościowych spersonalizowany aspekt ekspozycji w czasie rzeczywistym bezpośrednio odpowiada za intensyfikację ich wpływu społecznego. Dążenie jednostek do osiągnięcia ustalonego standardu oraz niepowodzenia w tym zakresie skutkują ich niezadowoleniem z własnego ciała⁴⁰. Problem percepcji obrazu własnego ciała wśród użytkowników mediów społecznościowych może się przekładać na zwiększone ich zaangażowanie publikacyjne, jako mechanizm

³⁷ J.K.Thompson i in., *Exacting Beauty...*, dz. cyt.

³⁸ R.M. Perloff, *Social media effects on young women's body image concerns: theoretical perspectives and an agenda for research*, „Sex Roles” 2014, 71, s. 367.

³⁹ Tamże, s. 363-377.

⁴⁰ S. Grogan, *Body image...* dz. cyt. s. 243-244.

osiągania uwagi i satysfakcji związanej z wyglądem (sprzężenie zwrotne)^{41,42}. Amerykańskie badania wykazały, że większe zaangażowanie emocjonalne w kreowanie własnego wizerunku w sieci (w szczególności w serwisach opartych na zdjęciach), wzmacnia ryzyko zaburzeń odżywiania, a w przypadku ich wystąpienia intensyfikuje objawy⁴³. Problem ten może być nasilany poprzez promowanie wybranych treści przez celebrytów i influencerów.

Celebryci to osoby publiczne znane i cenione w różnych dziedzinach, np. rozrywka, sport, polityka czy nauka., cieszące się dużym zainteresowaniem społeczeństwa i mediów⁴⁴ oraz mające istotny wpływ na decyzje konsumenckie swoich widzów⁴⁵. Dowody empiryczne pokazują, że intensywny kult celebrytów wiąże się nie tylko z gorszym samopoczuciem psychicznym (np. niższą samooceną i wyższym cierpieniem psychicznym ich fanów)⁴⁶, ale także z ich niezadowoleniem z własnego ciała i zaburzeniami odżywiania⁴⁷. W przestrzeni wirtualnej serwisów społecznościowych miejsce celebrytów zajmują influencerzy, czyli tzw. „mikrocelebryci”. Cechuje ich „nowy styl wystąpień online” poprzez zwiększanie swojej popularności w sieci za pomocą nowych platform komunikacji, m.in. serwisów społecznościowych⁴⁸. Wpływ „mikrocelebrytów” na zachowanie odbiorców uzyskiwany jest poprzez publikowanie filmów, rolek, postów, tweetów czy wiadomości⁴⁹. Podobnie jak ci pierwsi, influencerzy, poprzez promocję marek, trendów czy nawyków (w tym żywieniowych), mogą i wykorzystują swoją popularność do zarabiania pieniędzy⁵⁰. Influencerzy są jednak pozytywniej postrzegani przez konsumentów⁵¹, a ich rozpoznawalność ma charakter oddolny – wynika z zamieszczanych treści,

⁴¹ G.Holland i M. Tiggemann, *A systematic review...*, dz. cyt. s. 90-97.

⁴² R.M. Perloff, *Social media...*, dz. cyt. s. 363-377.

⁴³ J. Saul i in., *Adolescent Eating Disorder Risk and the Social Online World: An Update, Child and Adolescent*, „Psychiatric Clinics of North America” 2022, 31(1), s. 167-177.

⁴⁴ Ch. Schimmelpfennig i J.B. Hunt, *Fifty years of celebrity endorser research: Support for a comprehensive celebrity endorsement strategy framework*, „Psychology and Marketing” 2020, 37(3), s. 488 – 505.

⁴⁵ B.P. Fraser i W.J. Brown, *Media, Celebrities, and Social Influence: Identification With Elvis Presley*, „Mass Communication and Society” 2002, 5, s.183-206.

⁴⁶ C. Stella i in., *Media, Celebrities, and Fans: An Examination of Adolescents’ Media Usage and Involvement with Entertainment Celebrities*, „Journalism and Mass Communication Quarterly” 2009, 86, s. 13-25.

⁴⁷ (zob. przegląd Brown i Tiggemann, *Celebrity influence on body image and eating disorders: A review*, „Journal of Health Psychology” 2022, 27(5), s. 1233-1251.

⁴⁸ T.M. Senft, *Camgirls: Celebrity and Community in the Age of Social Networks*, New 2008, s. 25.

⁴⁹ K. Freberg i in., *Who are the social media influencers? A study of public perceptions of personality*, „Public Relation Review” 2011, 37 (1), s. 90-92.

⁵⁰ E. Lowe-Calverley i R. Grieve, *Do the metrics matter? An experimental investigation of Instagram influencer effects on mood and body dissatisfaction*, „Body Image” 2021, 36, s.1-4.

⁵¹ *MediaCom Influencer Power Index 2022 z 2023 r.* <https://www.essencemediacom.com/news> (dostęp 14.02.2024 r.)

tworzenia marki osobistej i nie jest warunkowana przez media instytucjonalne^{52,53,54}. W odróżnieniu od celebrytów, budują oni intymne i oparte na zaufaniu relacje ze swoimi obserwującymi, projektując autentyczne osobowości, dzieląc się emocjami, a nawet ujawniając szczegóły ze swojego prywatnego życia^{55,56}. Na podstawie tych paraspołecznych kontaktów tworzone jest poczucie intymności, a w efekcie wysoka wiarygodność i poczucie zaufania dla autora i zamieszczanych treści^{57,58,59}. Dlatego też, nawet tendencyjnie zmanipulowane zdjęcia i wiadomości publikowane w mediach społecznościowych często są postrzegane jako realistyczne i powszechnie osiągalne⁶⁰. Efektywne dążenie do nienormatywnie szczupłych sylwetek (współczesna modelka jest o 20% chudsza od przeciętnej kobiety) nie jest możliwe bez stosowania rygorystycznych diet i/lub wysokoenergetycznych ćwiczeń fizycznych, które w konsekwencji mogą doprowadzić do zaburzeń odżywiania.

Media – zagrożenia z określonej narracji pro -ana

Bagatelizowanie problemu zaburzeń odżywiania przez władze i instytucje rządowe oraz brak wyraźnej dezaprobaty dla prezentacji treści antyzdrowotnych w sieci (w szczególności w serwisach społecznościowych), stanowiły załączek dla filozofii pro-ana⁶¹. Początek ruchu pro-anorektycznego datowany jest na rok 2001, w którym to powstała pierwsza strona internetowa na temat anoreksji. Witryna adresowana była do osób zmagających się z chorobą i miała na celu zapewnienie im wsparcia w czasie leczenia. Wśród odwiedzających szybko zaczęli pojawiać się użytkownicy, którzy w zaburzeniach odżywiania widzieli sposób do osiągnięcia „idealnej” sylwetki. Ich zainteresowania zdominowały kontent na tyle, że uznaje się ich za założycieli ruchu proanorektyczny, którego celem było współdzielenie się radami na temat głodówek, ukrywania jedzenia, czy porad

⁵² A. Ruiz-Gomez, *Digital fame and fortune in the age of social media: a classification of social media influencers*, „adResearch ESIC Tetrahedron Letters” 2019, 19 (19), s. 8-29.

⁵³ C. Abidin, *Communicative intimacies: influencers and perceived interconnectedness*, „Journal of Gender, New Media, and Technology” 2015, 8, s. 2.

⁵⁴ C. Rojek i in., *Celebrity in: D.T Cook, J.M. Ryan. (eds.), The Wiley Blackwell encyclopedia of consumption and consumer studies*, New York: New York 2015, s. 71-74.

⁵⁵ S. Cunningham i D. Craig, *Being “really real” on YouTube: authenticity, community and brand culture in social media entertainment*, „Media International Australia” 2017, 164(1), s. 71-81.

⁵⁶ B.E. Duffy i E. Wissinger, *Mythologies of creative work in the social media age: fun, free, and “Just Being Me*, „Tetrahedron Letters” 2017, 1, s. 4652-4671.

⁵⁷ Leite i de Paula Baptista, *The effects of social media influencers’ self-disclosure on behavioral intentions: the role of source credibility, parasocial relationships, and brand trust*, „Journal of Marketing Theory Practice” 2021, 30(3), s. 306.

⁵⁸ L. Chen, *Social media influencers and followers: Theorization of a trans-parasocial relation and explication of its implications for influencer advertising view*, „Journal of Advertising” 2021, 51(1), s. 4-21.

⁵⁹ C. Abidin, *Communicative intimacies...*, dz. cyt. s. 15.

⁶⁰ R.M. Perloff, *Social media...*, dz. cyt. s. 363-377.

⁶¹ por. W. Strzelecki i in., *Przegląd serwisów internetowych zawierających treści pro- i antyzdrowotne w kontekście zaburzeń odżywiania*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego” 2010, 605(25), s. 163.

dotyczących odchudzania. Zaczęto zamieszczać tam również tzw. „*thinspiration*”, czyli zdjęcia ciał osób chorujących na anoreksję lub bardzo wychudzonych, które stanowiły inspirację i motywację dla osób chcących nie jeść.

Środowiska pro-ana dzielą się na trzy typy⁶². Otwarte, w których anoreksję traktuje się jako przyjaciółkę, nadaje jej imię Ana (stąd pro-ana) – ich celem jest promowanie zaburzeń odżywiania. Drugą grupą są społeczności zamknięte, które normalizują życie z anoreksją oraz dają porady jak schudnąć. Trzeci typ to osoby wychodzące z ruchu, szerzące informacje na temat zaburzeń odżywiania oraz terapii, którą można uzyskać. Źródła internetowe mogą stanowić bezpieczne schronienie dla osób nie chcących wychodzić z zaburzeń⁶³. Często są to osoby młode w wieku od 14 do 20 lat. Czują się niezrozumiane przez najbliższych, którzy namawiają je do zaprzestania głodówek, co dla nich oznaczałoby poddanie się. W serwisach społecznościowych znajdują wsparcie i poczucie wspólnoty z osobami podobnymi do nich⁶⁴. Dostępne w sieci treści pro-anorektyczne są niebezpieczne również ze względu na porady odnoszące się do maskowania niejedzenia, które utrudniają leczenie i postępy terapii⁶⁵. Często spotykanym trendem jak rywalizacja między użytkownikami w zakresie utraty wagi i nienormalywnie szczupłej sylwetki. Niejednokrotnie internauci publikują swój wizerunek ciała w celu zainspirowania grupy poprzez prezentację osiągniętego stopnia odchudzenia. Ma to na celu przeciwdziałanie zdrowieniu, odrzucenie leczenia psychiatrycznego i psychologicznego.

Metodologia badań

Sylwetka medialnej reprezentacji Cooney⁶⁶

Eugenia Cooney (1994, USA) dołączyła do YouTube'owej społeczności w roku 2011, w wieku 17 lat. Aktualnie posiada prawie 2 miliony subskrybujących (YT, 2023). Cooney prowadzi także konta na Instagramie (ponad 720 tys. obserwujących)⁶⁷, TikToku (2,7 mln

⁶² por. A. Chruścikowska, *Charakterystyka blogów pro-ana*, „Pielęgniarstwo i Zdrowie Publiczne” 2016, 1(1), s. 309-314.

⁶³ E. Mento i in., *Psychological Impact of Pro-Anorexia and Pro-Eating Disorder Websites on Adolescent Females: A Systematic Review*, „International Journal of Environmental Research and Public Health” 2021, 23:18(4), s. 2186.

⁶⁴ G.T. Gale i in., *Experiences of using pro-eating disorder websites: a qualitative study with service users in NHS eating disorder services*, „Eating and Weight Disorders” 2016, 21, s. 430-431.

⁶⁵ D.B. Branley i J. Covey, *Pro-ana versus Pro-recovery: A Content Analytic Comparison of Social Media Users' Communication about Eating Disorders on Twitter and Tumblr*, „Frontiers in Psychology” 2011, 11(8), s. 1356.

⁶⁶ Fragment zawiera myśli z pracy licencjackiej obronionej w 2023 roku w Instytucie Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie napisanej pod opieką merytoryczną promotora ks. dr. Dariusza Rasia przez Marię Zielińską.

⁶⁷) por. Instagram, profil: Eugenia Cooney (@eugeniacooney) <https://www.instagram.com/eugeniacooney/> (dostęp 11.01.2024 r.)

obserwujących)⁶⁸, Twitterze (ponad 300 tys. obserwujących)⁶⁹ oraz Twitchu (ponad 430 tys. obserwujących)⁷⁰. Postrzegana jest jako osoba niezwykle pozytywna i miła w stosunku do swojej publiczności. Od początku swojej działalności tworzy filmy o tematyce związanej z modą, w których przedstawia swoje propozycje stylizacji. Nietypowy i przykuwający uwagę transgeniczny styl dopełnia równie kreatywnym makijażem w gotyckim stylu. Influencerka zagrała także w dwóch serialach: *Degrassi* (2016), „Alex i samotne dziewczyny (oryg. „*Alex and the Single Girls*”, 2017) i dwóch filmach: „Nowe auto na święta” (oryg. „*New car for christmas*”, 2017), „Superbohaterowie korzystają Tindera” (oryg. „*Superheroes use Tinder*”, 2018). Na wszystkich platformach influencerka dzieli się swoimi zainteresowaniami, jednak treści różnią się od siebie. Elementem, który gromadzi najwięcej uwagi publiczności to nienormatywny wygląd jej ciała. Otóż youtuberka cierpi na jadłowstręt psychiczny. Mimo, że dziewczyna nigdy sama tego nie podkreślała, jej wychudzone ciało stanowi ważny element wyróżniający jej wizerunku. Niekończąca się droga do coraz niższej wagi influencerki zwraca uwagę osób na całym świecie. YouTube oraz TikTok są dla Cooney miejscem, w którym ma najszerzy zasięg oraz głównie na tej platformie są omawiane jej działania. Jej kanał YouTube jest także przestrzenią to zamieszczania poradników oraz materiałów dotyczących bieżących zainteresowań. Dzieli się tam także historiami ze swojego życia. W jednym z materiałów zatytułowanym „Jak sobie radzić z prześladowcami” (z ang. *How to deal with bullies*), opowiada o prześladowaniu, które spotkało ją w szkole. Dawała w nim rady jak sobie z tym poradzić na podstawie swojej historii. Wyświetlenia jej filmów wahają się od 98 tys. do 589 tys.⁷¹, a ona sama przyznaje, że bycie youtuberką to jej zawód.

Pierwsze zdjęcia umieszczone na profilu na Instagramie pochodzą z roku 2011. Eugenia podobnie jak na YouTube publikowała tam stylizacje, ale także dzieliła się zdjęciami z miejsc, w których była. Duża część z nich pokazywała uśmiechniętą Eugenię w towarzystwie przyjaciół. Ten aspekt kontrastuje z dodawanymi obecnie przez dziewczynę zdjęciami, na których w znacznej większości pozuje sama. Kontent tworzony przez nią na Twitterze wzmaga u widza poczucie jej poznania i nawiązania intymnej (realnej) relacji. Oprócz promowania swoich innych platform wrzuca tam tweety z przemyśleniami na temat świata lub tego, co aktualnie ją nurtuje. Jej wpisy przypominają pamiętnik, w którym dzieli się tym, że nie ma energii, świat jest strasznym miejscem lub przyznaje, że zwierzęta są znacznie lepsze od ludzi. To wszystko przeplatane jest również informacjami o ekscytacji z aktualnej pogody lub opisem tego, czym się zajmowała. Wprowadza

⁶⁸ por. TikTok, konto: Eugenia Cooney (@eugeniaxxcooney <https://www.tiktok.com/@eugeniaxxcooney> (dostęp 11.01.2024 r.)

⁶⁹ por. Twitter konto: Eugenia Cooney (@Eugenia_Cooney) / X (twitter.com) https://twitter.com/Eugenia_Cooney (dostęp 11.01.2024 r.)

⁷⁰ por. Twitch, konto: Eugenia Cooney (@Eugenia_Cooney 2024) https://twitch.com/Eugenia_Cooney (dostęp 11.01.2024 r.)

⁷¹ por. YouTube, konto: Eugenia Cooney. <https://www.youtube.com/user/eugeniacooney> (dostęp 11.01.2024 r.)

także widzów do swojego życia rodzinnego, czego przykładem może być wpis na temat złego samopoczucia jej babci i prośba o duchowe wsparcie dla niej. Cooney tworzy także specjalną relację z widzami na Twitchu. Prowadzi ona tam regularne transmisje na żywo, na których gra w popularne gry, pokazuje swoje ubrania, tańczy, robi makijaż. Głównym punktem streamów jest jednak rozmowa i możliwość kontaktu z Eugenią. Transmisje trwają od trzech do nawet dziesięciu godzin i pojawiają się przynajmniej jeden raz w tygodniu, o czym Cooney informuje również na innych mediach społecznościowych.

Od czasu artykułu opublikowanego w *The Observer* latem 2001 roku, o tytule „Dziewczyny w niebezpieczeństwie, anorektyczki udzielają w Internecie wskazówek dotyczących odchudzania” (oryg. *Girls in danger as anorexics give weight-loss tips on web*) wzrosło wiele obaw związanych ze środowiskami proanorektycznymi. Artykuł wskazywał, że anorektyczne ciało nie jest jedynie zagrożeniem dla siebie, ale również dla innych, w szczególności dla młodych kobiet, które są zawsze podatne na jego wpływ. Tę narrację kontynuowały także inni wydawcy, np. w artykule dla *The Express* „Czy chciałbyś, żeby ta cienka jak patyk gwiazda YouTube była idolką TWOJEJ córki?” (oryg. *Would you want YOUR daughter idolising this stick-thin YouTube star?*) zachęcającym do podpisania petycji blokującej możliwość publikowania przez dziewczynę materiałów m.in. na YouTube, oskarżając ją o promowanie zaburzeń odżywiania. Gissen, reporterka brytyjskiego dziennika *Daily Mail* wspomina wręcz o telefonach odbiorców na 911 w reakcjach na videoblogi i foto sesje w materiale o historii anorektycznej Cooney (org. *“The devastating true story behind anorexic YouTuber Eugenia Cooney”*).

Metody badań i etapy analizy

W niniejszym artykule zbadano odbiór społeczny, jaki budzi twórca konta wśród swoich widzów na platformie YouTube. Osoba influencera została wybrana z międzynarodowej bazy FeedSpot, zawierającej profile 30 najlepszych influencerów w obszarze anoreksji. Autorzy artykułu dodatkowo ograniczyli dobór do osób cierpiących na jądłowstręt psychiczny (nienormatywny wygląd). Najpopularniejszym influencerem spełniającym wskazane kryteria została Eugenia Cooney. Analizie poddano po 10 komentarzy z 5 ostatnich filmów pochodzących z 2022 roku. W badaniu posłużono się metodą analizy zawartości, zgodnie z metodologią Walerego Pisarka. Wskazana metodologia miała na celu obiektywne sformułowania wniosku na temat percepcji odbiorców twórczości Cooney. Przeprowadzona analiza zawartości przekazu obejmowała „rozłożeniu go (przekaz) na elementy prostsze lub wyodrębnianiu jego cech, właściwości i elementów oraz następnie klasyfikowanie ich zgodnie z przyjętym systemem kategorii”⁷². W oparciu o wskazane wytyczne, komentarze zostały podzielone na: negatywne [krytykujące twórcę i/lub wyrażające nieprzychylnie opinie na jej temat], pozytywne [wspierające twórcę lub/i wyrażające aprobatę dla tego co robi] oraz neutralne [nie wyrażające ani jednoznacznie pozytywnych ani jednoznacznie negatywnych emocji lub nie dotyczące samej twórczyni

⁷² W. Pisarek, *Język służy...*, dz. cyt. s. 29.

i jej twórczości]. Spośród sklasyfikowanych kategorii wyodrębniono także podkategorie: komentarze dotyczące wyglądu i/lub choroby Eugenii, komentarze odnoszące się wyłącznie do treści opublikowanego przez nią wideo.

Kategorie te stworzone zostały zgodnie z potrzebami badania i definicją klucza kategoryzacyjnego (*Ibidem*: 97), a treści poddane analizie będą reprezentatywne dla całego zbioru (*Ibidem*: 112). W związku z powyższym komentarze włączone do analizy zostały dobrane przy użyciu opcji sortowania komentarzy przez stronę internetową YouTube, jako treści o największym zasięgu i/lub liczbie polubień.

3. Wyniki badań⁷³

Pierwszy z analizowanych filmów opublikowany został 4 grudnia 2022 roku i nosi on tytuł „CHRISTMAS OUTFITS 2022,„. Można na nim zobaczyć youtuberkę w różnych propozycjach ubioru. Należy podkreślić, że w tym wideo można zobaczyć całą sylwetkę Eugenii. Zgromadził on 3266 komentarzy i ponad 101 tysięcy wyświetleń. Spośród analizowanej grupy nie ma ani jednego pozytywnego komentarza na temat youtuberki. Dwa z nich są neutralne i odnoszą się do charakterystycznego sposobu wypowiedzania się przez influencerkę oraz monotematycznego kontentu na jej kanale, na przykład (tłumaczenie własne):

Przed obejrzeniem, zgaduję, że wszystko jest bardzo urocze? (oryg. 'Before watching, I'm gonna guess everything is super cute?') (zawiera odniesienie do bardzo często powtarzanej przez Eugenie frazy super cute)

Jak to się dzieje, że to wszystko jej się nie nudzi? I nie chodzi mi tutaj o wiek – robi dokładnie ten sam rodzaj treści od lat, jak ona to robi bez odczuwania monotonii? Naprawdę

Osiem z nich jest natomiast negatywnych. W siedmiu podkreślany jest nienormalny wygląd Eugenii oraz jej choroba. Niektórzy obserwatorzy zarzucają youtuberce *body checking*, czyli sprawdzania, jak wygląda ciało charakterystyczne dla osób z zaburzeniami odżywiania. Można to zobaczyć na przykładzie poniższych komentarzy (tłumaczenie własne):

Kiedy nie mogłem sobie wyobrazić, że może wyglądać jeszcze gorzej, znowu mnie zaskoczyła

Dla osób, które nie uważają tego za body checking, pokazała CAŁĄ SWOJĄ RĘKĘ, aby pochwalić się swoimi bransoletkami

Drugie wideo nosi tytuł „HOLIDAY MAKEUP TUTORIAL”. Opublikowane zostało 11 grudnia 2022 roku, obecnie posiada prawie 80 000 wyświetleń i 2223 komentarze.

⁷³ Fragment zawiera myśli z pracy licencjackiej obronionej w 2023 roku w Instytucie Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie napisanej pod opieką merytoryczną promotora ks. dr. Dariusza Rasia przez Marię Zielińską.

W próbie badawczej komentarzy spod wspomnianego wideo 2 z nich są pozytywne i wyrażają troskę i obawę o zdrowie influencerki (tłumaczenie własne):

Wiem, że ignorujesz wiele komentarzy dotyczących Twojej wagi i wiem, że to trudny temat do poruszenia, czego sama/sam doświadczyłem/-łam, gdy wszyscy zaczęli mi zalecać, abym się zaczęła zdrowieć. Chcę Ci powiedzieć tylko jedno – nie poddawaj się. Zaslługujesz na drugą szansę. Zrób ten pierwszy krok. Nie dla nas, nie dla Twojej rodziny, ale dla siebie.

Oh, Eugenia. Twoje organy zaczynają się wyłączać. Straciłem moją siostrę z powodu tej choroby. Wyglądała dokładnie tak samo jak Ty na tym filmie, a znaleźliśmy ją martwą w szafie dwa tygodnie później. Szukała ubrań, aby się ogrzać, kiedy się zemdlala i jej serce przestało bić. Jesteś dla wielu ludzi znacznie cenniejsza, niż myślisz. Nie myśl, że stanie się męczenniczką uczyni Cię bohaterką. Nie chcesz wiedzieć, jak wyglądać będzie Twoja sekcja zwłok, ponieważ koroner musi znaleźć przyczynę zgonu w zaburzeniach odżywiania, a Ty jesteś na tyle krucha, że kości Ci się połamią, mimo że patolog będzie bardzo ostrożny. Dosłownie otrzymaliśmy torbę z kośćmi na pogrzeb mojej siostry. Była w takim stanie zaprzeczenia, że podpisała kartę dawcy organów! Myślała, że może przekazać swoje organy!⁶³

Reszta jest negatywna w stosunku do działań Eugenii w sieci. Dwa z nich stoją w opozycji do wspomnianych wyżej komentarzy wyrażających zakłopotanie i chęć pomocy influencerce. Komentujący twierdzą, że dziewczynie nie da się pomóc i zachęcają do zaprzestania komentowania i oglądania poczynań youtuberki, która świadomie zachowuje się w określony sposób i nie wyraża chęci do leczenia. Przykład (tłumaczenie własne):

Nie wiem, dlaczego ludzie wciąż komentują te posty. Ta dziewczyna ewidentnie wie, co robi sobie sama i nie przejmuje się tym. Serio, robi to już od lat i żadna ilość komentarzy nie zmieni jej zachowania.

Trzy spośród negatywnych komentarzy wyrażają z kolei komunikaty skierowane do odbiorców Eugenii, w których komentujący zachęcają osoby inspirujące się wyglądem influencerki do zasięgnięcia pomocy i podkreślają skuteczność leczenia. Dwa z nich natomiast podkreślają jedynie nienormalny wygląd youtuberki. Wszystkie z analizowanych pod tym wideo komentarzy skupiają się na chorobie lub/i wyglądzie Cooney, (tłumaczenie własne);

Ona faktycznie jest medycznym cudem. Należy ją zbadać, abyśmy mogli dowiedzieć się, jak udało jej się przetrwać przez tak długi czas.

Trzecie wideo nosi tytuł „LAST MINUTE CHRISTMAS SHOPPING GIFT IDEAS!”. Jest to vlog z zakupów świątecznych Cooney. Dziewczyna znajduje się w sklepie i pokazuje przykłady świątecznych prezentów. Filmik zdobył aktualnie 80 225 wyświetleń i 3800

komentarzy. Wszystkie komentarze obejmujące próbę badawczą są negatywne. Jedynie dwa z nich dotyczą treści wideo. Trzy dotyczą jej stroju, natomiast pozostałe pięć dotyczy oskarżeń Eugenii o nadmierne sprawdzanie swojego ciała w podglądzie kamery związanego z jej zaburzeniami odżywiania oraz dotyczą wyglądu jej ciała, przykładami takich komentarzy są (tłumaczenie własne):

Ilość body checkingu jest nieprawdopodobna. Ona naprawdę kocha siebie

Myślę, że ludzie są szczególnie mili dla Ciebie w rzeczywistości, ponieważ myślą, że cierpisz na poważną chorobę przewlekłą i chcą sprawić, że Twoje ostatnie dni będą szczęśliwe.

Czwartym analizowanym filmem jest „CHRISTMAS HOUSE TOUR 2022”. Został on dodany na serwis YouTube 21 grudnia 2022 roku. Posiada 120 068 wyświetleń i 2754 komentarze. Eugenia pokazuje na nim swój ozdobiony świątecznie dom. Większość z wybranych dziesięciu komentarzy dotyczy treści wideo i ubioru youtuberki. Wszystkie z nich są negatywne. Jedynie jeden dotyczy choroby Eugenii (tłumaczenie własne):

Ludzie zawsze pytają, dlaczego rodzina Eugenii nic nie robi w tej sprawie, ale ten film jest dowodem na to, dlaczego pozwala na ignorowanie jej zdrowia na rzecz szczęścia. Szczęśliwa córka przynosi pieniądze, więc mama może iść na zakupy.

Reszta z nich odnosi się do treści wspomnianego wyżej wideo. Poruszają one kwestie montażu, oceniają ozdoby świąteczne i wystrój domu, a także komentują sposób zachowania i wypowiedzi influencerki (tłumaczenie własne):

To mi przypomina małe dziecko, które pokazuje ci przypadkowe rzeczy, kiedy przychodzisz do jego domu.

Ostatnim analizowanym wideo jest MY HUGE HOLIDAY SHOE COLLECTION opublikowany 24 grudnia. Jest to ostatni film prezentowany w 2022 roku. Pokazuje ona na nim kolekcje swoich świątecznych butów. Zgromadził on 85 994 wyświetlenia i 2119 komentarzy. Spośród próby badawczej komentarzy umieszczonych pod tym wideo jeden z nich jest neutralny. Dotyczy on treści video i nie posiada nacechowania emocjonalnego (tłumaczenie własne).

Zauważyłam/em, że wszystkie jej buty są bardzo czyste... Żaden z nich nie został kiedykolwiek noszony na zewnątrz domu

Dziewięć pozostałych odnosi się negatywnie do Eugenii. Sześć z nich dotyczy jej choroby lub wyglądu ciała. Jeden z nich zawiera treści sugerujące, że influencerka może stanowić inspirację sylwetkową dla osób chorujących na zaburzenia odżywiania:

Pamiętam swoje zafascynowanie nią, kiedy miałem zaburzenia odżywiania, teraz sprawdzam tylko od czasu do czasu czy wciąż żyje.

Charakter komentarzy w kategoriach głównych nie rozkładał się równomiernie (tab.1). Zdecydowana większość opinii widzów miała charakter negatywny 90%, jedynie 4% wyrażało pozytywne odczucia względem materiału youtuberki (wsparcie dla niej i jej twórczości), a 5% widzów pozostało neutralnymi. Nieco mniej jaskrawy podział dotyczył podkategorii tematyki komentarza – 64% analizowanych komentarzy dotyczyła wyglądu bądź choroby autorki filmu, a 36% wypowiedzi jedynie opublikowanej treści. Nieco mniej jaskrawy podział dotyczył podkategorii tematyki komentarza – 64% analizowanych komentarzy dotyczyła wyglądu bądź choroby autorki filmu, a 36% wypowiedzi jedynie opublikowanej treści wyrażała negatywne odczucia w stosunku do Eugenii. Jedynie 4% z nich zawierało wsparcie dla influencerki i wsparcie dla jej twórczości. Większość z nich, ponieważ aż 58%, zwracało uwagę na chorobę Eugenii.

Tabela 1. Charakter dziesięciu komentarzy o największym zasięgu dla wybranych pięciu filmów

Data publikacji	4 grudnia 2022	11 grudnia 2022	18 grudnia 2022	21 grudnia 2022	25 grudnia 2022	Suma
Tytuł	Christmas Outfits 2022	Holiday Makeup Tutorial	Last Minute Christmas Shopping Gift Ideas!	Christmas House Tour 2022	My Huge Holiday Shoe Collection	
Kategorie główne						10
Pozytywny	0	2	0	0	0	2 (4%)
Negatywny	8	8	10	10	9	45 (90%)
Neutralny	2	0	0	0	1	3 (6%)
Podkategorie						50
Dotyczący wyglądu/ choroby	8	10	7	1	6	32 (64%)
Dotyczący wyłącznie treści	2	0	3	9	4	18 (36%)

Źródło: Opracowanie własne.

Zdecydowanie negatywny wydźwięk komentarzy internetowych jest bezpośrednio związany z wyglądem youtuberki oraz krytycznym stosunkiem widzów do opublikowanego obrazu, aranżacji jak i samych prezentowanych zagadnień. Nieadekwatne

(infantylne, banalne) treści, pozbawione odniesienia do poważnej choroby autorki, w połączeniu z nienormalnym obrazem jej ciała, postrzegana są przez wielu jako propagowanie filozofii pro-ana.

Wnioski

Jadłowstręt psychiczny jest złożonym zaburzeniem zdrowia, które obejmuje szereg zagadnień: od medycznych, w tym dietetycznych, fizjologicznych, psychologicznych, psychiatrycznych, fizjoterapeutycznych, poprzez społeczne, naukowe, po medioznawcze. Jego społeczne nasilenie w epoce konsumeryzmu, w tym nadmiernej konsumpcji mediów społecznościowych, wymaga interdyscyplinarnego dyskursu zjawiska. Poznawanie narracji medialnych wokół zaburzenia prezentowanego przez youtuberkę w internecie wspomaga ten interdyscyplinarny charakter zjawiska i prowadzi do wielopoziomowych wniosków badawczych.

Badanie uwzględniające analizę treści przekazów Eugenii Cooney potwierdza z jednej strony konieczność dalszych badań medioznawczych i rynkowych nad propagowaniem w mediach społecznościowych, szkodliwych zachowań, jak i demonstrowanie niestosowności oraz nieadekwatności komentarzy internetowych, których doświadczają osoby chore na anoreksję. Aktywność sieciowa influencerki chorej na jadłowstręt i jej nienormalny wygląd są komentowane przez internautów najczęściej w sposób bardzo negatywny, infantylny, a nawet wręcz pozbawiony empatii. Całokształt jej działalności w sieci postrzegano też jako promocję zachowania szkodliwego ludzkiemu zdrowiu.

Działania medialne influencerki, jej narracje i emocje z jednej strony są wyrazem wolności ekspresji przynależnej każdemu człowiekowi, z innej perspektywy natomiast mogą być ocenione jako medialny instruktaż pro-ana związany ze środowiskami pro-anorektycznymi. Anorektyczne ciało eksponowane w mediach nie jest bowiem jedynie "jakąś" prezentacją i ekspresją własną, ale również może stać się zachętą do eksperymentów żywieniowych wśród podatnych na modę na szczupłość konsumentów, szczególnie młodych kobiet (choć nie tylko). Rozważenie petycji blokującej możliwość publikowania podobnych treści m.in. na YouTube anonsowane przez prasę lub ich właściwe oznaczenie jako kontrowersyjnych, wydaje się tym miejscu uprawnione. W realizacji zasady wolności człowieka, w tym wolności wyrażania siebie w mediach konieczne jest podstawowe zrozumienie i przyjęcie zasady, że ta wolność nie może zagrażać drugiemu człowiekowi.

Najskuteczniejszym jednak remedium wydaje się być wskazana już przez Tobey i Manore edukacja społeczeństwa w obszarze korzystania z mediów, a w szczególności w zakresie treści tworzonych przez innych użytkowników sieci. Promowanie wśród użytkowników umiejętności krytycznego myślenia, zasady ograniczonego zaufania względem autora, weryfikacji i poszukiwania wiarygodnych źródeł informacji, pozwala dostrzec intersubiektywny obraz problemu. To z kolei, w połączeniu z działaniami edukatorów żywieniowych (m.in. dietetyków), może wspomóc podejmowanie świadomych wyborów dietetycznych i rozwijanie zdrowych nawyków konsumenckich.

Bibliografia

- Abidin, C. (2015). Communicative intimacies: influencers and perceived interconnectedness. *Journal of Gender, New Media, and Technology*, 8, 1-16.
- Ata, R. N., Ludden, A. B., Lally M.M. (2007). The effects of gender and family, friends, and media influences on eating behaviors and body image during adolescence. *Journal of Youth & Adolescence*, 36. 1024-1037 <http://DOI.10.1007/s10964-006-9159-x> (dostęp 14.02.2024)
- Boyland, E. J., Harrold, J. A., Kirkham, T. C., Corker, C., Cuddy, J., Evans D., Dovey T.M., Lawton C. L., Blundell J. E., Halford J.C.G. (2011). Food commercials increase preference for energy-dense foods, particularly in children who watch more television. *Pediatrics*, 128 (1), 93-100.
- Branley, D.B., Covey J. (2017). Pro-ana versus Pro-recovery: A Content Analytic Comparison of Social Media Users' Communication about Eating Disorders on Twitter and Tumblr. *Frontiers in Psychology*, 11:8, 1356.
- Brown, Z., Tiggemann, M. (2022). Celebrity influence on body image and eating disorders: A review. *Journal of Health Psychology*, nr 27(5), 1233-1251.
- Cairns, G., Angus K., Hastings, G., Caraher, M. (2013). Systematic reviews of the evidence on the nature, extent and effects of food marketing to children. A retrospective summary. *Appetite*, 3(62), 209-215.
- Chruścikowska, A. (2016). Charakterystyka blogów pro-ana. *Pielęgniarstwo i Zdrowie Publiczne*, 1(1), 309-314.
- Coates, A.E., Hardman, Ch. A., Halford, J.C.G., Christiansen, P., Boyland, E.J. (2019). The effect of influencer marketing of food and a "protective" advertising disclosure on children's food intake. *Pediatric Obesity*, 14(10), 1-9.
- Cunningham, S., Craig, D. (2017). Being "really real" on YouTube: authenticity, community and brand culture in social media entertainment. *Media International Australia*, 164(1), 71-81.
- De Jans, S., Spielvogel, I., Naderer B., Hudders, L. (2021). Digital food marketing to children: How an influencer's lifestyle can stimulate healthy food choices among children. *Appetite*, 162, 1-13.
- Duffy, B. Er., Wissinger E. (2017). Mythologies of creative work in the social media age: fun, free, and "Just Being Me. *Tetrahedron Letters*, 1, 4652-4671.
- Engel, E., Gell S., Heiss R., Karsay K. (2024). Social media influencers and adolescents' health: A scoping review of the research field. *Social Science & Medicine*, 340, 116387
- Falciglia G. A., Gussow J.D. (1980). Television commercials and eating behavior of obese and normal-weight women. *Journal of Nutrition Education*, 12 (4), 196-199.
- Festinger, L. (1954). A Theory of Social Comparison Processes. *Human Relations*, 7(2), 117-140.
- Fraser, B. P., Brown, W.J. (2002). Media, Celebrities, and Social Influence: Identification With Elvis Presley. *Mass Communication and Society*, 5, 183-206.
- Fredrickson, Barbara. L., & Roberts, Tomi-Ann. (1997). Objectification theory: Toward understanding women's lived experiences and mental health risks. *Psychology of Women Quarterly*, 21(2), 173-206.
- Freberg, K., Graham, K., McGaughey, K., Freberg, L.A. (2011). Who are the social media influencers? A study of public perceptions of personality. *Public Relation Review*, 37 (1), 90-92.
- Gale, L., Channon, S., Larner, M., Darren, J. (2016). Experiences of using pro-eating disorder websites: a qualitative study with service users in NHS eating disorder services. *Eating and Weight Disorders*, 21, 427-434.
- Grander, G.T., Halweil, B. (2000). *Underfed and Overfed: The Global Epidemic of Malnutrition*. Peterson Jane A, (red.). New York: Worldwatch Institute.
- Grogan, S. (2021). *Body image: Understanding body dissatisfaction in men, women and children*. 4th ed. New York.
- Harris, J. L., Bargh John A., Brownell, K.D. (2009). Priming effects of television food advertising on eating behaviour. *Health Psychology*, 28(4), 404-413.
- Hoek, HW. (2006). Incidence, prevalence and mortality of anorexia nervosa and other eating disorders. *Current Opinion in Psychiatry*, 19, 389-394.
- Holland, G., Tiggemann, M. (2016). A systematic review of the impact of the use of social networking sites on body image and disordered eating outcomes. *Body Image*, 17, 100-110.

- Howarth, J. (2022). Alarming Average Screen Time Statistics (2024) <https://explodingtopics.com/blog/screen-time-stats> (dostęp 14.02.2024).
- Hudson James I, Hiripi Eva, Pope Harrison G., Kessler Ronald C..2007., „The prevalence and correlates of eating disorders in the National Comorbidity Survey Replication”. *Biological Psychiatry* nr 61 (3). 348–358
- Instagram. (2024). Eugenia Cooney (@eugeniacooney), <https://www.instagram.com/eugeniacooney/> (dostęp 11.01.2024)
- International Classification of Diseases 11 (ICD-11). (2019). <https://icd.who.int/browse/2024-01/mms/en#263852475> (dostęp 14.02.2024).
- Januszewicz, A. (2017). *Reklama psuje nawyki żywieniowe*, materiał prasowy Uniwersytet SWPS Wrocław.
- Kaplan, A.M., Haenlein, M. (2010). Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53, 59-68. <http://dx.doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003> (dostęp 14.02.2024).
- Kemp, S. (2020). DIGITAL 2020: October Global Statshot Report <https://datareportal.com/reports/digital-2020-october-global-statshot?rq=Screen%20Time> (dostęp 14.02.2024).
- Keery, H., Van den Berg, P., Thompson, J.K. (2004). An evaluation of the tripartite influence model of body dissatisfaction and eating disturbance with adolescent girls. *Body Image*, 1(3), 237-251.
- Krug, I., Selvaraja P., Fuller-Tyszkiewicz, M., Hughes, Slater, A., Griffithsa, S., Zhi Weu Yee, Richardson, B., Blake, K. (2020). The effects of fitspiration images on body attributes, mood and eating behaviours: An experimental Ecological Momentary Assessment study in females. *Body Image*, 35, 279-287.
- Kucharczuk, A.J., Oliver, T.L., Dowdell Elizabeth B. (2022). Social media's influence on adolescents' food choices: A mixed studies systematic literature review. *Appetite*, 1(168), 105765
- Leite Fernanda Polli, de Paula Baptista Paulo. (2021). The effects of social media influencers' self-disclosure on behavioral intentions: the role of source credibility, parasocial relationships, and brand trust. *Journal of Marketing Theory Practice*, 30(3), 295-311.
- Lou, Chen. (2021). Social media influencers and followers: Theorization of a trans-parasocial relation and explication of its implications for influencer advertising view. *Journal of Advertising*, 51(1), 4-21.
- Lowe-Calverley, E., Grieve, R. (2021). Do the metrics matter? An experimental investigation of Instagram influencer effects on mood and body dissatisfaction. *Body Image*, 36, 1-4.
- Majda, A., Braszczyk, K. (2012). *Rola mediów w powstawaniu zaburzeń odżywiania u młodzieży w wieku dojrzewania*. *Problemy pielęgniarstwa* tom 20 (1), 34-42.
- Maltby, J., Day, L., McCutcheon, L.E., Gillett, R., Houran, J., Ashe Diane, D. (2004). Personality and coping: a context for examining celebrity worship and mental health. *British Journal of Psychology*, 95(4), 411-428.
- Matic, B. (2024). *How Many Pictures Are There. Statistics, Trends, and Forecasts*. <https://photutorial.com/photos-statistics/> (dostęp 14.02.2024)
- MediaCom Influencer Power Index 2022. <https://www.essencemediacom.com/news> (dostęp 14.02.2024)
- Mento, C., Silvestri, M.C., Muscatello, M., Rosaria A., Rizzo A., Celebre, L., Praticò, M., Zoccali, R.A., Bruno, A. (2021). Psychological Impact of Pro-Anorexia and Pro-Eating Disorder Websites on Adolescent Females: A Systematic Review. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 23:18(4), 2186.
- NIK. (2021). *Otyłość i nadwaga u dzieci – coraz większy problem, coraz mniej skuteczne działania*. <https://www.nik.gov.pl/aktualnosci/otylosc-i-nadwaga-u-dzieci-coraz-wiekszy-problem-coraz-mniejskuteczne-dzialania.html> (dostęp 14.02.2024).
- Okoń, W. (2001). *Nowy słownik pedagogiczny*. Warszawa: Wydawnictwo Akademickie Żak.
- Qutteina, Y., Hallez, L., Raedschelders, M., De Backer, Ch., Smits, T. (2022). Food for teens: how social media is associated with adolescent eating outcomes. *Public Health Nutrition*, 25(2), 290-302.
- Perloff, R.M. (2014). Social media effects on young women's body image concerns: theoretical perspectives and an agenda for research. *Sex Roles*, 71, 363–377.
- Pisarek, W. (2003). Perswazja – jak ją widzą, jak ją piszą. W Mosiołek-Kłosińska K. i Zgółka T. (Red.), *Język perswazji publiczne*. Poznań: Wydawnictwo Poznańskie.
- Pisarek, W. (1976). *Język służy propagandzie*. Kraków: RSW Prasa-Książka-Ruch.

- Prusak A., Raś D., Woźniak M., Niewczas-Dobrowolska M. (2022). Rola mediów społecznościowych i influencer marketingu w kształtowaniu zachowań konsumenckich u młodych osób: przypadek lodów Ekipy Friza. *Żywność. Nauka. Technologia. Jakość*, 29, 4(133), 100 – 111.
- Rin, I. L., Schouteten, J. J., Faber, I., Frøst, M.B., Perez-Cueto, F.J A, De Steur, H. (2024). *Social media and food consumer behavior: A systematic review*. Trends in Food Science & Technology 143, [http:// DOI 10.1016/j.tifs.2023.104290](http://DOI.10.1016/j.tifs.2023.104290) (dostęp 14.02.2024)
- Robinson, E., Fleming, A., Higgs, S. (2013). Prompting Healthier Eating: Testing the Use of Health and Social Norm Based Messages. *Health psychology : official journal of the Division of Health Psychology, American Psychological Association*, 28 (4), 1057-1064.
- Rojek, C. (2015). Celebrity. In D.T Cook., J.M. Ryan. (Eds.), *The Wiley Blackwell encyclopedia of consumption and consumer studies*. New York: New York.
- Ruiz-Gómez A. (2019). Digital fame and fortune in the age of social media: a classification of social media influencers. *ADResearch ESIC Tetrahedron Letters*, 19 (19), 8-29.
- Sau, I. J., Rodgers, R. F., Saul McKenna. (2022). Adolescent Eating Disorder Risk and the Social Online World: An Update, Child and Adolescent. *Psychiatric Clinics of North America*, 31(1), 167-177.
- Saunders, Je.F., Eaton, A.A., Aguilar, S. (2020). From self(ie)-objectification to self-empowerment: The meaning of selfies on social media in eating disorder recovery. *Computers in Human Behaviours*. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106420> (dostęp 14.02.2024).
- Scheiber, R., Diehl, S., Karmasin, M. (2023). Socio-cultural power of social media on orthorexia nervosa: An empirical investigation on the mediating role of thin-ideal and muscular internalization, appearance comparison, and body dissatisfaction. *Appetite*, 185(2), 1-9.
- Schimmelpfennig Ch., Hunt James B. (2020). Fifty years of celebrity endorser research: Support for a comprehensive celebrity endorsement strategy framework. *Psychology and Marketing*, 37(3), 488 – 505.
- Senft, Theresa M. (2008). *Camgirls: Celebrity and Community in the Age of Social Networks*. New York: Peter Lang.
- Shabahang, R., Besharat Mohammad Ali Nikoogoftar, Mansooreh, Sheykhangafshe, Farzin Bagheri. (2019). Role of Cognitive Flexibility and Emotional Regulation Problems in Prediction of Celebrity Worship among University Students. *Knowledge & Research in Applied Psychology*, 20(1), 13-15.
- Silén, Y., Sipilä, P. N., Raevuori, A., Mustelin, L., Marttunen, M., Kaprio, J., Keski-Rahkonen, A. (2020). DSM-5 eating disorders among adolescents and young adults in Finland: A public health concern. *International Journal of Eating Disorder*, 53 (5), 790-801.
- Stefańczyk-Kaczmarzyk J. (2013). *Wolna ale nie dowolna... czyli jak reklamować żywność zgodnie z prawem*. <https://www.prawozywnosciowe.info/wolna-ale-nie-dowolna-czyli-jak-reklamowac-zywnosc-zgodnie-z-prawem/> (dostęp 14.02.2024).
- Stella, C. Chia i Yip Ling Poo. (2009). *Media, Celebrities, and Fans: An Examination of Adolescents' Media Usage and Involvement with Entertainment Celebrities*. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 86, 23-44.
- Strzelecki, W., Cybulski M., Strzelecka M., Mojs E., Pawlak P.(2010). Przegląd serwisów internetowych zawierających treści pro- i antyzdrowotne w kontekście zaburzeń odżywiania. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego*, 605(25), 155 -173.
- Thompson, K.A., Miller, A.J., Walsh, .C., Bardone-Cone, A.M. (2023). Social media and disordered eating among middle-aged women: Not just an adolescent concern. *Eating Behaviors*, 50. <https://doi.org/10.1016/j.eat-beh.2023.101748> (dostęp 14.02.2024).
- Thompson, J Kevin, Coover, MD, Stormer, S.M.(1999). Body image, social comparison, and eating disturbance: a covariance structure modeling investigation. *International Journal Eating Disorders*, 26(1), 43-51.
- Thompson, J.K., Heinberg, L. J., Altabe, M., Tantleff-Dunn, S. (1999). *Exact Beauty: Theory, Assessment, and Treatment of Body Image Disturbance*. Washington: American Psychological Association.
- Tiggemann, M., Hayden, S., Brown, Z., Veldhuis, J. (2018). The effect of Instagram “likes” on women’s social comparison and body dissatisfaction. *Body Image*, 26, 90-97.

- TikTok. (2024). Eugenia Cooney (@eugeniaxxcooney <https://www.tiktok.com/@eugeniaxxcooney> (dostęp 11.01.2024)
- Tobey, L.N, Manore, M.M. (2014). Social media and nutrition education: the food hero experience. *Journal of Nutrition Education and Behaviour*, 46(2), 128-33.
- Toby, J.H. , Isobel, R. Contento, Dye Gussow J. (2004). A media literacy nutrition education curriculum for head start parents about the effects of television advertising on their children's food requests. *Journal of the American Dietetic Association*, 04 (2), 192-198.
- Twitter. (2024).]Eugenia Cooney (@Eugenia_Cooney) / X (twitter.com) https://twitter.com/Eugenia_Cooney (dostęp 11.01.2024)
- Ustawa z dnia 25 sierpnia 2006 r. o bezpieczeństwie żywności i żywienia, Dz.U.2023.1448.
- Walsh, S. (2023). *The Top 10 Social Media Sites & Platforms* <https://www.searchenginejournal.com/social-media/social-media-platforms/> (dostęp 14.02.2024).
- Vankar, P. (2023). *Percentage of the population who suffered from eating disorders worldwide from 1990 to 2019.* <https://www.statista.com/statistics/1035184/percentage-of-people-with-eating-disorders-worldwide/> (dostęp 14.02.2024).
- Yao S, Zhang R, Thornton LM, Peat CM, Qi B, Du S, Bulik CM. (2020). Screen-detected disordered eating and related traits in a large population sample of females in mainland China: China health and nutrition survey. *International Journal of Eating Disorders*, 54(1), 24-35.
- YouTube. (2024). Eugenia Cooney. <https://www.youtube.com/user/eugeniacooney> (dostęp 11.01.2024)

Biogramy

Ks. dr Dariusz Raś – adiunkt w Instytucie Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej na Uniwersytecie Papieskim Jana Pawła II w Krakowie. Zainteresowania badawcze: historia mediów, infoetyka, jakość informacji i jakość w dziennikarstwie, AI w dziennikarstwie, mediosfera obiektów dziedzictwa kulturowego. ORCID: 0000-0002-8112-8748

Mgr inż. Magdalena Szumiło-Kulczycka – asystent w Instytucie Nauk o Jakości i Zarządzania Produktem Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie. Zainteresowania badawcze: komunikacja dotycząca bezpieczeństwa żywności, terroryzm żywnościowy, komunikacja ryzyka. ORCID: 0000-0003-3841-3399

Jarosław A. Sobkowiak

Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie

ORCID 0000-0003-3698-4366

„Actus humanus” w kontekście sztucznej inteligencji a odpowiedzialność osoby

Abstract

The aim of the presented article is to reflect on the issue of the 'actus humanus' in relation to artificial intelligence (AI) and human moral responsibility. In the first section, the characteristics of the human act are contrasted with the equivalent 'acts' of artificial intelligence, which are based on algorithms and machine learning processes. The next section outlines the technological and ethical framework for the use of artificial intelligence. The final section will discuss the proposal to limit human oversight of the machine learning process and entrust it to artificial intelligence referring exclusively to the created ethical framework of 'Constitutional AI' (CAI). The whole is rounded off with the latest proposal of 'Collective Constitutional AI' (CCAI), which aims to broaden accountability to include the social dimension of the creation of ethical frameworks and thus preserve indirect human oversight of artificial intelligence processes.

Keywords

Artificial Intelligence (AI), Constitutional AI (CAI), Collective Constitutional AI (CCAI), human moral responsibility, technological and ethical framework, 'actus humanus' – artificial intelligence

Abstrakt

Celem prezentowanego artykułu jest refleksja nad zagadnieniem „actus humanus” w odniesieniu do sztucznej inteligencji (AI) oraz odpowiedzialności moralnej człowieka. W pierwszej części dokonuje się zestawienia cech charakterystycznych dla aktu ludzkiego z odpowiednikiem „aktów” sztucznej inteligencji, które są oparte na algorytmach i procesach uczenia maszynowego. W dalszej części zostają nakreślone technologiczne i etyczne ramy wykorzystania sztucznej inteligencji. W ostatniej części zostanie omówiona propozycja ograniczenia nadzoru człowieka nad procesem uczenia maszynowego i powierzenie go sztucznej inteligencji odwołującej się wyłącznie do stworzonych ram etycznych (CAI). Całość zostaje dopełniona najnowszą propozycją „Collective Constitutional AI” (CCAI), która ma poszerzyć odpowiedzialność o społeczny wymiar tworzenia ram etycznych i w ten sposób zachować pośredni nadzór człowieka nad procesami sztucznej inteligencji.

Słowa kluczowe

Sztuczna inteligencja (AI), Constitutional AI (CAI), Collective Constitutional AI (CCAI), odpowiedzialność moralna człowieka, ramy technologiczne i etyczne, „actus humanus” sztucznej inteligencji

Wstęp

Prezentowany artykuł stanowi dopełnienie dwóch poprzednich tekstów poświęconych filozofii głupoty, a następnie przejściu od filozofii głupoty do sztucznej inteligencji, by w obecnie prezentowanym tekście postawić problem w najbardziej skrajnym kontekście – skoro coraz częściej pytamy o swoistą zastępowalność „człowiek – sztuczna inteligencja”, czy zatem istnieje w jej działaniu odpowiednik „aktu ludzkiego”, a jeśli nie, to czy decydujemy się na świadome „odczłowieczenie” szerokiego spektrum działań, jakich jeśli nie podmiotem, to z pewnością przedmiotem będzie człowiek?

W ocenie działania ludzkiego rozpatrujemy bowiem dwa typy działań: *actus hominis* i *actus humanus*. Oczywiście jeden i drugi akt wykonuje człowiek, z tą różnicą, że pierwszy jest dla człowieka czymś jakby zewnętrznym, nieangażującym tego, co dla niego najistotniejsze – obejmuje wszystkie działania mechaniczne, odniesione do podstawowych czynności życiowych – w tym zakresie może człowieka zastąpić sztuczna inteligencja. Drugi zaś typ aktu działania angażuje człowieka na sposób dla niego specyficzny, odwołując się do świadomości, wolności, motywacji, a w dalszej perspektywie naznaczony kreatywnością i empatią. Warto od razu rozwinąć ten wątek, który bardzo precyzyjnie wybrzmiewa w myśli św. Tomasza z Akwinu, czyli jak najbardziej klasycznym podejściu do aktu ludzkiego. Akwinata wskazuje, że akt ludzki musi być świadomy i wolny, gdyż tylko taki można poddać ocenie moralnej. W przeciwnym razie mamy do czynienia z drugim, wspomnianym już typem działania, jakim jest *actus hominis*, czyli akt niespecyficzny dla człowieka. Warto dodać, że powyższa myśl znajdowała swoich kontynuatorów¹.

Wolność aktu ludzkiego rozumiana jest jako synonim dobrowolności i niezdeteminowania. Co ważne, Tomasz z Akwinu odnosi wolność wyłącznie do bytu ludzkiego, a odnoszenie jej do czegokolwiek poza człowiekiem rozumie wyłącznie przez analogię. O wolności ludzkiej powie wprost – wolne jest to, co samo dla siebie jest przyczyną, a co dzisiaj określamy terminem podmiotowość².

W prezentowanym artykule podejmię się tę właśnie ścieżkę refleksji w odniesieniu do sztucznej inteligencji, najpierw zestawiając akt ludzkiego działania z aktem sztucznej inteligencji, stawiając przy tym pytanie czy i na ile działanie sztucznej inteligencji można porównać z działaniem ludzkim, nawet przez analogię. Postawi się pytanie, na ile sama sztuczna inteligencja może być „odpowiedzialna” za podejmowane działania i na ile człowiek może w tym kontekście uczynić siebie „nieodpowiedzialnym”, czyli pozbawionym poczucia odpowiedzialności. Po tych teoretycznych rozważaniach podejmię się próbę nakreślenia ram technologicznych i etycznych dla zachowania odpowiedzialności (nadzoru) człowieka w odniesieniu do sztucznej inteligencji. W ostatniej części dokona się

¹ Godna polecenia w tym względzie, wychodząca w refleksji poza propozycje św. Tomasza jest książka Thomasa M. Osborne Jr, *Human Action in Thomas Aquinas, John Duns Scotus & William of Ockham*, Washington DC: The Catholic University of America Press 2014.

² A. Andrzejuk, *Wolność w doktrynie Tomasza z Akwinu*, w: *Wolność człowieka i jej granice. Antologia pojęcia w doktrynach polityczno-prawnych. Od Starożytności do Monteskiusza*, Uniwersytet Łódzki, Łódź 2019, s. 151-152.

omówienia bardzo istotnego tekstu Yuntao Bai i zespołu Anthropic dla zagadnienia uczenia maszynowego, poświęconego poziomowi nadzoru człowieka nad sztuczną inteligencją, ze wskazaniem, że przy zachowaniu pewnych ram konstytutywnych i etycznych działanie to można ograniczyć do minimum bez szkody dla człowieka.

„Actus humanus” – pomiędzy człowiekiem a sztuczną inteligencją

Brian Davies w rozdziale 17 książki „The Oxford Handbook of Aquinas” precyzyjnie omawia podstawowe różnice, jakie zachodzą pomiędzy „actus humanus” i „actus hominis”. Pierwszy można rozumieć jako „czyn ludzki”, drugi zaś jako „czyn człowieka”. Czyn ludzki cechuje celowość i wynika on z działania rozumu praktycznego nastawionego na osiągnięcie określonego dobra³. Z kolei Thomas Williams analizuje akt ludzki w kontekście wolności. Wolność zaś jest swoistym dialogiem pomiędzy rozumem i wolą, co czyni z człowieka w takim działaniu „pana swoich działań” (*dominus suorum actuum*)⁴. Z kolei Christopher Alexander Franke i Joelma Marques de Carvalho poddają refleksji „actus humanus” pod kątem działania intelektu i woli, zaznaczając różnicę pomiędzy obszarem naturalnych zdarzeń (*genus naturae*) a sferą działania moralnego (*genus moris*), tym samym zauważając, że tylko akt ludzki odgrywa kluczową rolę w działaniu człowieka⁵.

Należy jednak zdawać sobie sprawę z faktu, że nie wszystkie nauki – jak filozofia czy teologia – tak właśnie podchodzą do problematyki woli czy wolności. Edward Nęcka proponuje zauważenie tej różnicy w trzech opcjach. Pierwsza opcja to właśnie wspomniane już dyscypliny, które odzegnując się od typowego pojęcia *science*, tym samym pokazują niewystarczalność badania problemu woli i wolności „szkiełkiem i okiem”. Druga opcja to badanie zjawiska „na obrzeżach”, czyli odzegnując się od przypisywania woli atrybutu wolności, skupiając się wyłącznie na „poczuciu” wolności. Oczywiście poczucie jest czymś subiektywnym, niemniej występuje na tyle powszechnie, że można je badać w sposób obiektywny (ankietą, wywiadem, eksperymentem). Trzecia opcja, to popularne we współczesnej psychologii stanowisko, pokazujące złudność ludzkiej wolności – jak opisuje Nęcka – np. robimy zakupy tylko dlatego, że inni też to robią⁶. Takie podejście do ludzkiej wolności zaczyna kreślić nieco szerszy obszar pod pytanie, czy sztuczna inteligencja może być zdolna, przynajmniej w jakimś wymiarze, do tego, co przypomina akt ludzki w ścisłym rozumieniu. W podobnym duchu wypowiada się wielu autorów, wykazując swoisty pat badawczy, który polega na tym, że zajmujemy się problematyką ludzkiej woli od wielu wieków i ciągle nie ma takiej definicji woli, na którą mogłaby się

³ B. Davies, *Happiness*, w: *The Oxford Handbook of Aquinas*, rozdział 17, ed. B. Davies i E. Stump, Oxford University Press, 2012, s. 227n.

⁴ Th. Williams, *Human Freedom and Agency*, w: *The Oxford Handbook of Aquinas*, rozdział 15, s. 199n.

⁵ Ch.A. Franke, J. Marques de Carvalho, *Das Wesen der menschlichen Handlung bei Thomas von Aquin (The Essence of Human Action in Thomas Aquinas)*, „Revista Portuguesa de Filosofia”, 2023, vol. 79 (1-2), s. 479n.

⁶ E. Nęcka, *Wolna wola czy wolne weto: rola świadomości w czynnościach wolicjonalnych*, s. 11-13, <https://www publikacje.pan.pl/Content/117527/PDF/Necka.pdf>, (dostęp 11.09.2024).

zgodzić większość nauk. W tym duchu wypowiadają się również E. Nęcka i J. Prusak⁷, chociaż poza wskazaniem problemu, również niewiele wnoszą do bardziej precyzyjnego zdefiniowania woli. Przywołuję więc ten artykuł na potwierdzenie, że w dialogu filozofii i teologii z naukami eksperymentalnymi mamy dwa wyjścia: pomniejszać znaczenie refleksji i precyzji na temat woli w filozofii i teologii lub przyjąć, że dopóki nauki eksperymentalne nie wypracują precyzyjnej definicji woli (a skoro zauważa się jej przejawy, to rozum nakazuje ją zakładać), pozostaje przyjąć, że wypracowane filozoficzno-teologiczne stanowisko jest przynajmniej spójne i na poziomie teoretycznym pozwala na dalsze refleksje (J. Pastuszka⁸, K. Jasiński⁹, A. Karaś¹⁰).

Należałoby teraz przeszedźić, jak przebiega działanie sztucznej inteligencji w kłuczu „actus humanus”. Jest to oczywiście opis przez analogię i nie można w jej działaniu w pełni odzwierciedlić ani odpowiednika władz w człowieku, ani też zależności, jakie w człowieku zachodzą między nimi. Mówiąc o odpowiedzialności sztucznej inteligencji, kładzie się nacisk nie tyle na jej autonomiczne działanie, co raczej na współdziałanie człowieka z nią. Tylko w tym wymiarze można mówić o jakiegokolwiek odpowiedzialności moralnej. Zatem ocenia się nie tyle działanie sztucznej inteligencji, co raczej interakcje, jakie zachodzą na styku działania: człowiek – sztuczna inteligencja¹¹.

Jak powinna przebiegać owa współpraca ze sztuczną inteligencją, by można mówić o jakiegokolwiek odpowiedzialności moralnej? Już wstępne prace nad dokumentem Parlamentu Europejskiego wskazywały jednoznacznie, że o odpowiedzialności AI można mówić wyłącznie w powiązaniu z człowiekiem. W przeciwnym razie wszelkie szanse jakie za sobą niesie mogą zostać zaprzepaszczone w sytuacjach nieprzewidywalnych, w których nie można by jednoznacznie wskazać podmiotu odpowiedzialności moralnej¹².

Powiązanie działania sztucznej inteligencji i człowieka w płaszczyźnie odpowiedzialności moralnej jest tak istotne, ponieważ sztuczna inteligencja jest zaprojektowana do osiągania konkretnych celów. Cele te są jednak definiowane przez twórców. Biorąc więc

⁷ E. Nęcka, J. Prusak, *Eksperymentalna psychologia woli : wolność i intencjonalność z perspektywy psychologii poznawczej i neuronauki*, 2016, s. 45-47.

https://www.academia.edu/66683464/Eksperymentalna_psychologia_woli_wolno%C5%9B%C4%87_i_intencjonalno%C5%9B%C4%87_z_perspektywy_psychologii_poznawczej_i_neuronauki, (dostęp 11.09.2024)

⁸ J. Pastuszka, *Filozoficzne i empiryczne pojęcie osoby ludzkiej*, „Roczniki Filozoficzne” vol. 11 (1963) nr 4, s. 45-60.

⁹ K. Jasiński, *Czyn doskonalący osobę. W kręgu perfekcjonizmu Karola Wojtyły*, „Studia Elbląskie” XIII(2012), s. 351-361.

¹⁰ A. Karaś, *Struktura aktu moralnego w ujęciu Mieczysława Gogacza*, „Studia Philosophiae Christianae” 47(2011) nr 2, s. 157-173.

¹¹ H. Sheikh, C. Prins, E. Schrijvers, *Mission AI. The New System Technology*, Springer (Open Acces) 2023, część I, rozdział 2: *Artificial Inelligence: Definition and Background*, s. 20-22, https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-031-21448-6_2 (dostęp 12.09.2024).

¹² Parlament Europejski: *Sztuczna inteligencja: szanse i zagrożenia*, 20.06.2023, s. 4, https://www.europarl.europa.eu/pdfs/news/expert/2020/9/story/20200918ST087404/20200918ST087404_pl.pdf (dostęp 12.09.2024).

pod uwagę powstawanie zarówno skutków pozytywnych, jak i negatywnych, istotne jest rozważenie wszelkich implikacji etycznych, których podstawowym kierunkiem jest zabezpieczenie dobra całego społeczeństwa¹³. Dodatkowym argumentem wskazującym, że to ciągle odpowiedzialność osoby, jest założenie, że systemy AI są zorientowane na cel, którym jest realizacja określonych zadań lub rozwiązywanie konkretnych problemów. Istotnym kryterium etycznym musi pozostać zrównoważenie innowacji z odpowiedzialnością¹⁴. W tym kontekście można zaproponować kryteria, które w klasycznej refleksji etycznej były odnoszone do czynu o podwójnym skutku, a z takim właśnie mamy do czynienia w odniesieniu do zastosowania sztucznej inteligencji. Wspomniane kryteria brzmiały następująco: czyn sam w sobie musi być moralnie dobry lub obojętny; skutek bezpośredni czynu musi być dobry; skutek bezpośredni (dobry) jest celem działającego; istnieją proporcjonalnie ważne racje dla spełnienia tego czynu. Dopiero po przyłożeniu takich kryteriów do oceny konkretnego systemu AI można mówić o przeniesieniu refleksji na poziom moralny. Bez jasnego zdefiniowania oczekiwań etycznych sam imperatyw techniczny – możliwe techniczne staje się powinno moralnie – nie wystarczy.

Innym elementem, który musi być brany pod uwagę w ocenie moralnej, jest porównanie ludzkiej kreatywności z kreatywnością AI. Ludzka kreatywność jest zakorzeniona w emocjach i osobistych doświadczeniach, co nadaje jej unikalny charakter. Mówiąc o oryginalnym charakterze działalności człowieka, bierze się pod uwagę intuicję i spontaniczność. To one prowadzą do spontanicznych (czyli w zestawieniu z AI – nieprzewidywalnych), oryginalnych i twórczych rozwiązań. Ludzka kreatywność jest też bardzo mocno związana z kontekstem kulturowym i społecznym i również w tych kontekstach jest interpretowana. Z kolei sztuczna inteligencja opiera swoją kreatywność na algorytmach i dużych zbiorach danych, co pozwala na generowanie nowych, ale jednak nie oryginalnych treści, gdyż powstają one w oparciu o istniejące już wzorce. Niewątpliwie mocną stroną AI jest automatyzacja pewnych procesów, jednak pozbawienie treści odniesienia do emocji i doświadczeń sprawia, że jest ta twórczość mniej autentyczna i oryginalna. Szczególnie jest to widoczne w obszarze sztuki, gdzie brak takich typowo ludzkich doznań jak dotyk czy emocjonalna głębia¹⁵. Mamy wystarczająco dużo przykładów generowania treści i dzieł artystycznych przez sztuczną inteligencję (Generatywna sztuczna inteligencja – GenAI). Jednak jak zauważa A. Łukawski, „ważne jest rozróżnienie między

¹³ H. Sheikh, C. Prins, E. Schrijvers, *Mission AI. The New System Technology*, dz. cyt., s. 30 i 32.

¹⁴ M. Coeckelbergh, *Artificial intelligence, the common good, and the democratic deficit in AI governance*, Springer, Published online 22.05.2024, s. 4-6, link do artykułu <https://link.springer.com/article/10.1007/s43681-024-00492-9> (dostęp 12.08.2024).

¹⁵ L. Perska, *Zatarte granice między sztuczną inteligencją a ludzką kreatywnością*, Elblog, 16.06.2024, <https://elblog.pl/pl/2024/06/16/zatarte-granice-miedzy-sztuczna-inteligencja-a-ludzka-kreatywnoscia/> (dostęp 13.09.2024).

kreatywnością wynikającą z prawdziwej innowacyjności a kreatywnością będącą rezultatem przetwarzania i rekonfiguracji istniejących danych”¹⁶.

W czym zatem wyraża się specyfika aktu sztucznej inteligencji? Aktem AI jest nie tyle samo działanie (jak w przypadku człowieka), ale raczej „odniesienie”. To odniesienie, inaczej niż u człowieka, nie odnosi się do rozumu i woli, ale do algorytmów i procesów uczenia maszynowego. Najbardziej sztuczna inteligencja przypomina człowieka w tym, że się uczy, to znaczy jest zdolna do przeprogramowywania danych i poprawę ich wydajności bez podchodzenia na nowo do każdego kolejnego zadania. Interesujące w tym względzie jest stanowisko Polski po przyjęciu „Artificial Intelligence Act”¹⁷ (13.03.2024). Polska wskazała 13 kluczowych kierunków rozwoju sztucznej inteligencji. Warto przywołać najważniejsze: ocena ryzyka, lista zakazanych praktyk, nadzór człowieka nad systemami wysokiego ryzyka, nałożenie obowiązku gwarantowania przejrzystości, uwzględnienie ochrony środowiska i wpływu na prawa podstawowe czy wprowadzenie kodeksu dobrych praktyk (code of practice)¹⁸.

Ramy technologiczne i etyczne dla zachowania nadzoru człowieka nad „aktem” sztucznej inteligencji

Do zobrazowania zakresów nadzoru człowieka nad systemami sztucznej inteligencji niezbędne jest, przynajmniej w załączku, nakreślenie typów i poziomów zaawansowania AI. Najbardziej popularny podział wyraża się we wskazaniu jej trzech typów: Artificial Narrow Intelligence (ANI), Artificial General Intelligence (AGI) oraz Artificial Super Intelligence (ASI). Pierwszy typ – to zresztą jedyny jaki istnieje obecnie – sprowadza się do systemów rozpoznawania mowy, autonomicznych pojazdów czy asystentów głosowych¹⁹. Drugi typ zakłada rozwój sztucznej inteligencji na poziomie maszyn świadomych kontekstu²⁰. Trzeci typ odnosi się do przewyższenia zdolności człowieka na praktycznie wszystkich poziomach, nawet zakładając rozwój własnych emocji i potrzeb AI. Nie

¹⁶ A. Łukawski, *Generatywna sztuczna inteligencja (GenAI) a kreatywność*, Zintegrowana Platforma Edukacyjna Ministerstwa Edukacji Narodowej, <https://zpe.gov.pl/a/i-o-kreatywnosci-generatywnej-sztucznej-inteligencji-11-generatywna-sztuczna-inteligencja-genai-a-kreatywnosc/D16yodZxY>, (dostęp 13.09.2024).

¹⁷ Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2024/1689 z dnia 13 czerwca 2024 r. w sprawie ustanowienia zharmonizowanych przepisów dotyczących sztucznej inteligencji oraz zmiany rozporządzeń (WE) nr 300/2008, (UE) nr 167/2013, (UE) nr 168/2013, (UE) 2018/858, (UE) 2018/1139 i (UE) 2019/2144 oraz dyrektyw 2014/90/UE, (UE) 2016/797 i (UE) 2020/1828 (akt w sprawie sztucznej inteligencji) (Tekst mający znaczenie dla EOG), European Union, EUR-Lex, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/?uri=CELEX:32024R1689>, (dostęp 14.06.2024).

¹⁸ Polskie stanowisko w sprawie AI Act, cyt. za <https://www.gov.pl/web/ai/rewolucja-w-regulacji-wchodzi-w-zycie-akt-o-ai> (dostęp 14.09.2024).

¹⁹ S. Fourtané, *The Three Types of Artificial Intelligence: Understanding AI*, <https://ir.westcliff.edu/wp-content/uploads/2020/01/The-Three-Types-of-Artificial-Intelligence-Understanding-AI.pdf>, (dostęp 11.07.2024).

²⁰ Ch. Manning, *Artificial Intelligence Definitions*, Stanford University, Human-Centered Artificial Intelligence, September 2020, <https://hai.stanford.edu/sites/default/files/2020-09/AI-Definitions-HAI.pdf>, (dostęp 12.04.2021).

trzeba dodawać, że ten typ sztucznej inteligencji budzi najwięcej obaw etycznych i zagrożeń²¹. Chociaż oczywiście nie można wykluczyć zagrożeń nawet na najniższym poziomie, o czym świadczą bieżące doniesienia prasowe. Jednym z ostatnich przypadków tego typu było nadpisywanie kodów wbrew czy obok świadomości i nadzoru człowieka, co w ocenie specjalistów jest rzeczą niedopuszczalną²²

Na obecnym etapie rozwoju sztucznej inteligencji można stwierdzić, że systemy te nie mogą być moralnie odpowiedzialne, gdyż stworzył je człowiek. Odpowiedzialność ta obejmuje zakres od projektowania po implementację. Pojawia się jednak, wraz z rozwojem AI, problem coraz mniejszego kontrolowania systemu przez człowieka. Już na początku obecnego wieku przewidywano w tym względzie tzw. „luki odpowiedzialności” (responsibility gap)²³. Wszystko to pokazuje, jak wielka odpowiedzialność musi spoczywać na ludziach i jak po raz kolejny potwierdza się teza, że działanie AI można nazwać aktem wyłącznie w zestawieniu z nadzorującym człowiekiem. Pytaniem otwartym pozostaje, kiedy człowiek utraci (jeśli ciągle funkcjonujemy jeszcze w czasie przyszłym) realny nadzór nad pracą systemów?

W odniesieniu do powyższych refleksji wydaje się sprawą oczywistą, że człowiek – pod żadnym pozorem – nie może zwolnić się od odpowiedzialności. Zamiast analizować problem, na ile sztuczna inteligencja przejmie dotychczasowe zadania człowieka, może warto postawić pytanie, na ile w obliczu rozwoju AI to człowiek musi uświadomić sobie nowe obszary własnej odpowiedzialności? Można w tym kluczu odnotować dwa kierunki, które dotyczą wymiaru społecznego wpływu sztucznej inteligencji. Pierwszy wiąże się z rozwojem i kierunkiem przyszłych badań, które pozwolą na jeszcze lepsze wykorzystanie AI w wymiarze społecznym. Drugi wymiar bierze pod uwagę niebezpieczeństwa i przewidywanie skutków ubocznych jej zastosowania. W pierwszym obszarze można wyróżnić wpływ na szeroko pojętą służbę zdrowia, od profilaktyki poczynając, poprzez diagnostykę, aż po działania opiekuńcze nad chorymi. Ponadto AI może wspierać ochronę środowiska, monitorowanie przestrzeni miejskich oraz zarządzanie urbanizacją i przemysłem. Dotyczą także mobilności i bezpieczeństwa transportu. Drugi obszar zagrożeń musi być szczególnie analizowany przez różne organizacje międzynarodowe jak Organizacja Narodów Zjednoczonych, Unia Europejska czy inne o zasięgu ponadnarodowym²⁴. W odniesieniu do wspomnianych organizacji warto powiązać działania AI z Agendą 2030 ONZ przyjętą rezolucją z dnia 25 września 2015 roku²⁵. W tym kontekście (17 celów

²¹ S. Fourtané, *The Three Types of Artificial Intelligence: Understanding AI*, art. cyt.

²² M. Tomanek, *Zagrożenia sztucznej inteligencji. Model AI modyfikował swój kod*, *Holistic News*, 14.10.2024, <https://holistic.news/model-ai-sam-chcial-zmienic-swoj-kod-naukowcy-sa-zaskoczeni/> (dostęp 14.10.2024).

²³ M. Constantinescu, C. Voinea, R. Uszkai, C. Vică, *Understanding responsibility in Responsible AI. Dianoetic virtues and the hard problem of context*, „Ethics and Information Technology” (2021), s. 807, <https://link.springer.com/article/10.1007/s10676-021-09616-9>, (dostęp 15.09.2024).

²⁴ M. Ghallab, *Responsible AI: requirements and challenges*, Springer Open, 3.09.2019 <https://aiperspectives.springeropen.com/articles/10.1186/s42467-019-0003-z> (dostęp 17.09.2024).

²⁵ *Agenda 2030 na rzecz zrównoważonego rozwoju (Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development)*, tekst polski cyt. za <https://www.gov.pl/web/rozwoj-technologie/agenda-2030> (dostęp 12.07.2021).

wskazanych w Agendzie) na związek wymiaru społecznego i sztucznej inteligencji wskazuje się w obszarze realizacji następujących celów: interpretacja i przetwarzanie zdjęć satelitarnych, szczególnie w aspekcie pozyskiwania żywności i rozwoju rolnictwa (SDG 2) oraz w programach ochrony środowiska (SDG 6, 13, 17); szybsze udostępnianie i interpretacja danych medycznych, szczególnie w aspekcie pandemii i innych zagrożeń epidemiologicznych (SDG 3), a także wspieranie procesu rozwoju tzw. inteligentnych miast (SDG 11)²⁶.

Mówiąc o odpowiedzialności za wykorzystanie sztucznej inteligencji, warto sięgnąć do modeli już wypracowanych, z całą świadomością faktu, że przygotowanie poszczególnych krajów, w tym krajów członkowskich Unii Europejskiej nie jest w tym względzie jednorodne. Niewątpliwie do liderów wdrażania ram etycznych i prawnych w zakresie AI należy Holandia, która w Global Index on Responsible AI²⁷ zajęła pierwsze miejsce. Do zasadniczych punktów rozwiązań holenderskich można zaliczyć: transparentność i odpowiedzialność w zarządzaniu AI – szczególnie jest to realizowane przez kampanie informacyjne oraz „open instruments”, pozwalające na wgląd w to w jaki sposób powstają decyzje w oparciu o sztuczną inteligencję; wprowadzono ogólnokrajowy rejestr algorytmów, dzięki czemu obywatel ma pełną świadomość jakie algorytmy zostają wykorzystywane w decyzjach społecznych; znaczenie zaufania publicznego do rozwiązań AI – w tym momencie wraca klasyczne przekonanie o zaufaniu jako warunku komunikacji²⁸; niski poziom nieufności wobec nowych technologii – co jest charakterystyczne dla społeczeństwa holenderskiego²⁹. Oczywiście należy nieco ostudzić emocje związane z rozwiązaniami holenderskimi, gdyż można w nich znaleźć jeszcze wiele braków. Jednym z nich jest to, że wspomniany rejestr algorytmów jest opracowany na bardzo dużym poziomie ogólności. Bardziej szczegółowe wyszukiwanie nie przynosi oczekiwanych rezultatów. We wprowadzaniu algorytmów nie obyło się bez niespodzianek, szczególnie w sektorze podatkowym³⁰. Inną bolączką rejestru jest to, że pomimo iż Holandię uważa się za lidera w tej kwestii, przez długi czas rejestr funkcjonował wyłącznie w języku niderlandzkim, co – biorąc pod uwagę znaczenie tematyki – wydaje się czymś dziwnym, zwłaszcza, że na tych rozwiązaniach mogłaby się wzorować, a przynajmniej uczyć na błędach cała Unia Europejska³¹. Są oczywiście pewne rozwiązania budzące nadzieję w tym względzie, cho-

²⁶ M. Ghallab, *Responsible AI: requirements and challenges*, art. cyt.

²⁷ D.M. Popa, *Frontrunner model for responsible AI governance in the public sector: the Dutch perspective*, 27.09.2024, <https://link.springer.com/article/10.1007/s43681-024-00596-2> (dostęp 1.10.2024).

²⁸ Pisałem o tym szerzej – J.A. Sobkowiak, *Trust as a Condition of Getting to Know the Truth: The Anthropological Aspect* – „Studia Theologica Varsaviensia”, 2016 nr 2, s. 195-208.

²⁹ D.M. Popa, *Frontrunner model for responsible AI governance in the public sector: the Dutch perspective*, art. cyt., s. 1-3.

³⁰ A. Stępień, E. Dęmska, *Postępowania przyszłości. Holenderski algorytm ostrzeżeniem dla Europy*, Crido: blog podatkowy, 1.02.2023 <https://crido.pl/blog-taxes/postepowania-przyszlosci-holenderski-algorytm-ostrzezeniem-dla-europy/> (dostęp 2.10.2024).

³¹ D.M. Popa, *Frontrunner model for responsible AI governance in the public sector: the Dutch perspective*, art. cyt., s. 9-10.

ciażby rejestr algorytmów w Amsterdamie, funkcjonujący już zarówno w języku niderlandzkim, jak również angielskim³².

Powróćmy zatem do wątku wyjściowego niniejszego artykułu, do próby porównania aktu ludzkiego z aktem sztucznej inteligencji. W akcie ludzkim to, co istotne, to przedmiot, intencja i okoliczności. W literaturze przedmiotu dotyczącej klasycznych rozwiązań etycznych dwa pierwsze punkty wydają się dość oczywiste. Nawet jeśli przyjmiemy, że motywacja człowieka i motywacja sztucznej inteligencji różnią się zasadniczo, chociażby w odniesieniu do całej warstwy biologicznej, której nie zakłada sztuczna inteligencja, czy w dalszej perspektywie wizja postbiologicznej cywilizacji, wydaje się, że tym, co najbardziej wpływa na zbliżanie się do siebie „aktów” człowieka i maszyny, jest poziom okoliczności. To one sprawiają, że w odniesieniu do nich (czyli w reakcji na), nie zaś w działaniu podmiotowym (działaniu świadomym i wolnym) akt ludzki i akt AI stają się najbardziej podobne. I w tym wymiarze sztuczna inteligencja w pewien sposób trafniej, szybciej i skuteczniej reaguje na bodźce płynące ze świata zewnętrznego³³.

W klasycznym rozumieniu okoliczności sprowadzały się do kilku fundamentalnych pytań: kto, co, gdzie, dlaczego, kiedy, jakimi środkami, w jaki sposób³⁴. Nieco inaczej należy podchodzić do okoliczności, na które „reaguje” sztuczna inteligencja. Z punktu widzenia obszaru poszukiwań niniejszego artykułu ważne są przede wszystkim okoliczności technologiczne, a wśród nich dostęp do danych. Jak zauważa wielu autorów, dane nie są neutralne. Zawsze dotyczą czyjejs prywatności, ich zdobywanie może odbywać się na wiele sposobów. Chociaż więc sztuczna inteligencja korzysta z pozornie neutralnych informacji i danych, to sposób ich pozyskiwania i przetwarzania nie jest już neutralny³⁵. Wśród najważniejszych kwestii etycznych wskazuje się na wykluczenie słabszych grup społecznych, gromadzenie danych i obawy dotyczące ich prywatności oraz szeroko pojęte zarządzanie algorytmiczne, które dotyczy bezpośrednio np. losu pracownika, a jest zupełnie pozbawione wymiaru ludzkiego, chociażby empatii. Algorytmy mogą również wykrywać prywatne dane zanim zostaną wprowadzone do modelu³⁶. O pewnych systemowych niebezpieczeństwach AI wspominałem już, mówiąc o nadpisywaniu kodów przez system.

Warto również zwrócić uwagę na interesujący wątek powiązania teorii sprawiedliwości J. Rawlsa z obecnymi poszukiwaniami podstaw etycznych. Wśród zasadniczych

³² City of Amsterdam Algorithm Register, <https://algorithregister.amsterdam.nl/en/ai-register/> (dostęp 2.10.2024).

³³ J. Pilsner, *Circumstance*, w: *The Specification of Human Actions in St Thomas Aquinas* (ed. J. Pilsner), Oxford 2006, s. 172-298.

³⁴ T. Zadykiewicz, Hasło: *Czyn ludzki*, w: *Jan Paweł II. Encyklopedia nauczania moralnego*, red. J. Nagórny, K. Jeżyna, Polskie Wydawnictwo Encyklopedyczne, Radom 2005, s. 131.

³⁵ *Atlas of AI: Power, Politics, and the Planetary Costs of Artificial Intelligence* by Kate Crawford Yale University Press, New Haven, CT, U.S.A 2021, polskie wydanie K. Crawford, *Atlas sztucznej inteligencji. Władza, pieniądze i środowisko naturalne*, wyd. Bo.wiem, Kraków 2024, szczególnie rozdział 3: *Dane*, s. 97.

³⁶ R. Townsend, P. Kostro, *Etyczne podejście do danych i AI ma biznesowy sens*, MIT Sloan, Management Review Polska, 8.09.2023, <https://mitsmr.pl/b/etyczne-podejscie-do-danych-i-ai-ma-biznesowy-sens/PCr83KVMr> (dostęp 4.10.2024).

kwestii zauważa się między innymi równość wolności podstawowych (Basic Liberties). Jest to nawiązanie do tradycyjnego nauczania Rawlsa, które polegało na tym, że wszelki postęp praw może dokonywać się tylko wtedy, jeśli w punkcie wyjścia zapewni się wszystkim wolności podstawowe³⁷. Innym wymiarem jest zasada równości szans (Equality of Opportunity)³⁸. Rawls w swojej teorii stosując zasłonę niewiedzy, dążył do tego, aby wyeliminować uprzedzenia. W tym znaczeniu należy zadbać o równy dostęp do rekrutacji, oceny wyników pracy czy edukacji. Kolejnym czynnikiem jest dopuszczanie różnic (Difference Principle)³⁹. W teorii Rawlsa przyjmuje się założenie, że dopuszczać nierówności można tylko wtedy, gdy są na korzyść najbardziej pokrzywdzonych. W tym sensie sztuczna inteligencja nie może pogłębiać nierówności. Podsumowując: związek podstaw etycznych dla zastosowań sztucznej inteligencji z teorią sprawiedliwości Rawlsa, wydaje się, że podstawowe zasady etyczne jawią się jako niezmiennie, niezależnie od okoliczności. Należy bowiem pamiętać, że przywołaną teorię ogłosił Rawls już w 1971 roku.

W dotychczas prowadzonej refleksji porównano akt sztucznej inteligencji z aktem działania świadomego człowieka. Należy jednak zauważyć, przywołując chociażby koncepcję Paula Ricoeura, że w działaniu ludzkim istnieją działania dobrowolne i mimowolne, świadome i nieświadome⁴⁰. Mimowolności nie da się wyraźnie oddzielić od dobrowolności, szczególnie w złożonym akcie ludzkim. Niemniej ciekawym związkiem myśli Ricoeura i refleksji nad sztuczną inteligencją jest kwestia tożsamości narracyjnej. Otóż dla Ricoeura była ona czymś podstawowym. Człowiek dzięki narracji, w poszczególnych jej etapach, odkrywał siebie coraz głębiej. Narracja leżała jednak po stronie podmiotowości osoby. Jeśli zaś dopuści się dane zewnętrzne, zwłaszcza takie, które w sposób jakby mimowolny będą miały wpływ na człowieka, wtedy zaczynamy dotykać podstawowej kwestii ludzkiej tożsamości jaką jest niepowtarzalność. W ten właśnie sposób – jakby mimowolnie – sztuczna inteligencja zaczyna coraz bardziej wiązać się z transhumanizmem⁴¹ i przejściem od tego co specyficznie ludzkie w stronę postbiologii.

Ważne w podejściu do aktu sztucznej inteligencji jest uświadomienie sobie, że jednym z większych niebezpieczeństw „wymknięcia się” odpowiedzialności poza świadome spektrum człowieka jest dopuszczenie do dwóch typów błędów: „Omission Error” – zwanego błędem przeoczenia, gdy człowiek nie zauważa błędu oprogramowania oraz „Commission Error” – gdy człowiek nie potrafi zidentyfikować komunikatu o błędzie wynikającym

³⁷ S. Westerstrand, *Reconstructing AI Ethics Principles: Rawlsian Ethics of Artificial Intelligence*, 5.08.2024, SpringerLink <https://link.springer.com/article/10.1007/s11948-024-00507-y> (dostęp 7.10.2024), s. 6-8 (cytuję za pobranym plikiem pdf).

³⁸ Tamże, s. 10-11.

³⁹ Tamże, s. 12-13.

⁴⁰ Warto przywołać chociażby publikacje z pierwszego okresu twórczości, poświęconego eidetyce woli czy drugiego, w którym przełomowe badania zostały zawarte w serii „Czas i opowiadanie”, gdzie Ricoeur analizuje teorię czasu, działania i historii. Wpisuje się w to także rozwinięta przez francuskiego filozofa tożsamość narracyjna.

⁴¹ M. Kumorek, *Sztuczna inteligencja a tożsamość narracyjna: perspektywa transhumanistyczna*, „Argument: Biannual Philosophical Journal”, vol. 13 (2023) nr 1, s. 60-62.

z nieprawidłowo przebiegającego procesu automatyzacji, w którym to procesie system chce zastąpić informacje prawidłowe nieprawidłowymi⁴². Te mimowolne działania rodzą trudności na poziomie etycznym, chociażby w odniesieniu do pojazdów autonomicznych, gdzie system musi wybrać między dwoma grupami ofiar. Inną pobudką działań mimowolnych jest błąd algorytmu wynikający z niepełnych danych. Prowadzi to wtedy do niezamierzonych skutków⁴³. Wraca po raz kolejny potrzeba odwołania się do bardziej ogólnych zasad etycznych, chociażby potrzeba wspomnianych już kryteriów działań o podwójnym skutku (drugi można tu uznać bądź jako nieprzewidywalny, bądź jako negatywny, zakładany jako możliwy), gdy jednak samo działanie jest podejmowane ze względu na akt oceniany pozytywnie w sensie etycznym.

W kontekście tak rozumianych ram podmiotowych – dla intelektualnej uczciwości – należy przywołać choć w zarysie inne spojrzenie na człowieka, który w moim przekonaniu stał się właśnie dlatego tak bardzo podatny nie tylko na myślenie innych, ale nawet na rozumienie sztucznej inteligencji jako „każdego innego”. Jedną z myślicielek, która w sposób przekonujący opisuje konstytutywne przygotowanie człowieka do zajęcia takiego miejsca w świecie, jest niezycząca już od półwiecza Hannah Arendt. Jak zauważa Seyla Benhabib, Arendt analizując koncepcję sądu estetycznego I. Kanta, zaproponowała przeniesienie go na grunt publiczny. Proponuje ideę *sensus communis*, w której upatruje rozszerzenie indywidualnego osądu człowieka o widzenie jakie jest udziałem innych, dzięki temu człowiek może zestawić swoje widzenie świata z postrzeganiem go przez innych, by w ten sposób uniknąć iluzji subiektywności. Można tu dostrzec Kantowską ideę uniwersalizacji, która w tworzeniu własnego sądu każe niejako postawić się na miejscu każdego innego człowieka. Jak twierdzi Arendt, siła takiego sądu polega na porozumieniu i nawet wtedy, gdy człowiek jest sam w swojej refleksji nie zestawia siebie ze sobą i sobą jako innym, ale z innym w wymiarze przynajmniej wyobrażanego porozumienia. Człowiek potrzebuje więc innych, na których miejscu (in whose place) musi nauczyć się myśleć i postrzegać świat ich oczami⁴⁴.

Potrzeba konstytutywnych rozwiązań (CAI) i (CCAI)

Skoro człowiek pojmowany w ramach *sensus communis* nie obroni się sam przed sztuczną inteligencją jako swoistym wszechświatowym pojmowaniem rzeczywistości, należałoby go zabezpieczyć pewnymi jasnymi ramami czy kryteriami. Jednym z pierwszych podejść do rozwiązania tego problemu jest propozycja pewnych naczelných zasad w kluczu tzw. Explainable AI. Najprościej można określić Explainable AI (XAI) jako wyjaśnialną sztuczną inteligencję, która odnosi się do zestawu technik i procesów, które pozwalają

⁴² P. Henz, *Ethical and legal responsibility for Artificial Intelligence*, SpringerLink 22.09.2021, <https://link.springer.com/article/10.1007/s44163-021-00002-4> – cytuję pobrany PDF s. 3, punkt 3 artykułu: Behavioral science, (dostęp 7.10.2024).

⁴³ Tamże, s. 3-4.

⁴⁴ S. Benhabib, *Judgment and the Moral Foundations of Politics in Arendt's Thought*, „Political Theory” vol. 16 (1988) nr 1, s. 39-40.

ludziom zrozumieć i ufać decyzjom podejmowanym przez modele sztucznej inteligencji. XAI jest szczególnie istotna w przypadkach, gdy modele te są bardzo złożone. Celem XAI jest zapewnienie przejrzystości działania modeli AI, aby użytkownicy mogli zrozumieć, dlaczego model podjął określoną decyzję. Ma to kluczowe znaczenie w takich dziedzinach, jak medycyna, prawo, finanse, gdzie konsekwencje decyzji AI mogą mieć duży wpływ na życie i zdrowie ludzi. Dzięki XAI możemy: zrozumieć proces decyzyjny modelu; zidentyfikować i poprawić błędy w modelu; zapewnić odpowiedzialność za decyzje AI. Do głównych zasad można zaliczyć: przejrzystość – modele AI muszą być zrozumiałe, a ich działanie przejrzyste; interpretowalność – decyzje AI muszą być możliwe do zinterpretowania przez ludzi; uzasadnienie decyzji – AI powinna być w stanie wyjaśnić, dlaczego podjęła taką a nie inną decyzję, szczególnie w sytuacjach, gdzie jej działania mogą budzić wątpliwości etyczne lub prawne; odpowiedzialność – konieczność zapewnienia, że AI nie działa w sposób szkodliwy, a jej decyzje mogą być przypisane odpowiedzialnym twórcom systemów⁴⁵.

Powyższe nakreślone ramy wyjaśnialności i interpretowalności systemów sztucznej inteligencji odnoszą się do powszechnego prawa rozumienia, idei według której każdy człowiek ma prawo zrozumieć, dlaczego system podjął taką a nie inną decyzję. Jest to kluczowy element budowania zaufania do przyszlých działań sztucznej inteligencji, jak również odpowiedzialności za nią. Nie jest celem niniejszego artykułu analizowanie bogatej literatury w tym zakresie, lecz zwrócenie uwagi jak przejrzystość i interpretowalność mogą przyczynić się do podniesienia na wyższy poziom etycznej refleksji nad tym zagadnieniem. Jest też coraz więcej studiów przypadku, które potwierdzają w praktyce badawczej przyjęcie tego typu rozwiązań⁴⁶.

Na zakończenie proponowanych refleksji nad „aktem” sztucznej inteligencji pragnę odwołać się do bardzo istotnego – w moim przekonaniu – artykułu poświęconemu obronie sztucznej inteligencji przez nią samą. Badania te zostały przeprowadzone pod kierunkiem Yuntao Bai i zespołu, a opublikowane w grudniu 2022 roku⁴⁷. To pierwsza na taką skalę próba tego, jak sztuczna inteligencja mogłaby nadzorować inną sztuczną

⁴⁵ *What is explainable AI?*, <https://www.ibm.com/topics/explainable-ai> (dostęp 11.07.2024). Szerzej na ten temat V. Božić, *Explainable Artificial Intelligence (XAI): Enhancing Transparency and Trust in AI Systems*, https://www.researchgate.net/publication/374478583_Explainable_Artificial_Intelligence_XAI_Enhancing_Transparency_and_Trust_in_AI_Systems (dostęp 14.06.2024), zob. także *Interpretability vs explainability: Understanding the Differences and Importance in the World of Artificial Intelligence*, <https://www.xcally.com/news/interpretability-vs-explainability-understanding-the-importance-in-artificial-intelligence/> (dostęp 16.06.2024).

⁴⁶ N. Balasubramaniam, M. Kauppinen, A. Rannisto, K. Hiekkänen, S. Kujala, *Transparency and explainability of AI systems: From ethical guidelines to requirements*, „Information and Software Technology”, July 2023, PDF <https://www.sciencedirect.com/search?q=Transparency%20and%20explainability%20of%20AI%20systems%3A%20From%20ethical%20guidelines%20to%20requirements&pub=Information%20and%20Software%20Technology&cid=271539> (dostęp 16.06.2024).

⁴⁷ Y. Bai et alii, *Constitutional AI: Harmlessness from AI Feedback*, <https://arxiv.org/abs/2212.08073> – tekst artykułu – <https://arxiv.org/pdf/2212.08073> (dostęp 18.10.2024).

inteligencję bez zbędnego udziału człowieka (without any human feedback labels for harms). Jest to próba zbudowania „nieszkodliwego asystenta AI”, który po odpowiednim wytrenowaniu mógłby nadzorować inne systemy. Model ten autorzy nazywają „Constitutional AI” (CAI). Metoda ta nazywa się konstytucyjną, gdyż w zamyśle może trenować inne systemy wyłącznie poprzez krótkie listy zasad, czyli konstytucję⁴⁸.

Pierwszym krokiem jest tzw. skalowanie nadzoru. Zakłada się, że nadzór AI może być bardziej efektywny niż nadzór człowieka. Podejmuje się także próbę łączenia nadzoru człowieka i nadzoru AI w celu polepszenia efektywności nadzoru w stosunku do nadzoru jaki człowiek i maszyna mogłyby wykonywać osobno. Kolejnym motywem było zbudowanie takiego systemu nadzoru AI, który ze świadomością, że już dzisiaj zdolności AI przekraczają ludzkie możliwości kontroli, mógłby właśnie dzięki odpowiednio wytrenowanej AI kontrolować inne systemy (w artykule ukazuje to rysunek 2, który na wykresie pokazuje „wyższość” nadzoru sztucznej inteligencji nad nadzorem człowieka. Novum tego badania było również to, że przyjęto zasadę, iż asystent AI, który na trudne pytania odpowiada „nie wiem” nie jest w niczym pomocny. Zatem spróbowano ograniczyć tzw. nieszkodliwość na rzecz pomocniczości – „A Harmless but Non-Evasive (Still Helpful) Assistant” – (s. 3).

Uczenie asystenta AI odbywało się na dwóch etapach: etap nadzorowany (krytyka – poprawa – uczenie nadzorowane). Polega to ogólnie na tym, że kiedy pada niewystarczająca odpowiedź, prosi się system o poprawienie zgodne z wytycznymi (CAI), dokonuje się kolejnej próby aż do momentu, gdy asystent osiąga pożądany poziom. Drugi etap to etap porównania, ale zamiast tradycyjnego oceniania odpowiedzi przez człowieka, tym razem ocenia AI w oparciu o zasady konstytucyjne. W pierwszych próbach badania nadzoru AI okazało się, że nadzorowanie przez sztuczną inteligencję dorównuje w prostych modelach nadzorowi człowieka (s. 6n). W trzecim punkcie artykułu opisano dokładnie przebieg badania. Przynajmniej w założeniu autorów przyjęto, że metoda kontrolowania przez AI bez nadzoru człowieka zwiększa ilość odpowiedzi nieszkodliwych oraz zdecydowanie poprawia zależność „nieszkodliwość-pomocniczość” (s. 7-9). Wynikałoby z tego, że modele nadzoru pracujące autonomicznie będą docelowo lepiej kontrolowały inne modele sztucznej inteligencji.

Powyższe badania cieszą się na ogół uznaniem wśród znawców problematyki. Zwraca się jednak uwagę na dwie zasadnicze kwestie: czy w pełni zautomatyzowany proces nadzoru jest w stanie wychwycić wszystkie niuanse ludzkich wartości i zasad etycznych oraz druga kwestia – czy w tworzeniu zasad konstytucyjnych AI nie powinno być etapu, w którym te zasady tworzy się w oparciu o szerszy kontekst społeczny⁴⁹. Etap ten nazywa się „Collective Constitutional AI” (CCA) w odróżnieniu od omówionego wcześniej (CAI).

⁴⁸ Tamże, s. 1. Dalsze odniesienia do stron będą podawał bezpośrednio w tekście – JS.

⁴⁹ Są już pierwsze próby takich rozwiązań – S. Huang, D. Siddarth et alii, *Collective Constitutional AI: Aligning a Language Model with Public Input*, <https://ar5iv.labs.arxiv.org/html/2406.07814v1>, (dostęp 18.10.2024).

Oczywiście są to jakieś próby „uetycznienia” procesów, które człowiek coraz bardziej oddaje maszynie. Z jednej strony rozwój sztucznej inteligencji jest tak galopujący, że przekracza granice możliwości nadzoru człowieka – można co najwyżej ograniczyć tempo procesu. Można też przyjąć drugą ścieżkę rozwoju i przyjąć, że skoro nie można zatrzymać postępu prac nad rozwojem AI, jak też samego uczenia maszynowego z jego wielorakimi odmianami, to przynajmniej niech nadzoruje je maszyna w oparciu o „ludzkie” ramy etyczne.

W jakim kierunku pójść dalsze prace nad rozwojem sztucznej inteligencji i która z dróg okaże się właściwa, pokaże przyszłość. Można się tylko zastanawiać, czy warto powstrzymać ludzki potencjał rozwoju, by mogły w sposób coraz mniej kontrolowany rozwijać się systemy sztucznej inteligencji i czy ostatecznie nie zgubi nas bezkrytyczne rozumienie idei postępu i zwykłe ludzkie lenistwo?

Bibliografia

- Agenda 2030 na rzecz zrównoważonego rozwoju (Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development)*, tekst polski cyt. za <https://www.gov.pl/web/rozwoj-technologie/agenda-2030> (dostęp 12.07.2024).
- Andrzejuk A, *Wolność w doktrynie Tomasza z Akwinu*, w: *Wolność człowieka i jej granice. Antologia pojęcia w doktrynach polityczno-prawnych. Od Starożytności do Monteskiusza*, red. O. Górecki, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2019, s. 149-170.
- Atlas of AI: Power, Politics, and the Planetary Costs of Artificial Intelligence* by Kate Crawford Yale University Press, New Haven, CT, U.S.A 2021, polskie wydanie K. Crawford, *Atlas sztucznej inteligencji. Władza, pieniądze i środowisko naturalne*, wyd. Bo.wiem, Kraków 2024, szczególnie rozdział 3: *Dane*, s. 97-128.
- Bai Y. et alii, *Constitutional AI: Harmlessness from AI Feedback*, s. 1-34, <https://arxiv.org/pdf/2212.08073> (dostęp 18.10.2024)
- Balasubramaniam N., Kauppinen M., Rannisto A., Hiekkanen K., Kujala S., *Transparency and explainability of AI systems: From ethical guidelines to requirements*, „Information and Software Technology”, July 2023, PDF – <https://www.sciencedirect.com/search?q=Transparency%20and%20explainability%20of%20AI%20systems%3A%20From%20ethical%20guidelines%20to%20requirements&pub=Information%20and%20Software%20Technology&cid=271539> (dostęp 16.06.2024).
- Benhabib S., *Judgment and the Moral Foundations of Politics in Arendt's Thought*, „Political Theory” vol. 16 (1988) nr 1, s. 29-51.
- Božić V., *Explainable Artificial Intelligence (XAI): Enhancing Transparency and Trust in AI Systems*, https://www.researchgate.net/publication/374478583_Explainable_Artificial_Intelligence_XAI_Enhancing_Transparency_and_Trust_in_AI_Systems (dostęp 14.06.2024) – artykuł PDF (preprint), s. 1-21.
- City of Amsterdam Algorithm Register, <https://algorithmeregister.amsterdam.nl/en/ai-register/> (dostęp 2.10.2024).
- Coeckelbergh M., *Artificial intelligence, the common good, and the democratic deficit in AI governance*, Springer, Published online 22.05.2024, s. 4-6, link do artykułu <https://link.springer.com/article/10.1007/s43681-024-00492-9> (dostęp 12.08.2024).
- Constantinescu M., Voinea C., Uszkai R., Vică C., *Understanding responsibility in Responsible AI. Dianoetic virtues and the hard problem of context*, „Ethics and Information Technology” (2021), s. 803-814, <https://link.springer.com/article/10.1007/s10676-021-09616-9>, (dostęp 15.09.2024).
- Davies B., *Happiness*, w: *The Oxford Handbook of Aquinas*, rozdział 17, ed. B. Davies i E. Stump, Oxford University Press, 2012, s. 227-237.

- Fourtané S., *The Three Types of Artificial Intelligence: Understanding AI*, <https://ir.westcliff.edu/wp-content/uploads/2020/01/The-Three-Types-of-Artificial-Intelligence-Understanding-AI.pdf>, (dostęp 11.07.2024).
- Franke Ch.A, Marques de Carvalho J., *Das Wesen der menschlichen Handlung bei Thomas von Aquin (The Essence of Human Action in Thomas Aquinas)*, „Revista Portuguesa de Filozofia”, 2023, vol. 79 (1-2), s. 479-506.
- Ghallab M., *Responsible AI: requirements and challenges*, Springer Open, 3.09.2019 <https://aiperspectives.springeropen.com/articles/10.1186/s42467-019-0003-z> (dostęp 17.09.2024).
- Henz P., *Ethical and legal responsibility for Artificial Intelligence*, SpringerLink 22.09.2021, <https://link.springer.com/article/10.1007/s44163-021-00002-4> (dostęp 7.10.2024), artykuł w PDF, s. 1-5.
- Huang S, Siddarth D. et alii *Collective Constitutional AI: Aligning a Language Model with Public Input*, <https://arxiv.labs.arxiv.org/html/2406.07814v1>, (dostęp 18.10.2024).
- Interpretability vs explainability: Understanding the Differences and Importance in the World of Artificial Intelligence*, <https://www.xcally.com/news/interpretability-vs-explainability-understanding-the-importance-in-artificial-intelligence/> (dostęp 16.06.2024).
- Jasiński K., *Czyn doskonalczy osobę. W kręgu perfekcjonizmu Karola Wojtyły*, „Studia Elbląskie” XIII(2012), s. 351-361.
- Karaś A., *Struktura aktu moralnego w ujęciu Mieczysława Gogacza*, „Studia Philosophiae Christianae” 47(2011) nr 2, s. 157-173.
- Kumorek, *Sztuczna inteligencja a tożsamość narracyjna: perspektywa transhumanistyczna*, „Argument: Biannual Philosophical Journal”, vol. 13 (2023) nr 1, s. 59-74.
- Łukawski A., *Generatywna sztuczna inteligencja (GenAI) a kreatywność*, Zintegrowana Platforma Edukacyjna Ministerstwa Edukacji Narodowej, <https://zpe.gov.pl/a/i-o-kreatywnosci-generatywnej-sztucznej-inteligencji-11-generatywna-sztuczna-inteligencja-genai-a-kreatywnosc/D16yodZxY>, (dostęp 13.09.2024).
- Manning Ch., *Artificial Intelligence Definitions*, Stanford University, Human-Centered Artificial Intelligence, September 2020, <https://hai.stanford.edu/sites/default/files/2020-09/AI-Definitions-HAI.pdf>, (dostęp 12.04.2021).
- Nęcka E., *Wolna wola czy wolne weto: rola świadomości w czynnościach wolicjonalnych*, s. 11-31, <https://www publikacje.pan.pl/Content/117527/PDF/Necka.pdf>, (dostęp 11.09.2024).
- Nęcka E., Prusak J., *Eksperymentalna psychologia woli : wolność i intencjonalność z perspektywy psychologii poznawczej i neuronauki*, 2016, s. 41-60.
https://www.academia.edu/66683464/Eksperymentalna_psychologia_woli_wolno%C5%9B%C4%87_i_intencjonalno%C5%9B%C4%87_z_perspektywy_psychologii_poznawczej_i_neuronauki, (dostęp 11.09.2024).
- Osborne T.M. Jr, *Human Action in Thomas Aquinas, John Duns Scotus & William of Ockham*, Washington DC: The Catholic University of America Press 2014.
- Parlament Europejski: *Sztuczna inteligencja: szanse i zagrożenia*, 20.06.2023, s. 1-6, https://www.europarl.europa.eu/pdfs/news/expert/2020/9/story/20200918STO87404/20200918STO87404_pl.pdf (dostęp 12.09.2024).
- Pastuszka J., *Filozoficzne i empiryczne pojęcie osoby ludzkiej*, „Roczniki Filozoficzne” vol. 11 (1963) nr 4, s. 45-60.
- Perska L., *Zatarte granice między sztuczną inteligencją a ludzką kreatywnością*, Elblog, 16.06.2024, <https://elblog.pl/pl/2024/06/16/zatarte-granice-miedzy-sztuczna-inteligencja-a-ludzka-kreatywnoscia/> (dostęp 13.09.2024).
- Pilsner, J. *Circumstance*, w: *The Specification of Human Actions in St Thomas Aquinas* (ed. J. Pilsner), Oxford 2006, s. 172-298.
- Polskie stanowisko w sprawie AI Act, cyt. za <https://www.gov.pl/web/ai/rewolucja-w-regulacji-wchodzi-w-zycie-akt-o-ai> (dostęp 14.09.2024).
- Popa D.M., *Frontrunner model for responsible AI governance in the public sector: the Dutch perspective*, 27.09.2024, <https://link.springer.com/article/10.1007/s43681-024-00596-2> (dostęp 1.10.2024).
- Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2024/1689 z dnia 13 czerwca 2024 r. w sprawie ustanowienia zharmonizowanych przepisów dotyczących sztucznej inteligencji oraz zmiany rozporządzeń (WE) nr 300/2008, (UE) nr 167/2013, (UE) nr 168/2013, (UE) 2018/858, (UE) 2018/1139 i (UE) 2019/2144

- oraz dyrektyw 2014/90/UE, (UE) 2016/797 i (UE) 2020/1828 (akt w sprawie sztucznej inteligencji) (Tekst mający znaczenie dla EOG), European Union, EUR-Lex, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/?uri=CELEX:32024R1689>, (dostęp 14.06.2024).
- Sheikh H., Prins C., Schrijvers E., *Mission AI. The New System Technology*, Springer (Open Acces) 2023, część I, rozdział 2: *Artificial Intelligence: Definition and Background*, s. 15-41, https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-031-21448-6_2 (dostęp 12.09.2024).
- Sobkowiak J.A., *Trust as a Condition of Getting to Know the Truth: The Anthropological Aspect* – „Studia Theologica Varsaviensia”, 2016 nr 2, s. 195-208.
- Stępień A., Dęmska E., *Postępowania przyszłości. Holenderski algorytm ostrzeżeniem dla Europy*, Crido: blog podatkowy, 1.02.2023 <https://crido.pl/blog-taxes/postepowania-przyszlosci-holenderski-algorytm-ostrezeniem-dla-europy/> (dostęp 2.10.2024).
- Tomanek M., *Zagrożenia sztucznej inteligencji. Model AI modyfikował swój kod*, Holistic News, 14.10.2024, <https://holistic.news/model-ai-sam-chcial-zmienic-swoj-kod-naukowcy-sa-zaskoczeni/> (dostęp 14.10.2024).
- Townsent R., Kostro P., *Etyczne podejście do danych i AI ma biznesowy sens*, MITSloan, Management Review Polska, 8.09.2023, <https://mitsmr.pl/b/etyczne-podejscie-do-danych-i-ai-ma-biznesowy-sens/PCr-83KVMR> (dostęp 4.10.2024).
- Westerstrand, S. *Reconstructing AI Ethics Principles: Rawlsian Ethics of Artificial Intelligence*, 5.08.2024, SpringerLink <https://link.springer.com/article/10.1007/s11948-024-00507-y> (dostęp 7.10.2024).
- What is explainable AI?*, <https://www.ibm.com/topics/explainable-ai> (dostęp 11.07.2024).
- Williams Th., *Human Freedom and Agency*, w: *The Oxford Handbook of Aquinas*, rozdział 15, ed. B. Davies i E. Stump, Oxford University Press, 2012, s. 199-208.
- Zadykowicz T., Hasło: *Czyn ludzki*, w: *Jan Paweł II. Encyklopedia nauczania moralnego*, red. J. Nagórny, K. Jeżyna, Polskie Wydawnictwo Encyklopedyczne, Radom 2005, s. 129-133.

Biogram

Jarosław Andrzej Sobkowiak – doktor nauk teologicznych w zakresie teologii moralnej, studia specjalistyczne z etyki – Centre Sévres, Paryż, adiunkt i kierownik Zakładu Dydaktyki Mediów w Instytucie Edukacji Medialnej i Dziennikarstwa, Dyrektor Centrum Komunikacji Społecznej i Cyfrowej UKSW, prodziekan ds. studenckich i kształcenia ustawicznego, redaktor naczelny półrocznika „Studia Theologica Varsaviensia”, członek zarządu (sekretarz) Stowarzyszenia Teologów Moralistów, członek Polskiego Towarzystwa Komunikacji Społecznej.

Zbigniew Treppa

Uniwersytet Gdański, Instytut Mediów, Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej

ORCID0000-0002-5974-689X

Rozplątać zaplątane. Co zawiodło w artykule „Więzi” z 27 lutego 2023 roku oraz w projekcie Teologii Politycznej poddanym krytyce w tym artykule?

Untangle the entangled. What failed in the “Więź” article of February 27, 2023 and in the Political Theology project criticized in this article?

Abstract

The implementation of the Political Theology project, which aimed to create new versions of the Divine Mercy image taken during the apparitions of St. Faustina in the 1930s, was subjected to devastating criticism in the *Więź* article. The issues raised by the article's author, who is a linguist, deal with complex issues in the theology of visuality. The theses contained therein fall short of the knowledge in this field. This article attempts to correct the errors contained in the *Więź* article. The analysis shows that not only the criticism of the project, but also the project itself, along with its implementation, contain a number of glaring flaws and irregularities. One of the conclusions is that the inadequate research base and lack of competence in the fields that the project unauthorizedly attempts to represent, instead of solving complex problems, make them even more intricate.

Keywords

image in worship, image of Christ, worship of the Divine Mercy, theology of visuality

Abstrakt

Realizacja projektu Teologii Politycznej, który miał na celu stworzenie nowych wersji obrazu Miłosierdzia Bożego wykonanego podczas objawień św. Faustyny w latach 30. XX w., została poddana druzgocącej krytyce w artykule „Więzi”. Zagadnienia poruszane przez autorkę artykułu, która jest lingwistką, dotyczą złożonej problematyki z zakresu teologii wizualności. Zawarte w nim tezy rozmiągają się jednak z wiedzą z tego zakresu. W niniejszym artykule podjęta została próba korekty błędów zawartych w artykule „Więzi”. Z analiz wynika, że nie tylko krytyka projektu, lecz również sam projekt wraz z jego realizacją zawierają szereg rażących wad i nieprawidłowości. Jednym z wniosków jest to, że niewystarczająca baza badawcza i brak kompetencji w dziedzinach, które w nieuprawniony sposób próbuje się reprezentować, zamiast rozwiązywać skomplikowane problemy, czynią je jeszcze bardziej zawiłymi.

Słowa kluczowe

obraz w kulcie, wizerunek Chrystusa, kult Miłosierdzia Bożego, teologia wizualności

Celem tego artykułu jest wyjaśnienie, na czym polegają błędy zawarte w artykule Ewy Kiedio „Namalować katolicyzm od nowa. Co w tym przedsięwzięciu zawiodło?”. Jednym z celów tego artykułu jest także wyjaśnienie, na czym polegają nieporozumienia, jakie narosły w kwestii traktowania obrazu w Kościele rzymsko-katolickim. Artykuł „Więzi” z 27 lutego 2023 roku jest bardzo pomocny w osiągnięciu tego celu, ponieważ kumuluje on i powiela szereg stereotypowych i błędnych przekonań dotyczących sfery wizualności w życiu wiary, które w niektórych przekazach medialnych są ukazywane w pogmatwany sposób.

Jedno z zagadnień podjętych w artykule „Więzi” ma wymiar uniwersalny i związane jest z korzeniami szeroko rozumianego wizerunku Chrystusa posiadającego swoje ugruntowane miejsce w ikonografii chrześcijańskiej. Ten temat jest niejako tłem dla spekulacji podjętych przez autorkę, które w dużej mierze zostały przez nią wyrażone w sposób bardzo kategoriyczny i z pominięciem rzeczowej argumentacji. Wiele twierdzeń zawartych w artykule przyjmuje także postać konfabulacji autorki, choć wywołują one sugestie, jakoby miały rangę pewników religijnych lub naukowych. Rozważania autorki dotyczą realizacji pewnego projektu Teologii Politycznej, którego celem było „opowiedzieć prawdy wiary językiem współczesnej sztuki”. Wnioski będące efektem tej krytyki są niezrządkiem sprzeczne z aktualnym stanem wiedzy z zakresu teologii wizualności, antropologii obrazu a nawet historii Kościoła, czyli obszarów badawczych, których krytyka dotyczy.

Podstawowym celem projektu Teologii Politycznej było zrealizowanie przez dziesięciu malarzy nowych wersji obrazu Miłosierdzia Bożego, którego wzór został ukazany św. Faustynie przez Jezusa Chrystusa podczas objawień w latach 30. XX w. Definiując kluczowe elementy tego wzoru przekazane przez mistyczkę, autorzy projektu z niezrozumiałych względów oparli się wyłącznie na jednym ze źródłowych tekstów, w którym zawarte są informacje na jego temat, ignorując inne dostępne źródła, które w znaczący sposób dopełniają charakterystykę obrazu pochodzącego z objawień mistyczki. Brak pełnego dostępu do źródeł sprawił, że realizatorzy projektu nie mogli w wystarczającym stopniu prawidłowo wykonać powierzonego im zadania.

Aby zrozumieć, na czym polegają powyższe aberracje, nieodzowne wydaje się rozplątanie nieporozumień i błędnych zapatrywań zawartych zarówno w projekcie, jak i w jego krytyce, co w obu przypadkach jawi się jako swoista komedia pomyłek, która bynajmniej nie jest zabawna.

Sprzeczność między Prawdą Chrystusa a Chrystusem historii?

Patrząc z perspektywy teologii duchowości i historii obrazu, nie można zgodzić się z kategoriyczną wypowiedzią redaktorki „Więzi”, która stwierdza: „dla życia wiary znacznie istotniejsza od tego, jak faktycznie wyglądał Chrystus, jest wewnętrzna Prawda niesiona przez Jego twarz, która od tej rzeczywistej, historycznej może być bardzo odległa.

¹ E. Kiedio, *Namalować katolicyzm od nowa. Co w tym przedsięwzięciu zawiodło?*, strona internetowa Więzi z 27.02.2023 r., <https://wiedz.pl/2023/02/27/namalowac-katolicyzm-od-nowa/> (dostęp 19.03.2023 r.).

Przykładu, w czym rzecz, dostarcza sztuka ikony, silna właśnie porzuceniem ziemskich, doczesnych realizmów”².

Ewa Kiedio nie myli się, stwierdzając, że siła „sztuki ikony” polega na „porzuceniu ziemskich, doczesnych realizmów”, ponieważ wizerunki, które tworzy się w ramach tej sztuki symbolizują rzeczywistość przemienioną, przebóstwioną, która nie podlega porządkowi doczesnemu. Między innymi dlatego autorzy świętych ikon rezygnują z realizmu, który ujawnia się w obrazie w takiej postaci, jak widzi się rzeczywistość ludzkimi oczami, np. podczas oglądania czyjejś twarzy modelowanej światłowieniem. Rzecz jednak w tym, że światłowien w porządku naturalnym jest efektem działania światła stworzonego, czyli emitowanego przez słońce, ogień świec czy światło elektryczne. Rezygnacja przez ikonopisarzy ze światłowienia wynikającego z obserwacji zjawisk naturalnych na korzyść odzwierciedlenia w ikonie światła niestworzonego, które nie wywołuje światłowienia w rozumieniu fizycznym, jest właśnie „porzuceniem ziemskich, doczesnych realizmów”, o których pisze autorka. Jednakże autorzy świętych ikon nigdy nie zrezygnowali z troski o ukazanie prawdziwych rysów Jezusa, czyli „jak Chrystus rzeczywiście wyglądał”, ponieważ oznaczałoby to, że w czasie, gdy powstawały pierwsze ikony, istniała dowolność w odzwierciedlaniu jego prawdziwych rysów twarzy, co nie odpowiada faktem historycznym.

Historia obrazu kultowego ujawnia dokładnie odwrotną tendencję, aniżeli przedstawia to autorka artykułu Więzi. Najstarsze znane ikony, poza odzwierciedlaniem w nich bogactwa duchowego przekazu mającego korzenie biblijne respektują cechy fizyczne twarzy Chrystusa, choć ich opisu na próżno byłoby szukać w Biblii. Brak jakichkolwiek informacji w księgach Nowego Testamentu na temat cech fizycznych Chrystusa jest jedną z przyczyn wyciągania pochopnych i nieuprawnionych wniosków na temat możliwości odzwierciedlenia Jego postaci z taką pewnością, jak czyni się to, np. cytując zawarte w tych księgach słowa Mistrza z Nazaretu. Istnieją jednak źródła wizualne, tak samo wiarygodne jak teksty nowo testamentalne, które są w dodatku od nich starsze. To właśnie na ich podstawie ikonopisarze starali się odzwierciedlać wizerunek Chrystusa w taki sposób, żeby nie utracić nic z tego „jak faktycznie [On] wyglądał”.

W związku z powyższym nie powinno się stopniować różnych prawd „niesionych przez twarz” Chrystusa pod kątem ich istotowości, czy w arbitralny sposób hierarchizować ich pod kątem ważności dla „życia wiarą”, jak czyni to redaktorka „Więzi”. Nie powinno się tego czynić, ponieważ Prawda Chrystusa jest jedna i niepodzielna, co najwyższej można w niej wyróżnić różne aspekty. W dostępnym nam porządku wiary, „Prawda niesiona przez twarz” Chrystusa wynika właśnie w sposób najpełniejszy z „tego, jak faktycznie wyglądał Chrystus”. Jeśli z innej twarzy niż twarz Chrystusa można odczytać Jego Prawdę, to będzie to zawsze Prawda uboższa o to, co zawiera ta jedna jedyna, niepowtarzalna twarz, która w świetle prawd wiary chrześcijańskiej jest typem wszystkich innych ludzkich twarzy. To właśnie twarz Chrystusa w połączeniu z Jego imieniem, które Anioł

² E. Kiedio, art. cyt.

objawił Matce Bożej podczas Zwiastowania, pozwala poznać tożsamość Jezusa Chrystusa, która jest tożsamością Syna Bożego zarówno w porządkach historycznym, ziemskim, doczesnym, mistycznym czy niebiańskim. „Wewnętrzna Prawda niesiona przez Jego twarz”, nie może więc być „bardzo odległa” od twarzy „rzeczywistej, historycznej”, jak konfabuluje autorka.

W kontekście zagadnienia wizerunku Chrystusa, postrzeganie przez autorkę artykułu „Prawdy niesionej przez Jego twarz” jako czegoś odrębnego, oddzielnego, odległego od tego, „jak faktycznie wyglądał Chrystus” jest niezgodne z obiektywną wiedzą na ten temat. Kiedy autorka pisze o Prawdzie (pisanej wielką literą), należy też pamiętać, że Chrystus sam określał się właśnie jako Prawda (J 14, 6) i Prawda ta zawsze emanuje z rzeczywistej twarzy Chrystusa, niezależnie od tego, czy dotyczy to Jego ukazywań się bezpośrednio po swoim zmartwychwstaniu, czy też w czasach późniejszych, czyli w trakcie widzeń o charakterze mistycznym, jak było np. w przypadku św. Faustyny, której Chrystus nie tylko ukazał swój wizerunek, ale nakazał go namalować³. Zagadnienie to nie należy wyłącznie do domeny teologii wizualności, gdyż rozważa się je również w szerszym teologicznym kontekście, np. na gruncie teologii dogmatycznej, jak uczynił to reprezentant tej dyscypliny ks. prof. Lucjan Balter SAC, kiedy wyjaśniał zagadnienie ukazywań się Chrystusa w różnych czasach, nie tylko podczas Jego ziemskiego życia: „Skoro więc później [Zmartwychwstały] zechciał się ukazywać wybranym przez siebie osobom, to musiał się także materializować, ucieleśniać ‘po ludzku’, czego jednym z najnowszych przykładów są niewątpliwie widzenia św. Faustyny”⁴.

Chrystus Objawienia biblijnego a Chrystus doświadczeń mistycznych

W kontekście tematu podjętego w artykule „Więzi” odnoszącego się do projektu, w którego centrum postawiony został obraz pochodzący z objawień polskiej mistyczki, ważne jest, aby nie relatywizować „Prawdy niesionej przez twarz Chrystusa”, ponieważ przedstawiając św. Faustynie model obrazu dla kultu Bożego Miłosierdzia, Chrystus ukazał mistyczce swój prawdziwy obraz, który charakteryzuje się określonymi cechami fizycznymi. Są one niezmiennie, niezależnie od tego, czy objawienie to miałoby miejsce w czasach współczesnych, tysiąc lat wcześniej czy tysiąc lat później. Takie podejście do „Prawdy niesionej przez twarz Chrystusa” jest zgodne z najstarszą wizualną tradycją teologiczną oraz z objawieniem biblijnym, które mówi, że „Jezus Chrystus wczoraj i dziś, [jest] ten sam także na wieki” (Hbr 13, 8).

Zacytowana sentencja mówiąca o panowaniu nad czasem Syna Bożego, wskazuje nie tylko na Jego ponadczasowość w ogóle, ale również na ponadczasowość Jego wizerunku, niezależnie od tego, czy myślimy o czasach apostołskich, czy też o czasach, kiedy objawiał się On np. św. Faustynie. Jest rzeczą zastanawiającą, że podczas tych objawień „zmaterializowany” Chrystus ukazał siebie mistyczce jako wzór obrazu do namalowania,

³ F. Kowalska, *Dzienniczek*, Warszawa 1999, 47.

⁴ L. Balter SAC, *Eschatologia współczesna dla duszpasterzy i katechetów*, Kraków 2010, s. 15.

co miało miejsce w Płocku w 1931 r. a następnie ukazywał się wielokrotnie już po namalowaniu obrazu przez Eugeniusza Kazimirowskiego w 1934 r.⁵ Godne zanotowania jest również to, że namalowany podczas objawień s. Faustyny obraz został przez Chrystusa w trakcie tych objawień zaakceptowany i określony jako „wystarczający”, co doprowadziło do zakończenia licznych sesji malarskich⁶. Oznacza to, że w sposób wiarygodny odzwierciedla on wizerunek Chrystusa ukazany zakonnicy. Czy jednak św. Faustyna zobaczyła Jezusa Chrystusa w sposób realny, czy może był to obraz jedynie „wewnętrzny”?

Odnośnie do charakteru wizji zakonnicy, ciekawych danych na ten temat dostarczają badania ks. prof. Różyckiego, który został przez kard. Karola Wojtyłę wybrany do zbadania pism s. Faustyny. Pisząc swoją relację z badań, na podstawie informacji uzyskanych z kronik płockiego klasztoru, w którym przebywała św. Faustyna w 1931 r., doszedł on do ciekawego wniosku. Z tych kronik wynika, że w czasie, kiedy Chrystus ukazywał zakonnicy wzór obrazu Miłosierdzia Bożego, z jej okna wydobywały się promienie światła, które zostały zauważone przez postronne osoby, którymi opiekowały się siostry ze zgromadzenia s. Faustyny. O. Seraphim Michalenko amerykański zakonnik będący wicepostulatem w procesie kanonizacyjnym św. Faustyny, w taki sposób napisał o tej relacji ks. Różyckiego: „Trzeba pamiętać, że w tamtym czasie pokoje były oświetlane lampami naftowymi. Ich poblask mógł być widoczny przez okno, ale nie wypływające przez nie promienie światła. Teolog cenzor [ks. Różycki] stwierdził, że ta wizja nie była wewnętrzna, w umyśle Siostry, ale była poza nią, na zewnątrz”⁷.

Powyższa relacja zdaje się wskazywać na fakt, że widzenie Chrystusa przez św. Faustynę było realne, nie rozstrzyga natomiast tego, na czym opierać wiedzę, że twarz na obrazie namalowanym w Wilnie podczas trwania objawień rzeczywiście odzwierciedla faktyczny wygląd Chrystusa? Pozostaje więc wyjaśnić, czy relacja zakonnicy o wyglądzie Chrystusa opiera się na tym w jaki sposób On „faktycznie” wygląda?

Prawdziwa fotografia twarzy Chrystusa

Dzięki takim obrazom jak z Całunu Chrystusa, nazywanego w dzisiejszych czasach Całunem turyńskim, mamy dostęp do obrazu Jego realnej twarzy. Aby mógł zaistnieć ten wizerunek, nie potrzebował on żadnego pośrednictwa człowieka, jakiego potrzebowały np. słowa Chrystusa zapisane przez ewangelistów w Nowym Testamencie. Bez wątplenia ma rację dyrektor Instytutu Teologii Fundamentalnej KUL, ks. prof. Krzysztof Kaucha, kiedy pisząc o tym obrazie, przekazuje następującą myśl: „do dziś zadziwiające jest, że z tak odległych czasów zachowała się 'fotografia' tylko jednego człowieka – Jezusa z Nazaretu”⁸. W kontekście zagadnienia prawdziwości wizerunku Chrystusa, istotna jest też inna myśl

⁵ F. Kowalska, dz. cyt., 87; 437; 473; 500; 675; 1047; 1565.

⁶ Więcej na ten temat w mojej monografii: *Fenomen obrazu Miłosierdzia Wcielonego*, Gdańsk 2021, s. 115-116.

⁷ ⁶ S. Michalenko MIC, *The Image of Jesus – the Divine Mercy*, przeł. T. Król, Stockbridge 1999, s. 3 (mps).

⁸ K. Kaucha, *Czy grób naprawdę był pusty? Całun Turyński w teologii fundamentalnej*, „Roczniki Teologii Fundamentalnej i Religioznawstwa” 2012, nr 4(59), s. 38.

tego teologa: „Całun jest szczególnym znakiem i świadkiem kulminacyjnego wydarzenia Objawienia, bo utrwalonym w konkretnie materii, a nie tylko w tekstach natchnionych czy tradycji”⁹. Jeśli więc Całun Chrystusa jako obiekt posiada rangę „wydarzenia Objawienia” pisanego dużą literą, to taką samą rangę posiada też związany z nim integralnie obraz Chrystusa.

Patrząc z perspektywy teologii fundamentalnej, Całun uwiarygadnia wręcz samo chrześcijaństwo. „Abstrahując od wiary, [Całun] potwierdza historyczność Jezusa z Nazaretu [...] i obala hipotezy pozornej śmierci Jezusa (w tym letargu) i zastępstwa, a także hipotezy kradzieży Jego ciała z grobu” i właśnie między innymi dlatego, „Całun może być też widziany jako znak wiarygodności Kościoła” – konkluduje teolog¹⁰. Wiarygodność wizerunku Chrystusa z Całunu, który mówi, że tak „faktycznie wyglądał Chrystus” należy zatem mierzyć wiarygodnością obiektu, na którym występują też prawdziwe ślady krwi, którym w kulcie Kościoła przysługuje *latria*, czyli cześć, jaką oddaje się sakramentom, co już kilkadziesiąt lat temu stwierdził św. Karol Boromeusz, dla którego Całun Chrystusa został sprowadzony do Turynu i gdzie jest przechowywany do dziś.

Dzięki cytowanemu już o. Seraphimowi można mieć także pewność, że najistotniejsze cechy antropometryczne wizerunku z Całunu w tajemniczy sposób zostały odzwierciedlone na obrazie zaakceptowanym przez samego Chrystusa w trakcie objawień św. Faustyny. Teolog ten był pierwszym badaczem, który wykazał to w sposób naukowy przez nałożenie na siebie dwóch obrazów: z Całunu oraz z objawień św. Faustyny. „Wewnętrzna Prawda niesiona przez twarz” Chrystusa, posiada zatem swoje odzwierciedlenie nie tylko w tym jak ją widziała mistyczka, kiedy objawiał się jej Chrystus, lecz także w obrazie włączonym do kultu Miłosierdzia Bożego na kilka lat przed wybuchem II wojny światowej. Warto byłoby sobie z tego zdawać sprawę, kiedy z jakichś powodów zabiera się publicznie głos na temat „wewnętrznej Prawdy niesionej przez Jego twarz”.

Namalować katolicyzm od nowa?

Dla artystów zaproszonych do projektu Teologii Politycznej musiało być czymś niezwykle karkołomnym, wręcz balansującym na granicy niemożliwego, aby sprostać wyzwaniu „namalowania katolicyzmu od nowa” postawionemu przed nimi przez autorów tego projektu, co m.in. wiązało się z koniecznością odzwierciedlenia w malarskich realizacjach owej „wewnętrznej Prawdy”, o której była mowa powyżej. Pozostawiając otwartym pytanie, czy artyści posiadali świadomość tej konieczności, należy zauważyć, że autorzy projektu prawidłowo zdiagnozowali kondycję wizualności w Kościele katolickim¹¹, co jest kwestią bardzo istotną, ponieważ merytoryczne założenia projektu wynikają właśnie z tej diagnozy.

⁹ K. Kaucha, art. cyt., s. 42.

¹⁰ K. Kaucha, art. cyt., s. 42.

¹¹ Tak naprawdę dotyczy ona Kościoła rzymsko-katolickiego, ponieważ w Kościele grecko-katolickim obraz traktowany jest ze znacznie większą odpowiedzialnością niż w tradycji rzymskiej. Zob. m.in.: H. Paprocki, *Wprowadzenie*, w: P. Floreński, „Ikonostas i inne szkice”, przeł. Z. Podgórzec, Białystok 1977, s. 8-10.

Opinia Dariusza Karłowicza, jednego z autorów projektu, który stwierdził, że „sztuka w obrębie katolicyzmu została bardzo pobieżnie zreflektowana, teologia sztuki jest bardzo słabą dziedziną w katolicyzmie, nie ma tego zjawiska”¹², może oczywiście wywoływać pytanie, czy jest ona zgodna ze stanem faktycznym? Aby się przekonać czy autor projektu nie rozmija się z prawdą, można odwołać się np. do oficjalnych dokumentów Kościoła Katolickiego ostatnich stuleci, w których – kiedy mowa jest o sztuce sakralnej – najczęstszym jej kontekstem jest jedynie dbałość o „piękno i wspaniałość świątyń”, co zostało określone przez papieża Piusa X w motu proprio *Tra le sollecitudini*, albo zabieganie o jakąś enigmatyczną „doskonałość sztuki” ujawniającą co najwyżej „katolicką jedność Kościoła”, jak ujął to papież Pius XII w encyklice *Mediator Dei*¹³. W tym ostatnim dokumencie jest też np. mowa o posłuszeństwie liturgicznym przepisom, w których jednak brak jest jakichkolwiek odniesień do teologii sztuk wizualnych.

Nawet w dokumentach ostatniego soboru, w *Konstytucji o liturgii*, w którym tylko zaledwie napomyka się o wizualności w liturgii, mówi się jedynie cechach przedmiotów kultu, które mają być „godne, ozdobne i piękne”¹⁴. Dodać należy, że po setkach lat od podziału Kościoła na ortodoksyjny i katolicki, jedna z najistotniejszych wartości liturgicznych w sferze wizualności, czyli epifaniczność pojmowana jako otwartość na działanie Boga przez obraz, która niegdyś była wspólnym dziedzictwem Kościoła, przestała cokolwiek znaczyć w odniesieniu do sfery obrazu w tradycji rzymskiej. Jeśli porównać wagę, jaką przywiązuje się do obrazu i namysłu nad nim we wschodnim chrześcijaństwie, z kryzysem obrazu i zanikiem teologii sztuki sakralnej w katolicyzmie rzymskim, nie ma wątpliwości, że dokonana przez reprezentanta Teologii Politycznej ocena zjawiska tego kryzysu, w pełni odpowiada faktom.

W związku z powyższym trudno jest zrozumieć, dlaczego ta właśnie wypowiedź Karłowicza spotkała się w artykule „Więzi” z bardzo negatywną reakcją Kiedio. Trudno jest także zrozumieć, dlaczego redaktorka zarzuciła reprezentantowi Teologii Politycznej, że „nie zna kluczowych tekstów na temat teologii obrazu”¹⁵. Mamy w tym przypadku do czynienia z prawdziwą kumulacją pomyłek. Redaktorka „Więzi” przytaczając listę teologów wizualności, które powinien jej zdaniem znać Dariusz Karłowicz, wymieniła jedynie teologów prawosławnych, co zresztą sama podkreśliła, ale przecież autor projektu wypowiedział się na temat „sztuki w obrębie katolicyzmu”. Autorka zamieściła też listę katolickich myślicieli. Są to: filozof, teolog interdyscyplinarny zaangażowany na rzecz odnowy Kościoła, antropolog, historyk filozofii i fenomenolog – wszyscy oni zajmowali się teologią obrazu jedynie w sposób okazjonalny. Niemożność znalezienia przez autorkę artykułu listy katolickich teologów, którzy wnieśli do dziedziny wizualności choćby część tego, co wnieśli do niej teologowie prawosławni, tak naprawdę potwierdza zwalczaną przez

¹² E. Kiedio, art. cyt.

¹³ Więcej na ten temat w mojej monografii: *Tajemnica widzialności Boga*, Kraków 2015.

¹⁴ *Ibidem*.

¹⁵ E. Kiedio, art. cyt.

Kiedio tezę Karłowicza, że w katolicyzmie nie ma poważnego namysłu na obrazem w kulcie religijnym.

Można postawić pytanie, czy na tego rodzaju pomówienia jest miejsce w rzetelnej publicystyce? Czy można również zarzucać komuś w dyskursie publicznym niekompetencję w jakiejś dziedzinie, jeśli samemu nie jest się specjalistą z tej dziedziny? Podobnych wypowiedzi w tym artykule jest niestety więcej. Jeden z nich dotyczy oceny realizacji projektu Teologii Politycznej. Sposób, w jaki ta ocena została dokonana, zdaje się również świadczyć o miejscu obrazu w namyśle intelektualnym niektórych środowisk utożsamiających się ze sferą religii.

Czy naprawdę zawiodło wszystko?

Ze smutkiem trzeba stwierdzić, że retoryka wypowiedzi Ewy Kiedio dotyczącej realizacji projektu Teologii Politycznej nie przekracza poziomu tabloidów. Jest rzeczą bardzo niepokojącą, że nieukrywana niechęć autorki artykułu do autora tego projektu została przeniesiona także na obrazy będące owocem tego projektu, których autorami są twórcy mający znaczący dorobek artystyczny i ugruntowaną pozycję w sztuce o zasięgu krajowym i międzynarodowym lub będący twórcami kształtującymi swoją dojrzałość po uzyskaniu dyplomu Akademii Sztuk Pięknych pod okiem wybitnych mistrzów. Jeden z nich jest zakonikiem. Tymczasem, z artykułu „Więzi” można się dowiedzieć, że wystawa, na której zostały zgromadzone obrazy artystów zaproszonych do projektu, jest po prostu: „porażająco mizerna”.

Taki uogólniający sąd będący oceną wszystkich prac artystów realizujących projekt wskazuje na przyjęcie kryterium, które można by określić jako „kryterium podobań lub niepodobań”. Jakkolwiek tego typu sądy mające swoje źródło w osobistych wrażeniach mogą być istotne dla dokonywania różnego rodzaju indywidualnych wyborów, np. podczas tworzenia własnych kolekcji ulubionych obrazów w przestrzeni prywatnej, to „prostota” tego sądu musi zdumiewać w sytuacji dokonywania oceny dzieł znajdujących się w przestrzeni publicznej. Ten rodzaj sądów wpisuje się także niestety w schemat decyzji dotyczących doboru obrazów o charakterze kultycznym w przestrzeni liturgii, podejmowanych przez osoby odpowiedzialne za sferę kultu w tradycji rzymskiej Kościoła.

Casus artykułu „Więzi” wywołuje pytanie, czy wystarczy być publicystą, by zabierać głos w debacie publicznej jako ekspert z nieznanego sobie dziedziny? „Recenzja” dokonana przez redaktorkę nie może być oczywiście brana pod uwagę „na poważnie”, ponieważ zawiera ona jedynie znamiona ekspresywnego sądu nie popartego argumentami wynikającymi z przeprowadzonej wcześniej analizy. Zabrakło więc analizy rzeczowej, wyważonej, konstruktywnej, wykluczającej emocje, a przede wszystkim opartej na jakiejś metodzie badawczej, a dodać należy, że współczesne metody analityczne z zakresu wizualności opierają się na metodyce zarówno badań estetycznych i semiotycznych. Patrzenie na obraz według przyjętego kryterium opierającego się wyłącznie na aspektach czysto wizualnych ograniczonych do „kryterium podobań lub niepodobań”, jest dalece niewystarczające we współczesnym dyskursie społecznym.

Zróznicowany pod względem zastosowanych środków wyrazu i konwencji malarskich poziom prac artystów odpowiadających na zaproszenie Teologii Politycznej, by „namalować katolicyzm od nowa”, z pewnością zasługuje na to, by przeanalizować je w sposób rzetelny i fachowy. W tym miejscu należy też wyrazić uznanie autorom tego projektu za kreatywne podejście do problemu odpowiedzialności za sferę wizualną w życiu wiary, z której elity kościelne z niezrozumiałych powodów od pewnego czasu się wycofują, pozostawiając pole do zagospodarowania kościelnym środowiskom hołdującym fideizmowi, nierzadko skrajnie pojętemu. Jest to z pewnością właściwy krok w stronę konstruktywnego reagowania na kryzys obrazu w Kościele rzymskokatolickim, pamiętając, że objawianie się Boga przez obraz pozostaje jednym z najważniejszych elementów zawartych w objawieniu publicznym.

Powyższa wstępna opinia dotycząca zawartości walorów artystycznych w pracach malarskich realizujących projekt Teologii Politycznej nie obejmuje oceny tych prac pod kątem osiągnięcia zamierzeń autorów tego projektu. Trzeba jednak przyznać, że jego autorzy podjęli się nad wyraz trudnego zadania, które przy odpowiedzialnym podejściu do jego realizacji, wymagałoby uściślenia co należy rozumieć pod pojęciem „katolicyzm”, kiedy odnosi się je do sfery wizualnej: czy rezygnację z kościelnej koncepcji epifaniczno-uobecniającej obrazu zobowiązującej Kościół do jej przestrzegania po ostatnim dla niepodzielnego Kościoła wspólnym soborze powszechnym, czy powrót do niej, co w tym ostatnim przypadku oznaczałoby potrzebę zweryfikowania obecnych w rzymskiej tradycji modeli i paradygmatów wizualnych. Od wyjaśnienia tej kwestii powinna zależeć ocena dotycząca stopnia osiągnięcia zamierzeń autorów projektu by „namalować katolicyzm od nowa” lub może braku osiągnięcia tych zamierzeń, bo oba warianty w rzeczowych ocenach należy brać pod uwagę.

Czy wszystkie tradycje w Kościele są jednakowo dobre (dla obrazu w kulcie)?

Pomimo rozłamu Kościoła w okresie średniowiecza nie zrezygnowano ze starań o podtrzymywanie jedności na poziomie działań wizualnych. W podejmowanych staraniach, odwoływano się do spójnej zasady dotyczącej sfery obrazu wypracowanej jeszcze w okresie, kiedy Kościół w kwestiach doktrynalnych mówił jednym głosem. Mowa jest o spójnej koncepcji obrazu dostosowanego do kultu, wypracowanej wspólnie przez chrześcijański Wschód i Zachód i potwierdzonej orzeczeniami ostatniego wspólnego soboru powszechnego (Sobór Nicejski II – 787 rok). Załączki tej koncepcji zaczęły się formować już w pierwszych wiekach istnienia chrześcijaństwa, kiedy powstawały pierwsze wizerunki Chrystusa i świętych, od kiedy zaczęto sobie zdawać sprawę, że prawdy wiary można przekazywać zarówno za pośrednictwem słowa (*fides ex auditu*) jak i obrazu (*fides ex visu*). Obraz i słowo stały się równoprawnymi środkami dydaktycznymi i ewangelizacyjnymi. Stosowano się do zasady: słowo służy do „wykazania”, obraz – do „ukazania”, łącznie prowadząc do poznania jednej prawdy¹⁶. Podstawowym argumentem teologicznym

¹⁶ Zob. P. Evdokimov, *Sztuka ikony, teologia piękna*, przekł. M. Żurowska, Warszawa 1999, s. 36.

uzasadniającym to przekonanie była i wciąż pozostaje treść chrystologicznego dogmatu o Wcieleniu Syna Bożego.

Jednak jeszcze przed ostatnim wspólnym soborem, na przełomie VI i VII w., za panowania św. Grzegorza Wielkiego pojawiła się inna koncepcja obrazu sformułowana przez tego papieża. Określana ona była jako idea dydaktyzmu i to właśnie ona legła u korzeni tradycji wizualności Kościoła rzymskiego. Różnice występujące pomiędzy ideą obowiązującą we wschodnim chrześcijaństwie, określaną jako epifaniczno-uobecniająca a ideą dydaktyczno-ilustracyjną obrazu są w istocie różnicami pomiędzy dwiema tradycjami obrazu, które zaczęły się formować począwszy od wczesnego średniowiecza i z różnym skutkiem i dynamiką kształtują się do dziś. Tym, co łączy obie funkcje obrazu, jest zgoda co do tego, że Bożego Objawienia nie należy pojmować wyłącznie w kategoriach słowa.

Koncepcja obrazu epifaniczno-uobecniająca opiera się na przeświadczeniu, że ukazwany w obrazie pierwowzór ukazuje w nim wymiar boski. Taka koncepcja domaga się od uczestnika liturgii najgłębszego zaangażowania, cały bowiem wysiłek odkrycia wartości obrazu leży po jego stronie. Ma ona swoje źródło w Objawieniu biblijnym oraz w argumentach zaczerpniętych między innymi z neoplatonizmu w interpretacji Dionizego Areopagity. Generalnie, zakłada ona udział wszystkich władz człowieka w procesie jednoczenia się z Bogiem. Jeśli przyjąć, że najpełniej w życiu doczesnym zjednoczenie to można osiągnąć podczas liturgii, ta ostatnia umożliwiła człowiekowi udział w tym procesie przez zaangażowanie wszystkich jego zmysłów.

Obie koncepcje zostały wypracowane, zanim dokonał się rozłam Kościoła. W związku z tym, zdaniem Josepha Ratzingera, Kościół tradycji rzymskiej posiada pewne zobowiązania także wobec koncepcji obrazu epifaniczno-uobecniającej, dalej rozwijanej na soborach i synodach wschodu w czasach późniejszych już po dokonanych podziale¹⁷. Autorom projektu „namalować katolicyzm od nowa” należałoby postawić pytanie, czy brali pod uwagę możliwość odwołania się do wschodnich koncepcji wizualności.

Tak czy inaczej, sformułowany przez Teologię Polityczną postulat „namalowania katolicyzmu od nowa” wydaje się dotyczyć kwestii znacznie szerszej niż tylko ograniczonej do ram zainicjowanego projektu. Postulat wyraźnie mówi bowiem o zamiarze poprawy katolickiej wizji obrazu, co zdaje się wskazywać na chęć rewizji koncepcji obrazu o funkcjach dydaktyczno-ilustracyjnych, choć sami autorzy w projekcie nie zdefiniowali tego w ten sposób. Rzecz jednak w tym, że poprzestawanie wyłącznie na tej koncepcji nie pozwala na pełne duchowo-zmysłowe zaangażowanie wiernych w liturgię. Takie podejście do obrazu zostało utrwalone postanowieniami Soboru Trydenckiego (1545-1563), który do dziś określa cele i zadania sztuki sakralnej. Są nimi: „ilustrowanie dziejów tajemnic zbawienia, nauczanie i przypominanie tych prawd nie umiejącym pisać, pobudzanie do czci i miłości Bożej oraz skłanianie ku pobożności”¹⁸. Z powyższego wynika, że ukazywana

¹⁷ Zob. J. Ratzinger, *Duch liturgii*, przekł. E. Pieciul, Poznań 2002, s. 121.

¹⁸ A. Palusińska, w: *Argumentacja filozoficzna w bizantyńskim sporze o ikony*, s. 3., https://www.academia.edu/3538713/Argumentacja_filozoficzna_w_bizantyńskim_sporze_o_ikony_Philosophical_Argumentation_in_Iconoclastic_Controversy_ [dostęp 20.08.2024].

w obrazie katolickim rzeczywistość nie ma aspiracji ukazywać w nim wymiaru boskiego, stawiając mu bowiem bardzo ograniczone wymagania, obraz nie jest w stanie „wywołać” epifanii tego, co na nim jest przedstawione.

W założeniach projektu Teologii Politycznej nie mówi się jednak ani o koncepcji epifaniczno-uobecniającej, ani o dydaktyczno-ilustracyjnej. Nie mówi się także o konieczności przywrócenia obrazowi katolickiemu wymiaru duchowego, który określa cechy istotowe tej pierwszej. Może więc chodzi o inną koncepcję, która nie została tak naprawdę nigdy skodyfikowana, a którą przyjmuje się od jakiegoś czasu jako obowiązującą w Kościele tradycji rzymskiej. Wydaje się, że o niej właśnie mówił Dariusz Karłowicz podczas prezentacji założeń projektu, wyjaśniając, że zadaniem projektu jest „opowiedzieć prawdy wiary językiem współczesnej sztuki”¹⁹. Koncepcja ta bazuje na niepisanym założeniu przyjmowanym przez elity kościelne, że „dobry” obraz katolicki to taki obraz, który charakteryzuje się wysokim poziomem artystycznym, co wydaje się dosyć słabo sprecyzowanym założeniem dla sfery działań wizualnych w Kościele rzymsko-katolickim, zwłaszcza że podejmowane są one w czasach trwającego zwrotu piktorialnego (*iconic turn*) w kulturze²⁰.

Jeśli posłużenie się „językiem współczesnej sztuki” jest podstawowym warunkiem „namalowania katolicyzmu od nowa”, należałoby postawić pytanie, czy poziom artystyczny (w domyśle wysoki) jest wystarczający, aby obraz mógł znaleźć się w przestrzeni liturgicznej, a do takiej przestrzeni jest dedykowany obraz Miłosierdzia Bożego służący autorom projektu jako wzór. Odpowiedź brzmi: wysoki poziom artystyczny jest jedynie warunkiem koniecznym do wprowadzenia obrazu w przestrzeń liturgiczną, ale zupełnie niewystarczającym, aby był podstawowym kryterium doboru obrazu do przestrzeni kultu. Zamiast tego podstawowym kryterium właściwego oddziaływania obrazu w liturgii powinny być jego walory komunikacyjne (chodzi o komunikację między Bogiem a człowiekiem), czyli to, czy obraz jest medium wtajemniczającym wiernych w tajemnice wiary.

Czy dobre intencje są wystarczające?

Gdyby bez uprzedzeń, na których zbudowana jest w artykule „Więzi” krytyka projektu Teologii Politycznej spróbować odpowiedzieć na pytanie, które zawarte jest w jej tytule, a brzmi ono: „co w tym przedsięwzięciu zawiodło?”, należałoby za elementarny punkt odniesienia przyjąć wydarzenie objawienia wzoru obrazu dla kultu Miłosierdzia Bożego, ponieważ właśnie na nim koncentruje się bezpośredni cel projektu, którym jest pozyskanie obrazów dostosowanych do współczesności, czyli „zaktualizowanych” pod względem rozwiązań formalnych, w miejsce obrazu powstałego podczas objawień św. Faustyny.

¹⁹ Dariusz Karłowicz przedstawił projekt „Namalować katolicyzm od nowa” w Diecezji Warszawsko-Praskiej, strona internetowa Teologii Politycznej z 20.03.2022 r., <https://teologiapolityczna.pl/dariusz-karlowicz-przedstawil-projekt-namalowac-katolicyzm-od-nowa-diecezji-warszawsko-praskiej> (dostęp 27.06.2023 r.).

²⁰ Więcej na ten temat w mojej publikacji: *Obraz jako medium wtajemniczające w misterium*, Gdańsk 2017, s 67-71.

Jeśli przyjrzeć się realizacjom projektu Teologii Politycznej, pojawia się wątpliwość, czy jego autorzy wzięli pod uwagę możliwość, że wraz z „aktualizacją” obrazu dokonywaną w ramach poszukiwania nowego języka form, ulegać może również treść obrazu. Patrząc na to zagadnienie z perspektywy współczesnych metod analizy obrazu, np. analizy semiotycznej obrazu, ryzyko zmiany treści nowo powstającego utworu staje się tym większe im większe zmiany następują na poziomie struktury formy. Przybliżenie tego problemu znacznie przekraczałoby ramy tego artykułu. Na zakończenie pozostaje więc skupić się na tym, co na pewno wiadomo na temat zaniechań autorów projektu.

W ambitnym przedsięwzięciu Teologii Politycznej pewne jest, że zawiodły przynajmniej dwa elementy. Jeden z nich został już wyżej zasygnalizowany. Jest nim brak jasnej wizji, z której miałyby wynikać jakaś koncepcja obrazu, na której należałoby oprzeć współczesny paradygmat obrazu katolickiego. Druga dotyczy niewystarczającego zapoznania artystów zaproszonych do realizacji projektu z materiałami źródłowymi charakteryzującymi wzór obrazu ukazanego św. Faustynie przez objawiającego się jej Jezusa Chrystusa. Tymi źródłami są: „Dzienniczek” s. Faustyny oraz inne teksty związane wprost z objawieniami, jak listy mistyczki oraz liczne teksty bł. ks. Michała Sopočki, któremu została powierzona misja zainicjowania i szerzenia kultu. Oprócz tekstów opublikowanych, do materiałów źródłowych należą także listy ks. Sopočki i innego rodzaju przekazy oparte na słowach kapłana wyniesionego na ołtarze. W związku z przytoczeniem tej listy trudno zrozumieć, dlaczego dokonano arbitralnego wyboru tych źródeł, przyjmując bez wątpienia błędne założenie, że czymś wystarczającym jest oprzeć się na lingwistycznej analizie wybranych w wybiórczy sposób fragmentów „Dzienniczka”.

Do materiałów źródłowych należy jednak także prototypowy i typologiczny dla kultu Miłosierdzia Bożego obraz namalowany w Wilnie. Jest to bardzo istotne źródło, ponieważ zawiera wiele informacji dotyczących oczekiwań Chrystusa na temat treści obrazu a nawet konkretnych rozwiązań formalnych, które On przekazywał św. Faustynie w trakcie trwania objawień, a która z kolei przekazywała je realizatorowi obrazu podczas kilkudziesięciu sesji malarskich trwających około sześć miesięcy. Zignorowanie wszystkich wymienionych źródeł budzi najwyższe zdumienie.

Wspomnieć należy jeszcze o jednej kwestii, która dotyczy funkcji obrazu dedykowanego dla tego kultu. Jest nim specyficzna dla tego obrazu funkcja „naczynia ufności”, która nadana została temu obrazowi przez Chrystusa w trakcie objawień s. Faustyny. To z jej pomocą, zgodnie z przekazaniem św. Faustynie przesłaniem, obraz dedykowany dla kultu Miłosierdzia Bożego ma być jednym z istotnych narzędzi przygotowania świata na paruzję, czyli na powtórne przyjście Chrystusa w chwale. Nieuchronnie musi się w tym momencie pojawić pytanie, czy autorzy nowych obrazów zdawali sobie sprawę z wagi oczekiwań jaką do obrazu Miłosierdzia Bożego przywiązuje sam jego Objawiciel? Artyści realizujący projekt powinni z pewnością zdawać sobie sprawę z tego, że obrazy wykonane nawet w najlepszej wierze przez człowieka, ale pomijające zamysł Objawiciela nie mogą posiadać takich oddziaływań na wierzących jak obrazy przez Niego objawione.

Czy to oznacza, że do kultu Miłosierdzia Bożego może być włączony jedynie obraz pochodzący wprost z objawień św. Faustyny? Jak pokazują to obecne w kulcie obrazy, które uwzględniają wszystkie najważniejsze elementy zamysłu Chrystusa z objawień mistyczki, staje się jasne, że mogą powstać nowe wersje obrazu Miłosierdzia Bożego, które byłyby w pełni wiarygodne dla życia wiarą (z tej liczby należy z pewnością wyłączyć obraz, który w mylny sposób czczony jest w największym polskim sanktuarium Miłosierdzia Bożego). Nie wydaje się jednak, aby „namalowanie od nowa” obrazu mającego źródło w akcie nadprzyrodzonym miało jakikolwiek sens, jeżeli miałoby to zmierzać do korygowania Nadprzyrodzoności. Jak pokazują dzieje duchowości, wszelkie czynności zmierzające do poprawiania przez człowieka tego co wynika z aktów nadprzyrodzonych jest z góry skazane na porażkę, ale wcześniej działania takie potrafią wyrządzić wiele szkód. Pomysł autorów projektu ma więc swoje uzasadnienie jedynie w dwóch przypadkach: podczas dokonywania „aktualizacji” formy przez dostosowanie jej do wizualnych paradygmatów współczesności, zakładając, że obraz nie utraciłby zdolności komunikacyjnych w obszarze kultu oraz podczas poszukiwania nowych form wyrazu w ramach konwencji ikonicznych, które dla kultu religijnego są ponadczasowe.

Ubolewania godne jest to, że w założeniach projektu zabrakło jasnego określenia tego co może a co nie może podlegać artystycznej interpretacji, aby w efekcie nie rozminąć się z nadprzyrodzonym wymiarem zjawiska objawienia obrazu. Pozostaje również żałować, że autorzy projektu nie przestrzegli zaproszonych artystów, aby wyrażana przez nich autorska ekspresja nie przesłaniała tego, co jest najistotniejsze w obrazie dedykowanym kultowi Miłosierdzia Bożego.

Wnioski końcowe

Artykuł „Więzi”, zamiast rozwiązywać skomplikowane problemy teologii wizualności, czyni je jeszcze bardziej zawiłymi. Zawarte w nim tezy obrazują poziom niewiedzy wśród elit związanych z Kościołem w zakresie teologii wizualności oraz niedostateczność namysłu intelektualnego nad miejscem obrazu w rzymskiej tradycji wiary. Dodatkowo wywołują one pytanie, czy do prezentowania w przestrzeni publicznej własnych opinii w zakresie wysoce specjalistycznej problematyki wystarczające jest opieranie się na stereotypach a w miejsce rzeczowej argumentacji mogą być używane pomówienia? Autorka artykułu ma ciekawy dorobek publicystyczny oraz pewną orientację w tematyce ikonografii prawosławnej, ale czy to uprawnia do zajmowania stanowiska w kwestiach sztuk wizualnych i jego upubliczniania? Pytania te zostały wywołane lekturą artykułu, w którym poddano krytyce nieudolną, choć niepozbawioną dobrych intencji inicjatywę z zakresu teologii wizualnej. Zasmuca, że artykuł został zamieszczony w czasopiśmie, które przez lata wyznaczało najwyższe standardy kultury słowa i szacunku dla czytelnika, co z kolei wywołuje kolejne pytania: czy nawet najbardziej renomowane czasopisma nie są wolne od intelektualnego blamażu? A może mamy do czynienia ze zmierzchem rzetelnej publicystyki? Jeśli jest to przypadek incydentalny dla „Więzi”, to oznacza, że wypadki przy pracy mogą dotyczyć nawet środowisk intelektualnych wywodzących się z tak wspianiałej

tradycji teologicznej, jak to, które skupione było wokół „Więzi”, co potwierdzałoby regułę, że nie powinno się dogmatyzować sądów i opinii publicystów, tylko dlatego że pochodzą ze sprawdzonego źródła.

Nie tylko jednak krytyka projektu Teologii Politycznej zawarta w artykule ujawnia braki dotyczące wiedzy na temat wizualności, ale i sam projekt wraz z jego realizacją zawierają szereg rażących mankamentów, niekonsekwencji i pomyłek. Wiele z nich ma swoje źródło w stereotypowych przekonaniach na temat celów jakie posiada obraz w kulcie kościelnym oraz patrząc szerzej, w błędnych wyobrażeniach na temat roli wizualności w życiu wiary. Czy istnieją jakieś zalety projektu namalowania „katolicyzmu od nowa”? Niewątpliwym „zyskiem” tego projektu jest element pozytywnego fermentu i wizualnej prowokacji przełamującej stereotypowe podejście do obrazu jako przekazu Bożego objawienia, a samo to działanie należy ocenić jako dobry zwiastun działań środowisk świeckich reagujących w prawidłowy sposób na zaniechania elit kościelnych, które dotyczą obszaru wizualności w kulcie i w liturgii. Podkreślić jednak należy, że jakkolwiek namalowanie „katolicyzmu od nowa” samo w sobie jest ideą słuszną i zadaniem bez cienia wątpliwości koniecznym do wykonania, to niedorzecznością jest rozpoczynanie go od czegoś co nie wymaga malowania „od nowa” – obraz z objawień św. Faustyny namalowany w posłuszeństwie temu co zostało objawione mistyczce, nie wymaga naprawy i korekt. Jeżeli w zakresie kultu Miłosierdzia Bożego coś wymaga zmian, to z pewnością należy ich dokonywać w miejscach kultu, do których bez właściwego rozeznania zostały wprowadzone obrazy mylnie uznawane za obrazy z objawień polskiej mistyczki.

Bibliografia

Źródła

- Kiedio E., *Namalować katolicyzm od nowa. Co w tym przedsięwzięciu zawiodło?* strona internetowa Więzi z 27.02.2023 r., <https://wiesz.pl/2023/02/27/namalowac-katolicyzm-od-nowa/> (dostęp 19.03.2023 r.).
- Dariusz Karłowicz przedstawił projekt „Namalować katolicyzm od nowa” w *Diecezji Warszawsko-Praskiej*, <https://teologiapolityczna.pl/dariusz-karlowicz-przedstawil-projekt-namalowac-katolicyzm-od-nowa-diecezji-warszawsko-praskiej> (dostęp 27.06.2023 r.).

Literatura

- Balter L., *Eschatologia współczesna dla duszpasterzy i katechetów*, Kraków 2010.
- Evdokimov P., *Sztuka ikony, teologia piękna*, Warszawa 1999.
- Kaucha K., *Czy grób naprawdę był pusty? Całun Turyński w teologii fundamentalnej*, „Roczniki Teologii Fundamentalnej i Religiologii” 2012, nr 4(59), s. 21-49.
- Kowalska F., *Dzienniczek*, Warszawa 1999.
- Michalenko S., *The Image of Jesus – the Divine Mercy*, przeł. T. Król, Stockbridge 1999 (mps).
- Palusińska A., w: *Argumentacja filozoficzna w bizantyńskim sporze o ikony*, https://www.academia.edu/3538713/Argumentacja_filozoficzna_w_bizantyńskim_sporze_o_ikony_Philosophical_Argumentation_in_Iconoclastic_Controversy_ [dostęp 17.03.2015].
- Paprocki H., *Wprowadzenie*, w: P. Floreński, „Ikonostas i inne szkice”, przeł. Z. Podgórzec, Białystok 1977.
- Ratzinger J., *Duch liturgii*, przekł. E. Pieciul, Poznań 2002.
- Treppa Z., *Tajemnica widzialności Boga*, Kraków 2015.
- Treppa Z., *Obraz jako medium wtajemniczające w misterium*, Gdańsk 2017.
- Treppa Z., *Fenomen obrazu Miłosierdzia Wcielonego*, Gdańsk 2021.

Biogram

Zbigniew Treppa – prof. dr hab., kierownik Zakładu Antropologii Obrazu w Instytucie Mediów, Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej UG oraz wykładowca Akademii Sztuk Pięknych w Gdańsku. Twórca w nurcie sztuki fotomedialnej. Przewodniczący Komitetu Naukowego Polskiego Centrum Sydonologicznego. W pracy badawczej podejmuje zagadnienia teologii wizualnej, analizuje artefakty kultu religijnego oraz właściwości strukturalne obrazów acheiropoietos. Najnowsza monografia (w przygotowaniu): *Zrozumieć obrazy objawione*, Katowice 2024.

Marcin Zaborski

Uniwersytet SWPS

ORCID 0000-0001-9746-9670

Kategoria dzieciństwa w ekspozycjach o Holokauście. Analiza strategii komunikacyjnych wybranych muzeów

Children in Holocaust exhibitions.

Analysis of the communication strategies of selected museums

Abstract

How do Holocaust museums present the stories of the youngest participants in the war? What role do children play in their narrative? Do the authors of the exhibitions devote separate exhibitions to them – or are the children's fates 'inscribed' in the overall message about history? Are the museum presentations dedicated to specific, individual figures or rather to communities of anonymous participants in wartime events? Finally, do the authors of exhibitions depicting traumatic events adapt their message to the perceptive capacities of the young audience? The author of the article addresses those questions and proposes an analysis the narrative lines of selected museums: Yad Vashem – The World Holocaust Remembrance Center, Jewish Museum Berlin, United States Holocaust Memorial Museum, Vilna Gaon Museum of Jewish History, Museum of the Riga Ghetto and Holocaust in Latvia and Estonian Jewish Museum.

Keywords

Holocaust, children, World War II, historical museum, museum communication

Abstrakt

Jak muzea poświęcone Holokaustowi prezentują historie najmłodszych uczestników wojny? Jaką rolę w ich narracji odgrywają dzieci? Czy autorzy ekspozycji poświęcają im odrębne wystawy – czy raczej dziecięce losy są „wpisane” w ogólny przekaz dotyczący historii Zagłady? Czy muzealne prezentacje są poświęcone konkretnym postaciom czy społecznościom anonimowych uczestników wojennych wydarzeń? I wreszcie – czy autorzy ekspozycji dotykających traumy dostosowują swój przekaz do możliwości percepcyjnych młodego odbiorcy? Stawiając te pytania, autor artykułu analizuje linie narracyjne wybranych placówek muzealnych: Instytutu Yad Vashem w Jerozolimie, Muzeum Żydowskiego w Berlinie, Muzeum Holokaustu w Waszyngtonie, Wileńskiego Muzeum Historii Żydowskiej, Ryskiego Muzeum Getta i Holokaustu na Łotwie oraz Estońskiego Muzeum Żydowskiego w Tallinie.

Słowa kluczowe

Holokaust, dzieci, druga wojna światowa, muzeum historyczne, komunikacja muzealna

W jaki sposób muzea dokumentujące Holokaust prezentują historie jego najmłodszych ofiar? I jaką rolę przypisały im w swoich narracjach? To pytania, które stanowiły punkt wyjścia do badań linii narracyjnych wybranych placówek upamiętniających wydarzenia z okresu drugiej wojny światowej oraz losy ich uczestników¹. Przeprowadzone analizy pozwoliły też ocenić, czy autorzy ekspozycji poświęcają im odrębne wystawy – czy raczej dziecięce losy są „wpisane” w ogólny przekaz dotyczący historii Zagłady. Istotne było również sprawdzenie, czy w centrum przekazu znajduje się śmierć ofiar czy śmierć bohaterów oraz czy muzealne prezentacje są poświęcone konkretnym, indywidualnym postaciom czy raczej społecznościom anonimowych uczestników wojennych wydarzeń? I wreszcie – czy autorzy ekspozycji ukazujących traumatyczne wydarzenia dostosowują swój przekaz do możliwości percepcyjnych młodego odbiorcy? Szczegółowe ustalenia odnoszące się do poszczególnych ekspozycji zostały przedstawione w odrębnych opracowaniach². W tym miejscu podjęta zostanie próba syntezy wyników i przedstawienia ogólnej refleksji odnoszących się do omawianej problematyki.

Cel i zakres badania

W polu analizy znalazło się sześć placówek muzealnych: Instytut Pamięci Męczenników i Bohaterów Holokaustu – Yad Vashem w Jerozolimie (*The World Holocaust Remembrance Center*), Muzeum Żydowskie w Berlinie (*Jüdisches Museum Berlin*), Muzeum Holokaustu w Waszyngtonie (*United States Holocaust Memorial Museum*), Wileńskie Muzeum Historii Żydowskiej (*Vilniaus Gaono Žydų Istorijos Muziejus*), Ryskie Muzeum Getta i Holokaustu na Łotwie (*Rīgas geto un Latvijas Holokausta muzejs*) oraz Estońskie Muzeum Żydowskie w Tallinie (*Eesti Juudi Muuseum*). Analiza objęła więc zbiór placówek o różnorodnej strukturze organizacyjnej, oddziałujących na widzów za pomocą ekspozycji o zróżnicowanej skali – zarówno w wymiarze przestrzennym, jak i pod względem zakresu i charakteru zbioru artefaktów. Z jednej strony badaniu zostały poddane małe muzea w krajach bałtyckich, odwołujące się do doświadczenia zanurzonego w lokalnej historii, z drugiej

¹ Artykuł jest efektem badań zrealizowanych przez autora w ramach projektów: *Dzieci – Holokaust – Muzeum. Młodzi bohaterowie i młodzi odbiorcy muzealnych opowieści o Zagładzie (Wilno – Ryga – Tallin)* – Narodowe Centrum Nauki, nr grantu 2021/05/X/HS3/00085; *Dziecko jako bohater muzealnej narracji w Instytucie Pamięci Męczenników i Bohaterów Holokaustu – Yad Vashem*, Uniwersytet SWPS – Instytut Nauk Społecznych, nr projektu SUB/INS/2021/92; *Dziecko w/wobec muzealnej narracji o Holokauście. Kwerenda naukowa w United States Holocaust Memorial Museum w Waszyngtonie*, Uniwersytet SWPS – Fundusz Rozwoju Badań Naukowych, nr projektu 26/2024/FRBN/C.

² Do tej pory opublikowane zostały raporty częściowe zawierające analizę ekspozycji w Jerozolimie, Wilnie, Tallinie i Rydze: M. Zaborski, *Children and the politics of memory: Analysis of the museum narrative at the Yad Vashem Institute*, „Athenaeum. Polskie Studia Politologiczne” 2023 nr 80(4), p. 60–79; M. Zaborski, *Ofiary czy bohaterowie? Dzieci w narracji wystawy o Holokauście w Muzeum Żydowskim w Wilnie*, „Kultura i Społeczeństwo” 2022 nr 1(66), s. 101–121; M. Zaborski, *Przerwane życie. Dzieci w linii narracyjnej Estońskiego Muzeum Żydowskiego w Tallinie*, „Świat Idei i Polityki” 2023 t. 22 nr 1, s. 106–123; M. Zaborski, *Twarze cierpienia. Dzieci w linii narracyjnej Muzeum Getta Ryskiego i Holokaustu na Łotwie*, „Społeczeństwo – Edukacja – Język” 2022 nr 16, s. 269–282.

strony podmiotami analizy stały się duże centra dokumentujące Zagładę w zdecydowanie szerszym – globalnym – ujęciu. Choć łączy je wspólny cel, jakim jest prezentowanie historii i upamiętnianie ofiar Holokaustu, istnieją też wyraźne różnice uwidaczniające się w obszarze tego upamiętniania w poszczególnych wspólnotach narodowych czy państwowych, które stanowią istotny kontekst dla placówek muzealnych. Specyfika spojrzenia właściwa dla kraju/narodu, w którym funkcjonują te placówki, rodzi pewne różnice w perspektywie narracyjnej przyjmowanej przez muzea. Spotykają się w nich przecież różne, nierzadko przenikające się, doświadczenia ofiar, sprawców, współsprawców i świadków wydarzeń, które są dokumentowane i upamiętniane w tych placówkach. Przypomnieć w tym miejscu można chociażby myśl Jamesa Younga, zgodnie z którą pamięć o Zagładzie jest wyraźnie podzielona granicami narodowymi. Dowodem na to może być fakt, że – jak ujął to Young – miejsca pamięci funkcjonujące w Niemczech przypominają o Żydach poprzez ich nieobecność, a niemieckie ofiary poprzez ich polityczny opór. Izrael z kolei, oddając cześć swoim męczennikom i bohaterom, przypomina narodziny państwa. Natomiast amerykańska pamięć o Holokauście jest kształtowana wyraźnie przez ideały wolności, pluralizmu i imigracji. Już choćby ta krótka charakterystyka pokazuje, jak złożona może być struktura pamięci – wielowymiarowa i niejednorodna, co musi rodzić określone trudności na etapie analiz odnoszących się do tego samego zagadnienia, badanego w odmiennych kontekstach kulturowych³.

Uwzględniając te różnice, skupiamy się w tym opracowaniu przede wszystkim na strategiach komunikacyjnych poszczególnych placówek, próbując zrekonstruować ich linie narracyjne – przekaz, zastosowane narzędzia, metody prezentacji treści odnoszących się do historii najmłodszych ofiar Zagłady, ale też techniki dotarcia do dzieci jako odbiorców muzealnych wystaw poświęconych Holokaustowi. Realizacja tego celu wymagała zorganizowania wizyt studyjnych we wszystkich muzeach objętych badaniem i przeprowadzenia w nich kwerendy obejmującej treści prezentowane w udostępnionych przez nie ekspozycjach. W ten sposób zgromadzona została fotograficzna i filmowa dokumentacja zbiorów, która odnosi się do dzieciństwa jako kluczowej kategorii organizującej przebieg badań. Na etapie bezpośredniej obserwacji poszczególnych ekspozycji podczas ich zwiedzania, jak też w ramach prowadzonych później analiz zebranego materiału, badanie dotyczyło zarówno warstwy wizualnej, dźwiękowej, jak i tekstowej. Wymagało odniesienia się do takich kategorii, jak analiza treści, ustalenie istoty obiektów materialnych oraz ich możliwych znaczeń i występujących pomiędzy nimi powiązań. Analiza struktury informacyjnej tych obiektów wymagała skupienia się na ich – jak ujmuje to Marcus Banks – wewnętrznej i zewnętrznej narracji⁴. W polu zainteresowania znalazły się więc nie tylko sam obraz, dźwięk czy ślad materialny będący elementem ekspozycji, ale też jego historia oraz towarzyszący mu kontekst. Poruszanie się w tym polu wymagało odwołania się do obszaru odbiorczości, obejmującego strukturę kompozycyjną, która narzuca określony

³ Por. A. Whitehead, *Memory*, Abingdon 2009, s. 150.

⁴ Por. M. Banks, *Materiały wizualne w badaniach jakościowych*, Warszawa 2013, s. 39.

sposób odbioru ekspozycji oraz do technologicznej sfery wytwarzania znaczeń, która wpływa na możliwe interpretacje wystawy⁵. Jednocześnie przeprowadzenie tych analiz wymagało uwzględnienia perspektywy historycznej. Konieczne było bowiem odniesienie się do faktów opisujących losy społeczności żydowskiej, ze szczególnym uwzględnieniem okresu drugiej wojny światowej. Skoro – jak wspomniano wcześniej – stanowią one ważny kontekst funkcjonowania placówek muzealnych w poszczególnych krajach, w podjętej refleksji należało uwzględnić historię miejsca lub historię społeczności fundującej/organizującej muzealne ekspozycje. I wreszcie – na podstawie analiz odnoszących się do poszczególnych wystaw – w kolejnym kroku możliwe stało się wykorzystanie metody porównawczej, pozwalającej zaprezentować cechy wspólne łączące analizowane ekspozycje oraz istniejące pomiędzy nimi różnice⁶.

Wojna – Holokaust – dzieci

W wyniku Holokaustu zginęło od 5,1 miliona do 5,8 miliona Żydów, co stanowiło około dwóch trzecich całej ich europejskiej społeczności i jednej trzeciej ludności żydowskiej świata. Wśród ofiar niemieckich nazistów, wspieranych przez współpracujących z nimi kolaborantów, w różnych krajach europejskich było około półtora miliona żydowskich dzieci. Z obliczeń dotyczących demograficznych skutków drugiej wojny światowej wynika, że z żyjących przed jej wybuchem 1,6 miliona dzieci do 16 roku życia przetrwało ich 175 tysięcy. A to znaczy, że wojnę przeżyło 11 proc. dzieci żyjących w Europie w 1939 roku⁷.

⁵ Por. G. Rose, *Interpretacja materiałów wizualnych. Krytyczna metodologia badań nad wizualnością*, Warszawa 2010, s. 43–47.

⁶ Przeprowadzone analizy – skoncentrowane na badaniu ekspozycji muzealnych – wpisują się w szerszy dyskurs naukowy poświęcony figurze dziecka w obszarze Holokaustu. Rozwijają i poszerzają wcześniejsze ustalenia autorów, którzy inicjują i pogłębiają refleksję na temat najmłodszych ofiar Zagłady. Wskazać tu należy przede wszystkim prace Ewy Stańczyk, która zajmuje się tworzonymi w Polsce (obecnymi w literaturze, filmie i pomnikach) formami upamiętniania dziecięcych ofiar i bohaterów drugiej wojny światowej. Jej badania wykraczają poza obszar Holokaustu i dotyczą na przykład odniesień do historii powstania warszawskiego. Zob. E. Stańczyk, *Commemorating the Children of World War II in Poland. Combative Remembrance*, Cham 2019; E. Stańczyk, *The Absent Jewish Child: Photography and Holocaust Representation in Poland*, "Journal of Modern Jewish Studies" 2014 nr 3, p. 360–380; E. Stańczyk, *Heroes, Victims, Role Models: Representing the Child Soldiers of the Warsaw Uprising*, "Slavic Review" 2015 nr 4, p. 738–759. Istotnym punktem odniesienia dla badań podsumowywanych w tym opracowaniu jest również dysertacja autorstwa Mallory Bubar, która skupia się na dziecku jako konstrukcie narracyjnym i bada jego funkcje w literaturze, filmie i muzeach dokumentujących historię Holokaustu. Zob. M. Bubar, *The Figure of the Child in Holocaust Representations*, May 2020, (A Dissertation Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Doctor of Philosophy), https://etda.libraries.psu.edu/files/final_submissions/21472 (dostęp 4.05.2024). Wskazując szerszy kontekst problematyki poruszanej w tym opracowaniu, warto przywołać również badania dzienników tworzonych w czasie wojny przez nastoletnich świadków Zagłady (np. Anna Frank, Yitskhok Rudashevski, Rutka Laskier, Renia Knollówna).

⁷ Inne szacunki mówią, że mogło to być nawet jedynie 6 procent przedwojennej populacji żydowskich dzieci. Por. *Jewish victims of the Holocaust: Hidden children*, (brak daty opubl.), https://www.jewishvirtuallibrary.org/hidden-children-of-the-holocaust?utm_content=cmp=true (dostęp 15.10.2023).

Wskaźnik ten nie był oczywiście jednakowy w poszczególnych europejskich krajach. W Polsce na przykład – spośród prawie miliona żydowskich dzieci w wieku do 14 roku życia – po zakończeniu wojny było ich zaledwie około 5 tysięcy, czyli 0,5 procent. Liczba ta nie uwzględnia dzieci, które przeżyły w Związku Radzieckim i były później repatriowane, niemniej jasne jest, że wskaźnik przeżycia był w Polsce niższy niż gdzie indziej. Był też zdecydowanie niższy niż wskaźnik przeżycia wśród polskich Żydów w ogóle (ten szacowany jest na 10–13 proc.)⁸.

Żydowskie dzieci były mordowane przez niemieckich nazistów z powodów ideologicznych w ramach tak zwanej „walki rasowej” oraz w odwecie za rzeczywiste lub rzekome ataki partyzanckie. W tej grupie są dzieci zabijane po przybyciu do ośrodków zagłady, dzieci zabijane bezpośrednio po urodzeniu lub w placówkach opiekuńczych, dzieci poddawane eksperymentom pseudomedycznym oraz dzieci mordowane w masowych rozstrzeliwaniach prowadzonych przez *Einsatzgruppen* i inne siły. Większe szanse na przeżycie miała młodzież (13–18 lat), ponieważ mogła być wykorzystywana do pracy przymusowej. Wojennym doświadczeniem objęte były również dzieci urodzone w gettach i obozach, które przeżyły dzięki temu, że były ukrywane przez więźniów⁹.

Gdy ukazujemy skalę zbrodni, których ofiarami w czasie drugiej wojny światowej były dzieci, operujemy danymi o charakterze szacunkowym¹⁰. W wielu obszarach brakuje bowiem kompleksowych informacji. Na podstawie szacunkowych obliczeń można więc na przykład stwierdzić, że do jednego tylko miejsca – KL Auschwitz – trafiło około 232 tysięcy dzieci i młodocianych poniżej 18 roku życia. Zdecydowana większość z nich – ponad 216 tys. – była pochodzenia żydowskiego. Ogromną większość zabito w komorach gazowych – podobnie jak ludzi starych, uznanych przez oprawców za niezdolnych do pracy i zbędnych. Kilkaset dzieci wybrano do udziału w zbrodniczych eksperymentach pseudomedycznych przeprowadzanych przez lekarzy SS pod kierunkiem Josefa Mengele¹¹.

⁸ Por. D. Dwork, *Kinder mit dem gelben Stern. Europa 1933–1945*, München 1994, s. 294 i 346–347; A. Stankowski, P. Weiser, *Demograficzne skutki Holocaustu*, w: F. Tych, M. Adamczyk-Garbowska (red.), *Następstwa zagłady Żydów*, Lublin 2012, s. 15–38; R. Szuchta, *1000 lat historii Żydów polskich. Podróż przez wieki*, Warszawa 2015, s. 275; R. Szuchta, P. Trojański, *Zrozumieć Holocaust. Książka pomocnicza do nauczania o zagładzie Żydów*, Warszawa 2012, s. 293.

⁹ *Children during the Holocaust*, Holocaust Encyclopedia z 10.08.2021 r., <https://encyclopedia.ushmm.org/content/en/article/children-during-the-holocaust> (dostęp 24.01.2024).

¹⁰ Szacunkowa jest na przykład liczba dzieci urodzonych w Auschwitz. Na podstawie dostępnych dokumentów oblicza się, że było ich co najmniej 700. Początkowo dzieci urodzone w obozie dla kobiet były uśmiercane bez odnotowywania tego w prowadzonej tam dokumentacji. Od połowy 1943 roku pozostawiano przy życiu dzieci urodzone przez kobiety nieżydowskiego pochodzenia. Dzieci kobiet żydowskich były z reguły uśmiercane do listopada 1944 roku. Wyjątek stanowił tzw. obóz rodzinny dla Żydów deportowanych z getta w Terezynie. Tutaj nie zabijano noworodków, ale ostatecznie wszystkie dzieci zginęły w czasie likwidacji tego obozu w lipcu 1944 roku. Por. H. Kubica, *Odebrane dzieciństwo. Dzieci wyzwolone w Auschwitz*, Oświęcim 2020, s. 20.

¹¹ Podobne eksperymenty przeprowadzano w wielu innych obozach. Poddawani im więźniowie często umierali w wyniku pseudomedycznych zabiegów lub byli celowo mordowani, by ich ciała mogły zostać poddane zaplanowanym sekcjom zwłok. Por. P. Heberer, *Children during the Holocaust*, Lanham 2011, s. 235.

Pewna liczba młodocianych w wieku od 13 do 15 lat (a czasem nawet młodszych) została skierowana do pracy. „Los dzieci i młodocianych w obozie w zasadzie nie różnił się od losu więźniów dorosłych. Tak samo jak dorośli cierpieli oni głód, zimno i byli wykorzystywani jako siła robocza, z wyjątkiem dzieci z obozów rodzinnych. Kilkunastoletnich chłopców kierowano nawet do tak wyczerpujących prac jak wydobywanie węgla w kopalniach, budowa dróg, czy zatrudniano przy ciężkich pracach przeładunkowych”¹². Dzieci żyjących w Auschwitz nie obowiązywał odrębny regulamin. Piotr Cywiński zwraca uwagę, że „przedwojenne obozy niemieckie nie wypracowały takich reguł. Nie stworzyły stosownych kanonów postępowania. (...) Ani esesmani, ani funkcyjni nie do końca wiedzieli, jak się zachowywać w stosunku do dzieci, gdyż nie było na to gotowych szablonów”¹³.

W wielu krajach w czasie drugiej wojny światowej dzieci musiały zmierzyć się z takimi wyzwaniem, jak dezorganizacja i załamanie porządku społecznego, chaos normatywny i anomia interakcyjna¹⁴. Tworzone wcześniej – na podstawie rozmaitych źródeł – wyobrażenia dotyczące wojny, w oczywisty sposób wyidealizowane i zafałszowane, były szybko i często bardzo boleśnie weryfikowane. „Dzieci nie wiedziały, czego się spodziewać, a to, co nastąpiło, najczęściej przerastało wszelkie ich oczekiwania i wyobrażenia. Wojna diametralnie zmieniła sytuację dzieci, pozbawiła je wielu przynależnych dzieciństwu atrybutów, wymogła podjęcie nowych zadań i sprostanie nowym sytuacjom”¹⁵. Utrata poczucia bezpieczeństwa, życie w nieustającym strachu, konieczność ukrywania się, zderzenie z obrazami nędzy, poniżenia i śmierci, permanentny głód, pauperyzacja rodziny, wysiedlenia z mieszkań czy ograniczenia w dostępie do niezbędnych przedmiotów, na przykład odzieży i obuwia, stały się codziennością doświadczaną także przez najmłodszych. Nierzadko tracili oni rodziców lub byli od nich oddzielani, a to w nich mieli wcześniej oparcie psychiczne. Stawali więc przed koniecznością przyspieszonego dojrzewania, co oznaczało nie tylko konieczność podjęcia nowych obowiązków, w tym pracy¹⁶. „Dojrzałość objawiała się także w tym, że dziecko musiało wcześniej przejąć odpowiedzialność za siebie i uświadamiało sobie zasadę działania odpowiedzialności zbiorowej: tak jak samo odpowiadało za zachowania najbliższych, tak najbliżsi mogli zostać pociągnięci do odpowiedzialności za jego niewłaściwe postępowanie”¹⁷. Wszystko to rodziło istotne konsekwencje w wymiarze społecznym. W relacjach ocalałych pojawia się między innymi zmaganie z poczuciem samotności, tęsknotą za rodziną i domem, brakiem umiejętności

¹² H. Kubica, *Nie wolno o nich zapomnieć. Najmłodsze ofiary Auschwitz*, Oświęcim 2002, s. 21.

¹³ P.M.A. Cywiński, *Auschwitz. Monografia człowieka*, Oświęcim 2021, s. 331.

¹⁴ Por. W. Witek-Malicka, *Dzieci z Auschwitz–Birkenau. Socjalizacja w obozie koncentracyjnym na przykładzie Dzieci Oświęcimia*, Kraków 2018, s. 91.

¹⁵ Tamże, s. 92.

¹⁶ Por. I. Felsen, D. Brom, *Adaptation to Trauma, Silence, and Social Support*, w: S. Kangisser Cohen, D. Ofer (red.), *Starting Anew. The Rehabilitation of Child Survivors of the Holocaust in the Early Postwar Years*, Jerusalem 2019, s. 340–350.

¹⁷ W. Witek-Malicka, dz. cyt., s. 105.

budowania relacji międzyludzkich czy poczuciem straty w wielu wymiarach, między innymi w sferze edukacji, wiedzy, kultury i nauki¹⁸.

Elementem wychowania dzieci w czasie wojny stała się nauka podwójnej moralności i relatywizacja wartości, co musiało powodować dezorientację w obszarze normatywnym. Z drugiej strony sprawiało, że poddawane tego rodzaju destrukcyjnemu działaniu dzieci zmuszane były do wypracowywania obojętności wobec wojennych dramatów, a to miało istotny wpływ na ich emocjonalność i osobowość. Podobnie jak spadek poczucia własnej wartości, którego źródłem były prześladowania, ograniczanie praw, izolowanie i fizyczne wyniszczanie¹⁹. To właśnie w przestrzeni obozów koncentracyjnych swoje skrajne oblicze przybrał chaos normatywny, z którym mierzyły się także dzieci. Były w nich konfrontowane z sytuacjami granicznymi i śmiertelnym zagrożeniem. Jest oczywiste, że tak traumatyczne wydarzenia – burzące równowagę psychiczną – przekładały się na obserwowane u uczestniczących w nim osób radykalne zmiany w postrzeganiu samych siebie i innych. Miały swoje odbicie zarówno w wymiarze emocjonalnym, jak i intelektualnym. Trzeba bowiem wziąć pod uwagę, że „przeżycia związane z wykluczeniem, represjami, byciem ściganym godzą w podstawowe zaufanie do świata i gwałtownie zaburzają poczucie bezpieczeństwa. Dojmująco bolesnym doświadczeniem jest przeżycie drugiego człowieka jako bezwzględnie agresora”²⁰.

Muzealne strategie komunikacyjne – wyniki badań

Celem podjętych badań w wybranych placówkach muzealnych było ustalenie, jaką rolę odgrywa kategoria dzieciństwa w ekspozycjach prezentujących dzieje Holokaustu. Analiza poszczególnych ekspozycji pozwoliła stwierdzić, że dzieci są wyraźnie obecne w ich narracjach. Pojawiają się w wielu wymiarach i kontekstach – tak w obszarze odnoszącym się do życia społeczności żydowskiej (przed wojną oraz w jej trakcie), jak i w obszarze odnoszącym się do śmierci. Najmłodszy są ukazywani zarówno wśród ofiar Holokaustu, jak i wśród ocalałych z Zagłady. Stanowią również grupę biorącą czynny udział w funkcjonowaniu społeczności żydowskiej w czasie okupacji i organizowaniu codziennego życia w gettach. Dominująca jest linia narracyjna odnosząca się do kategorii ofiar (a nie bohaterów, którzy w czasie wojny zasłynęli heroicznymi czynami). Perspektywa dziecięcych doświadczeń jest na ogół wpisana w ogólny przekaz dotyczący dokumentowanych wydarzeń (choć zdarza się, że narracja wystawy skoncentrowana jest właśnie wokół dzieci, jak w ekspozycji „Remember the Children: Daniel’s Story” prezentowanej obok głównej wystawy stałej w Muzeum Holokaustu w Waszyngtonie). Dzieci są częścią społeczności, która doświadczyła Zagłady i w taki właśnie sposób najczęściej opisane są

¹⁸ Por. J.B. Michlic, *What Does a Child Remember? Recollections of the War and the Early Postwar Period among Child Survivors from Poland*, w: Taż (red.), *Jewish Families in Europe. 1939 – Present. Present, History, Representation, and Memory*, Waltham 2017, s. 157.

¹⁹ Por. W. Witek-Malicka, dz. cyt., s. 106–107.

²⁰ I. Sikorska, *Dziecięca trauma – psychologiczne konsekwencje dla dalszego rozwoju*, „Sztuka Leczenia” 2014 nr 3–4, s. 58.

ich przeżycia. Widać je wśród dorosłych lub w odniesieniu do nieobecności dorosłych, których nagle muszą zastąpić.

Narracja ta jest zbudowana wokół wielu postaci. Część z nich udało się zidentyfikować na etapie badań historycznych, więc w muzealnych przekazach obserwujemy znane z imienia i nazwiska osoby, dzięki czemu przerwana zostaje anonimowość ofiar Holokaustu. Społeczność ofiar Zagłady nie jest anonimowym tłumem, ponieważ zyskuje w tym miejscu swoich konkretnych przedstawicieli. Mamy tu do czynienia zarówno z bohaterem zbiorowym (cała społeczność żydowska), jak i z wieloma indywidualnymi postaciami (indywidualizacja narracji).

Tym, co łączy przekaz konstruowany w poszczególnych ekspozycjach, jest linearna narracja odnosząca się do wydarzeń historycznych, ukazująca Zagładę na tle wcześniejszych doświadczeń społeczności żydowskiej w poszczególnych krajach. Za pomocą treści wizualnych, tekstowych czy dźwiękowych, a także poprzez użycie rozmaitych artefaktów i zorganizowanie wokół nich inscenizacji (zbudowanie scenografii i kreowanie mniej lub bardziej immersyjnej przestrzeni), twórcy wystaw ukazują warunki życia późniejszych ofiar Holokaustu w okresie poprzedzającym dojście nazistów do władzy i realizację ich zbrodniczych planów. Materiały te stają się istotnym punktem odniesienia, pozwalającym na unaocznienie drastycznej zmiany, jaka w związku z działaniami Trzeciej Rzeszy i jej współpracowników dokonana się w warunkach życia bohaterów tej opowieści. Zwiedzający poszczególne ekspozycje obserwują wyraźne przerwanie okresu rozwoju i egzystencji społeczności żydowskiej w poszczególnych krajach, co ma ewidentny związek z decyzjami podejmowanymi przez reżim nazistowski prowadzącymi do Zagłady. Tak konstruowaną narrację domyka natomiast ukazanie powojennych losów ocalałych (także w odniesieniu do osób, które pomogły im przetrwać) i obraz odradzania się wspólnot żydowskich w poszczególnych krajach.

„Przerwane dzieciństwo”, będące jednym z elementów tej narracji, w dobitny sposób pokazuje drastyczność zmiany, jaka dokonana się w życiu ofiar Holokaustu. Życie przeciwstawione jest tutaj śmierci, radość i zabawa konfrontowana jest ze strachem, rozpaczą i bólem, wcześniejszy aktywny udział w życiu społecznym, kulturalnym, edukacyjnym czy zawodowym zderzony jest z wykluczeniem, pozbawianiem kolejnych praw, nakładaniem nowych zakazów i stygmatyzacją. Obrazy pokazywane na wystawach dokumentują proces, w którym zburzony został wcześniej panujący porządek, a jego miejsce zajął surowy świat, którego oś stanowiła toczona wciąż walka o przetrwanie. Dzieci wnoszą do tego materiału niezwykle ważny ładunek emocjonalny²¹. Początkowo widzimy je pełne życia, swobody, energii i entuzjazmu, których brak jest ewidentnie widoczny

²¹ Należy pamiętać, że emocjonalna komunikacja z widzem jest jednym z podstawowych zadań każdego muzeum. Jak zauważa Dorota Folga-Januszewska, powinna to być komunikacja „nie jednostronna – od muzeum do odwiedzających – lecz zwrotna, gdy głos i potrzeby przychodzących są siłą inspirującą formę przekazu, język wymiany idei i metody prezentacji kolekcji”. D. Folga-Januszewska, *Emocjoneum. Muzeum jako instytucja emocji*, Warszawa 2022, s. 117.

i dojmujący w materiałach dokumentujących rzeczywistość stworzoną przez nazistów. Pomaga to widzom uświadomić sobie rozmiar strat, jakie przyniosła Zagłada.

Tworząc przekaz dotyczący Holokaustu, autorzy ekspozycji posługują się bogatym zestawem nośników odnoszących się do dziecięcych losów²². Jednym z podstawowych narzędzi jest fotografia²³, która dokumentuje zarówno wydarzenia sprzed dojścia nazistów do władzy w Niemczech, jak i okres późniejszy, w tym zbrodnicze działania Trzeciej Rzeszy. Muzealne ekspozycje są bogate w zestawy przedwojennych portretów – pojedynczych dzieci oraz wielopokoleniowych rodzin, na których najmłodszy pojawiają się w otoczeniu rodziców i dziadków (np. w czasie uroczystości rodzinnych lub religijnych). Obserwujemy również zdjęcia dzieci w przedszkolach i szkołach. Z drugiej strony fotografie przynoszą świadectwo dziecięcych doświadczeń z okresu Zagłady. Dzieci pojawiają się na zdjęciach grup transportowanych do obozów. Wyławiamy je z tłumy więźniów stłoczonych w wagonach czy na stacjach kolejowych. Są także na fotografiach ludzi, którzy dotarli do obozów. Stoją w tłumie dorosłych obok kobiet i mężczyzn albo są trzymane na rękach przez matki i babki. Czasem nie widzimy ich twarzy, a jedynie sylwetki. Stają się wówczas symboliczne, archetypiczne wręcz.

Autorzy wystaw sięgają również po osobiste przedmioty, które wspierają rekonstrukcję dokumentowanych wydarzeń i losu ich uczestników. To np. zabawki, przybory szkolne i toaletowe, odzież, instrumenty muzyczne czy książki. W wielu przypadkach ich właściciele zostali zidentyfikowani, a prezentacja przedmiotów, których kiedyś używali np. w czasie uwięzienia w getcie lub obozie, jest nie tylko kontekstową ilustracją włączoną do muzealnej inscenizacji, ale staje się często inspiracją do opowiedzenia losów konkretnych osób, rodzin czy grup.

Obraz dziecięcego świata pełnego dramatu, cierpienia i niesprawiedliwości jest budowany również za pomocą rysunków i grafik, których autorami byli najmłodszy uczestnicy wojennych wydarzeń. Prostota – a może wręcz naiwność – spojrzenia młodych twórców sprawia, że widzimy w nich autentyczne świadectwo o ogromnej sile oddziaływania. Podobnie jak w przypadku poezji tworzonej przez dzieci w okresie Holokaustu, która także bywa wykorzystywana w muzealnych ekspozycjach.

Istotnym narzędziem służącym budowaniu obrazu dziecięcego świata totalnie zrujnowanego przez nazistów są relacje świadków – zarówno spisane w ich dziennikach, listach i pamiętnikach, jak i wspomnienia zebrane przez poszczególne muzea i prezentowane

²² Oczywiście jest, że odwiedzający poszczególne wystawy nie odbierają i nie dekodują wszystkich zebranych na nich obrazów i treści. Z całą pewnością wybierają pewne filmy, fotografie, przedmioty i ich opisy, którym poświęcają więcej uwagi, a część z nich pomijają. Poddają się również podpowiedziom przewodników, którzy oprowadzają ich po ekspozycjach. W ten sposób każdy ze zwiedzających może stworzyć różne warianty opowieści, a w każdym z tych wariantów różne może być nasilenie obecności wątków związanych z dziećmi.

²³ Więcej o znaczeniu materiałów fotograficznych w wystawach dokumentujących historię Zagłady: M. Zaborski, *Obraz dziecięcych ofiar Holokaustu. Rola fotografii w ekspozycjach muzealnych*, „Przegląd Socjologiczny” 2024 nr 1, s. 101–132.

w formie nagranych wywiadów. Dorosłe już osoby wracają w nich pamięcią do okresu swojego dzieciństwa, przypadającego na czas okupacji. Ich relacje pokazują między innymi zderzenie dziecięcej wrażliwości z bezdusznym i okrutnym światem czasu wojny. Mimo upływu wielu dekad, opowiadający te historie są wciąż wyraźnie poruszeni, gdy opisują okrucieństwo, jakiego doświadczyli w okresie dzieciństwa i dorastania. Co ważne – nagrania świadectw ocalałych z Zagłady nie tylko rekonstruuja doświadczenia konkretnych osób, ale też pokazują charakter dylematów moralnych, z którymi w wojennej rzeczywistości zmagali się bardzo młodzi ludzie. Wykorzystana w muzealnych narracjach perspektywa młodych uczestników wojennych wydarzeń zaczerpnięta z ich relacji pozwala również na to, by przekaz oficjalnych dokumentów, obejmujących między innymi statystyki, kalendaria czy urzędowe akta, uzupełniony był o poziom osobistych narracji odnoszących się do konkretnych przeżyć. Prezentacji informacji tworzących obraz dokumentowanych zdarzeń towarzyszy więc przywoływanie opinii i ocen ich uczestników, które stają się istotnym wzmocnieniem i uwiarygodnieniem przekazów faktograficznych.

Na podstawie przeprowadzonych analiz można również stwierdzić, że muzea dokumentujące historię Holokaustu i upamiętniające jego ofiary nie zatrzymują się na poziomie przedstawiania faktów i przekazywania wiedzy. Organizując procesy edukacyjne skoncentrowane wokół wystaw, wyraźnie wychodzą poza ten obszar i w swoje linie narracyjne wpisują promowanie określonych wartości. W ten sposób tworzą przestrzeń dialogu i zmagają z problemami, zagrożeniami i wyzwaniem współczesności. Holokaust jest tu postrzegany nie tylko jako wydarzenie historyczne, ale jako zjawisko, które daje się odnieść do aktualnych procesów i wydarzeń oraz związanych z nimi pytań. Muzealna wystawa nie tylko daje szansę zachowania pamięci o minionym świecie, ale uwzględnia dotyczącą go wiedzę we współcześnie toczonych dyskusjach np. na temat sytuacji mniejszości i związanych z nimi uprzedzeń czy stereotypów. Muzea łączą więc sferę kognitywną z aksjologiczną, świadomie wpisując się w przestrzeń kształcenia społeczno-politycznego i kreowania lub wzmacniania wybranych postaw moralnych. W kręgu zainteresowania poszczególnych placówek znajduje się np. wzmacnianie tolerancji i empatii, propagowanie akceptacji różnic, zwalczanie rasizmu i uprzedzeń prowadzących do prześladowań, pogłębianie odpowiedzialności obywateli w demokracji i starania o respektowanie praw człowieka.

Analiza poszczególnych ekspozycji i sposobu wykorzystania w nich figury dziecka prowadzi do wniosku, że twórcy wystaw poświęconych Holokaustowi wybierają pomiędzy dwoma rodzajami perspektywy używanej do konstruowania przekazu i budowania linii narracyjnej:

- perspektywa szeroka (stosowana częściej), w której dziecko pojawia się na równi z innymi uczestnikami wydarzeń, dzieli z nimi doświadczenia, będąc częścią społeczności żydowskiej; przeżycia dziecka są jednym z wielu wymiarów świata odtworzonego w wystawie;
- perspektywa wąska, w której dziecko umieszczone jest w centrum wydarzeń lub staje się wręcz narratorem i przewodnikiem po świecie rekonstruowanym

w muzealnej przestrzeni; doświadczenia dziecka są podstawą opowieści o historii Zagłady.

Modele te nie wykluczają się nawzajem – w jednej placówce muzealnej możliwe jest zastosowanie obu rozwiązań, jak na przykład w waszyngtońskim Muzeum Holokaustu, gdzie obok wystawy głównej (szeroka perspektywa) funkcjonuje przygotowana z myślą o dzieciach ekspozycja „Daniel’s Story”, odtwarzająca świat Zagłady „widziany oczami dziecka” (wąska perspektywa). Podobnie – w Wileńskim Muzeum Historii Żydowskiej przygotowano dwie ekspozycje – „Holokaust”, prezentującą historię Zagłady w szerokim ujęciu oraz wystawę „Ocalone litewskie dziecko opowiada o Zagładzie”, poświęconą pamięci dzieci, które zginęły w czasie Holokaustu. Innym przykładem może być pomnikowa instalacja poświęcona dziecięcym ofiarom Zagłady, zlokalizowana obok wystawy głównej w Yad Vashem.

Odrębne pytania – postawione w ramach przeprowadzonych badań – dotyczyły reguł dostępności muzeów dla dzieci i młodzieży w określonym wieku oraz dostosowania przekazu poszczególnych wystaw do możliwości percepcyjnych młodych odbiorców.

Autorzy analizowanych ekspozycji prezentują zróżnicowane podejście do materiałów wizualnych ukazujących drastyczne sceny, na przykład dokumentujące egzekucje przeprowadzane przez nazistowskich żołnierzy, śmierć w obozach koncentracyjnych lub skutki dokonywanych tam eksperymentów pseudomedycznych. Każda z placówek inaczej podchodzi do tej kwestii, prezentując odmienną wrażliwość w zakresie wykorzystania naturalistycznego przekazu – zarówno na poziomie opisu, jak i obrazu. Najdalej idące rozwiązania w tym obszarze stosuje waszyngtońskie Muzeum Holokaustu, w którym autorzy głównej ekspozycji użyli fotografii i filmów ukazujących drastyczne obrazy, by osiągnąć efekt zwiększonego zaangażowania zwiedzających. Tymczasem np. w Muzeum Żydowskim w Berlinie zrezygnowano z prezentowania wizualnych przedstawień zbrodni Holokaustu. Motywując to szacunkiem wobec ofiar, kuratorzy wystawy głównej unikają tego rodzaju obrazów i skupiają się na udokumentowaniu tych wydarzeń za pomocą innych form i narzędzi²⁴.

W obszarze wystawienniczym poszczególnych placówek muzealnych stosowany jest też zróżnicowany poziom zabezpieczenia najmłodszych odbiorców przed dostępem do szczególnie obciążających psychicznie materiałów, jeśli są one elementem ekspozycji. Podstawowym narzędziem wykorzystywanym przez gospodarzy miejsc prezentujących historię Holokaustu jest określenie minimalnego wieku odbiorców wystawy²⁵. Przyjmuje to formę wymogu, zalecenia lub rekomendacji dla zwiedzających. I tak np. wstęp do Muzeum Historii Holokaustu w Jerozolimie dozwolony jest od 10 roku życia. Także kuratorzy poświęconych Zagładzie wystaw w Wileńskim Muzeum Historii Żydowskiej

²⁴ Por. A.S. Marcus, J.D. Stoddard, W.W. Woodward, *Teaching History with Museums. Strategies for K-12 Social Studies*, New York – Abingdon 2017, s. 49.

²⁵ Więcej na temat rozwiązań przyjmowanych w różnych muzeach i miejscach pamięci: M. Zaborski, M. Śniegulska, *Dziecko jako podmiot muzealnej edukacji o Holokauście. Wyzwania, uwagi i rekomendacje*, „Społeczeństwo – Edukacja – Język” 2023 nr 18, s. 247–248.

zalecają, by zwiedzali je odbiorcy powyżej 10 roku życia. W waszyngtońskim Muzeum Holokaustu wystawa główna dostępna jest dla zwiedzających, którzy mają co najmniej 11 lat, natomiast przygotowana tam z myślą o najmłodszych odbiorcach stała wystawa „Remember the Children: Daniel’s Story” dostępna jest dla osób powyżej 8 roku życia. Z kolei Muzeum Żydowskie w Berlinie swoją wystawę główną udostępnia odbiorcom w każdym wieku, bez żadnych ograniczeń. Podobną strategię przyjmuje Ryskie Muzeum Getta i Holokaustu na Łotwie oraz Estońskie Muzeum Żydowskie w Tallinie, gdzie nie obowiązują dodatkowe obostrzenia czy zalecenia dotyczące wieku zwiedzających.

Twórcy i gospodarze ekspozycji poświęconych Holokaustowi mają do dyspozycji również inne narzędzia służące ochronie młodych odbiorców przed szczególnie obciążającymi treściami. To różnego rodzaju fizyczne bariery, które utrudniają dostęp do drastycznych zdjęć czy filmów ukazujących brutalne akty przemocy. W tym obszarze również nie ma jednolitej strategii w przestrzeni analizowanych placówek muzealnych. Oczywiście jest, że nie wszędzie tego rodzaju zabezpieczenia są potrzebne, ponieważ nie każda ekspozycja zawiera obrazy wymagające ograniczenia widoczności. Gdy jednak analizujemy te, w których takie archiwalia są wykorzystane, dostrzegamy, że na przykład Muzeum Holokaustu w Waszyngtonie korzysta ze ścianek zasłaniających niektóre ekrany przed wzrokiem najmłodszych zwiedzających (by móc obejrzeć film, trzeba mieć określony wzrost). Z kolei na przykład Ryskie Muzeum Getta i Holokaustu na Łotwie w żaden sposób nie ogranicza dostępu do eksponowanych zasobów. Każdy – niezależnie od wieku – może więc zobaczyć chociażby fotografie osób powieszonych przez nazistów czy ofiar egzekucji czekających na rozstrzelanie. Są tu też zdjęcia ciał więźniów jadących do obozów wyrzucane z wagonów w czasie transportu, fotografie ekshumacji masowych grobów czy dokumentacja masakry dokonanej przez nazistów na więźniach getta.

Z jednej strony zaproszenie dzieci do tak zaplanowanej przestrzeni wystawienniczej poświęconej historii Zagłady musi rodzić istotne dylematy odnoszące się do możliwości percepcyjnych i wrażliwości młodych odbiorców. Z drugiej – tworzenie wystaw, w których komunikacja skoncentrowana jest na dziecku i obejmuje przygotowanie specjalnej edycji adresowanej do najmłodszych, niesie ryzyko nadmiernych uproszczeń czy wręcz zafałszowań. Uwzględnienie wrażliwości, kompetencji i możliwości poznawczych bardzo młodych zwiedzających daje szansę uchronienia ich przed zbyt obciążającymi świadectwami Zagłady, ale jednocześnie rodzi ryzyko błędnego odczytania lub interpretowania przekazu. Ten aspekt również musi być brany pod uwagę na etapie planowania tego rodzaju ekspozycji, a także podczas ich udostępniania.

Podsumowując, na podstawie przeprowadzonych badań można stwierdzić, że w kontekście uwzględnienia potrzeb i możliwości percepcyjnych dzieci twórcy wystaw poświęconych Holokaustowi wybierają pomiędzy kilkoma wariantami komunikacji odnoszącej się do treści zgromadzonych w przestrzeni muzealnej. Są nimi:

- strategia otwartego dostępu i pełnego przekazu – muzeum zaprasza do zwiedzania wszystkich (bez względu na wiek) i udostępnia zbiory bez ograniczeń, nawet jeśli wystawa obejmuje „wrażliwe” świadectwa zbrodni; decyzyję o możliwości

odbioru konkretnych elementów ekspozycji jej twórcy pozostawiają opiekunom dzieci;

- strategia otwartego dostępu i ograniczonego przekazu – muzeum oferuje zwiedzanie wszystkim (bez względu na wiek), ale w swojej ekspozycji nie umieszcza materiałów mogących nadmiernie obciążać psychikę młodych odbiorców;
- strategia ograniczonego dostępu i pełnego przekazu – muzeum wprowadza rekomendacje dotyczące wieku zwiedzających, właśnie ze względu na charakter prezentowanych w nim materiałów; może również korzystać z dodatkowych zabezpieczeń, które utrudniają najmłodszym odbiorcom dotarcie do najbardziej drastycznych obrazów;
- strategia przekazu skoncentrowanego na dziecku – muzeum przygotowuje specjalną ekspozycję adresowaną do dzieci w określonym wieku, dostosowaną do ich wrażliwości i możliwości percepcyjnych; narracja takiej wystawy jest wyraźnie uproszczona i stanowi próbę stopniowego wprowadzania najmłodszych odbiorców w obszar upamiętniania Zagłady.

Uwagi końcowe

Dziecko często bywa opisywane jako nadzieja społeczeństwa, „dzieciństwo zaś traktuje się jako wartość samą w sobie, która powinna być chroniona”²⁶. Między innymi dlatego umieszczenie figury dziecka w opisie polityki Trzeciej Rzeszy niszczącej człowieczeństwo dobitnie pokazuje okrucieństwo systemu stworzonego przez nazistów. Za Mallory Bubar można powiedzieć, że „dostrzeżenie dziecka w szerszej narracji historycznej ilustruje, jak głęboka była nienawiść wobec innego”²⁷. Mamy świadomość, że już działania reżimu hitlerowskiego wymierzone w dorosłych zdecydowanie wykraczały poza ramy cywilizacyjne, ale to właśnie artefakty przywołujące na myśl najmłodsze ofiary Zagłady (np. dziecięce obuwie czy odzież) nadają tamtemu bestialstwu szczególnie wymowny charakter. Włączenie dziecka w obszar reprezentacji Holokaustu staje się więc dodatkowym – czytelnym i niezwykle mocnym – impulsem do refleksji i rozliczeń²⁸.

Użycie figury dziecka w tej przestrzeni przynosi też jednak pewne zagrożenia. Możemy w tym miejscu odwołać się do refleksji Marka K. Andersona, który stwierdził, że postać dziecka – z uwagi na jego niewinność – w opowieści o Holokauście ma moc przytłaczającą. Rzeczywiście – los dziecięcych ofiar stanowi jeden z najpotężniejszych i najbardziej rozdzierających zarzutów odnoszących się do zbrodni nazistowskich i strat, które te zbrodnie wywołały. Perspektywa niewinnego dziecka pozwala stworzyć – jak określił

²⁶ K. Segiet, *Dziecko i dzieciństwo jako wartość a współczesność*, „Chowanna” 2010 nr 1, s. 131.

²⁷ M. Bubar, *The Figure of the Child in Holocaust Representations*, May 2020, (A Dissertation Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Doctor of Philosophy), https://etda.libraries.psu.edu/files/final_submissions/21472, s. 174.

²⁸ Tamże, s. 175.

to Anderson – „empatyczny most porozumienia czy wręcz identyfikacji z ofiarami”²⁹. Postać prześladowanego dziecka czyni Zagładę jeszcze bardziej poruszającą, także dlatego, że odwołuje się do naszych wspomnień z dzieciństwa oraz do naszych doświadczeń w roli rodziców czy rodzeństwa. Odwołuje się więc do kategorii moralnych i egzystencjalnych. Dlatego Anderson wskazał, że bezbronność dziecka, która służy jako metafora w opisie losu ofiar ludobójstwa, jest retorycznie skuteczna, ale może też zniekształcać, personalizować i dehistoryzować Holokaust, zapewniając fałszywe poczucie solidarności i zrozumienia. Bez wątplenia pozwala na wywołanie głębokiej reakcji emocjonalnej u odbiorców przekazu, ale też jednocześnie może zniekształcać i zacierać kluczowe aspekty wydarzenia historycznego, poprzez uproszczoną narrację, która wcale nie musi pogłębiać wiedzy historycznej i rozwijać krytycznej świadomości³⁰. Ta refleksja skłania nas do poszukiwania odpowiedzi na pytanie, jakie są estetyczne i emocjonalne implikacje użycia figury dziecka w przestrzeni wystawienniczej odnoszącej się do Holokaustu? Musimy weryfikować, czy skupienie się na najmłodszych ofiarach Zagłady nie upraszcza bądź nie zniekształca historii? Czy istnieje tu ryzyko sentymentalizacji wydarzeń historycznych poprzez nadmierną identyfikację z postacią dziecka, wpływającą na odczytanie przesłania moralnego w przestrzeni reprezentacji Zagłady? Czy koncentrowanie się na dziecięcych losach może prowadzić do retorycznych i ideologicznych wypaczeń? Z tymi właśnie pytaniami muszą zmierzyć się twórcy muzealnych upamiętnień poświęconych Zagładzie, kreując nowe ekspozycje i modyfikując wystawy już istniejące.

Bibliografia

- Anderson M.K., *The Child Victim as Witness to the Holocaust: An American Story?*, „Jewish Social Studies: History, Culture, Society” 2007 nr 1, s. 1–22.
- Banks M., *Materiały wizualne w badaniach jakościowych*, Warszawa 2013.
- Bubar M., *The Figure of the Child in Holocaust Representations*, May 2020, (A Dissertation Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Doctor of Philosophy), https://etda.libraries.psu.edu/files/final_submissions/21472 (dostęp 4.05.2024).
- Children during the Holocaust*, Holocaust Encyclopedia z 10.08.2021 r., <https://encyclopedia.ushmm.org/content/en/article/children-during-the-holocaust> (dostęp 24.01.2024).
- Cywiński P.M.A., *Auschwitz. Monografia człowieka*, Oświęcim 2021.
- Dwork D., *Kinder mit dem gelben Stern. Europa 1933–1945*, München 1994.
- Felsen I., Brom D., *Adaptation to Trauma, Silence, and Social Support*, w: S. Kangisser Cohen, D. Ofer (red.), *Starting Anew. The Rehabilitation of Child Survivors of the Holocaust in the Early Postwar Years*, Jerusalem 2019, s. 315–350.
- Folga-Januszewska D., *Emocjoneum. Muzeum jako instytucja emocji*, Warszawa 2022.
- Heberer P., *Children during the Holocaust*, Lanham 2011.
- Jewish victims of the Holocaust: Hidden children*, (brak daty opubl.) https://www.jewishvirtuallibrary.org/hidden-children-of-the-holocaust?utm_content=cmp-true (dostęp 15.10.2023).
- Kubica H., *Nie wolno o nich zapomnieć. Najmłodsze ofiary Auschwitz*, Oświęcim 2002.

²⁹ M.K. Anderson, *The Child Victim as Witness to the Holocaust: An American Story?*, „Jewish Social Studies: History, Culture, Society” 2007 nr 1, s. 4.

³⁰ Por. tamże, s. 19.

- Kubica H., *Odebrane dzieciństwo. Dzieci wyzwolone w Auschwitz, Oświęcim* 2020.
- Marcus A.S., Stoddard J.D., Woodward W.W., *Teaching History with Museums. Strategies for K-12 Social Studies*, New York – Abingdon 2017.
- Michlic J.B., *What Does a Child Remember? Recollections of the War and the Early Postwar Period among Child Survivors from Poland*, w: Taż (red.), *Jewish Families in Europe. 1939–Present. Present, History, Representation, and Memory*, Waltham 2017, s. 153–172.
- Rose G., *Interpretacja materiałów wizualnych*, Warszawa 2010.
- Segiet K., *Dziecko i dzieciństwo jako wartość a współczesność*, „Chowanna” 2010 nr 1, s. 129–137.
- Sikorska I., *Dziecięca trauma – psychologiczne konsekwencje dla dalszego rozwoju*, „Sztuka Leczenia” 2014 nr 3–4, s. 55–70.
- Stankowski A., Weiser P., *Demograficzne skutki Holocaustu*, w: F. Tych, M. Adamczyk-Garbowska (red.), *Następstwa zagłady Żydów*, Lublin 2012, s. 15–38.
- Stańczyk E., *Commemorating the Children of World War II in Poland. Combative Remembrance*, Cham 2019.
- Stańczyk E., *Heroes, Victims, Role Models: Representing the Child Soldiers of the Warsaw Uprising*, „Slavic Review” 2015 nr 4, p. 738–759.
- Stańczyk E., *The Absent Jewish Child: Photography and Holocaust Representation in Poland*, „Journal of Modern Jewish Studies” 2014 nr 3, p. 360–380.
- Szuchta R., *1000 lat historii Żydów polskich. Podróż przez wieki*, Warszawa 2015.
- Szuchta R., Trojański P., *Zrozumieć Holocaust. Książka pomocnicza do nauczania o zagładzie Żydów*, Warszawa 2012.
- Whitehead A., *Memory*, Abingdon 2009.
- Witek-Malicka W., *Dzieci z Auschwitz–Birkenau. Socjalizacja w obozie koncentracyjnym na przykładzie Dzieci Oświęcimia*, Kraków 2018.
- Zaborski M., *Children and the politics of memory: Analysis of the museum narrative at the Yad Vashem Institute*, „Athenaeum. Polskie Studia Politologiczne” 2023 nr 80(4), p. 60–79.
- Zaborski M., *Obraz dziecięcych ofiar Holocaustu. Rola fotografii w ekspozycjach muzealnych*, „Przegląd Socjologiczny” 2024 nr 1, s. 101–132.
- Zaborski M., *Ofiary czy bohaterowie? Dzieci w narracji wystawy o Holokauście w Muzeum Żydowskim w Wilnie*, „Kultura i Społeczeństwo” 2022 nr 1(66), s. 101–121.
- Zaborski M., *Przerwane życie. Dzieci w linii narracyjnej Estońskiego Muzeum Żydowskiego w Tallinie*, „Świat Idei i Polityki” 2023 t. 22 nr 1, s. 106–123.
- Zaborski M., *Twarze cierpienia. Dzieci w linii narracyjnej Muzeum Getta Ryskiego i Holocaustu na Łotwie*, „Społeczeństwo – Edukacja – Język” 2022 nr 16, s. 269–282.
- Zaborski M., Śniegulska M., *Dziecko jako podmiot muzealnej edukacji o Holokauście. Wyzwania, uwagi i rekomendacje*, „Społeczeństwo – Edukacja – Język” 2023 nr 18, s. 241–263.

Biogram autora

Marcin Zaborski – doktor politologii, adiunkt w Katedrze Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu SWPS w Warszawie. Zajmuje się komunikowaniem społecznym i politycznym oraz kulturą pamięci. Specjalizuje się w badaniach miejsc pamięci i ekspozycji muzealnych. Prowadzi także analizy treści archiwalnych wydań czasopism dla dzieci (w tym przedwojennych).

Łukasz Buksa

Wydział Nauk Społecznych Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie

ORCID 0000-0003-4309-2438

H.A. Campbell & W. Bellar, *Digital Religion: The Basics*, 1st Edition, Routledge, Abingdon – New York 2023, ISBN 9780367528102, pp. 178

Kiedy w latach 90. minionego wieku rodziły się interdyscyplinarne badania empiryczne internetu, w Kanadzie i Stanach Zjednoczonych dostrzeżono potrzebę naukowej refleksji także nad religią w sieci. Prekursorem tych badań był Kanadyjczyk Christopher Helland, który pierwszy zoperacjonalizował terminy *religion online* („religia w sieci”) i *online religion* („religia sieciowa”), opisując praktykowanie religii w świecie cyfrowym. Z pierwszą kategorią Helland wiązał obecność religii w internecie – autoprezentację, propagowanie i działalność misyjną znanych religii, w tym m.in. działalność mediów wyznaniowych, stron, portali, czatów czy blogów o tematyce religijnej. *Online religion* Helland łączył z przejawami religijności, które rodzą się w sieci pod wpływem społeczności internetowej. Spostrzeżenia Hellanda tak dalece zainspirowały Heidi A. Campbell, amerykańską profesor komunikacji w Texas A&M University, że w ciągu dwóch dekad stała się niekwestionowanym międzynarodowym autorytetem w dziedzinie *digital religion*. Najnowsza, czternasta książka badaczki religii w cyberprzestrzeni, prekursora *digital religion studies*, zwraca uwagę ze względu na kompetencje autora, przejrzystość wykładu, jasno precyzowane i omówione motywy, a także próbę identyfikacji kierunków dalszego rozwoju religii cyfrowej. Współautorem książki jest Wendi R. Bellar, doktorantka Wydziału Komunikacji Uniwersytetu Texas A&M.

„Digital Religion: The Basics” jest typowym kompendium, podręcznikiem akademickim, a nie „biblią” podjętej problematyki. Na jej treść składa się osiem (nie więcej niż 20-stronicowych) rozdziałów oraz słownik pojęć, bibliografia i indeks. Każda z jednostek ma identyczną strukturę: cele rozdziału, definicje, rozwinięcie treści, praktyczne przykłady, streszczenie i polecenie lektury uzupełniającej.

Rozdział pierwszy – *What is digital religion?* (s. 1–11) – jest opisem historii terminu i badań nad zjawiskiem *digital religion* oraz konotacji tego terminu. Rozważania definicyjne są o tyle istotne, że w dosłownym przekładzie nazwa „religia cyfrowa” może sugerować, iż chodzi o religię w formie scyfrizowanej. Tymczasem desygnat „digital” stanowi jej odniesienie kontekstualne – chodzi o religię, która rodzi się w cyfrowym, „połączonym”

uniwersum. Jest ona wytworem społeczeństwa sieci, które w nowy sposób kształtuje swoje doświadczenie religijności. Dla Heidi A. Campbell determinantą podjęcia tego tematu była obserwacja, że internauci transmitują do sieci także swoją religię – dzielą się swoją wiarą, ale i chłoną doświadczenia i przekonania innych, wybierają sobie treści i przewodników duchowych. Termin *digital religion* odnosi się więc – po pierwsze – do nowych praktyk, form religijności i przekonań religijnych oraz społeczności rodzących się pod wpływem sieci, relacji w niej nawiązywanych. Kultura cyfrowa tak dalece zintegrowała się z życiem jednostek i z tkanką społeczeństwa, że przenika wszystkie sfery życia, także praktykowanie religijności, bycie człowiekiem religijnym. Od czasu, gdy tradycyjne i nowe praktyki religijne, takie jak modlitwa, ćwiczenia duchowe, rozważania teologiczne czy propagowanie religii, stały się powszechnie dostępne w sieci, mogą być wykorzystywane w sposób bardzo zindywidualizowany i prowadzić do poczucia samowystarczalności religijnej, budowania „własnej” religii w zakresie wierzeń i duchowości. Przyczynowo i korelacyjnie internet stanowi unikalną przestrzeń umożliwiającą powstanie nowych form wspólnot religijnych oraz rytuałów, często podważających tradycyjne autorytety i struktury religijne. Heidi A. Campbell zwraca uwagę na dynamiczny charakter zjawiska: początkowo „wirtualna religia” oznaczała praktyki i wspólnoty religijne w przestrzeni cyfrowej, odmienne od praktyk offline; obecnie to rozróżnienie straciło na aktualności. Praktyki online i offline przeplatają się i nie mają już wyraźnych granic. Religia cyfrowa jest zatem koncepcją, która ukazuje, że współczesna religia jest jednocześnie przeżywana w tradycyjnych formach offline oraz w nowych, technologicznie zapośredniczonych przestrzeniach online, co można nazwać hybrydyzacją praktyk religijnych.

Campbell wyjaśnia, że *digital religion* jest przedmiotem badań podejmowanych w ramach *digital religion studies* – studiów, które od 2010 roku stanowią odrębny obszar interdyscyplinarnych badań nad religią: porównawczych, jakościowych i ilościowych. Studia nad religią cyfrową eksplorują zjawisko religii w sieci, dokumentują i analizują m.in. to, jak technologie cyfrowe przekształcają współczesne praktyki i wartości religijne, stawiając wyzwania tradycyjnym społecznościom i przywódcom religijnym. Badania nad religią w sieci według Campbell dotyczą zarówno tradycyjnych, jak i nowych form praktyk religijnych i dyskursów, które pojawiają się w internecie. Rozwijają się w kilku kierunkach, wykorzystując metody i techniki badawcze wypracowane na gruncie nauk społecznych i humanistycznych. Badania filozoficzne lub teologiczne są szczególnie ważne w rozwoju teoretycznym tego obszaru. Służą wypracowywaniu ram koncepcyjnych do interpretacji danych empirycznych.

W kolejnych sześciu rozdziałach badaczka *digital religion* omawia cechy (*markers*) religii w wirtualnym świecie. Wyznaczniki cyfrowej religii stanowią tytuły rozdziałów: 2. *Networked community* (s. 12–32); 3. *Convergent practice* (s. 33–52); 4. *Multisite reality* (s. 53–74); 5. *Shifting authority* (s. 75–98); 6. *Storied identity* (s. 99–115) oraz 7. *Experiential authenticity* (s. 116–137).

Omówiony w rozdziale drugim pierwszy atrybut – *networked community* – to kluczowa cecha religii cyfrowej. Jak zauważa autorka podręcznika, współczesna forma

społeczności to społeczność sieciowa. Opiera się ona na budowaniu przez jednostki rozległych sieci relacji. Od tradycyjnie rozumianej zbiorowości różni się tym, że nie jest definiowana przez lokalizację, rodzinę czy instytucje. Także religijne wspólnoty funkcjonują jako sieci – zarówno online, jak i offline. W sferze religii oznacza to, że jednostki samodzielnie tworzą sieć relacji poza ustalonymi instytucjami religijnymi i bez nadzoru uznanych liderów. Ciekawym spostrzeżeniem jest obserwacja, że w okresie pandemii COVID-19 wspólnoty religijne musiały na nowo przemyśleć przymiot *community*. Z badań przytoczonych przez Campbell wynika, że funkcjonowanie w sieci, bez spotkania twarzą w twarz, zmieniły ich tradycyjne postrzeganie społeczności religijnej. Duchowni uznali, że społeczność może być budowana zarówno online, jak i offline. Spostrzeżenie, że społeczność sieciowa jest prawdziwą społecznością stało się tym bardziej możliwe, gdy przymiłek „wirtualny” w potocznym odczuciu przestał oznaczać „odmienny od prawdziwego”.

Drugą cechą religii cyfrowej stanowią praktyki omówione w rozdziale trzecim: *Convergent practice. Digital religion* może być praktykowana offline i online. Religia w cyberprzestrzeni umożliwia praktykowanie religii w sposób indywidualny i grupowy, integrując zasoby online i offline. Otwarcie się na poszukiwania duchowe i kult online sprawia, że dla ludzi wiary także internet może stać się „świętą przestrzenią”, wzbogacać duchowość offline. Konwergencji tej doświadczyli np. podczas pandemii katolicy, zmuszeni do szukania w sieci transmisji liturgii mszalnej. Sprzyjało to zjawisku, które lubię nazywać *churching online* – przenoszenie się online z jednej wspólnoty modlitwy do drugiej, aż do spotkania najbardziej odpowiedniej.

Rozdział czwarty, poświęcony *Multisite reality*, co można tłumaczyć jako „rzeczywistość w wielu lokalizacjach”, wskazuje na uwolnienie w *digital religion* praktyk religijnych od wyznaczonego miejsca. Mówi o możliwości praktykowania religii przez społeczności i grupy online i offline w jednej wspólnocie, ale z wielu miejsc, niektórych online, a niektórych offline. Religia cyfrowa funkcjonuje w hybrydowej rzeczywistości.

Kolejny rozdział – *Shifting authority* – omawia charakterystyczną dla religii praktykowanej w sieci zmianę autorytetu, a właściwie utratę oficjalnych autorytetów na rzecz nowych przywódców duchowych, którymi są niejednokrotnie świeccy liderzy internetu, w tym influencerzy. Media cyfrowe stwarzają dynamiczną przestrzeń, w której autorytet jest nieustannie negocjowany i redefiniowany.

Storied identity, tytuł szóstego rozdziału, odnosi się do pojęcia znanego z psychologii. Sprowadza się on do tego, że ludzie mają skłonność do tworzenia narracji o sobie samych, opowiadania samych siebie, snucia opowieści o swoim życiu, o obrazie siebie czy doświadczeniach życiowych. Internet pozwala na prezentowanie i budowanie tożsamości religijnych. Ludzie w sieci – pomijając kontrolę tradycyjnych autorytetów religijnych – mogą wybierać i łączyć różne źródła informacji, tworząc własną, spersonalizowaną tożsamość religijną.

Siódmy rozdział, omawiający ostatni z wyznaczników specyfiki religii cyfrowej – autentyczność doświadczenia – przypomina, że praktyki religijne online są uznawane za równie autentyczne jak offline. To postmodernistyczne zakwestionowanie obiektywnego,

naukowego rozumienia rzeczywistości na rzecz subiektywnych doświadczeń, osobistych odczuć. Cecha ta oznacza, że podstawą oceny przekonań i praktyk religijnych online i offline jest osobiste doświadczenie. W świecie cyfrowym to ostatnie – osobiste doświadczenie – jest często kluczowe w określaniu tego, co autentyczne.

Zasadnicza treść podręcznika „Digital religion” kończy się rozdziałem ósmym, poświęconym prognozie omawianego zjawiska (*The future of digital religion*). Podsumowując, Campbell stwierdza, że przyszłe badania religii w sieci powinny się skupić na rosnącym powiązaniu i wzajemnym przenikaniu kontekstów online i offline oraz na nowych technologiach, takich jak technologie najnowsze – sztuczna inteligencja (AI) czy rzeczywistość rozszerzona. Prognozując rolę *digital religion* autorka stwierdza, że religijność praktykowana online raczej uzupełnia tradycyjne praktyki religijne, a nie zastępuje ich, ale w przyszłości może to się zmienić.

Digital religion, co pokazuje także omawiana publikacja, jest zjawiskiem rozpoznanym, stale diagnozowanym, prezentowanym na amerykańskim i zachodnioeuropejskim rynku wydawniczym. Pojawienie się książki o tak uporządkowanej treści stanowi dobre podsumowanie dotychczasowych badań z obszaru *digital religion study*. Warto po tę monografię sięgnąć, by poznać ewolucję tego dynamicznego zjawiska i jego najnowsze wymiary. Książka Heidi A. Campbell i Wendi Bellar stanowi wartość zwłaszcza dla polskiego środowiska akademickiego, gdyż temat cyfrowej religii jest bardzo rzadko podejmowany w badaniach religioznawczych, medioznawczych czy teologicznych. Jestem zdania, że recenzowana monografia ma osobną wartość dla instytucji i przywódców religijnych. Jest apelem, by nie lekceważyć religii w sieci. Nie jest ona bowiem przemijającym ekscysem wirtualnego świata. Przeciwnie, jest czymś nieodwracalnym. Jak pisze Heidi A. Campbell, przyszłość religii cyfrowej otwiera nowe możliwości i wyzwania, które wymagają aktywnego zaangażowania zarówno badaczy, jak i liderów religijnych, aby skutecznie wykorzystać potencjał technologii w kontekście duchowym i społecznym.

Natalia Maroń

Uniwersytet Śląski w Katowicach, Wydział Humanistyczny, studentka II stopnia

ORCID 0009-0007-2911-9119

Reprezentatywna mikroskala? Rozważania o tożsamości lokalnej mieszkańców Czeladzi z racji udziału ich przedstawicieli w bitwie o Monte Cassino, red. M. Krakowiak, A. Dębska-Kossakowska, Katowice 2016, ss. 384

W połowie maja 2024 odbyły się obchody 80. rocznicy bitwy pod Monte Cassino. Ósmą dekadę od zwycięskiej batalii uczczono w sposób niezwykle uroczysty zarówno we Włoszech, jak i w Polsce. W wielodniowych, trwających od 12 do 21 maja, włoskich obchodach udział wzięli przedstawiciele najwyższych władz państwowych polskich i zagranicznych z Prezydentem RP Andrzejem Dudą i Marszałek Senatu Małgorzatą Kidawą-Błońską na czele. Na włoskiej ziemi doniosłość tejże rocznicy zaznaczono poprzez skalę uroczystości odbywających się nie tylko na Polskim Cmentarzu Wojennym na Monte Cassino, ale i w innych miejscach pamięci związanych z obecnością i aktywnością żołnierzy 2. Korpusu Polskiego w maju 1944 roku, by wymienić Piedimonte San Germano, Aquafondata, San Vittore del Lazio. Zgodnie z tradycją 18 maja na cmentarnym wzgórzu odprawiono Mszę św. polową, odczytano Apel Poległych, złożono kwiaty, wykonano, napisane w czasie walk *Czerwone maki na Monte Cassino*. W przededniu rocznicy spektakularnego zwycięstwa na Rynku Głównym w Krakowie Premier Donald Tusk z Ministrem Obrony Narodowej oddali hołd polskim żołnierzom, którzy 80. lat temu heroiczną walką otworzyli aliantom drogę do Rzymu. Uroczystość rozpoczął hejnał z wieży mariackiej – nie tylko z uwagi na lokalizację obchodów. Melodia hejnału zagranego 18 maja 1944 na gruzach klasztoru przez plut. Emila Czecha obwieściła zwycięstwo.

Na terenie opactwa benedyktyńskiego na wzgórzu Cassino odbyło się oficjalne otwarcie wystawy *Szlaki Nadziei. Odyseja Wolności*, przygotowanej przez Instytut Pamięci Narodowej, specjalnie z okazji 80. rocznicy bitwy. Głównym celem projektu jest upamiętnienie działań Polskich Sił Zbrojnych podczas II wojny światowej oraz losów ludności cywilnej, która została ewakuowana z ZSRR wraz z armią gen. Andersa. Wystawa będzie eksponowana do 2025 roku w ponad 50 państwach świata. Wydarzenia historii ukazuje w dwóch perspektywach: powszechnej, zbiorowej i indywidualnej, lokalnej (uwzględniającej kontekst miejsca prezentacji). Na stronie IPN czytamy:

Syntetyczna forma wystawy i zdjęcia koloryzowane w konsultacji z historykami mają zachęcić do zapoznania się z naszą historią. W każdym państwie czy nawet konkretnej miejscowości powstanie inna ekspozycja lokalna dedykowana miejscowej społeczności i przedstawiająca polskich bohaterów¹.

Wystawa uwzględnia szeroką perspektywę historyczną, jak również lokalne świadectwa, które ilustrują doświadczenia miejscowej ludności w czasie dramatycznych wydarzeń. Współcześnie, gdy globalizacja prowadzi często do homogenizacji, a tym samym stopniowego zanikania unikalnych cech poszczególnych kultur, zwrot ku lokalności staje się formą przeciwstawienia się temu trendowi. Analogiczną perspektywę dostrzec można w wydanej kilka lat temu monografii *Reprezentatywna mikroskala? Rozważania o tożsamości lokalnej mieszkańców Czeladzi z racji udziału ich przedstawicieli w bitwie o Monte Cassino*.

Autorzy tej interdyscyplinarnej książki przyglądają się lokalności uwikłanej w globalne procesy, ukazując, jak pojedyncze głosy, wydarzenia i historie tworzą barwną, kulturową kompozycję. W *Reprezentatywnej mikroskali?* otrzymujemy rozbudowany zestaw tematów, różnorodność narracji oraz bogactwo perspektyw badawczych. Pozycja wyróżnia się interdyscyplinarnym podejściem do omawianych zagadnień, o czym świadczą teksty specjalistów różnych dziedzin – literaturoznawców, kulturoznawców, historyków, a także muzealników. Czytelnik może się spodziewać dogłębnej analizy kontekstów towarzyszących dyskursowi o Monte Cassino wraz z wnikliwym studium dokumentów źródłowych. *Reprezentatywna mikroskala?* przypomina, że prawdziwe zrozumienie przeszłości wymaga uwzględnienia zarówno wielkich, jak i mniejszych narracji.

Reprezentatywna mikroskala? została podzielona na trzy części, zatytułowane odpowiednio: *Lokalna tożsamość*, *Wokół bitwy pod Monte Cassino* oraz *Ile dziś zostało z nie tylko lokalnego patriotyzmu* i poprzedzona wstępem Małgorzaty Krakowiak. Badaczka porusza problem małych ojczyzn oraz lokalnego patriotyzmu, dowodząc, że ten ostatni jest bardziej zrozumiały, gdyż związany emocjonalnie z konkretnym obszarem. Wspomina również o rosnącej popularności refleksji nad pamięcią zbiorową i miejscami pamięci. Małgorzata Krakowiak wysnuwa wniosek, że warto byłoby się zastanowić nad rewitalizacją pamięci w skali mikro. Efektem rozważań jest recenzowana książka, której autorzy koncentrują się na Czeladzi, niewielkim mieście w Zagłębiu Dąbrowskim, aby ocenić, czy może ono być reprezentatywne dla całej Polski.

W pierwszej części poddano analizie zagadnienie tożsamości. Beata Gontarz zwraca uwagę na różnorodność kontekstów, mających wpływ na nasze rozumienie powyższego terminu. Jednocześnie stawia tezę, że we współczesnym społeczeństwie niemal każdy dąży do określenia własnego „ja”, niezależnie od tego, czy jest to proces indywidualny, czy grupowy. Badaczka traktuje tożsamość jako zjawisko dynamiczne, podatne

¹ Oficjalna strona internetowa IPN, wystawa *Szlaki Nadziei. Odyseja Wolności*, <https://ipn.gov.pl/pl/aktualnosc/161456,Wystawa-Szlaki-Nadziei-Odyseja-Wolnosc.html>; (dostęp 31.06.2024 r.).

na zmiany społeczne, kulturowe i historyczne, w skrócie – ewoluujące w czasie. Autorka przygląda się również tożsamości zbiorowej, podkreślając jej kluczową rolę w budowaniu więzi społecznych oraz definiowaniu wspólnych wartości. Dzięki kolektywnej pamięci historycznej społeczeństwo wzmacnia poczucie wspólnotowości i unikatowości. Zdaniem Beaty Gontarz, dla współczesnych mieszkańców Czeladzi doświadczenia rodaków walczących pod Monte Cassino mogą mieć szczególne znaczenie, gdyż:

[...] mogą stanowić element budowania tożsamości i indywidualnej, i zbiorowej, określanej przez [...] projekt włączania zinterpretowanej i usensownionej przeszłości w perspektywę bliskiej i dalekiej przyszłości własnej lub lokalnej społeczności².

Adrian Jaworek kontynuuje temat tożsamości lokalnej, przybliżając czytelnikowi specyfikę Zagłębia Dąbrowskiego. Zdaniem badacza, chociaż obszar ten charakteryzuje się bogatą historią, często postrzegany jest poprzez pryzmat jednego miasta – Sosnowca. Jaworek słusznie zaznacza, że uproszczona wizja uniemożliwia zrozumienie pełnej różnorodności kulturowej, przemysłowej i społecznej całego obszaru. Autor kładzie nacisk na zmienność tożsamości zagłębiowskiej, argumentując, iż mimo licznych przemian historycznych, nie została nigdy całkowicie ukonstytuowana. Przypomnijmy: Zagłębie zamieszkiwali ludzie, którzy w poszukiwaniu nowych miejsc pracy oraz lepszych warunków życia, migrowali z różnych stron Polski. Właśnie tutaj, w poszczególnych miastach – Dąbrowie Górniczej, Sosnowcu, Będzinie, Czeladzi, osiedlali się na stałe, tworząc społeczności oparte na wspólnym doświadczeniu. Wspomniana wspólnotowość od początku stanowiła solidny fundament dla kształtowania się trwałych więzi, sięgając w głąb codziennego życia mieszkańców.

Najobszerniejsza część książki, poświęcona w całości bitwie pod Monte Cassino, rozpoczyna się od szczegółowego przedstawienia biogramów czeladzkich uczestników, walczących w legendarnej batalii. Opracowane przez Iwonę Szaleniec życiorysy umożliwiają wnikliwą analizę ich losów na tle wielkich wydarzeń historycznych. Skomentowania biografii czeladzkich uczestników bitwy podjęła się Aleksandra Dębska-Kossakowska. Badaczka stara się umiejscowić portrety walczących czeladziaków w różnych kontekstach: kulturowym, społecznym, historycznym, politycznym, rodzinnym, edukacyjnym, sytuacyjnymi, przestrzennym, gdyż to właśnie w „jednostkowych życiorysach czeladzkich żołnierzy dostrzec możemy rozmaite procesy historyczne, kulturowe i cywilizacyjne, jakie wpływały na XX wieczne losy Polski, Europy i świata”³. Dokonując charakterystyki pokoleń 1910 i 1920, posługuje się wybranymi świadectwami literackimi. Pojawiają się zatem wspomnienia Jana Józefa Szczepańskiego, Gustawa Herlinga-Grudzińskiego, czy też fragmenty tekstów Kazimierza Wyki, będące dodatkowym źródłem informacji

² B. Gontarz, *O tożsamości*, w: M. Krakowiak, A. Dębska-Kossakowska (red.), *Reprezentatywna mikroskala? Rozważania o tożsamości lokalnej mieszkańców Czeladzi z racji udziału ich przedstawicieli w bitwie o Monte Cassino*, Katowice, 2016, s. 40.

³ A. Dębska-Kossakowska, *Czeladzcy uczestnicy bitwy pod Monte Cassino. Komentarz*, w: tamże, s. 105.

o światopoglądzie oraz patriotycznych postawach młodych Polaków. W prowadzonym przez Aleksandrę Dębską-Kossakowską dyskursie spotykamy się z wielowymiarowym studium ludzi, których połączyło wspólne przeżycie pokoleniowe oraz pochodzenie, w tym przypadku z niewielkiej, zagłębiowskiej miejscowości. Podążając śladem czeladzian, obserwujemy, jak wydarzenia o różnej skali – począwszy od jednostkowej, poprzez regionalną, narodową, a ostatecznie globalną – wyznaczyły ich ziemską wędrówkę. Pozostawiamy za sobą suchą faktografię, aby w pełni skupić się na uczuciach, dylematach etycznych, przeszkodach, z którymi musieli mierzyć się w trakcie i po zakończeniu działań zbrojnych. Opisane historie stanowią integralną część kulturowej mozaiki, nie tylko odzwierciedlając osobiste przeżycia, ale przede wszystkim kształtując postrzeganie przeszłości oraz terażniejszości.

W dyskurs zaangażowali się badacze reprezentujący wybrane dziedziny nauk humanistycznych. Następne trzy teksty ilustrują, w jaki sposób zacięta walka Polaków zapisała się na kartach historii i w pamięci zbiorowej. Różnorodność perspektyw oraz metodologii pozwala na bardziej wszechstronne zrozumienie krwawego starcia u podnóża klasztoru. Jan Walczak omawia legendę – jasną i ciemną, która spowija to historyczne wydarzenie, skupiając się przede wszystkim na aspektach militarno-strategicznych. Rozważając taktykę, decyzje dowódców oraz ewentualne korzyści zdobycia wzgórza, bada wpływ bitwy na przebieg działań wojennych w regionie. Monika Wiszniowska przedstawia natomiast literacki obraz Monte Cassino, sięgając po monumentalne dzieło Melchiora Wańkowicza. Literackie świadectwo reportażysty jest nie tylko cennym źródłem wiedzy historycznej, ale przede wszystkim ukazuje ludzkie dramaty na polu walki. Legenda Monte Cassino zainteresowała także Stefana Zabierowskiego, który przeprowadził badania nad jej genezą, ewolucją oraz wpływem na świadomość społeczeństwa. Nie brakuje również analizy muzycznej *Czerwonych maków na Monte Cassino* sporządzonej przez Antoninę Szybowską.

Ostatnia część książki, czyli *Ile dziś zostało z nie tylko lokalnego patriotyzmu*, została w pełni poświęcona Czeladzi. Znajduje się w niej między innymi: przegląd literatury przedmiotowej, wędrówka przez zagłębiowską miejscowość, opis życia codziennego mieszkańców podczas wojny i uwagi na temat przeprowadzonej ankiety, tutaj pozwolę się zatrzymać. Kwestionariusz został rozdany uczniom szkół podstawowych, gimnazjów oraz liceów na terenie Czeladzi. Nie wspominałabym o ankiecie, gdyby jej wynik nie wywołał takiego poruszenia wśród badaczy. W skrócie: odpowiedzi jednoznacznie wskazywały na brak wiedzy, w tym również zainteresowania młodzieży historią. Badacze, odnosząc się do braku zasobu wiadomości młodego pokolenia, podkreślili potrzebę dalszej edukacji oraz świadomego promowania wiedzy o przeszłości.

Na koniec warto wspomnieć o oprawie wizualnej publikacji. Książka została starannie zaprojektowana i wydana w eleganckiej, twardej oprawie. Dodatkowo, zawiera estetyczne, a zarazem praktyczne elementy – wstążkę oraz dedykowaną zakładkę. Wewnętrzną część zdobią wojenne grafiki, a także zapis nutowy utworu Feliksa Konarskiego *Czerwone maki na Monte Cassino*. Okładka książki zdaje się równie niejednoznaczna jak sama symbolika

maku, którego semantyczne konotacje zmiierają w dwóch przeciwnych kierunkach. W literaturze pięknej symbolizuje delikatność, dziewczęcość oraz miłość⁴. Z drugiej strony, istnieje związek maku z semantyką krwi, niosąc ze sobą treści o negatywnym, mrocznym wydźwięku⁵. Patrząc na okładkę książki, widzę krwistoczerwone plamy przypominające zarówno kwiaty, jak i rany postrzałowe.

Reprezentatywna mikroskala? należy do tekstów naukowych, które zasługują na uwagę zarówno ze strony środowiska akademickiego, jak również wszystkich pasjonatów historii. Autorzy obszernej książki nie tylko rzucają nowe światło na udział mieszkańców Czeladzi w bitwie o Monte Cassino, ale odkrywają ukryte związki pomiędzy przeszłością a współczesnością. Ich działania nie ograniczają się wyłącznie do opisanie oraz przedstawienia faktów, lecz ukazują szerszy kontekst i dają możliwość zrozumienia wpływu wydarzeń o skali globalnej na indywidualne i zbiorowe poczucie tożsamości. *Reprezentatywna mikroskala?* wzbogaca wiedzę historyczną, a jednocześnie skłania do głębszych rozważań nad tym, kim jesteśmy i skąd pochodzimy.

⁴ S. Orzechowska, *Mak w polskich opowieściach folklorystycznych*, „Literatura Ludowa. Journal of Folklore and Popular Culture” 2020, t. 64, nr 4-5, s.19-22; <https://bibliotekanauki.pl/articles/1787964.pdf> (dostęp 3.05.2024 r.).

⁵ B. Kuryłowicz, *Semantyka nazw kwiatów w poezji Młodej Polski*, Białystok, 2012, s. 193-201; <https://shorturl.at/lFI04> (dostęp 3.05.2024 r.).

Ilona Urych

Akademia Sztuki Wojennej, Warszawa

ORCID 0000-0003-4868-9460

Edukacja dzieci i etyka skoncentrowana na dobru. Obserwacje na marginesie lektury książki *Świat w lustrze. Dobro może być większe*

Children's education and ethics focused on the good. Observations on the margin of reading the book „The World in the Mirror. Good can be greater”

Abstract

The article presents an analysis of the content of the book „The World in the Mirror. Good can be greater” by Zofia Kulińczak, Aleksandra Kulińczak, Katarzyna Kulińczak and Cezary Smuniewski, with illustrations by Anna Kaszuba-Dębska. The text examines the educational and ethical values of the book, focusing on its narrative structure and artistic illustrations. The article emphasizes the importance of open narrative and reverse role pedagogy (parentification), pointing out that goodness may come from unexpected sources, regardless of social position. Illustrations play an important role, enhancing the emotional message of the text. Theological reflections and a multi-faceted approach to morality enrich the message of the book, which is a valuable educational tool that develops empathy, imagination and understanding of various perspectives and moral values. The authors use the metaphor of a mirror to show goodness as a value that requires discovery from different perspectives and diverse contexts. The book engages young readers by developing their imagination, empathy and ability to reflect on ethical and social values. This is an example of children's literature and at the same time addressed to adult readers.

Keywords

Education, children's literature, ethics, creativity, stereotypes, parentification

Abstrakt

Artykuł przedstawia analizę treści książki *Świat w lustrze. Dobro może być większe* autorstwa Zofii Kulińczak, Aleksandry Kulińczak, Katarzyny Kulińczak oraz Cezarego Smuniewskiego, z ilustracjami Anny Kaszuby-Dębskiej. Tekst bada edukacyjne i etyczne walory książki, koncentrując się na jej strukturze narracyjnej oraz artystycznych ilustracjach. Artykuł podkreśla znaczenie otwartej narracji oraz pedagogiki odwróconych ról (parentyfikacja), wskazując, że dobro może pochodzić z niespodziewanych źródeł, niezależnie od pozycji społecznej. Ilustracje odgrywają istotną rolę, wzmacniając emocjonalne przesłanie tekstu. Refleksje teologiczne oraz wieloaspektowe podejście do moralności wzbogacają przesłanie książki, która stanowi cenne narzędzie edukacyjne rozwijające empatię, wyobraźnię oraz zrozumienie dla różnych perspektyw i wartości moralnych. Autorzy wykorzystują metaforę lustra, by ukazać dobro jako wartość, która domaga się odkrywania z różnych perspektyw i zróżnicowanych kontekstach. Książka angażuje młodych odbiorców, rozwijając ich wyobraźnię, empatię oraz zdolność do refleksji nad wartościami etycznymi i społecznymi. Jest to przykład literatury dziecięcej adresowanej również do dorosłych czytelników.

Słowa kluczowe

Edukacja, literatura dziecięca, etyka, kreatywność, stereotypy, parentyfikacja

Wstęp

Celem niniejszego opracowania jest przedstawienie idei edukacyjnych i etycznych identyfikowanej w książce *Świat w lustrze. Dobro może być większe*. Autorami tej pozycji są Zofia Kulińczak, Aleksandra Kulińczak, Katarzyna Kulińczak i Cezary Smuniewski, a ilustracje wykonała Anna Kaszuba-Dębska¹. Z jednej strony książka jest nietypowa. Wyróżnia się na tle współczesnej literatury dziecięcej nie tylko ze względu na treść, ale także sposób powstania. Twórcy – trzy siostry: Zosia, Ola i Kasia, wraz z wujkiem Cezarym – wykorzystali rodzinne spotkania i niedzielne zabawy jako inspirację do stworzenia opowieści o dobru i jego wielkości, co nadaje książce wyjątkowy, osobisty charakter. Już sam fakt, że książka powstała w wyniku wspólnych rozmów i zabaw, pokazuje, jak ważne są relacje międzyludzkie, relacje rodzinne oraz wspólne odkrywanie świata, a to przesłanie jest szczególnie istotne w kontekście odbioru przez młodych czytelników. Równocześnie jest to książka typowa i niewyróżniająca się, ponieważ wpisuje się w rozpoznany na świecie trend do zacierania granic między literaturą adresowaną do dzieci a tą tworzoną z myślą o dorosłych².

Systematyczną analizę treści książki zaczniemy od tego, co pierwsze rzuca się w oczy, a zatem od refleksji nad ilustracjami i estetyką. Ten krok badawczy pozwoli przejść do tekstu. Najpierw przedstawiona będzie przyjęta w publikacji struktura i koncepcja otwartej narracji, następnie namysł nad pedagogiką odwróconych ról w świecie wieloperspektywicznym, co pozwoli na przedstawienie wieloaspektowej moralności i edukacyjnego potencjału książki. Dopełnieniem będzie refleksja religijno-teologiczna.

Ilustracje i estetyka

Ilustracje Anny Kaszuby-Dębskiej są obok tekstu kluczowym elementem książki. Od strony aranżacji wnętrza publikacji to tekst jest wręcz częścią ilustracji. Dzięki nim opowieść nabiera życia, a poszczególne zdania stają się bardziej zrozumiałe i przyciągające dla dziecka. Dodajmy, że artystka posiada duże doświadczenie w pracy nad książkami adresowanymi do młodych czytelników. Na zasadzie przykładu wymieńmy chociażby: *Poczet królowych polskich*³, *Wieża Babel*⁴, *Arka Noego*⁵. Zastosowany przez Kaszubę-Dębską w *Świecie w lustrze...* styl ilustracji jest kolorowy, ale zarazem subtelny, oddający ciepło i serdeczność, które są tak ważne dla przesłania książki. Każda ilustracja wzmacnia

¹ Z. Kulińczak, A. Kulińczak, K. Kulińczak, C. Smuniewski, *Świat w lustrze. Dobro może być większe*, ilustracje A. Kaszuba-Dębska, Instytut Papieża Jana Pawła II, Warszawa 2022.

² Por. K. Zabawa, *Współczesna literatura dziecięca – propozycje*, „Polonistyka. Innowacje” Nr 3, 2016, s. 126, <https://doi.org/10.14746/pi.2016.1.3.12>; K. Zabawa, „Teatr” obrazów i słów – sztuka lektury książek obrazkowych (na przykładzie wybranych utworów Iwony Chmielewskiej), w: A. Pilch, M. Rusek (red.), *Ikoniczne i literackie teksty w przestrzeni nowoczesnej dydaktyki*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2015, s. 92-101; S.L. Beckett, *Transcending Boundaries: Writing for a Dual Audience of Children and Adults*, Garland, New York 1999.

³ A. Kaszuba-Dębska, *Poczet królowych polskich*, Społeczny Instytut Wydawniczy Znak, Kraków 2018.

⁴ A. Kaszuba-Dębska, *Wieża Babel*, Wydawnictwo WAM, Kraków 2003.

⁵ A. Kaszuba-Dębska, *Arka Noego*, Wydawnictwo WAM, Kraków 2002.

emocje wywoływane przez tekst, co sprawia, że książka staje się atrakcyjna zarówno dla młodszych, jak i starszych dzieci. Na przykład: w scenie, w której „Tym razem to biedny dał bogatemu coś bardzo cennego”⁶, widzimy ubogiego człowieka, który podaje królowi chusteczkę. Ilustracja uśmiechniętego słońca kontrastującego z deszczem wokół króla podkreśla emocje – radość, współczucie i wrażliwość na potrzeby innych. Kaszuba-Dębska w niezwykle sposób oddaje te nastroje poprzez kolory i szczegóły wprowadzające czytelnika w nastrój refleksji – np. na chusteczce trzymanej w pomocnej dłoni biedaka są trzy serduszka. Książka *Świat w lustrze...* łączy minimalistyczną treść z bogatymi ilustracjami, co tworzy efekt synergii, wzmacniając odbiór przekazu. Na każdej rozkładówce, oprócz krótkiego zdania, pojawia się ilustracja dopełniająca znaczenie tekstu i pomagająca młodemu czytelnikowi lepiej zrozumieć przesłanie. Ilustracje nie tylko wzmacniają emocjonalny wydźwięk tekstu, ale często wprowadzają dodatkowy kontekst, zachęcając do dalszych przemyśleń.

Dzieci, poprzez dialog między obrazem a tekstem, są angażowane w opowieść w sposób naturalny, co wzmacnia ich zdolność do tworzenia narracji i interpretowania sytuacji w zaskakujący czytelnika sposób. Zdanie „Tym razem to motyl namalował portret malarza”⁷ w połączeniu z ilustracją, na której motyl maluje śpiącego malarza, niesie symboliczne przesłanie, które można odczytać na kilku poziomach. Motyl, delikatny i kolorowy, w roli malarza odwraca tradycyjną hierarchię – to nie człowiek tworzy sztukę, ale natura, reprezentowana przez motyla, staje się twórcą. W tym kontekście można dostrzec, że nawet najmniejsze, najdelikatniejsze istoty mają moc tworzenia piękna, a sztuka i inspiracja mogą pochodzić z nieoczekiwanych źródeł, przede wszystkim ze stworzenia. Ilustracja potęguje to przesłanie, ukazując, jak motyl nie tylko maluje, ale oddaje swoje barwy. Poświęca coś cennego, by stworzyć obraz. To sugeruje, że sztuka wymaga ofiary i osobistego wkładu. Śpiący malarz, który w swoim śnie widzi, jak motyl maluje jego portret, symbolizuje zapewne zaufanie do natury i inspirację czerpaną z otaczającego świata. Sen malarza może być interpretowany jako uznanie, że to właśnie natura i otoczenie, a nie tylko sam człowiek, są źródłem twórczości – człowiek i świat są zdolni do współpracy w tworzeniu piękna, które zapewne można odczytać w tym przypadku jako synonim dobra. Motyl malujący obraz jest niejako uosobieniem wyobraźni i kreatywności, które „przylatują” do człowieka, gdy ten jest otwarty na nowe perspektywy, nawet w snach czy w chwilach odpoczynku. Przesłanie zdania i ilustracji jest więc takie, że kreatywność i piękno (dobro) mogą pochodzić z najmniejszych, najcichszych źródeł, a otwartość na świat i jego różnorodność pozwala dostrzec nowe formy sztuki i twórczości nie zawsze rodzące się z ludzkiej ręki, ale czasem z natury, wyobraźni i marzeń.

⁶ Z. Kulińczak, A. Kulińczak, K. Kulińczak, C. Smuniewski, *Świat w lustrze...*, s. 12-13.

⁷ Tamże, s. 48-49.

Struktura i koncepcja otwartej narracji

Książka składa się ze wstępu „Od autorów”, a następnie – tego co jest treścią werbalną książki (bo ilustracje także są przecież treścią tej publikacji) – krótkich, pojedynczych zdań prowadzących czytelnika przez różnorodne sytuacje, w których czynione dobro znajduje się w centrum wyobrażanego wydarzenia. Zdania te są z pozoru proste, ale w każdym z nich kryje się głębsza myśl, którą czytelnik może samodzielnie rozwinąć, zgodnie z zachętą autorów. Każde zdanie stanowi samodzielną mikropowieść – przypomina klasyczne bajki z morałem. Kolejne zdania są syntezami na temat dobra, swoistymi moralizującymi miniaturami przekazującymi uniwersalne przesłanie, ale także pobudzającymi wyobraźnię i zachęcającymi do twórczego myślenia, a przede wszystkim do naśladowania. Na przykład, zdanie „Tym razem to święty Mikołaj otrzymał prezent od Zosi”⁸ z jednej strony odnosi się do odwrotnej roli świętego Mikołaja, który sam jest obdarowywany, ale z drugiej strony stawia pytania: czym jest prezent?, czym jest obdarowanie?, w jaki sposób stajemy się dawcą?, jaka radość wiąże się z daniem prezentów?, jaką wartość ma to, co dajemy innym? Tego typu pytania mogą być początkiem dyskusji i rozważań wykraczających poza treść książki. Przypominają słowa z *Dziejów Apostolskich* – „Więcej szczęścia jest w dawaniu aniżeli w braniu” (Dz 20,35).

Książka wyróżnia się nowatorską i nietypową strukturą wykraczającą poza popularne narracyjne literatury dziecięcej. Poszczególne zdania mówiące o jakimś dobru prowadzą czytelnika przez różnorodne sytuacje pokazujące wielość twarzy dobra. Ta struktura wymaga od czytelnika, zarówno dziecka, jak i osoby dorosłej, aktywnego zaangażowania i włączenia własnej wyobraźni w rozwijanie opowieści. To podejście odwołuje się do narracji otwartej – nie podaje gotowych historii, lecz zostawia pole do własnych przemyśleń i dopowiedzeń. Tego rodzaju konstrukcja pozwala dzieciom ćwiczyć kreatywność i wyobraźnię, a także sprzyja rozwojowi myślenia przyczynowo-skutkowego. Każde zdanie staje się początkiem refleksji, dzięki czemu książka w naturalny sposób angażuje czytelników i zaprasza ich do aktywnej współpracy z tekstem i obrazem.

Pedagogika odwróconych ról w świecie wieloperspektywicznym

Zdania takie jak „Tym razem to pacjent opatrzył ranę lekarza”⁹ czy „Tym razem to żebrak dał miskę ryżu Matce Teresie z Kalkuty”¹⁰ pokazują, że dobroć nie jest przypisana tylko do osób kojarzących się z zawodowym (lekarz) czy wynikającym z powołania (siostra zakonna) czynieniem dobra. Takie odwrócenie ról wskazuje, że dobro może pochodzić z niespodziewanych źródeł, a każdy, niezależnie od tego kim jest, może być dawcą dobra, źródłem dobra. Odwrócenie schematów, o którym mowa, można rozpatrywać w kontekście pedagogiki odwróconych ról, w której hierarchie i tradycyjne podziały zostają zakwestionowane. Dzieci uczą się, że każdy, bez względu na swoją sytuację, może wyrażać empatię i wrażliwość. Dzięki temu książka wspiera rozwój inteligencji emocjonalnej

⁸ Tamże, s. 8-9.

⁹ Tamże, s. 20-21.

¹⁰ Tamże, s. 30-31.

oraz umiejętności społecznych, kształtując w dzieciach umiejętność dostrzegania wartości każdej osoby i podkreślając, że każdy może być twórcą dobra. W tle tego, co nazywamy w tym miejscu pedagogiką odwróconych ról, należy rozpoznać to, co znamy w literaturze pod nazwą parentyfikacji¹¹. Jednak w przypadku książki „Świat w lustrze” mamy do czynienia z sytuacjami, w których dziecko nie tyle wchodzi w rolę dorosłego człowieka, ani w żaden sposób nie zastępuje dorosłych osób, co kształtuje siebie jako człowieka dobrego i twórczego w czynieniu dobra. Ten fakt, to subtelne wyjście naprzeciw problemom ujawniającym się w kontekstach parentyfikacji należy szczególnie wskazać jako walor książki. Poszczególne zdania można uznać za początki rozmów z młodymi i starszymi osobami na temat relacji dziecko – dorosły (dziecko – rodzic, dziecko – opiekun, dziecko – nauczyciel). Treści z książki mogą stać się pomocą w zrozumieniu własnych doświadczeń, poznaniu własnych emocji, a nawet w uczeniu zdrowych strategii radzenia sobie z konsekwencjami dorastania w pośród dorosłych (w tym także rodziców), którzy nie udźwignęli swojej roli. Świat w lustrze... nie jest w żadnym stopniu zachętą, aby dzieci zastępowały dorosłych, ale aby rozumiały dobro jako możliwe do czynienia w każdym wieku.

Wprowadzony we wstępie motyw lustra funkcjonuje jako kluczowa metafora całej książki. Lustro symbolizuje wieloperspektywiczność, wskazując, że każdy widzi świat inaczej, zależnie od swojego miejsca. To narzędzie postrzegania rzeczywistości służy Autorom do ukazania, że dobro, podobnie jak odbicie w lustrze, można oglądać z różnych stron, patrzeć na nie pod różnym kontem. Nikt nie widzi pełnego obrazu rzeczywistości, ale każdy dostrzega jej fragment, co nadaje dynamikę i wieloaspektowość samej koncepcji dobra. W ten sposób dobro staje się czymś dynamicznym, zależnym od punktu widzenia i kontekstu, co sugeruje, że aby w pełni je rozumieć, należy patrzeć na świat z różnych perspektyw. Dzięki użytej metaforze lustra czytelnik otrzymuje przesłanie, że dobro zawsze jest większe niż to, które oglądamy, bo to co widzimy jest jedynie częścią jakiejś większej całości, jakiegoś większego dobra. Ta zakorzeniona w narracji filozoficzno-etyczna refleksja wprowadza dzieci w bardziej złożone rozumienie rzeczywistości, ma w sobie moc rozwijania ich wyobraźni i zdolności do refleksji nad różnorodnymi aspektami życia. Przecież jakże często samo życie człowieka rozumiane jako dobro widziane jest tylko częściowo, w jakimś swoim aspekcie, w jakiejś części. Być może w tle zamyśłu Autorów można rozpoznać sens zawarty w słowach św. Pawła z Pierwszego Listu Koryntian: „Teraz widzimy jakby w zwierciadle, niejasno; wtedy zaś [zobaczymy] twarzą w twarz. Teraz poznaję po części, wtedy zaś poznam tak, jak i zostałem poznany. Tak więc trwają wiara, nadzieja, miłość – te trzy: z nich zaś największa jest miłość” (1Kor 13,12-13). Podążając za słowami św. Pawła wychwalającego miłość można w niej rozpoznać synonim dobroci opisywanej przez Autorów książki. A może miłość jest ostatecznym spełnieniem dobroci? Na te pytania Autorzy nie udzielają odpowiedzi. Może jednak czytelnikom uda się do tej odpowiedzi przybliżyć, a może odgadnąć ją i uczynić swoją. Zapewne

¹¹ Por. G.J. Jurkovic, *Lost Childhoods: The Plight of the Parentified Child*, Routledge, London 2015; N.D. Chase, *Burdened Children: Theory, Research, and Treatment of Parentification*, SAGE Publications, Thousand Oaks 1999, <https://doi.org/10.4135/9781452220604>.

może to być jednym z zadań podczas czytania tej książki, przeglądania się w niej niczym w lustrze.

Wieloaspektowa moralność

Oprócz odwrócenia ról, książka zachęca do myślenia o schematach etycznych i moralnych, proponując relacyjną koncepcję moralności, czyli taką, która tworzy relacje, ujawnia się w relacjach, wychowuje do relacji i edukuje w relacjach. Zamiast prostego podziału na dobre i złe postacie, książka ukazuje, że dobro może przybierać różne formy, niezależnie od kontekstów codzienności bohaterów, czy naturalnego ich wyposażenia, jak to jest w przypadku zwierząt – ślimak, zając, mysz, świnka, kotek, ptaszek. Przykłady takie jak „Tym razem to ślimak szybciej niż zając przyszedł z pomocą”¹² wskazują, że dobro może pojawić się w najmniej oczekiwanych miejscach, a tradycyjnie słabi bohaterowie mogą być źródłem wsparcia i opieki. W takim przekazie jest zawarta myśl etyczna dążąca do rozwoju u młodego czytelnika empatii oraz zdolności współczucia, ucząc, że każda osoba, niezależnie od swojego statusu i zdolności, ma możliwość uczestniczenia w wydarzeniu się dobra, coraz większego dobra. Dzieci uczą się, że pomoc i dobroć nie są zarezerwowane dla silnych, starszych czy wykształconych, ale każdy, w swoich własnych okolicznościach życia, może przyczynić się do dobra w społeczeństwie. Osąd kogokolwiek na podstawie stereotypów czy wyglądu jest niesłuszny, może wprowadzać w błąd. Jak dowiadujemy się z książki, ślimak może być szybszy od zająca, aby podać więdnącego kwiatka, natomiast uśmiechnięty jeź dający jabłko misiowi może okazać się możliwy do przytulenia bardziej niż krągły miś, który niestety nie wyciąga ręki do jeża, jest jakby zamknięty w sobie – „Tym razem to jeź pokazał misiowi, jak można przytulać”¹³. Przedstawione w książce – w słowach i obrazie – przytulenie jest ukazane jako zaczynające się od otwartości jeża, od jego wyciągniętej z jabłkiem przyjaznej ręki, od uśmiechu. Przytulenie pokazane jest zatem jako etap znajomości, na pewno nie pierwszy etap znajomości, jako gest domagający się wcześniejszych pozytywnych zachowań. Dziecko może zatem odkrywać, że przytulenie winno być częścią większego dobra. Zanim kogoś przytulimy, musi wydarzyć się jakieś dobro, co na ilustracji symbolizuje podawane jabłko.

Motyw przekraczania schematów to kluczowy element książki, zarówno na poziomie konstrukcyjnym, jak i pedagogicznym. Autorzy redefiniują tradycyjne role bohaterów, umożliwiając dzieciom (i dorosłym) spojrzenie na świat z nowej, bardziej zniuansowanej perspektywy. Każde ze zdań rozpoczynających się od „Tym razem to...” przedstawia sytuację, w której bohater zwykle uważany za odbiorcę pomocy, staje się jej dawcą. W młodym czytelniku może wydarzyć się nowe spojrzenie na własne miejsce pośród innych osób dzięki relacjom skoncentrowanym wokół dobra, czyli dobrym relacjom. To właśnie takie relacje – dobre etycznie – uczą, że każdy, bez względu na pozycję lub ograniczenia od niego niezależne, może być twórcą dobra. To podejście kształtuje u dzieci zrozumienie

¹² Z. Kulińczak, A. Kulińczak, K. Kulińczak, C. Smuniewski, *Świat w lustrze...*, s. 32-33.

¹³ Tamże, s. 10-11.

różnorodności oraz zdolność do akceptacji, pomagając im rozwijać emocjonalną dojrzałość i wrażliwość na potrzeby innych.

Edukacyjny potencjał książki

Książka mająca, jak to wyżej przedstawiono, strukturę opartą na krótkich, pojedynczych zdaniach i otwartej narracji, ma ogromny potencjał dydaktyczny. Autorzy świadomie zrezygnowali z ciągłości fabularnej na rzecz refleksyjnych miniatur zachęcających odbiorców do rozwijania opowieści według własnych pomysłów. To rozwijanie opowieści według własnych pomysłów wręcz musi się zadziać w czytelniku, gdy doświadcza on niedosytu treści podanych przez Autorów. Takie podejście umożliwia dzieciom samodzielne tworzenie dalszych historii, co wspiera kreatywne myślenie oraz rozwój zdolności narracyjnych. Ponadto, otwarta forma książki pozwala dzieciom na ćwiczenie umiejętności przyczynowo-skutkowych, jednocześnie angażując ich intelektualnie i emocjonalnie. Tekst w naturalny sposób pobudza do rozmów na temat dobra, wprowadzając dziecko w złożoną refleksję na temat wartości moralnych, przy przyzwoleniu mu na wyrażenie swoich spostrzeżeń, własnych myśli i towarzyszących im uczuć. Książka jest głęboko zakorzeniona w uniwersalnych wartościach, takich jak dobroć, empatia, wrażliwość i wzajemna pomoc. Przykłady sytuacji, w których dobroć wykracza poza przyjęte w społeczeństwie schematy, stanowią istotną część edukacyjnego wymiaru tej publikacji. To, że „Tym razem to Ola zrobiła mamie kanapkę”¹⁴, albo że „Tym razem to dziecko napisało książkę dla dorosłych”¹⁵, pokazuje, iż dobro może pochodzić od każdego człowieka, a role tradycyjnie przypisane do konkretnych postaci mogą być odwrócone. Każde zdanie w książce można traktować jako otwarcie do rozmowy na temat wzajemnej pomocy i wspierania się w codziennym życiu. Autorzy zachęcają do samodzielnego wymyślenia historii poprzedzających te, które znajdują się na stronach książki. Ta interaktywność jest cennym narzędziem edukacyjnym, wspomagającym rozwój wyobraźni, kreatywności i zdolności do opowiadania historii.

Wątki religijne i teologiczne

Książka *Świat w lustrze. Dobro może być większe* zawiera subtelne, ale istotne wątki religijne i teologiczne, które przewijają się zarówno w treści, jak i w symbolice. Już na samym początku książki pojawia się postać św. Mikołaja, co wprowadza wątek chrześcijańskiej dobroci i altruizmu. Święty Mikołaj, będący symbolem bezinteresownej pomocy i dawania, pojawia się nie tylko jako dawca, ale także jako ten, który sam otrzymuje prezent. Odwrócenie ról, gdzie św. Mikołaj otrzymuje upominek, podkreśla teologiczne przesłanie, że dobroć może być wzajemna, może niejako „krążyć” między ludźmi przemieniając ich moralnie. Nie sposób nie dostrzec w tym miejscu zachęty do refleksji nad miłością bliźniego. Ta staje się jednak jeszcze wyraźniejsza, gdy przyjmuje formę miłosierdzia, co

¹⁴ Tamże, s. 16-17.

¹⁵ Tamże, s. 28-29.

dzieje się dzięki odwołaniu się Autorów do Matki Teresy z Kalkuty: „Tym razem to żebrak dał miskę ryżu Matce Teresie z Kalkuty”¹⁶. W słowach tych wybrzmiewa wezwanie do służby ubogim i potrzebującym. Natomiast odwrócenie ról, gdzie to żebrak obdarowuje Matkę Teresę, podkreśla chrześcijańskie przesłanie, że każdy, nawet najuboższy, może być źródłem dobra i miłości, a sam akt dawania jest cenniejszy niż materialne dobra.

Motyw religijny z zachętą do refleksji teologicznej pojawia się w zdaniu „Tym razem to noc opowiadała o światłości”¹⁷, gdy z ilustracji dowiadujemy się, że chodzi o noc Bożego Narodzenia. Jezus jest pokazany jako światłość świata do którego przychodzą pasterze i mędrcy. Noc jest pokazana jako świadek przyjścia na świat światłości „światłości prawdziwej” (por. J 1,9), Tego, który powie o sobie „Ja jestem światłością świata. Kto idzie za Mną, nie będzie chodził w ciemności, lecz będzie miał światło życia” (J 8,12). Ten motyw religijno-teologiczny zachęca do refleksji o nadziei, że nie ma takiej ciemności, pośród której nie mogłaby rozbłysnąć światłość – Chrystus. Działanie światłości jest tak wielkie, że nie tylko sama światłość daje się rozpoznać, ale, że tą, która o niej opowiada jest ciemność. Potęga i działanie światłości są absolutne. W ten sposób refleksja o światłości poczyniona w kontekście narodzenia pańskiego staje wstępem do teologii światła, dla której centralnym wydarzeniem jest zmartwychwstanie Jezusa – które także dokonało się w ciemności Wielkiej Nocy.

Kolejny wyraźny motyw teologiczny można zidentyfikować w scenie związanej ze zdaniem „Tym razem to Michał opowiadał Janowi Pawłowi II o niebie”¹⁸. Autorzy umieszczają w swojej książce prawdopodobny dialog Jana Pawła II i księdza prof. Michała Hellera. Na ilustracji Anny Kaszuby-Dębskiej widać obydwu bohaterów tej sceny, z tym że Heller reprezentujący świat nauk ścisłych wydaje się postacią centralną i dominującą: na ilustracji ma podniesioną rękę i palcem pokazuje na gwiazdy. Jest na pierwszym planie, wyróżnia się kolorem ubrania. Papież podąża jakby za nim, jest ubrany na biało co koresponduje z bielą ciał niebieskich, o których opowiada mu kosmolog. Łączy ich patrzenie ku górze, jakby ku temu co znajduje się dalej niż to, co mają na wyciągnięcie ręki. W wykształceniu łączy ich filozofia, w powołaniu – kapłaństwo. Obydwaj mają związki z Krakowem i Katolickim Uniwersytetem Lubelskim. W tej scenie reprezentują dwa światy: wiarę i naukę, refleksję teologiczną i tę związaną z naukami ścisłymi. Obydwaj patrzą na tę samą rzeczywistość, rozmawiają o niej. Obaj chcą lepiej zrozumieć wszechświat i transcendencję. W tym kontekście wątek ten sugeruje związek między wiarą i nauką, co jest istotnym aspektem współczesnej teologii katolickiej, czemu Jan Paweł II dał wyraz w encyklice *Fides et ratio*¹⁹ a Michał Heller chociażby w książkach:

¹⁶ Tamże, s. 30-31.

¹⁷ Tamże, s. 44-45.

¹⁸ Tamże, s. 54-55.

¹⁹ John Paul II, *Encyclical Letter Fides et Ratio*, Libreria Editrice Vaticana, Rome 1998.

*Wierzę, żeby rozumieć*²⁰, *The Sense of Life and the Sense of the Universe*²¹, *Creative Tension. Essays On Science & Religion*²², *The New Physics and a New Theology*²³. Dziecko czytające zdanie „Tym razem to Michał opowiadał Janowi Pawłowi II o niebie” oraz oglądające ilustrację może dzięki rozmowie z rodzicem, opiekunem, nauczycielem otrzymać przekaz o różnych drogach poszukiwania i znajdowania prawdy oraz o tym że nauka i wiara nie muszą być względem siebie w opozycji, tak jak to wyraził Jan Paweł II: „Faith and reason are like two wings on which the human spirit rises to the contemplation of truth”²⁴.

W całej książce dobro jest przedstawione jako centralna wartość, przypominająca lustro, które pozwala zobaczyć świat z różnych stron, pozwala zobaczyć więcej. W jakimś sensie metafora lustra przybliżyła do prawdy o Bogu, który jest dobry (por. Mk 10,18), ale i samo dobro opisywane i pokazywane w książce prowokują, aby myśleć o Bogu jako o źródłu wszelkiego dobra oraz o człowieku uzdolnionym do czynienia dobra. Ta koncepcja dobra, które „chce być coraz większe”, sugeruje dążenie do świętości i przemieniania świata przez codzienne akty miłości i dobroci. Zwieńczeniem jednak teologicznej refleksji wydaje się ostatnie zdanie książki następujące: „Trzeba prosić Boga o bardzo dużo, ponieważ On chce dać jeszcze więcej”²⁵. Wieńczy ono książkę, podsumowując ją refleksją o Bogu, który względem człowieka jest hojny w swoich darach, o człowieku zdolnym do zaufania Bogu, o relacji budowanej między człowiekiem proszącym a Bogiem dającym. Anna Kaszuba-Dębska tak zaprojektowała ilustrację dla zdania „Trzeba prosić Boga o bardzo dużo, ponieważ On chce dać jeszcze więcej”, że jest ono podzielone na dwie części. Po słowach „Trzeba prosić Boga o bardzo dużo” czytelnik musi popatrzeć na serce dominujące na tej rozkładówce. Aby niejasko dojść w lekturze do końca zdania musi „przejsć” przez serce, aby się dowiedzieć dlaczego trzeba prosić Boga o bardzo dużo: „ponieważ On chce dać jeszcze więcej”. Wprowadzony tu motyw prośby nie tylko prowadzi ku refleksji nad modlitwą, ale także nad relacyjnością człowieka i Boga, nad dobrocią Boga i zdolnością człowieka do przyjmowania nie tylko czegoś od Boga, ale zapewne przyjmowania Niego samego, który się daje człowiekowi. Ta teologiczna refleksja koresponduje z tym, co wcześniej pisał Cezary Smuniewski w książce bezpośrednio teologicznej: „Zasadnicze jest to, co dzieje się w człowieku, który przemieniony Bożym obdarowaniem wchodzi w relacje w świecie. Chodzi zatem o wnętrze człowieka i jego

²⁰ *Wierzę, żeby rozumieć. Z Michałem Hellerem rozmawiają Wojciech Bonowicz, Bartosz Brożek i Zbigniew Liana*, Wydawnictwo Znak, Kraków 2021.

²¹ M. Heller, *The Sense of Life and the Sense of the Universe. Studies in Contemporary Theology*, trans. A. Shaw, K. Czerska Shaw, Copernicus Center Press, Krakow 2010.

²² M. Heller, *Creative Tension. Essays On Science & Religion*, Philadelphia–London 2003.

²³ M. Heller, *The New Physics and a New Theology*, trans. G.V. Coyne, S. Giovanninni, T.M. Sierotowicz, Vatican Observatory Publications, Vatican City 1996.

²⁴ John Paul II, *Encyclical Letter Fides et Ratio*, Libreria Editrice Vaticana, Rome 1998, (Blessing).

²⁵ Z. Kulińczak, A. Kulińczak, K. Kulińczak, C. Smuniewski, *Świat w lustrze...*, s. 56-57.

przemianę, której głębia i perspektywy ujawniają się w świetle refleksji o wnętrzu Boga i działaniu Bożym w świecie”²⁶.

Wnioski

Konkludując, warto ponownie podkreślić szczególnie cenny i znakomicie pokazywany w książce „Świat w lustrze. Dobro może być większe” motyw przekraczania schematów w urzeczywistnianiu dobra a przez to idei edukacyjnych i etycznych. Autorzy nie tylko odwracają tradycyjne role społeczne i narracyjne, ale także proponują nowe spojrzenie na etykę, które jest z jednej strony jednoznacznie skierowane na dobro, a z drugiej – zachowuje pewną relatywność. Relatywność ta, która poza dobrem mogłaby być wątpliwa etycznie, tutaj służy do ukazania wielości sposobów w jakich dobro może się przejawiać i fascynować. Dzięki prostej konstrukcji książka staje się interaktywnym narzędziem edukacyjnym rozwijającym wyobraźnię, pobudzającym do refleksji i uczącym młodego czytelnika, że dobroć, warta jest najgłębszego namysłu, oraz, że nie jest jednoznaczna ani przewidywalna. Co więcej, każdy, niezależnie od swojej pozycji, może mieć realny wpływ na powiększanie dobra wokół siebie. *Świat w lustrze. Dobro może być większe* to książka, która z jednej strony jest prosta i przystępna dla dzieci, a z drugiej niesie głębokie przesłanie moralne. Krótkie zdania połączone z ilustracjami tworzą wszechstronne narzędzie edukacyjne promujące wartości takie jak empatia, dobroć, wzajemna pomoc i otwartość na drugiego człowieka. Książka nie tylko dostarcza opowieści, ale również zachęca do samodzielnego tworzenia historii, co czyni ją doskonałym materiałem do rozmów i twórczych działań zarówno w gronie rodzinnym, jak i w przedszkolach czy szkołach. Książka oferuje innowacyjne podejście do literatury dziecięcej, łącząc otwartą narrację z głęboką refleksją na temat dobra i moralności. Autorzy przekraczają tradycyjne schematy, wprowadzając młodego czytelnika w świat, gdzie role społeczne są płynne, a dobroć przybiera różnorodne formy. W efekcie książka rozwija nie tylko wyobraźnię i zdolność twórczą, ale także empatię i zrozumienie dla odmiennych perspektyw. Jest to cenne narzędzie edukacyjne, które angażuje do refleksji nad moralnością i rolą jednostki w społeczeństwie. Oferuje czytelnikom bogate pole do rozwoju emocjonalnego i intelektualnego.

Bibliografia

- Beckett S.L., *Transcending Boundaries: Writing for a Dual Audience of Children and Adults*, Garland, New York 1999.
- Chase N.D., *Burdened Children: Theory, Research, and Treatment of Parentification*, SAGE Publications, Thousand Oaks 1999, <https://doi.org/10.4135/9781452220604>
- Heller M., *Creative Tension. Essays On Science & Religion*, Philadelphia–London 2003.
- Heller M., *The New Physics and a New Theology*, trans. G.V. Coyne, S. Giovanninni, T.M. Sierotowicz, Vatican Obserwatory Publications, Vatican City 1996.
- Heller M., *The Sense of Life and the Sense of the Universe. Studies in Contemporary Theology*, trans. A. Shaw, K. Czerska Shaw, Copernicus Center Press, Krakow 2010.

²⁶ C. Smuniewski, *Wspólnota łaski. Charytologiczno-trynitarna eklezjogeneza*, Wydawnictwo WAM, Kraków 2013, s. 413-414.

- John Paul II, *Encyclical Letter Fides et Ratio*, Libreria Editrice Vaticana, Rome 1998.
- Jurkovic G.J., *Lost Childhoods: The Plight of the Parentified Child*, Routledge, London 2015.
- Kaszuba-Dębska A., *Arka Noego*, Wydawnictwo WAM, Kraków 2002.
- Kaszuba-Dębska A., *Poczet królowych polskich*, Społeczny Instytut Wydawniczy Znak, Kraków 2018.
- Kaszuba-Dębska A., *Wieża Babel*, Wydawnictwo WAM, Kraków 2003.
- Kulińczak Z., Kulińczak A., Kulińczak K., Smuniewski C., *Świat w lustrze. Dobro może być większe*, ilustracje A. Kaszuba-Dębska, Instytut Papieża Jana Pawła II, Warszawa 2022.
- Smuniewski C., *Wspólnota łaski. Charytologiczno-trynitarna eklezjogeneza*, Wydawnictwo WAM, Kraków 2013.
- Wierzę, żeby rozumieć. Z Michałem Hellerem rozmawiają Wojciech Bonowicz, Bartosz Brożek i Zbigniew Liana*, Wydawnictwo Znak, Kraków 2021.
- Zabawa K., „Teatr” obrazów i słów – sztuka lektury książek obrazkowych (na przykładzie wybranych utworów Iwony Chmielewskiej), w: A. Pilch, M. Rusek (red.), *Ikoniczne i literackie teksty w przestrzeni nowoczesnej dydaktyki*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2015, s. 113-130.
- Zabawa K., *Współczesna literatura dziecięca – propozycje*, „Polonistyka. Innowacje” Nr 3, 2016, s. 126, <https://doi.org/10.14746/pi.2016.1.3.12>

Biogram autorki

Ilona Urych – doktor habilitowany nauk o bezpieczeństwie, profesor uczelni, prodziekan ds. studenckich Wydziału Bezpieczeństwa Narodowego Akademii Sztuki Wojennej. Prowadzi szkolenia dla kadry cywilnej i wojskowej nt. doskonalenia pedagogicznego oraz przywództwa i kompetencji społecznych. Przedmiotem jej zainteresowań są: edukacja wojskowa, edukacja dla bezpieczeństwa, bezpieczeństwo społeczne, bezpieczeństwo zdrowotne, przywództwo, psychologia bezpieczeństwa, interdyscyplinarność nauk o bezpieczeństwie.

Monika Wiszniowska

Uniwersytet Śląski

ORCID 0000-0002-3018-0466

Lekcja odpowiedzialności z Janem Józefem Szczepańskim, red. M. Krakowiak, LTW, Łomianki, 2023

W lutym 2023 roku minęło dwadzieścia lat od śmierci Jana Józefa Szczepańskiego. Z tego powodu nie powinno nikogo zdziwić pojawienie się na rynku wydawniczym monografii poświęconej twórczości autora *Rafy*. Książka pod redakcją i ze wstępem Małgorzaty Krakowiak została zatytułowana *Lekcja odpowiedzialności z Janem Józefem Szczepańskim*¹. Monografie, takie jak powyższa – jak doskonale wiadomo – z trudno wytłumaczalnych powodów traktowane są przez decydentów od nauki bez należytej uwagi, bez poważania i gratyfikacji punktowej. A jednak są naukowcy, którzy uznają za ważne organizowanie konferencji i sympozjów, widzą naukowy pożytek z żywej i inspirującej wymiany myśli i z dzielenia się swoimi spostrzeżeniami z liczniejszą publicznością. Dlatego nie tylko czasopisma naukowe, ale także spójne tematycznie pozycje monograficzne zasługują na czytelniczną uwagę. Zasługuje na nią bez wątplenia wspomniana monografia – intelektualne pokłosie naukowego sympozjum².

Kiedy niespiesznie odrabiałam zadaną przez autorów monografii lekcję, przypomniała mi się pewna dyskusja, która miała miejsce dziesięć lat temu na łamach „Tekstów Drugich”. Dyskutowali Jan Sowa i Michał Paweł Markowski³. Choć pretekstem była książka literaturoznawcy badacze w zasadzie spierali się o rolę humanistów i humanistyki. W uproszczeniu, najważniejszą różnicą pomiędzy stanowiskami obu badaczy był ich stosunek do służebności dziedziny, której są przedstawicielami. Markowski twierdził bowiem, że „nikogo poza nami te rzeczy nie obchodzą”⁴ ogromnie zawężając krąg osób humanistyką zainteresowanych, z kolei autor *Fantomowego ciała króla*, stojąc na biegunie przeciwnym,

¹ *Lekcja odpowiedzialności z Janem Józefem Szczepańskim*, red. M. Krakowiak, Łomianki, 2023.

² Spotkanie zorganizowane przez Zespół Badawczy Kultury Literackiej Instytutu Nauk o Kulturze Uniwersytetu Śląskiego zatytułowane „Odpowiedzialność za świat i wobec świata” zgromadziło badaczy, co warto podkreślić – trzech pokoleń, by dzielić się refleksją nad twórczością Jana Józefa Szczepańskiego.

³ Zob.: J. Sowa *Humanistyka płaskiego świata*, „Teksty Drugie” 2014, nr 1; M.P. Markowski, *Lewica akademicka: między hipokryzją i iluzją*, „Teksty Drugie”, 2014, nr 1.

⁴ M.P. Markowski, *Lewica akademicka: między hipokryzją i iluzją*, „Teksty Drugie”, 2014, nr 1.

podkreślał wagę humanistyki zaangażowanej, która ma obowiązki, przede wszystkim – według Sowy – wobec wykluczonych. Choć spór badaczy – co łatwo zauważyć – jest motywowany ideologicznie, sam problem wykracza daleko poza światopoglądowy spór. Wydaje się inną odsłoną, inaczej skonstruowanym pytaniem o to, po co humanistyka jeszcze jest, na które, postawieni pod prężaniem, od wielu lat próbujemy odpowiadać, w różnoraki sposób uzasadniając swoje istnienie.

Budujące było więc wzięcie do ręki książkę, której autorki i autorzy takich dylematów nie mają. Podkreślmy tu jednak wyraźnie: nie mają ich nie dlatego, że nie są świadomi problemu. Wręcz przeciwnie: dostrzegają zmiany, jakie zaszły zarówno w życiu literackim, jak i kulturowym w ostatnich dekadach, a których skutkiem stało się między innymi wspomniane zarówno przez Małgorzatę Krakowiak jak i Annę Mateję zmarginalizowanie roli pisarstwa Szczepańskiego. Można więc śmiało postawić tezę, że na kształt książki o Szczepańskim bez wątpienia wpływ miała właśnie świadomość wspomnianych przemian, co jednak ważniejsze, zrodziła ją głęboka wiara w sens, znaczenie i pożytek płynący z tradycyjnej humanistycznej refleksji.

Tytuł nie bez powodu nawiązuje do procesu edukacyjnego. Autorzy używając słowa *lekcja*, wskazują z jednej strony na autoteliczność badań, z drugiej – na społeczną użyteczność dyskursu humanistycznego. Warto dziś przypominać, że zarówno diagnozowanie problemów, jak i ich uczenie jest podstawowym celem literaturoznawstwa. Ten niewątpliwie pojemny tytuł w uważnym czytelniku powinien wzbudzić dodatkowo refleksję nad znaczeniem podstawowych pojęć. W czasach, kiedy sami nierzadko zasiewamy zwątpienie w czystość każdego słownika, kiedy tworzymy coraz to nowe kategorie opisu człowieka i świata, często zapominamy o terminach fundamentalnych. Nie tylko pojęcie różnicy, innowacyjności, klasy, rasy czy płci jest ważne w humanistycznym dyskursie. Kategorie takie jak odpowiedzialność, mądrość, pokora, erudycja, autorytet – pisane bez patosu, bez wielkich liter, wypowiedziane bez krzyku – może są dziś nie modne, ale jak pokazują autorki i autorzy tekstów o Janie Józefie Szczepańskim, ze wszech miar dziś niezbędne. Znakomicie wyjaśnia tę kwestię we wstępie redaktorka tomu Małgorzata Krakowiak.

Czy mamy więc do czynienia z książką, w której autorzy z nostalgią oglądają się za przeszłością, która odeszła? Nic bardziej mylnego. Wartością tej niewielkich rozmiarów pozycji są przede wszystkim inspirujące teksty ukazujące autora *Butów* w aktualizujących je kontekstach, są stanowcze i ale też dobrze uargumentowane tezy, które przypominają nam, że Szczepańskiego warto czytać także i dziś, że twórczość pisarza jest w dalszym ciągu aktualna i ponadczasowa. Nie bez powodu w latach 80. Karl Dedecius umieścił autora *Przed nieznanym trybunałem* w gronie stu najważniejszych pisarzy polskich. *Lekcja odpowiedzialności...* wagę tego pisarstwa potwierdza.

Książka jest bardzo ciekawie skomponowana. Lekturę rozpoczyna się od przypomnienia sylwetki pisarza, ze skupieniem uwagi na ważnych, formacyjnych momentach biograficznych. Andrzej Sulikowski wskazując na kolejne etapy ewolucji form pisarskich autora *Rafy*, przywołuje cenne pozycje w dorobku pisarza. Przypomina także znaczące teksty

krytyczne, które przez lata kształtowały namysł literaturoznawczy nad prozą Szczepańskiego, Jerzy Stempowski, Michał Sprusiński, Jacek Łukasiewicz, Wiesław Paweł Szymański, Krzysztof Dybciak, Andrzej Werner, czy wreszcie Zdzisław Najder – to tylko niektóre postaci ze zbioru ważnych krytyków i literaturoznawców, które przez lata wskazywały na „artystyczną i myślową żywotność prozy krakowskiego autora”⁵. Tekst Sulikowskiego to głos badacza mającego świadomość znaczenia ciągłości tradycji badawczej. Nie tylko bowiem podkreśla wagę publikacji szczepańskologicznych wspomnianych powyżej badaczy, ale także wskazuje na ich kontynuację wśród młodszych badaczy ze środowiska polonistycznego Uniwersytetu Śląskiego.

Kolejną część stanowią teksty, których autorki proponują interesujące odczytania kilku ważnych tekstów Szczepańskiego. Mamy więc analizę fragmentów dziennika, a także esejów, tekstów podróżniczych i publicystycznych. Dzięki wnikliwym studiom nad twórczością autora poznajemy Szczepańskiego jako pisarza o tak potrzebnej dziś twórcom odwadze intelektualnej, człowieka wiernemu wypracowanemu systemowi etycznemu i konsekwentnego w wypowiedzaniu sądów.

Beata Gontarz zrekonstruowała sposób myślenia autora *Przed nieznanym trybunałem* o rewolucji kulturalnej przełomu lat 60. i 70. w USA. Analizując teksty napisane w wyniku podróży autora do Stanów Zjednoczonych, podkreśliła intelektualną przenikliwość i trafne spostrzeżenia autora na temat zachowań młodzieży w odniesieniu do konfliktu w Wietnamie. Szczepański był uważnym obserwatorem świata. Przyglądał się ruchom wolnościowym przeciw ówczesnej władzy amerykańskiej młodzieży i porównywał ją z sytuacją w Polsce podczas protestów w marcu 1968 roku, dostrzegając oczywiste różnice wynikające z realiów politycznych. Te upominania się o wolność po obu stronach Atlantyki Szczepański potrafił poddać niezwykle trafnej analizie kulturowej i aksjologicznej, z której wnioski, choć formułowane półwieku mają uniwersalny wymiar. Niezwykle aktualnie brzmi dziś wymowa ostatniego eseju Szczepańskiego pod tytułem *Piąty anioł*, poświęconego tej tematyce. Zawarte w nim, symptomatyczne zdanie: „A społeczeństwo odwracało oczy, niepewne, czy przysługuje mu jeszcze moralne prawo sądu” – wydaje się ważną nauką płynącą z tytułowej lekcji odpowiedzialności.

Anna Spiechowicz pochyliła się nad dziennikami Szczepańskiego. Warto przypomnieć, że autor *Przed nieznanym trybunałem* pisał je przez prawie całe swoje dorosłe życie. Badaczka w perspektywie geopoetyki zinterpretowała przestrzeń w diariuszach. Ciekawie zestawiała ze sobą znaczenie domu w Kasince Małej i mieszkania autora w Krakowie, przy ulicy Helclów ukazując przestrzeń *sacrum* Szczepańskiego, którą stanowił drewniany, górski dom rodzinny, oaza wolności, inspiracja dla egzystencjalnych poszukiwań autora *Rafy*. Ukazując trwałość postawy Szczepańskiego, którą badaczka łączy z potrzebą wolności, a także z odczuciem sensu i spełnienia, badaczka dobrze wykorzystuje ustalenia Charlesa Taylora dotyczące współczesnej podmiotowości a także refleksje nad miejscem człowieka we współczesnym „świecie odczarowanym”.

⁵ A. Sulikowski, *Aktualność prozy Jana Józefa Szczepańskiego*, [w:] *Lekcja odpowiedzialności...*, op. cit., s. 31.

Anna Nasiłowska przypomniała, że także i dziś Szczepański może pomóc nam zrozumieć świat, nie tylko własny, ale i odmienny od naszego. Badaczka przypomina, że autor *Butów* był także orientalistą. Ogromnie ciekawy świata „rozumnie podróżował”⁶, wybierając najdalsze zakątki globu. Nasiłowska celnie zwróciła uwagę, iż propozycje Szczepańskiego są, być może, jak na współczesne oczekiwania, mało radykalne, a przez to nieefektywne, ale i współczesnemu czytelnikowi mogą zaoferować pełną nieoczywistych refleksji opowieść o świecie. Szczepański w interesujący sposób potrafił uchwycić odmienność tradycji, analizować je, poddawać intelektualnym dociekanom. Badaczka podkreśliła, że autor *Polskiej jesieni* już w tekstach z lat siedemdziesiątych wychodził poza europejskie centrum świata, w bardzo interesujący sposób podejmując i redefiniując tematykę europocentryzmu, współistnienia różnych kultur i religii.

Publicystyce Szczepańskiego przygląda się z kolei Aleksandra Dębska-Kossakowska. Uważna czytelniczka francuskiego miesięcznika „Preuves”, przedstawiła interesującą wypowiedź Szczepańskiego, zamieszczoną na jego łamach. Była ona próbą odpowiedzi na pytanie jakże dzisiaj aktualne: Brzmiało ono: dlaczego jestem Europejczykiem? Autorka omówiła tekst pisarza z dwóch perspektyw: filozoficznej i kulturowej. Szczepański – znawca wielu kultur, zaproszony do udzielenia odpowiedzi przygląda się ówczesnej Europie z jej politycznymi podziałami, ale też Francji w trudnych czasach dekolonizacji zarówno z perspektywy Polaka, autora zza żelaznej kurtyny ale przede wszystkim pisarza o głębokim poczuciu obowiązku i misji wobec świata. Choć dziś inaczej wygląda świat, a także zmieniły się relacje w Europie, to z zaciekawieniem możemy przeczytać refleksje Szczepańskiego o rozumieniu kulturowej i o intelektualnej oraz etycznej wspólnoty. Celnie zwraca także badaczka uwagę, że bycie Europejczykiem wówczas, ale zapewne i teraz, to przede wszystkim, kwestia języka, pojęć, w jakich opisujemy świat i swoje doświadczenie.

Agnieszka Niewdana z kolei interesująco opisała wyniki kwerendy, jaką prowadziła w archiwum Polskiego Radia. Praca zaowocowała ciekawym zestawieniem wypowiedzi radiowych Jana Józefa Szczepańskiego: audycji, słuchowisk i wywiadów, których autor udzielił dziennikarzom Radia Kraków. Badaczka trafnie dostrzegła, że pomiędzy przesłaniem wynikającym z twórczości autora, a jego bezpośrednimi wypowiedziami zachodzi całkowita zbieżność, że Jan Józef Szczepański jest w swym oglądzie świata spójny i wierny wartościom, które towarzyszyły mu przez całe pisarskie życie.

To bardzo celne spostrzeżenie. W przypadku autora *Butów*, co wyraźnie da się odczytać w tekstach zawartych w monografii – twórca i tworzywo stanowią nierozdzielalną jedność. Całość temu przynosi obraz człowieka, pisarza bardzo spójny, jednolity. Odczytujemy autora *Butów* jako twórcę, dla którego literatura była narzędziem poznania siebie i świata, który przez całe swoje życie był wierny raz obranej drodze, wierny swoim przekonaniom i wyznawanym wartościom. Szczepański wyłaniający się z omawianego przeze mnie tomu to autorytet (co by nie myśleć o kolejnych kryzysach tego pojęcia). Krzysztof Michalski powiedział kiedyś, że „świat, w którym ja jestem najmądrzejszy – świat bez

⁶ Zob.: K. Dybiak, *Rozumne podróżowanie* Jana Józefa Szczepańskiego; „Tygodnik Powszechny” 1982 nr 31.

autorytetów – to świat idioty.” Jestem przekonana, że warto powracać i przypominać twórczość pisarza, który ma tak wiele do zaoferowania czytelnikowi.

Choćby z tego powodu tekst wieńczący książkę autorstwa Anny Matei powinien czytelnika, a literaturoznawcę na pewno, zdziwić. Poznajemy bowiem na wielu stronach mądrego, przenikliwego świetnie piszącego twórcę, którego, jak stwierdza badaczka, ... nikt nie czyta! Mateja podzieliła się z czytelnikami wynikami przygotowanej przez siebie dość specyficznej ankiety. Wybrała ona bowiem kilkadziesiąt osób – ludzi pióra: pisarzy, badaczy i krytyków, by zapytać o współczesną recepcję dzieł autora *Butów*. Wyniki tej subiektywnej, ale rzetelnie przeprowadzonej ankiety są zdumiewające. Okazało się, że twórczość Jana Józefa Szczepańskiego trafiła do „literackiego czyścica”, jest ona bowiem przez szanowne grono w większości znana, ale dla niewielkiej liczby osób okazała się żywa i inspirująca. Autor zajął więc zaszczytne miejsce na półce z napisem „literatura nie-obecna”; miejsce pomnika, czyli osoby, która może być moralnym autorytetem, ale której twórczość – trudna i wymagająca intelektualnego namysłu dziś pozostaje bez czytelnika. I aż się prosi, by w tym miejscu użyć znanego kolokwializmu – i tu jest właśnie ten pies pogrzebany!

Jerzy Waldorff napisał w jednej ze swych publikacji o Stefanie Kisielewskim (który, podobnie jak autor *Butów* był niezwykle wierny impoderabiliom), że był jak Wawel. To samo można powiedzieć o Szczepańskim. Lubimy pooglądać zabytki, ale chyba niezbyt wielu osobom chce się studiować choćby znaczenie scen na słynnych arrasach. Podobnie jest w przypadku literatury wymagającej od czytelnika wysiłku intelektualnego. Małgorzata Krakowiek, która, jak wspominałam jest autorką wstępu i której idea „powrotu do Szczepańskiego” przenika strony tej monografii, nazwała prozę autora *Portków Odysa* „kontemplującą”, tłumacząc, iż wymaga ona od czytelnika uważnej lektury, czytania nieśpiesznego, rozumienia głębszej semantyki języka, i dostrzegania sfery skojarzeń filozoficznych. Odbiór prozy skondensowanej w świecie „nadmiaru książek”, „nadmiaru tekstów” jest dziś trudny, ale trud ten wart jest pojęcia. Wart jest podjęcia także z innego powodu. W trudnych, skomplikowanych czasach warto czytać i uczyć się z tekstów pisarza, którego także żył w „ciekawych czasach”, a pomimo wszystko miał odwagę dokonywania wyborów etycznych wobec tego świata i czuł odpowiedzialność za rolę artysty i jego dzieła w kulturze i świadomości społecznej.

Biogram

Dr hab. Monika Wiszniowska – zatrudniona na stanowisku profesora uczelni w Instytucie Nauk o Kulturze UŚ w Katowicach. Jej zainteresowania badawcze obejmują m.in. reportaży, historię w reportaży, paradygmat etyczny w reportaży.