

KULTURA Media TEOLOGIA

09

2012

ISSN 2081-8971

KWARTALNIK
NAUKOWY
WYDZIAŁU
TEOLOGICZNEGO
UKSW W WARSZAWIE



TEMAT NUMERU:

Medialne artefakty

Szanowni Państwo!

Wiemy, że praca naukowa, choć nieraz żmudna, potrafi być źródłem wielkiej satysfakcji. Jednak jest ona pełna dopiero, gdy można wynikami swej pracy podzielić się ze światem; gdy owe wyniki są szeroko znane i komentowane. Niestety, tradycyjne papierowe czasopisma naukowe mają ograniczony zasięg i znikomą liczbę egzemplarzy. Ponadto na publikację trzeba czekać nawet kilkanaście miesięcy, co bywa powodem uzasadnionej frustracji.

Istnieje jednak proste rozwiązanie tego problemu!

Kwartalnik internetowy „Kultura-Media-Teologia” jest recenzowanym pismem naukowym, powołanym w styczniu 2010 r. i wydawanym online od lipca 2010 r. pod adresem www.kmt.uksw.edu.pl przez Wydział Teologiczny UKSW w Warszawie. **Artykuły są zamieszczane na stronie www i w postaci pliku pdf**, co znacznie ułatwia cytowanie, umożliwiając podawanie numerów stron. Natomiast **publikacja w internecie oznacza szersze dotarcie do odbiorców**, a przez to wzrost cytowalności. **Skraca także niewymownie czas oczekiwania na publikację**, który w naszym czasopiśmie może wynieść nawet mniej niż 3 miesiące, co w wypadku czasopism naukowych jest tempem iście ekspresowym!

Wersją pierwotną (referencyjną) pisma jest plik *.pdf.

Wszystkie artykuły publikowane w kwartalniku są recenzowane. Recenzja jest obustronnie anonimowa. Recenzenci są wybierani przez redakcję, są nimi zarówno członkowie Rady Naukowej, jak i osoby spoza niej. Recenzenci krajowi są wybitnymi ekspertami w swoich dziedzinach i mają minimum stopień naukowy doktora habilitowanego, recenzenci zagraniczni mają przynajmniej stopień akademicki doktora (PhD) i znaczący dorobek w dziedzinie, do której należy recenzowany artykuł. Aby wykluczyć dowolność recenzji, dokonuje się ona w oparciu o przygotowany przez redakcję, standardowy dla wszystkich recenzji, szablon.

Kwartalnik „Kultura-Media-Teologia” spełnia wszelkie wymagania stawiane pismom naukowym. Redakcja dąży do wszelkich starań, by jak najszybciej uzyskać pozytywną ocenę parametryczną Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego, tak by publikacja na łamach K-M-T była punktowana (aby było to możliwe, pismo musi się ukazywać co najmniej dwa lata).

Nasze atuty to:

- szeroki zakres dziedzin;
- szybkość publikacji;
- dopracowana szata graficzna;
- staranna redakcja;
- rozpowszechnienie artykułów i szansa na dużą cytowalność;

KULTURA MEDIA TEOLOGIA

Kwartalnik Wydziału Teologicznego UKSW w Warszawie

numer 09/2012

Medialne artefakty

KULTURA – MEDIA – TEOLOGIA

KWARTALNIK NAUKOWY WYDZIAŁU TEOLOGICZNEGO UKSW W WARSZAWIE

ISSN 2081-8971

numer 9/2012

WYDAWCA: Wydział Teologiczny
Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie,
ul. Dewajtis 5, 01-815 Warszawa

REDAKCJA: ks. dr Andrzej Adamski (redaktor naczelny)
dr Katarzyna Flader (zastępca redaktora naczelnego)
dr Marta Jarosz (sekretarz redakcji)
dr Marek Robak
dr Dominika Żukowska
dr Monika Przybysz
mgr Dagmara Jaszewska

RADA NAUKOWA: ks. prof. UKSW dr hab. Stanisław Dziekoński (UKSW)
ks. prof. UKSW dr hab. Witold Kawecki (UKSW)
ks. prof. dr hab. Henryk Seweryniak (UKSW)
prof. dr hab. Jan Stanisław Wojciechowski (UKSW-UJ)
prof. dr hab. Rafał Habielski (UW-UKSW)
prof. dr hab. Jerzy Olędzki (UW-UKSW)
prof. dr hab. Anna Zeidler-Janiszewska (SWPS)
prof. dr Michał Masłowski (Université Paris IV – Sorbonne)
prof. dr hab. Karol Klauza (KUL)
ks. prof. dr hab. Tadeusz Zasępa (Uniwersytet Katolicki
w Ružomberku - Słowacja)

KOREKTA: dr Marta Jarosz

SKŁAD: ks. dr Andrzej Adamski

LOGO I OKŁADKA: ks. dr Andrzej Adamski;
fot. na okładce: Rainer Junker | Dreamstime.com

ADRES REDAKCJI: „Kultura-Media-Teologia”, ul. Dewajtis 5, 01-815 Warszawa,

KONTAKT: e-mail: kmt.uksw@gmail.com;
<http://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 w postaci pliku *.pdf

SPIS TREŚCI

MEDIALNE ARTEFAKTY.....	8
<i>Ks. Maciej Szczepaniak</i> RADIOWA TRANSMISJA MSZY ŚW. Z KONGRESU EUCHARYSTYCZNEGO W DUBLINIE. PRZEŁOM W RECEPCJI TRANSMISJI RADIOWYCH W PRAKTYCE EKLEZJALNEJ.....	9
<i>Bogumiła Suwara</i> NA CESTE K HYPERMEDIÁLNEMU ARTEFAKTU.....	21
<i>Aleksandra Gralczyk</i> SŁABE PUNKTY W ROZWOJU DZIECI JAKO PRZEDMIOT MANIPULACJI MARKETINGOWCÓW.....	55
IMPLIKACJE TEOLOGICZNE.....	70
<i>Bartosz Wieczorek</i> NIESZCZĘŚCIE WESZŁO MI W CIAŁO I DUSZĘ - RZECZ O SIMONE WEIL	71
SPRAWOZDANIA I OMÓWIENIA.....	84
ARTYSTA KOŃCA ŚWIATA.....	85
ZWIĄZEK RELIGII Z CYBERPRZESTRZENIĄ.....	87
BÓG W „ŚMIECIACH POP KULTURY” - TEOLOGIA PHILIPA K. DICKA	

TEMAT NUMERU:

MEDIALNE ARTEFAKTY

Ks. Maciej Szczepaniak

Radiowa transmisja mszy św. z Kongresu Eucharystycznego w Dublinie.

Przełom w recepcji transmisji radiowych w praktyce eklezjalnej

*Radio broadcast of Holy Mass from the International Eucharistic Congress in Dublin.
The breaking through of prior doubts.*

STRESZCZENIE:

WSZYSTKO WSKAZUJE NA TO, ŻE PAPIEŻ PIUS XI – WCZEŚNIEJ PRZECIWNY TRANSMISJOM NABOŻEŃSTW W ŚRODKACH SPOŁECZNEGO PRZEKAZU – PO RAZ PIERWSZY WYSLUCHAŁ MSZY ŚW. PRZEZ RADIO PODCZAS MIĘDZYNARODOWEGO KONGRESU EUCHARYSTYCZNEGO W DUBLINIE W 1932 ROKU. PAPIEŻ ZWRÓCIŁ SIĘ WÓWczas DO UCZESTNIKÓW KONGRESU Z PRZESŁANIEM, KTÓRE BYŁO WYRAŹNYM SYMPTOMEM NOWEGO SPOJRZENIA NA WYKORZYSTANIE FAŁ RADIOWYCH W DZIELE EWANGELIZACJI. TRANSMISJA MSZY ŚW. Z DUBLINA W PEŁNI ZASŁUGUJE NA MIANO WYDARZENIA PRZELAMUJĄCEGO DOTYCHCZASOWY SPOSÓB PODEJŚCIA STOLICY APOSTOLSKIEJ DO PRZEKAZU LITURGII ZA POMOCĄ FAŁ RADIOWYCH. PAPIEŻ NAZWAŁ WÓWczas SIEBIE „UCZESTNIKIEM” WYDARZENIA KONGRESOWEGO.

SŁOWA KLUCZOWE:

TRANSMISJE RADIOWE MSZY ŚW., PIUS XI, KARD. LAURI,
RADIO WATYKAŃSKIE, PARTYCYPACJA.

ABSTRACT:

THE POPE PIUS XI WHO HAD PREVIOUSLY OPPOSED SERVICE BROADCASTING VIA MASS MEDIA, FOR THE FIRST TIME LISTENED TO HOLY MASS ON THE RADIO IN 1932 DURING THE INTERNATIONAL EUCHARISTIC CONGRESS IN DUBLIN. ON THAT OCCASION THE POPE ADDRESSED THE PARTICIPANTS OF THE CONGRESS WITH A MESSAGE, WHICH WAS A CLEAR SIGN OF THE NEW ATTITUDE TOWARDS USING RADIO WAVES IN THE EVANGELIZATION. THE MASS BROADCAST FROM DUBLIN FULLY DESERVES TO BE CALLED THE EVENT WHICH CHANGED THE PREVIOUS HOLY SEE'S APPROACH TO SERVICE BROADCAST ON THE RADIO. IN HIS MESSAGE PIUS IX CALLED HIMSELF "A PARTICIPANT" OF THE CONGRESS.

KEYWORDS:

RADIO BROADCAST OF HOLY MASSES, PIUS XI, CARD.
LAURI, VATICAN RADIO, PARTICIPATION.

U ruchomienie w 1931 roku stacji nadawczej Radia Watykańskiego było widocznym przejawem zainteresowania Stolicy Apostolskiej najnowocześniejszym wówczas środkiem społecznego przekazu – radiem. Rok później Pius XI – wcześniej przeciwny radiowym transmisjom nabożeństw – „wysłuchał” w Pałacu Apostolskim mszy św. przez radio i skierował przesłanie do jej uczestników. Była to transmisja głównych uroczystości Międzynarodowego Kongresu Eucharystycznego, odbywającego się w czerwcu 1932 roku w Dublinie. Wypowiedziane wówczas przez papieża słowa były symptomem nowego spojrzenia na wykorzystanie fal radiowych w dziele ewangelizacji. Celem niniejszego artykułu jest analiza wydarzeń kongresowych w Dublinie i przeprowadzonej wówczas transmisji radiowej w świetle teologii środków społecznego przekazu. W dalszej perspektywie interesuje nas zjawisko ewolucji poglądów Stolicy Apostolskiej na temat transmisji religijnych.

Uroczystości kongresowe

31. Międzynarodowy Kongres Eucharystyczny w Irlandii upamiętniał tysiącpięćsetlecie przybycia na wyspę św. Patryka, misyjnego biskupa i organizatora życia religijnego w tym kraju. Kongresowy tydzień trwał od 21 do 26 czerwca 1932 roku i był obchodzony w całym kraju. Główne wydarzenia miały jednak miejsce w Dublinie, do którego codziennie napływały duże grupy pielgrzymów. Pisarka Alice Curtayne¹ wspominała na łamach „The Father Mathew Record” przybycie 140 specjalnych pociągów z różnych miast Irlandii na główne uroczystości 26 czerwca, oceniając liczbę pielgrzymów na milion osób. „Nie widziano nigdy większego zgromadzenia na mszy św.” – zauważała pisarka².

Relacja Curtayne była sugestywnym opisem wielonarodowego wydarzenia, pozwalającym nam dziś spojrzeć na kongres oczyma świadka. Pisarka widziała oblicze stolicy Irlandii z dnia na dzień „bardziej promienne, bardziej młodzieńcze, bardziej uroczyste”³. Dublin tętnił życiem pielgrzymów przybyłych z różnych stron świata i stawał się codziennie „coraz bardziej dźwięczny”. Curtayne opisywała na rozświetlonych przez całą noc ulicach stolicy kolorowo ubranych harcerzy, „polski kontyngent” pielgrzymów, cały świat „wlewający się” do Dublina. W uroczystościach uczestniczył legat papieski, kard. Lorenzo Lauri⁴, a także kardynałowie Joseph MacRory z Armagh (Irlandia), Luigi

¹ Alice Curtayne (1901-1981), pisarka, krytyk literacki, autorka m.in. *A recall to Dante* (1932), *House of Cards* (1940). Szczególnie znane były jej biografie świętych: *Catherine of Siena* (1929), *St. Anthony of Padua* (1931), *Saint Brigid of Ireland* (1934), *More tales of Irish Saint* (1957). Por. W. Romig, *The Book of Catholic Authors*, Detroit 1960. Relacja z Międzynarodowego Kongresu Eucharystycznego została opublikowana na łamach czasopisma „The Father Mathew Record”, A. Curtayne, *The Festival of Faith in Dublin*, „The Father Mathew Record” 1932, s. 340-344.

² A. Curtayne, *The Festival of Faith in Dublin*, „The Father Mathew Record” 1932, s. 343.

³ *Tamże*, s. 340.

⁴ Lorenzo Lauri, ur. 15.10.1864 r. w Rzymie. Święcenia kapłańskie otrzymał 4.6.1887 r. Mianowany arcybiskupem tytularnym Efezu oraz internuncjuszem w Peru 5.1.1917 r. Nuncjusz apostolski w Polsce od 25.5.1921 r. Kreowany kardynałem na konsystorzu 20.12.1926 r., opuścił misję dyplomatyczną w Warszawie w maju 1927 r. Mianowany penitencjarzem większym 31.7.1927 r. Zmarł 8.10.1941 r. w Rzymie.

Lavitrano z Palermo (Włochy), Francis Alphonsus Bourne z Westminster (Wielka Brytania), Jozef-Ernest van Roey z Mechelen (Belgia), August Hlond z Gniezna i Poznania (Polska), William Henry O'Connell z Bostonu (USA), Patrick Joseph Hayes z Nowego Jorku (USA), Dennis Joseph Dougherty z Filadelfii (USA), Jean Verdier z Paryża (Francja). W kongresie uczestniczyło także ponad dwustu biskupów, wśród nich abp Michael Joseph Curley z Baltimore (USA), abp Edward Joseph Byrne z Dublina i Paschal Charles Robinson, nuncjusz apostolski w Irlandii.

Miejszem sprawowania liturgii dla tłumów pielgrzymów był dubliński Phoenix Park – tam odbywały się msze święte w czwartek, w piątek (dla kobiet) i w sobotę (dla dzieci). Główna msza kongresowa z procesją eucharystyczną miała miejsce w niedzielę 26 czerwca 1932 roku o godzinie pierwszej po południu. Odprawił ją abp Michael Joseph Curley, arcybiskup Baltimore (USA), a kazanie wygłosił legat papieski, kard. Lorenzo Lauri. Radio irlandzkie zrealizowało transmisję radiową, której można było wysłuchać nie tylko w całej Irlandii, ale także – za pośrednictwem Radia Watykańskiego – w innych krajach. Jednym z odbiorców transmisji był papież Pius XI.

Od negacji do pierwszych słów

Dzięki zapytaniu arcybiskupa Pragi skierowanemu w 1926 roku do Ojca Świętego: „czy można transmitować i słuchać mszy św. śpiewanej za pośrednictwem aparatu radiofonicznego”, wiemy, jaką opinię wyraził wówczas Pius XI w tej sprawie. Pytanie abp. Františka Kordača⁵, rozpatrywane przez Kongregację Świętego Oficjum, oczekiwało się na początku 1927 roku jednoznacznej odpowiedzi „non expedire”, *nie wypada*⁶. W zespole archiwalnym kongregacji znajduje się także opinia wyrażona przez samego papieża, który był prefektem Świętego Oficjum: „Odnośnie do używania i zastosowania radia w kościołach, zarówno dla mszy św., jak i kazań i innych ceremonii świętych, Ojciec Święty wyraził pogląd całkowicie przeciwny, w taki sposób, że nie można na to pozwolić dla żadnego powodu. Dodał też, że on sam osobiście udzielił negatywnej odpowiedzi przy różnych okazjach, tak, jak zawsze podtrzymywał zakaz filmowego odtwarzania świętych czynności w kościołach”⁷. Rok później, na kolejne, uporczywe zapytanie z Pragi, czy można rozpowszechniać śpiew liturgiczny z pominięciem fragmentów, które śpiewa kapłan, kongregacja powtórzyła wcześniej podjętą decyzję, nazywając próby transmisji nadużyciem⁸.

⁵ František Kordač, ur. 11.1.1852 r. w Seleticach. Święcenia kapłańskie otrzymał 15.6.1878 r. W latach 1919-1931 abp Pragi i prymas Czech. Brał aktywny udział w rozmowach pomiędzy Stolicą Apostolską i państwem czechosłowackim w sprawie uregulowania kwestii prawnych Kościoła. Stał się w ten sposób jednym z autorów opracowanego w 1927 roku „modus vivendi”. W 1931 roku na własną prośbę zrzekł się urzędu. Zmarł 26.4.1934 r. w Pradze. Ks. Cieszyński określał abp. Kordača jako „ruchliwego organizatora, czujnego stróża, wielkiego budowniczego i działacza oraz śmiałego apostoła. Żyjąc bardzo skromnie, prawdziwie po franciszkańsku, dochody swoje przeznaczał na cele kościelne i społeczne”, N. Cieszyński, *Czy katolicyzm zamierający?*, „Roczniki Katolickie” 1932 z. 10, s. 121.

⁶ Por. E. Baragli, *Comunicazione, comunione e Chiesa*, Roma 1973, s. 451.

⁷ *Tamże*, s. 452.

⁸ *Tamże*, s. 460.



31. Międzynarodowy Kongres Eucharystyczny w Irlandii upamiętniał tysiącpięćsetlecie przybycia na wyspę św. Patryka, misyjnego biskupa i organizatora życia religijnego w tym kraju. Kongresowy tydzień trwał od 21 do 26 czerwca 1932 roku i był obchodzony w całym kraju. Główne wydarzenia miały jednak miejsce w Dublinie, do którego codziennie napływały duże grupy pielgrzymów.

Stolica Apostolska nie dysponowała jeszcze wówczas własną rozgłośnią radiową, choć zgłaszano już gotowość jej założenia. Myśl ta towarzyszyła zwłaszcza jezuitom Giuseppe Gianfranceschimu, rektorowi Uniwersytetu Gregoriańskiego i przewodniczącemu Papieskiej Akademii Nauk – już w 1925 roku planował, że radio w Watykanie mogłoby stać się środkiem wymiany myśli różnych naukowców⁹. Tuż po zawarciu traktatu między Stolicą Apostolską a państwem włoskim (11 lutego 1929 roku), który przewidywał zagwarantowanie przez państwo połączeń telefonicznych, radiotelegraficznych i pocztowych dla Watykanu (art. 6)¹⁰, przystąpiono do realizacji przedsięwzięcia. Cztery dni po wymianie ratyfikowanych Paktów Laterańskich – 11 czerwca 1929 roku – Guglielmo Marconi, pionier wykorzystania fal radiowych do przekazywania modulowanego sygnału, po audiencji u Piusa XI wziął udział w wizji lokalnej w ogrodach watykańskich¹¹. Ojciec Gianfranceschi rok później otrzymał nominację na dyrektora Radia Watykańskiego¹².

Inauguracja rozgłośni miała miejsce w dziewiątą rocznicę koronacji Piusa XI – 12 lutego 1931 roku. Na falach radia po raz pierwszy zabrzmiał wówczas głos papieża. Tekst wygłoszony przez Piusa XI w języku łacińskim został przygotowany przez niego osobiście, a zachowany rękopis świadczy o licznych poprawkach wprowadzanych przy jego redagowaniu¹³. „Kto pytał go, dlaczego mówił po łacinie i dlaczego przemówienie składało się niemal w całości ze słów Pisma Świętego, odpowiadał, że język łaciński jest języ-

⁹ List o. Giuseppe Gianfranceschiego SI do inż. Luigi Respighiego, 25.7.1925: F. Bea, *Qui radio vaticana. Mezzo secolo della radio del papa*, Roma 1981, s. 19-20. Jednym z pierwszych programów Radia Watykańskiego był zresztą przegląd naukowej działalności Papieskiej Akademii Nauk, emitowany w języku łacińskim, pod nazwą *Scientiarum Nuncius Radiophonicus*.

¹⁰ *Inter Sanctam Sedem et Italiae Regnum Conventione, Trattato fra la Santa Sede e l'Italia*, „Acta Apostolicae Sedis” (dalej: AAS) 1929 z. 6, s. 212.

¹¹ Por. C. Confalonieri, *Pio XI visto da vicino*, Torino 1957, s. 147.

¹² Por. *Documenti pontifici sulla radio e sulla televisione, 1929-1962*, Roma 1962.

¹³ Rękopis publikuje C. Confalonieri, *Pio XI visto da vicino*, Torino 1957, appendice.

kiem powszechnym Kościoła, a w tym prawdziwie ekumenicznym spotkaniu, słowo Boga «Pater et Dominus universae creaturae» [Ojca i Pana całego stworzenia] powinno było przybyć do wszystkich, niepodważalne i mile widziane” – wspominał Carlo Confalonieri, sekretarz papieża¹⁴. Przemówienie rozpoczynające się od słów „Qui arcano Dei consilio” – *który z tajemniczego rozporządzenia Boga* – w całości było skomponowane z cytatów biblijnych wzywających do przyjęcia słowa przez wszystkie narody świata. Na marginesie tekstu papież skrupulatnie notował sigła biblijne cytowanych fragmentów Pisma Świętego. Pius XI zwracał się do całego stworzenia, do Boga, do katolików, do hierarchów, duchownych, misjonarzy, do wszystkich wiernych, do niewierzących i odstępców, do rządzących państwami i im poddanych, do bogaczy i do biednych, do robotników i pracodawców, do strapionych i prześladowanych – udzielając na końcu błogosławieństwa *Urbi et Orbi*¹⁵. Papież nazywał radio *mira sane ope Marconiana* – godnym podziwu i rozumnym dziełem Marconiego.

Warto prześledzić dobór cytatów biblijnych składających się na pierwsze papieskie przemówienie radiowe. Papież nadawał swoim słowom wysoką rangę przez przywołanie aklamacji otwierającej tzw. Hymn Mojżesza, poemat dydaktyczny rozwijający prorocze widzenie pod koniec jego życia: „Uważajcie, niebioso, na to, co powiem, słów moich ust słuchaj, ziemio” (Pwt 32,1). Swoje przesłanie Pius XI kierował do wszystkich narodów, nadając mu uniwersalny charakter: „Słuchajcie tego, wszystkiego narody, nałóżcie uszu, wszyscy, co świat zamieszkujecie, wy, niscy pochodzeniem, tak samo jak możni, bogaty na równi z ubogim!” (Ps 49,2-3). Już od pierwszych słów wyraźnie widoczny był dydaktyczny i napominający charakter przemówienia: „Wyspy, posłuchajcie Mnie! Ludy najdalsze, uważajcie!” (Iz 49,1). Zwracając się do różnych grup osób, Pius XI nie stronił od uroczystych formuł zaczerpniętych z listów apostolskich, jak choćby: „usta nasze otwarły się do was” (2 Kor 6,11).

Papież przywoływał także słowa zastępów niebieskich: „Chwała Bogu na wysokościach, a na ziemi pokój ludziom Jego upodobania” (Łk 2,14), a do wynalazku Marconiego odniósł słowa zadziwienia i uwielbienia wypowiedziane przez ludzi po uzdrowieniu paralityka: „Chwała Bogu, który takiej mocy udzielił ludziom” (Mt 9,8). W radiu papież widział wynalazek, dzięki któremu rzeczywiście „głos rozchodzi się aż po krańce świata” (Ps 19,5; Rz 10,18). Pius XI nazywał swą posługę „posłannictwem w imieniu Chrystusa Zbawiciela” (2 Kor 5,20), który przyniósł „pokój tym, którzy daleko, i pokój tym, którzy blisko” (Ef 2,17), wprowadzając „pokój przez krew Jego krzyża” temu, co na ziemi, i temu, co w niebiosach (Kol 1,20).

Pius XI kierował dalej swe słowa do różnych grup osób, przypominając im o ich posłannictwie. Katolików nazywał biblijnym określeniem „baranków i owiec” (J 21,15) powołanych do czynienia „dobrze wszystkim, a zwłaszcza naszym braciom w wierze” (Ga 6,10). Przedstawicielom Kościoła hierarchicznego papież przypominał: „każdy niech pozostanie wierny stanowi, do jakiego został powołany” (1 Kor 7,20), „postępujcie

¹⁴ C. Confalonieri, *Pio XI visto da vicino*, Torino 1957, s. 149.

¹⁵ Pius XI, *Nuntium radiophonicum die XII februarii MDCCCXXXI*, AAS 1931 z. 3, s. 65-70.



Uniwersalny charakter pierwszego radiowego przesłania Piusa XI podkreślały słowa skierowane do niewierzących i odstępców: „za was każdego dnia ofiarujemy modlitwy i ofiary Bogu i Panu wszystkich, prosząc wytrwale, by Bóg swoją światłością oświecił was” i „przyprowadził, i by owce słuchały Jego głosu, by nastąpiła jedna owczarnia i jeden pasterz” (J 10,16).

w sposób godny powołania, jakim zostaliście wezwani” (Ef 4,1), „paście stado Boże, które jest przy was, jako żywe przykłady dla stada. Kiedy zaś objawi się Najwyższy Pasterz, otrzymacie niewiedzący wieniec chwały (1 P 5,2a.3b-4); „Bóg zaś pokoju, który na mocy krwi przymierza wiecznego wywiódł spomiędzy zmarłych Wielkiego Pasterza owiec, Pana naszego Jezusa, niech was uzdolni do wszelkiego dobra, byście czynili Jego wolę, sprawując w was, co miłe jest w oczach Jego, przez Jezusa Chrystusa” (Hbr 13,21-21).

Pius XI widział w zakonnikach tych, którzy „starają się o większe dary” (1 Kor 12,31) i są „uczestnikami powołania niebieskiego” (Hbr 3,1), wzywał ich do umacniania w sobie „powołania i wyboru” (2 P 1,10). Misjonarzy porównywał do pierwszych apostołów, którzy przezwyciężają niebezpieczeństwa „przez wielką cierpliwość, wśród utrapień, przeciwności i ucisków” (2 Kor 6,4), a wystawieni „publicznie na szyderstwa” (Hbr 10,33), stają się „chwałą Chrystusa” (2 Kor 8,23).

W papieskim przemówieniu dochodziło też do głosu uznanie dla wiernych świeckich trudzących się dla Ewangelii, którzy są „wybrany plemieniem, królewskim kapłaństwem, narodem świętym, ludem [Bogu] na własność przeznaczonym” (1 P 2,9): „niech będzie znana wszystkim ludziom wasza wyrozumiała łagodność, wszystko, co jest prawdziwe, co godne, co sprawiedliwe, co czyste, co miłe, co zasługuje na uznanie – to miejcie na myśli” (Flp 4,5.8).

Uniwersalny charakter pierwszego radiowego przesłania Piusa XI podkreślały słowa skierowane do niewierzących i odstępców: „za was każdego dnia ofiarujemy modlitwy i ofiary Bogu i Panu wszystkich, prosząc wytrwale, by Bóg swoją światłością oświecił was” i „przyprowadził, i by owce słuchały Jego głosu, by nastąpiła jedna owczarnia i jeden pasterz” (J 10,16).

Papież zwracał się także do ludzi zaangażowanych w budowanie doczesnej rzeczywistości. Rządzącym przypominał, by kierowali się sprawiedliwością i miłością, „ku zbudowaniu, a nie ku zagładzie” (2 Kor 10,8), pamiętając, że „nie ma władzy, która by nie pochodziła od Boga” (Rz 13,1) i że Bogu będą musieli „zdać sprawę ze swych rządów” (Mdr 6,6). Z kolei poddanym władzy świeckiej polecał, by byli posłuszni przełożonym jak Bogu, świadomi, że kto „przeciwstawia się władzy – prze-

ciwstawia się porządkowi Bożemu, ściągając na siebie wyrok potępienia” (Rz 13,2). Bogatych przestrzegał, iż Jezus polecił im dbać o biednych i że będzie od nich więcej wymagał, bo „komu wiele dano, od tego wiele wymagać się będzie” (Łk 12,48): „bia-da wam, bogaczom” (Łk 6,24). Biednych zachęcał, by rozważali ubóstwo Chrystusa i dążyli do bogactw duchowych, a nie zaniedbując starań zmierzających do poprawy swojego stanu, nie wyciągali jednak „rąk swoich ku nieprawości” (Ps 125,3). Pius XI prosił także robotników i pracodawców o zgodną współpracę dla pożytku każdego, a więc dla dobra wspólnego.

Ostatnie słowa papież kierował do ludzi przeżywających trudności, do prześladowanych, chorych i słabych, cierpiących z powodu ataków wrogów Boga i ludzi: „mówimy wam w imieniu Chrystusa, którego zastępujemy: Przyjdźcie do Mnie wszyscy, którzy utrudzeni i obciążeni jesteście, a Ja was pokrzepię” (Mt 11,28).

Uroczysty i uniwersalny charakter przesłania, adaptacja występujących w liturgii aklamacji biblijnych, słowa kierowane do ludzi w najdalszych częściach świata – świadczą najwyraźniej o planetarnej wymowie, jaką papież pragnął nadać swojemu pierwszemu radiowemu przemówieniu. Carlo Confalonieri wspominał, że w związku z inauguracją rozgłośni Pius XI ułożył także modlitwę błogosławieństwa urządzeń do przekazywania fal radiowych – „hanc machinarum seriem ad aetheris undas ciendas”¹⁶. Dwa lata później, przy okazji audyencji dla robotników mediolańskich składających papieżowi w darze aparat radiowy, Pius XI przekonywał, że należy pochwalać działania w awangardzie postępu ugruntowanego na nauce i pracy¹⁷.

Uruchomienie watykańskiej stacji nadawczej nie zaowocowało jednak żadnym konkretnym dokumentem Stolicy Apostolskiej aprobującym transmisję mszy św. W 1932 roku nie były one jeszcze powszechne w wielu krajach świata¹⁸ i nie znalazły też miejsca na antenie rozgłośni watykańskiej. Mimo to zaakceptowano propozycję transmisji mszy św. celebrowanej 26 czerwca 1932 roku na zakończenie Międzynarodowego Kongresu Eucharystycznego, realizowanej przez irlandzkie radio publiczne, nazywane powszechnie – od umiejscowienia nowo wybudowanej stacji nadawczej o mocy 60 kW – **Radio Athlone**. Sygnał emisyjny rozpowszechniany był także w Londynie i przekazywany do Rzymu, skąd rozchodził się na falach Radia Watykańskiego. W ten sposób stało się możliwe „osiągnięcie tego nowego, doskonałego rezultatu płynącego z wiedzy radio-telefonicznej, dzięki któremu, podczas gdy sama stacja Radia Watykańskiego przekazywała na cały świat uroczystą celebrację kończącą Międzynarodowy Kongres Eucharystyczny,

¹⁶ C. Confalonieri, *Pio XI visto da vicino*, Torino 1957, s. 149.

¹⁷ Por. J. Sajdak, *Pius XI jako uczony*, „Wiadomości dla duchowieństwa” 1933 z. 4-5-6, s. 119.

¹⁸ Więcej na temat transmisji mszy św. zob. S. Adamski, *Radiofonia polska a Kościół katolicki*, w: *Słowo Boże w programach Polskiego Radia*, Warszawa 1938; J. Biesiada, *Programy katolickie w Radiu Poznańskim 1927-1933*, „Ecclesia. Studia z dziejów Wielkopolski” 2009, s. 263-314; A. Draguła, *Eucharystia zmiediatyzowana*, Zielona Góra 2009; M. Lis, *Transmisja niedzielnej Eucharystii w radiu i telewizji*, w: *Niedziela w społeczeństwie pluralistycznym*, E. Mateja, R. Pierskała (red.), Opole 2001, s. 127-134; D. Mosso, *La messa teletrasmessa*, Bologna 1974; J. Plis, *Kościół katolicki w Polsce a prasa, radio i film 1918-1939*, Lublin 2001; W. Przyczyna (red.), *Msza święta w telewizji*, Kraków 2006.

umożliwiła jednocześnie wiernym Dublina i rzeszom katolików na świecie wysłuchanie głosu następcy św. Piotra” – pisano w „L'Osservatore Romano”¹⁹.

Relacja dziennika pozwala poznać szczegóły odbioru transmisji w Watykanie. W salonie przylegającym do gabinetu papieża urządzono amplifikatornię, nad którą czuwali o. Gianfranceschi i kierownik Marchese. Pius XI siedział przy biurku, na którym umieszczono radio i mikrofon radiowy. W świetle dotychczasowych badań wszystko wskazuje na to, że była to pierwsza transmisja mszy św. „słuchana” przez Piusa XI.

Foniczne tworzywo programu

Dokładny opis wydarzenia kongresowego i jego odbioru w Watykanie znajdujemy w „L'Osservatore Romano” z 28 czerwca 1932 roku²⁰. Fonycznym tworzywem programu radiowego były przede wszystkim słowa wypowiedane w liturgii i muzyka liturgiczna. Był to także dźwięk trąb i prezentowanej broni, a ponadto cała akustyczna powierzchnia rzeczywistości kongresowej, odgłosów otoczenia Phoenix Park, okrzyków tłumu, oklasków i szmerów.

Z opisu liturgii dowiadujemy się, że przed rozpoczęciem mszy św. wykonano pieśni na cześć papieża i legata papieskiego. Wybrzmiały wówczas strofy *Ecce Sacerdos i Tu es Petrus* w wykonaniu chóru kierowanego przez Vincenta O'Briena²¹. Podczas nabożeństwa słuchano *Missa brevis* Giovanniego Pierluigiego da Palestrina, a więc muzykę wokalną w naturalnych granicach ludzkiego głosu, łączącą wokalność z właściwościami języka i przemawiającą do słuchacza płynnym stylem. Chór wykonał także kilka motetów Césara Franka. W czasie podniesienia Najświętszego Sakramentu słychać było dźwięki trąb, a bezpośrednio po nich – pieśń *Exsultate Deo* Palestriny, w wykonaniu słynnego irlandzkiego tenora Johna Francisca McCormacka. Według relacji „L'Osservatore Romano” pieśń zaśpiewana była „wspaniałym głosem”, a motet roznosił się echem od jednego do drugiego głośnika²².

Tworzywem fonicznym programu w warstwie słownej był głos celebransa, amerykańskiego arcybiskupa Baltimore Michaela Josepha Curley'a, choć zapewne – zgodnie z ówczesnymi rubrykami mszalnymi – był on ograniczony do minimum. Słuchacze usłyszeli przede wszystkim kard. Lorenzo Lauriego wygłaszającego kazanie i papieża Piusa XI, kierującego swe pozdrowienie do zgromadzonych wiernych. Liturgia celebrowana była w języku łacińskim, a kazanie zostało wygłoszone w języku angielskim. Kard. Lauri wzywał w nim do ożywienia wiary w rzeczywistą obecność Jezusa w sakramencie ołtarza, wskrzeszenia na-

¹⁹ *L'imponente chiusura del Congresso Eucaristico di Dublino suggellata con un radio-messaggio del Santo Padre. „Sono con voi”, „L'Osservatore Romano”, 27-28.6.1932, s. 1.*

²⁰ Artykuły: *L'imponente chiusura del Congresso Eucaristico di Dublino suggellata con un radio-messaggio del Santo Padre. „Sono con voi”; Giornata degna di Dio, „L'Osservatore Romano”, 27-28.6.1932, s. 1-2.*

²¹ Na temat utytułowanego dyrygenta dublińskiego, Vincenta O'Briena, zob. M.J.C. Hodgart, R. Bauerle, *Joyce's Grand Operoar*, Washington 1997.

²² *Giornata degna di Dio. Il pontificale all'aperto, „L'Osservatore Romano”, 27-28.6.1932, s. 1.*

dziei w jego nieskończoną dobroć i miłosierdzie, przyjęcia darów łaski płynących z komunii świętej. „Jeszcze kilka chwil i Jezus, posłuszny głosowi swojego kapłana, ponowi na tym świętym ołtarzu cuda zdziałane w Wieczerniku podczas Ostatniej Wieczerzy zanim poszedł złożyć siebie w ofierze za nas, i zstąpi żywy i pełen chwały, tak ja siedzi po prawicy Boskiego Ojca w niebiosach, aby być następnie niesionym triumfalnie w procesji pośrodku niezmiernie rzeszy serc pełnych miłości i entuzjazmu. (...) Ten Bóg, który stworzył niebo i ziemię, i panuje nad całym światem z wszechmogącą Opatrznością, za chwilę zamieszka wśród was”²³. Kazanie kard. Lauriego było mocno osadzone w liturgii i nawiązywało do przeżywanego przez uczestników wydarzenia misterium Eucharystii. Sformułowania typu: „niech Jezus w świętej Komunii zasieje w was ziarno swego zmartwychwstania”, „dziękujcie Jezusowi za to, że swoją łaską pozwolił wam uczestniczyć w tym triumfalnym kongresie”, były wypowiadane przede wszystkim z myślą o bezpośrednich uczestnikach nabożeństwa. W tekście kazania nie znalazło się żadne słowo pozdrowienia skierowane do słuchaczy transmisji radiowej.

Kilka minut przed końcem mszy św. o. Gianfranceschi, korzystając z zapasowego połączenia radiotelefonicznego z Dublinem, upewnił się, czy łączność pomiędzy stolicą Irlandii a Watykanem jest zapewniona. Po ostatniej ewangelii i trzech silnych uderzeniach dzwonu, po chwili ciszy, z głośników odezwał się głos dyrektora Radia Watykańskiego, ogłaszającego w języku łacińskim i angielskim: „Attendite: Beatissimus Pater statim loquatur vobis. Attention: The Holy Father will speak to you” – *Uwaga: Ojciec Święty przemówi do was*. Następnie Pius XI wygłosił krótkie orędzie w języku łacińskim. Tekst papieskiej wypowiedzi nie został jednak opublikowany w „Acta Apostolicae Sedis”²⁴, znamy go jedynie z przekazu „L'Osservatore Romano”²⁵.

„Uczestnictwo” papieża

Wracając do kwestii wątpliwości, jakie budziły początkowo radiowe transmisje nabożeństw, wydaje się, że główne zastrzeżenia Stolicy Apostolskiej dotyczyły problemu uczestnictwa²⁶. Obawiano się, że wierni potraktują radiowy przekaz jako wystarczający i zadośćczyniący świątecznemu obowiązkowi obecności na mszy św., zastępując bezpośrednio uczestnictwo na miejscu sprawowania liturgii pojęciem partycypacji pośredniej, traktowanej jako akt intencjonalny. Zastrzeżenia natury teologicznej dotyczyły także problemu ewentualnej nieestosowności miejsca odbioru transmisji i zatrzaśnięcia liturgicznej istoty Eucharystii – Uczty i Ofiary.

Tymczasem już pierwsze słowa Piusa XI przyniosły nowe spojrzenie na zagadnienie partycypacji. Papież mówił bowiem do zgromadzonych tłumów o swojej obecności

²³ *Giornata degna di Dio. L'omelia del Cardinale Legato*, „L'Osservatore Romano”, 27-28.6.1932, s. 1.

²⁴ Opublikowano tam jedynie list papieża skierowany do kard. Lorenzo Lauriego, legata papieskiego na kongres, AAS 1932 z. 7, s. 234-236.

²⁵ *L'imponente chiusura del Congresso Eucaristico di Dublino suggellata con un radio-messaggio del Santo Padre*. „Sono con voi”, „L'Osservatore Romano”, 27-28.6.1932, s. 1.

²⁶ Por. A. Draguła, *Eucharystia zmediatyzowana*, Zielona Góra 2009, s. 31-35.

wśród nich, a jego słowa „jestem z wami” dziennik watykański uczynił nawet tytułem całej relacji z papieskiego przemówienia: „Oto, umiłowane dzieci w Chrystusie, jestem z wami. Przede wszystkim jestem z wami jak ojciec z radującymi się dziećmi, by mieć udział w waszej radości i triumfie eucharystycznym, nie tylko za pośrednictwem naszego kardynała legata, ale przez nas samych”²⁷. Pius XI wspominał o zanoszonej razem z uczestnikami kongresu modlitwie, wyrażał pragnienie, by Bóg udzielił światu daru pokoju i jedności. Papież kierował także do zgromadzonych w Dublinie słowa apostołskiego błogosławieństwa. „Razem z wami, zanosząc modlitwy, prosimy, by Wszechmogący i Miłosierny Bóg, prześlany modlitwą Kościoła, udzielił nam łaskawie w tym czasie wielkiego ucisku ludów darów jedności i pokoju, które mistycznie wyrażane są w ofierze eucharystycznej. Nareszcie nasze serce i nasze usta otwierają się ku wam, by złożyć nasze gratulacje i udzielić ze szczególnym uczuciem błogosławieństwa apostołskiego. Niech zatem, przez modlitwy i zasługi Najświętszej Maryi Dziewicy, Królowej Irlandii, św. Michała Archanioła, św. Jana Chrzciciela, Świętych Apostołów Piotra i Pawła, św. Patriarchy Patryka, świętych Irlandii i wszystkich świętych: błogosławieństwo Boga Wszechmogącego, Ojca i Syna, i Ducha Świętego, niech zstąpi na was, na całą waszą, a raczej naszą ukochaną Irlandię i pozostanie na zawsze”²⁸. Łatwo zauważyć, że papież personalizował swój przekaz w oparciu o identyfikację z odbiorcą, dokonując zmiany zaimka dzierżawczego „waszą” na „naszą ukochaną Irlandię”. W ten sposób przemówienie nabierało bardziej osobistego charakteru.

„Niestety, nieliczni mogą twierdzić, że słyszeli przesłanie wyraźnie. Odbiór został zniekształcony przez warunki atmosferyczne, a dla większości z osób, które słuchały w napięciu, szanse usłyszenia cegokolwiek zniweczył hałas czterech samolotów krążących uporczywie nad parkiem” – relacjonowała odbiór papieskiego przemówienia Curtaïne²⁹. Doświadczenie słuchaczy było więc dalekie od odczucia realnej obecności Piusa XI w Dublinie.

Przełamywanie wątpliwości

Transmisja mszy św. podczas Międzynarodowego Kongresu Eucharystycznego w Dublinie w 1932 roku w pełni zasługuje na miano wydarzenia przełamującego dotychczasowy sposób podejścia papieża do przekazu liturgii za pomocą fal radiowych. Radio Watykańskie – wbrew dotychczasowej praktyce rozgłośni – na swoich falach transmitowało liturgię mszy świętej. Pius XI – wbrew wcześniejszym wypowiedziom – zaakceptował transmisję świętych czynności, „wysłuchał” mszy św. przez radio, a nawet w przesłaniu skierowanym do zgromadzonych w Dublinie wiernych nazwał siebie jej „uczestnikiem”. W przemówieniu tym znajdujemy sformułowania potwierdzające osobiste przekonanie papieża o możliwości jakiejś formy uczestnictwa w wydarzeniu liturgicznym za pośred-

²⁷ *L'imponente chiusura del Congresso Eucaristico di Dublino suggellata con un radio-messaggio del Santo Padre*, „L'Osservatore Romano”, 27-28.6.1932, s. 1.

²⁸ *Tamże*.

²⁹ A. Curtaïne, *The Festival of Faith in Dublin*, „The Father Mathew Record” 1932, s. 344.



Okazało się jednak, że z chwilą wprowadzenia godnego podziwu dzieła Marconiego w granice Watykanu także przed Kościołem otworzyły się nowe perspektywy przepowiadania za pośrednictwem środków społecznego przekazu. Pius XI, który wyraźnie podkreślał, że człowiek dzięki rozumnej naturze może poznać swą godność zarówno w wymiarze ludzkim, jak i chrześcijańskim, uznawał, że godność ta znajduje swój wyraz w jej szczególnej pozycji w różnych dziedzinach życia, także w działalności kulturalnej, gospodarczej i technicznej

nictwem fal radiowych: jestem z wami nie tylko za pośrednictwem kardynała legata, ale osobiście – *per nos ipsi* – mówił papież. Podczas konsystorza w roku jubileuszowym 1933 Pius XI wspomniał, że „do miasta Dublina danym mu było nie tylko za pośrednictwem pisma i naszego legata, ale także żywym głosem przemówić” – *vivam etiam vocem Nostram transfundere datum est*³⁰.

Wcześniejszy dystans Piusa XI do transmisji wynikał z pewnością z przeświadczenia, że liturgia jest szczytem życia Kościoła³¹. Papież nauczał, że wierni nie mogą być dłużej „obcymi i niemymi widzami” nabożeństw kościelnych, „ale przejęci na wskroś piękną liturgii powinni brać czynny udział w świętych obrzędach, pochodach, procesjach”³². Pragnął, by wróciły te czasy, kiedy „wszyscy wierni danej miejscowości tworzyli w kościele jeden wielki chór, śpiewając na przemian z duchowieństwem i biskupem”³³. Wizja „wirtualnego” uczestnictwa we mszy za pośrednictwem fal radiowych mogła kłócić się z postulatami liturgii rozumianej jako „święta czynność w pełnym tego słowa znaczeniu” (*actio sacra praeclenter*), modlitwa społeczna, zrodzona w głębiach mistycznego, wewnętrznego życia Kościoła³⁴.

Okazało się jednak, że z chwilą wprowadzenia godnego podziwu dzieła Marconiego w granice Watykanu także przed Kościołem otworzyły się nowe perspektywy przepo-

³⁰ Sacrum Concistorum, *Alocutio Ssmi Domini Nostrī*, AAS 1933 z. 5, s. 107.

³¹ Por. W. Kornilowicz, *Akcja liturgiczna*, w: *Ojciec Św. Pius XI i jego pontyfikat*, A. Szymański (red.), Lublin 1929, s. 108-113.

³² Pius XI, enc. *Quas primas*, 11.12.1925.

³³ *Tamże*.

³⁴ Pius XI, konst. ap. *Divini cultus sanctitatem*, 25.12.1928.

wiadania za pośrednictwem środków społecznego przekazu. Pius XI, który wyraźnie podkreślał, że człowiek dzięki rozumnej naturze może poznać swą godność zarówno w wymiarze ludzkim, jak i chrześcijańskim, uznawał, że godność ta znajduje swój wyraz w jej szczególnej pozycji w różnych dziedzinach życia, także w działalności kulturalnej, gospodarczej i technicznej³⁵. I chociaż ciągle jeszcze pozostawały wątpliwości, „czy można transmitować i słuchać mszy św. śpiewanej za pośrednictwem aparatu radiofonicznego”, zapotrzebowanie na takie transmisje przyczyniło się z czasem do akceptacji tej formy duchowego uczestnictwa w wydarzeniu liturgicznym. W 1936 roku Kongregacja Świętych Obrzędów przesłała do Świętego Oficjum opinię, w świetle której uznawała, że nie występują „trudności zarówno w zezwoleniu na transmitowanie na zewnątrz kazania, jak i świętej liturgii z kościołów, łącznie z częścią muzyczną”³⁶. Kongregacja uważała nawet, że transmisje mogłyby być przydatne i pożyteczne w niektórych przypadkach, pod warunkiem że nie uważano by ich za wypełnienie obowiązku niedzielного i że nie następowałyby w bezpośredniej bliskości audycji frywolnych i niestosownych. Z pewnością „słuchanie” mszy św. z Międzynarodowego Kongresu Eucharystycznego w 1932 roku przez samego papieża i słowa skierowane przez niego podczas liturgii do tłumów wiernych w Dublinie były zwiastunem wypracowania takiego stanowiska. ■

O AUTORZE:

Maciej Szczepaniak, kapłan archidiecezji poznańskiej, adiunkt w Zakładzie Liturgiki i Homiletyki na Wydziale Teologicznym Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. Studiował w Poznaniu i w Rzymie. Uzyskał stopień doktora teologii na Wydziale Teologicznym UAM i doktora komunikacji społecznej na Pontificia Università della Santa Croce. Od 2004 roku rzecznik prasowy archidiecezji poznańskiej, od 2010 roku konsultor Rady ds. Środków Społecznego Przekazu Konferencji Episkopatu Polski. Specjalizuje się w dziedzinie teologii przepowiadania i komunikacji społecznej. Jest autorem m.in. *Jezus ucisza burzę. Interpretacja Ojców Kościoła zachodniego (1998)*, *Symbolika światła w apokalipsach Starego Testamentu i w Apokalipsie św. Jana (2001)*, *Il Giubileo e la stampa (2004)*.

³⁵ Por. E. Kozerska, *Państwo i społeczeństwo w poglądach Piusa XI*, Wrocław 2005, s. 314.

³⁶ Por. E. Baragli, *Comunicazione, comunione e Chiesa*, Roma 1973, s. 510.

Bogumiła Suwara

Na ceste k hypermediálnemu artefaktu

On the Way to the Hypermedia Artefact

STRESZCZENIE:

NINIEJSZY ARTYKUŁ JEST PRÓBĄ WYJAŚNIENIA, W JAKI SPOSÓB DOKONUJE SIĘ ZBLIŻENIE TEKSTOWYCH I WIZUALNYCH ELEMENTÓW W HIPERMEDIALNYM ARTEFAKcie. DOKONUJE SIĘ ONO NA BAZIE POŁĄCZENIA JEDNOCZEŚNIE PRZYJMOWANYCH POPRZEC KANAŁ SŁOWNY I WZROKOWY INFORMACJI Z, BĘDĄCĄ TEGO NASTĘPSTWEM, STAŁE POSTĘPUJĄCĄ, KONTEKSTUALIZACJĄ KTÓRA W ISTOCIE JEST REKONCEPTUALIZACJĄ.

SŁOWA KLUCZOWE:

SŁOWO, OBRAZ, ARTEFAKT, KONCEPTUALIZACJA,
HIPERMEDIA.

ABSTRACT:

THIS ARTICLE IS AN ATTEMPT TO CLARIFY HOW TEXTUAL AND VISUAL ELEMENTS IN HYPERMEDIA ARTIFACT TAKE PLACE. IT IS MADE ON THE BASIS OF THE CONNECTION THROUGH THE CHANNEL AT THE SAME TIME TAKING THE VERBAL AND VISUAL INFORMATION, WHICH IS THE RESULT OF CONSTANTLY ADVANCING, THE CONTEXTUALIZATION THAT IS RECONCEPTUALIZATION, IN FACT.

KEYWORDS:

WORD, IMAGE, ARTIFACT, CONCEPTUALIZATION,
HYPERMEDIA

Na úvod treba konštatovať, že na Slovensku, podobne ako v Česku, Poľsku alebo v Maďarsku, sa programovateľné médiá na tvorbu literárnych hypertextov – ktoré zastrešujeme širšou kategóriou hypermediálny artefakt – takmer nevyužívajú, dokonca možno povedať, že priamo ignorujú. Rozdiely v počte zrealizovaných projektov približne zodpovedajú rozdielnemu počtu obyvateľov uvedených krajín. Okrem štandardného dôvodu, akým je absencia vývojového počítačového priemyslu, kratšia či menšia tradícia univerzitných počítačových sietí, absencia vyučovania praktických zručností na univerzitách a menšia informatizácia spoločnosti, existujú ešte ďalšie príčiny v zmysle kultúrnej proveniencie. K nim patria zistenia v anglofónnej oblasti, kde je umelecká hodnota literárnych hypertextov v širšom kultúrnom povedomí nestabilná a v prípade ambiciózných a náročných umeleckých projektov problematizovaná napádaním z avantgardného elitárstva.

Okrajové alebo „krajné“

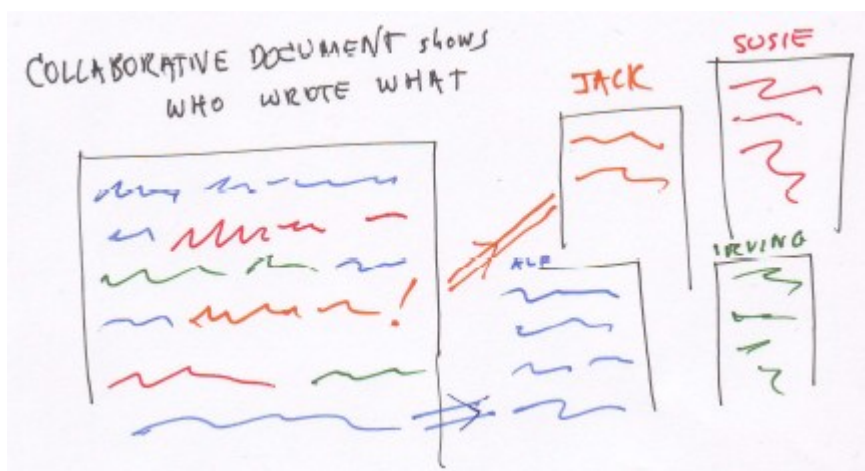
Je isté, že Ide o „okrajovú“ záležitosť literárnej kultúry, ktorú však treba chápať skôr ako „krajnú“ (extrémnu), teda takú, ktorá istým spôsobom predznamenáva jeden z mantinelov skúmania súčasného umenia a jeho sociálnych aspektov. A to aj na Slovensku – kde podobne ako v globálnom svete osobné počítače a mobilné transmisné zariadenia nepatria jednej subkultúre (akou bol napríklad kyberpunk), ale stávajú sa stále viac predmetom bežného používania, masového konzumu. Dokonca aj slovenské školstvo sa pripravuje na vyučovanie – aj literatúry – pomocou nových (digitálnych) médií.

Celkovo je tu namieste otázka, prečo teoretické uvažovanie o novomediálnej literatúre predchádza jej masový výskyt, šírenie a používanie, ako to bolo zvykom v prípade dejín európskych literatúr. Otázka však neobstoí, keďže rýchlo prebiehajúce zmeny technológií používania „slova“ a ich vplyv na sociálnu komunikáciu (aj vzťahy) vyžadovali aj v technologicky vyspelejších krajinách netradičné „predbiehanie praxe teóriou“ alebo, inak povedané, nútili k teoretizovaniu „za pochodu“ (Rankov:2006). A taktiež, paralelne s prvými slovenskými pokusmi o novomediálne dielo (naposledy od Kamila Zbruža: *Energy* vychádzame v perspektíve skúmania novomediálneho diela z rozličných kontextov: technologického, sociálneho, literárnovedného.

Hypertext ako vedľajší produkt hypermédiá

Revolučná zmena v komunikácii prepukla a naďalej sa pred našimi očami realizuje, jej presah do situácie v kultúre funguje podobne ako pri kontrolovanom výbuchu jadrovej zbrane na výskumnom mieste v púšti: po výbuchu sa vznášal prach dlho a v nedohľadne, postupne sa menili aj existenciálne pocity (pribudla neistota a zodpovednosť za technický pokrok) súčasníka. A preto je možné per analogiam povedať: boom novej, hypermediálnej komunikácie vypukol aj „pre“ kultúru. Hypermédiá (termín v šesťdesiatych rokoch minulého storočia navrhol podľa Genetových hypertextov T. Nelson ako označenie štruktúry stránok www), boli pôvodne zamerané len na zdokonaľovanie prístupu k veľkému množstvu dát

a na urýchlenie komunikácie medzi vedcami skúmajúcimi, atómovú energiu v USA a vo Švajčiarsku. Poskytli možnosť vytvárania hypertextov a následný vývoj internetu ako temer vedľajšieho výskumného produktu. Celý proces zdokonaľovania programovateľných strojov a evolučnej zmeny ako rozšírený nástroj komunikácie trval niekoľko desaťročí (Gawrysiak: 2008, Kelemen: 2010), dnes generuje produkty „nehmotného“ (virtuálneho) trhu, na ktorom nepodceniteľnú úlohu zohráva Microsoft firmy IBM). Pôvodne idea hypermédia nadväzovala na projekt „Memex“ Vannevara Busha. Ten v polovici minulého storočia vypracoval projekt na opätovné mechanické získavanie (vo veľkom množstve) uložených dát. Pomocou ich asociatívneho indexovania každá položka (item) umožňovala automatické pripomínanie jej iných pozícií (tak ako sme na to dnes zvyknutí pri prechádzaní odbočeniami (šípky, hviezdičky) či linkami v internetovej sieti, napríklad vo wikipédii). Jednoducho povedané, išlo o to, aby sa v množstve výsledkov rôznych odborníkov nestratila ani najmenšia preskúmaná súvislosť, aby v procese výskumu na seba automaticky upozorňovali – nikto totiž nebol schopný „udržať si v hlave“ celý proces bádania a všetky možné súvislosti. Tieto a podobné operácie bolo nutné riešiť prostredníctvom programovacích jazykov, ktoré umožnil vývoj počítačích strojov, čo informatikom a vývojovým inžinierom trvalo niekoľko desaťročí.



(projekt editora textu „xanadu@“ pod vedením T. Nelsona 2007

prameň: <http://transliteration.org/>)

Idea hypermédia odpovedala na (a podporovala) potrebu, ba nevyhnutnosť kolaborovania a priameho prístupu k vedeckým zisteniam viacerých účastníkov (odborníkov z viacerých disciplín) výskumného procesu. Táto spolupráca ako proces a súčasne ako produkt, ktorý proces podporuje, postupovala vzápätí (v podobe altruizmu autorov počítačových programov a paralelne predpokladaných ziskov telekomunikačných a softvérových firiem) k ďalšej etape, a síce vzniku internetových sietí. A minimálne dve desaťročia stále intenzívnejšie inšpiruje pozorovanie a skúmanie pozvoľne prebiehajúcej „plazivej“ informačnej revolúcie, ktorej podoby a následky nikto nevie s určitosťou predvídať.

Praktický princíp spolupráce intenzívne pôsobiaci vo vývoji informatiky si vynútil prax altruistického správania v internetovej sieti. Bádatelia internetu (L. Lessing, E. Raymond, Castells, Gawrysiak) ju jednak spájajú s predstavou T. Nelsona o slobodnej spoločnosti (odkaz na utopickú krajinu známu z anglickej romantickej literatúry Xanadu/Xanidu – <http://en.wikipedia.org/wiki/Xanadu>), v ktorej celá intelektuálna zásoba ľudstva bude prístupná všetkým (používateľom) prostredníctvom počítačov, bez starých obmedzení, kapitalizujúcich vedecké „poznatky“. Neobmedzená prístupnosť, plánovaná aj pre literárne diela, sa spájala s presadzovaním intertextuálnej poetiky (v globálnom význame) a v praxi mala podobu kolektívneho autorstva/písania jedného diela viacerými autormi, komunikujúcimi cez internet. To nadväzuje na druhú, bádateľmi internetu zdôrazňovanú zásadu spolupráce, ktorú spájajú s aktivitou a vedeckým zánietením študentov a doktorandov najmä amerických univerzít – pre ktorých nevyhnaná terminológia skúmania internetu (Pręgowski. M. P: 2006) našla pomenovanie: hackeri. V spoločnej publikácii Manuela Castellsa a Pekku Himanena (Castells, Himanen 2009 :65) sú ako základné charakteristiky motivácie správania hackerov uvádzané najmä zánietenosť, nezištnosť a túžba po nových, inovačných a vysoko sofistikovaných riešeniach nielen informatických, ale aj iných výskumných dilem. Ide tu v podstate o zárodok a základ novej kultúrnej praxe založenej na báze open source hackerskej etiky, ktorá stimuluje vývoj sieťovej spoločnosti v Nórsku a mení prax vedeckej spolupráce a pedagogických inštitúcií. Aktivitu hackerov v rámci techno-meritokratickej kultúry považuje znalec Internetovej galaxie za nezištnú a pre vývoj internetu a nových, účinnejších textových programov za neoceniteľnú (Castells 2003).

Oceniteľné sú však finančné náklady na spomínaný výskum, teda politické a ekonomické záujmy finančných skupín a ich rôznorodé (spoločenské, politické, sociálne, ekonomické, právne) konzekvencie. Tieto kontexty programovateľných médií a internetu sú (už) v odbornej literatúre bohato spracované, majú však svoje opodstatnenie aj pre načrtávanie perspektívy skúmania literatúry na ceste k hypermediálnemu artefaktu (zámerne nepoužívame pojem „novomediálne dielo“). Ak ostaneme pri spomínanej metafore, následky a súvislosti informačnej revolúcie ako „bombového výbuchu“ sa najintenzívnejšie a najzreteľnejšie prejavujú v jeho epicentre a do väčšej vzdialenosti prenikajú len pre človeka neviditeľné častice alebo odvodené javy. V nami prežívanej veľkej zmene analógovej komunikácie na digitálnu tým najpodstatnejším a „neviditeľným“ je zmena „atómov na bity“ a následne zmena „vecí a nerastných surovín“ na „softvéry“ a „tlačených textov“ na „softvérové“. A v neposlednom rade – vo viacerých kontextoch náročná a prekvapujúca zmena „individuálneho vlastníctva“ na „spoločné dobro obsahov“ vedeckých zistení (angl. free content) zdieľaných sieťovou spoločnosťou“. V radikálnej podobe ju vystihuje filozofia Free Software a s ňou spojená a presadzovaná – napríklad Lawrencom Lessingom, Ericom Raymondom, Richardom Stallmanom – predstava „sveta zbaveného copyrightov“ (Gawrysiak, 2008). Dva krajné názory (Free a kapitalizácia) najčastejšie dosahujú konsenzus až na úrovni praktických riešení súdnych sporov, ktoré sa týkajú heterogénneho podnikania (biznisová štruktúra, nadväzujúca na aktivity Internautov, ľudí realizujúcich svoje profesionálne, hobbystické, sociálne aktivity (aj) s použitím internetu). To sa

stále častejšie označuje za „hybridné“ – v oblasti umenia a pop-kultúry sa uvažuje o problematike remixov (Lessig, 2009), v oblasti výskumu o dobrovoľnej kolaborácii (prostredníctvom siete súkromných počítačov zapojených do internetovej siete) pri netradičnom riešení výskumných úloh (Castells, Himanen: 2009).

Literárne hypertexty: hypermediálne artefakty

Reflektovanie hypertextov a hypermedií bolo v priestore humanitných vied po určitom čase fascinácie a intenzívneho záujmu v 90. rokoch minulého storočia (najmä Landowove publikácie: *Hypertext*, *Hypertext 2.0*) vystriedané problematikou nových médií (Manovich, Bolter), ktorá presúvala záujem z hypertextov na novomediálne umenie (aj net-art). Túto tendenciu momentálne opäť striedajú najnovšie témy a záujmy, pre ktoré sú však príznačné návraty nielen k skôr pertraktovaným, dobovo revolučným témam a otázkam, ale aj hľadanie spoločných otázok, riešených už tradičnými disciplínami, a teda aj skúmaním artefaktov vyrobených v rôznych, aj tradičných médiách. Avšak za predpokladu, že mediálny aspekt je prvoradý, určujúci perspektívu či bádateľské pole. Tieto zvraty a obraty výskumných záujmov nabádajú k návratu k tradičnému pojmu estetiky a literárnej vedy. Artefakt, a v súvislosti s počítačovým médiom, mobilnými internetovými zariadeniami (naposledy iPad) a možnosťami, aké v sebe skrývajú či ponúkajú nielen pre pohodlné používanie, ale aj pre umelecké aktivity, odkazujú v prospech pojmu „hypermediálny artefakt“ (ktorý ma zatiaľ pracovnú podobu a je zamýšľaný ako alternatíva pre pojem „elektronická“, či digitálna literatúra“, ktorá napríklad v prácach K. Haylovej sa vzťahuje na projekty vzdialené od „literatúry“.).

Staré a nové médiá

Diskusia, zameraná na rozdiely medzi tzv. starými a novými médiami, v slovenskom kultúrnom prostredí rezonovala najmä v úvahách odborníkov na výtvarné, resp. mediálne umenie. Širší teoretický kontext polemík predstavila Katarína Rusnáková v monografii *História a teória mediálneho umenia na Slovensku* (2006). V práci autorka upozorňuje na stieranie diferencujúcich aspektov a pokles heuristickej hodnoty tohto rozlišovania, najmä vzhľadom na postupujúci a čoraz detailnejší výskum mediálneho umenia. Keďže primárne nejde o skúmanie výtvarného umenia, ale takej literárnej produkcie, ktorá v našom geopriestore existuje iba v počiatkoch, a k programovateľným médiám (pomenovaným tiež ako digitálne alebo nové) a k internetu sa len nesmel približuje, je rozlišovanie nových (hyper-) médií od starých (analogových) stále opodstatnené.

Ak už nemá veľkú heuristickú hodnotu – čo napokon nie je isté, keďže závisí od prijatej definície média – tak je istotne indikátorom chronológie, resp. pozvoľna sa vrstviciach dejín „počítačového umenia“ a dejín jeho skúmania, pre ktoré sa ako dôležitá javí súčasná zmena ikonosféry a „digitálna techné“ (D. Lopes: 2010:9) v nej. To sa nepriamo vzťahuje aj na literatúru, resp. napríklad remediovanie literatúry z tlačenej do

hypermediálnej podoby. V najširšom význame je médium chápané ako komunikačný kanál (napríklad J. van Dijk), v najužšom je médium len nosičom (hmotný v podobe naloženej farby tlače či obrazu i nehmotný, teda elektronický či digitálny). Z užšieho definovania je zrejmé, že v starom, čiže analógovom médiu informácia – vzniká/je šírená vďaka technickým fyzikálnym objavom (tlač: tlačiarenská farba, fotografia: svetelné lúče, rádio: zvukové vlny, ktoré skutočnosť odzrkadľujú kontinuálne) a v novom médiu, vďaka binárnemu kódovaniu (ktoré rozbíja skutočnosť na bity) je informácia „nielen“ vytvorená a šírená, ale aj unifikovaná, pretože kódovanie – softvér – zjednocuje a štandardizuje všetky druhy informácií, ktoré predtým mohli byť realizované v odlišných médiách-nosičoch. Používateľ následne môže každý druh binárne kódovanej informácie nahrávať/kopírovať a slobodne distribuovať (napríklad v internetovej sieti). A teda kedysi odlišné komunikačné kanály sa môžu stretnúť v jednom – digitálnom (a preto ex definitione multimediálnom). Toto však nevypovedá takmer nič o fakte, či jednotlivé médiá sú alebo nie sú súčasne „hyper-“, (vo význame skoku „ponad“) prepojené, a teda, či sú hypermediom alebo ide len o paralelnú prítomnosť niekoľkých médií (napríklad hudobno-textovo-vizuálne performance), a teda multimediálne podujatie (a intermediálne vzťahy a relácie v nej). A až tento nedostatok dáva za pravdu zisteniam slovenskej bádatelky, nakoľko rozlíšenie starých a nových médií treba chápať ako aproximatívnu všeobecnú typológiu, pre ktorú musíme hľadať ďalšie možnosti diferencovania, ktoré skúmanie prehĺbia.

Na problematiku starých médií obrátili pozornosť aj slovenskí literárni vedci. Vzťah literatúry a masmédií ako faktoru vedecko-technickej revolúcie riešil slovenský literárny výskum v osemdesiatych rokoch minulého storočia. V zborníku *Vedecko-technická revolúcia a literatúra* (Miko: 1982) boli médiá v súlade s vtedajšou, McLuhanom nastolenou tradíciou, vnímané najmä ako elektronické médiá (rádio, telefón, TV), ktoré problematizujú i nivelizujú zemepisné a časové vzdialenosti medzi „odosielateľom“ a „prijímateľom“ a zároveň zabezpečujú masovú komunikáciu (Slovenskí bádatelia istotne poznali okrem iného aj poľské preklady McLuhana: *Wybór pism* (1975), *Jonathana Millera: Spór z McLuhanem* 1974). Unifikujúce funkcie masmédií v kultúre považovali vtedajší bádatelia jednoznačne za protipól k tvorbe umeleckých hodnôt.

Je preto príznačné, že autori zborníka interpretovali empiricky zistené záujmy čitateľov o reportáže, denníky, literatúru faktu (tzv. nefiktívne žánre) ako nežiaduci vplyv masovokomunikačných prostriedkov, a z toho usudzovali, že za odvracanie sa čitateľov od vážnejších literárnych/umeleckých žánrov, ako sú nefiktívne, je zodpovedné účinkovanie médií. A teda ich pôsobenie viedlo postupne k degradovaniu postavenia literatúry v kultúre. Vo vzťahu k literatúre tento fakt autori spomínaného zborníka interpretovali ako mechanizmus prenášania skúsenosti médiami na očakávania, aké majú účastníci mediálnej komunikácie v situácii, keď sa z nich stávajú čitatelia. Ide teda o napĺňanie potreby a požiadavky čitateľov, aby svet prezentovaný v literárnom diele bol verifikovaný skutočnosťou (realitou) prežívanou (?) alebo prezentovanou médiami (?). Okrem toho sa zdôrazňoval fakt, že procesy vzniku literárneho diela sú voči technickým výdoby-

kom „takmer“ autonómne. „Takmer“ preto, lebo bádatelia predpokladali, že civilizačno-technologické výdobytky môžu ovplyvňovať literatúru len ako dôsledok pretrvávajúceho, bližšie nespecifikovaného evolučného pôsobenia civilizačných procesov.

V zborníkových textoch sa prispievatelia nevymanili spod vplyvu Benjaminovho znechutenia z masovej reprodukcie umeleckých diel, z demokratizácie prístupu k výtvorom širšie (ako artefakty v múzeách či tlačaná kniha) chápanej kultúrnej produkcie (nadväzovanie na modernistickú predstavu výnimočného postavenia originálnych kvalít umeleckých diel v kultúre). Už samotné, spočiatku mnohopočetné, následne vďaka médiám (fotografia, reprodukcie umeleckých diel, koncom 19. storočia explózia popularity poštovej karty, film, lacná kniha) masovo šírené v začiatkoch ešte kulturológmi nešpecifikovanej subkultúry (ako „populárnej kultúry“), bolo od nastolenia kritiky „nového barbarstva“ (Adorna i Horkheimera, Dialektika osvícenství) vnímané ako degradovanie výtvorov „vyskej kultúry“.

Z dnešnej perspektívy považujeme za potrebné kvôli vedeckej korektnosti a spravodlivosti poznamenať, že zborník vznikol v dobe, keď pôsobenie civilizačných zmien nebolo primárne spájané s fungovaním (masovokomunikačných) médií, ktoré navyše plnili v tom čase neslávne „chúlostivú“ (alebo inak povedané tabuizovanú) propagandistickú úlohu. Naopak informačné médiá ešte nemohli byť vnímané ako budúci nástroj pre radikálnu zmenu komunikácie, a už vonkoncom nie ako nástroj prinášajúci novú sociálnu revolúciu. A tak Rheingold (...the next social revolution, 2002) pomenoval komunikačnú situáciu po dvadsiatich rokoch predaja osobných počítačov a dekádu od oslobodenia internetu z uzavretého priestoru univerzít a vedeckých ustanovizní.

Po druhé, v osemdesiatych rokoch boli médiá, najmä tlač, prípadne rozhlas skúmané nanajvýš po obsahovej stránke. Historické aspekty médií, ich pôsobenie v spoločnosti i teórie médií sú v našom geopriestore ešte stále skôr módnou (preberanie hotových výsledkov zahraničných výskumov), ako odbornou záležitosťou. Naopak médium – vo veľmi zúženom význame (hmotného alebo „nehmotného“, digitálneho, elektronického, virtuálneho) nosiča (tento význam bol uvádzaný v českom, avšak nie slovenskom slovníku cudzích slov) – sa presadilo až na prelome tisícročia (Belting: 2007), a to najmä pod tlakom problematiky nových, digitálnych médií a veľmi rýchlo bolo slobodným používaním zneužívané a ohrozované (dnes si teda jeho definícia vyžaduje spresnenie). A napokon, nové médiá v širokom význame (komunikačného kanálu, kódu, jazyka, nosiča a transmisného zariadenia) presvedčivo charakterizoval Jan van Dijk v monografii *The Network Society. Social Aspects of new Media* na základe troch javov: binárneho kódovania nosiča, integrity masovokomunikačných médií s informačnými a interaktívnymi (Dijk, 2006: 4). Niekoľko rokov od vydania publikácie van Dijk zrychlil vývoj sociálnych služieb od Youtube, Wikipedií, Facebooku či servisov Digg, Twitter a pod. zrychlil nástup nových interaktívnych praktík do takej miery, že americký odborník na médiá Paul Levinson túto novú podobu a intenzitu sociálneho aspektu nových médií považuje za dostatočný dôvod pre zavedenie pojmu: nové nové médiá (Levinson 2010: 15-17).

Médium ako nosič a nástroj/inštrument

Médium v užšom význame – aj napriek tomu, že podlieha historickým zmenám a je súčasťou technického pokroku – nepredstavovalo začiatkom osemdesiatych rokov minulého storočia taký problém ako (ešte aj?) dnes a preto slovenskí bádatelia nemali dôvod ho riešiť. A navyše, ak proces vytvárania diela vnímali ako „takmer“ autonómny voči technickému pokroku, bolo to z dôvodu, že brali do úvahy najmä ovplyvňovanie kultúry prostredníctvom dlhodobu pôsobiacich civilizačných zmien. Dnes sa s možnosťami, aké priniesli programovateľné (nové) médiá, ešte len vyrovnávame. A to dvojakým spôsobom: reflektovaním technologických a sociálnych aspektov nových médií.

Médium ako nosič patrí predovšetkým k technickému aspektu média (hardvér a softvér) a v tomto kontexte je vystavené obľube alebo odmietaniu, prejavovanému (bádatel'mi) v oblasti civilizačných zmien a ich pôsobenia v kultúre. Takto podfarbený postoj sprevádzal zavedenie počítačov do pracovní vedeckých pracovníkov z humanitných oblastí (resp. tých disciplín, ktoré počítače v informatickom zmysle nevyužívajú) a tvorcov literatúry, prekladateľov či iných umelcov, napríklad grafikov, fotografov, divadelných režisérov a pod. Motiváciu/rozhodnutie pre používanie programovateľného média označuje van Dijk za prvú podmienku pre eliminovanie elektronickej alienácie (alebo digital divide). Neochotu k elektronickej písmu porovnávajú bádatelia médií (McLuhan, W.J. Ong, Ch. Vandendorpe) k Platónom prejavovanej nedôvere v písomnú komunikáciu (odkazujú na Faidrosa a Siedmy list proti písaniu). Nedôvere, ktorá sa spája tak s úskaliaми retóriky, ako aj s prostriedkami názorovej manipulácie, ktoré nemusia mať nič spoločné s „pravdou“ (a v širšom zmysle s rešpektovaním kalokagatie). Ide aj o jeho koncepciu poznania (vnútorného „spomínania si“ - anamnezis), ktoré keď prichádza „zvonku“ (v písomnej podobe), nemusí byť človekom znútornené, a vtedy je preňho epistemologicky nedostupné. (Platón, 1990:275). Dnes by sme zjednodušenie povedali, že človek sa s ním nedokáže „stotožniť“, a vtedy sa nemôže stať aj jeho poznáním. A navyše, „písmo“ podľa filozofa degraduje pamäť, nie však v psychologickom význame, aký používame dnes, ale opäť v rámci koncepcie poznania. Druhým, v takýchto súvislostiach citovaným filozofom je Martin Heidegger. Za vyprázdňovanie slov filozofov bral zakladateľ hermeneutiky na zodpovednosť techniku, resp. písací stroj. (Kulcsár-Szabó: 2010: 53). Spochybňovanie „hodnoty písma“ spomínanými filozofmi má však odlišné dôvody. Ak Platón sleduje možnosti pre racionálne poznanie sveta, racionálne a nenapodobňujúce umenie (preferuje teda: symetriu, geometriu a matematické idey), tak v danom kontexte písmo dáva menšie záruky na jeho realizovanie ako rečová komunikácia (diskusia a argumentácia). V podstate nenachádza argumenty proti písomnému zaznamenávaniu, keď rozprávač v reči dodržiava všetky rétorické princípy (pravda, krása a dobro sú na prvom mieste). Naopak Heideggerovi nešlo o poznanie sveta človekom, ale o existenciálne vyrovnanie sa so svetom (Burzyńska, Markowski 2007: 185). Ak Platóna zaneprázdňovalo racionálne poznanie sveta, tak Heideggera viac trápilo odčudzenie človeka vo svete (s Bohom, pertraktovaným v logike negácie), a preto mu pripravil barličku v podobe vytvárania interpretácií sveta, čo malo za úlohu vytvárať predstavu, že poznanie nie je výsadou racionálnej epistemológie, ale je dostupné aj hermeneu-

tickej interpretácii. Avšak jazykový prejav, resp. reč, bola len „mŕtvym inštrumentom“, ktorý sa „prepožičiaval“ Poézii iba preto, aby mohla plniť svoju úlohu odhaľovania podstaty „bytia“ (Burzyńska, Markowski 2007:190)

Umenie teda nadobudlo takú epistemologickú silu, o akej Platón neuvažoval.

Paušálne dovolávanie sa názorov Platóna a Heideggera v kontexte argumentov proti písmu a technike je v podstate nepochopením odlišností racionálneho a existenciálneho diskurzu (racionálnej a existenciálnej epistemológie?), a preto sú spomínané názory filozofov na médium vlastne len odvodené a kontextuálne. Takáto názorová tendencia nie je však prekážkou pre skúmanie toho, ako na psychologickú úroveň interaguje človek a počítač spoločne zapojení nielen do zábavy, ale aj do procesov poznania určitej vrstvy reality (dnes televízne správy nadšene oznamovali radosť fyzikov zo šance na potvrdenie existencie Božskej častice xxx [sic!]), ani ako sú schopní internalizovať vonkajšie podnety a predstavy a naopak externalizovať vnútorné (Human-Computer Interaction, *d'alej). Avšak názory proti technickým zmenám (médií) negatívne participujú nielen na spochybňovaní hodnoty civilizačných zmien (na tie môžu mať rôzni intelektuáli odlišné pohľady), ale aj na palette reflektovania ich kultúrnych a sociálnych aspektov. A dôsledkom toho je po prvé to, že konzervujú neochotu umelcov k technologicky vyspelejším médiám-nosičom, po druhé to, že podporujú zavádzajúce očakávania, popri ktorých je v rámci epistemológie vhodné plynule prechádzať, striedať alebo spájať vedecké skúmanie s poznaním cez/v umení (v románoch science fiction sú opísané predstavy o technológiách „budúcnosti“, ale nie je možné na ich základe nič vyrobiť).

To v podstate zneprehľadňuje a problematizuje úlohu umenia, ktoré (neskúma, ale) pozoruje dianie v spoločnosti (v rôznych oblastiach: politiky, kultúry, vedy, práva, masmédií, školstva, zdravotníctva, sociálnych sietí a pod.), vyvoláva diskusiu, polemizuje, ponúka inovované idey, názory a postoje. A ako dokazuje súčasná umelecká prax, práve takéto úlohy sú pre tvorcov umenia zaujímavé a prítiažlivé. Nemôžu sa ich však zhostiť, pokiaľ neovládajú prácu s novým „materiálom“, čo dnes vyžaduje aj vysokú úroveň zručnosti práce s digitálnymi médiami či hypermediom. Dočasným riešením je spolupráca autorov s odborníkom na prenos dát, (informatikov) k čomu však prichádza len pod podmienkou, že autor prekoná prvú časť bariéry elektronickej alienácie (van Dijka) a niektoré ďalšie (materiálovú bázu a informatické zručnosti) kolaboratívne substituuje. K takému kolaborovaniu sa v strednej Európe priznávajú tvorcovia, ktorí sa odhodlali primárne použiť médium písma – napríklad poľská autorka pomerne vysoko hodnoteného hypermediálneho artefaktu *Czary i mary* (Internet) Aneta Kamińska, ktorá ho najprv vytvorila v podobe tlačenej hypertextu a neskôr virtualizovane odovzdala do rúk Davida Sypniewského, či autor slovenskej autorskej e-knihy (Kamil Zbruz, Energy), ktorý priznáva, že o digitálne spracovanie svojho zámeru požiadal computerového editora Jakuba Repickho, podobne autori kolaboratívnych hypermediálnych artefaktov Zuzana Husárová a Ľubomír Panák (Internet). Inak postupovala autorka prvého českého hypermediálneho artefaktu, *Město*, ktorá využila zručnosti získané odborným umeleckým štúdiom (FAM).

Spolupráca pri tvorbe artefaktu je dobre známa v umení. A to nielen v prípade krátkodobého záujmu o spoločné (sieťové) písanie kolaboratívnych textov iniciovaných napríklad blogermi (občas aj renomovaný autor s amatérskymi prispievateľmi), ale najmä v prípade knižných ilustrácií či grafiky. Význam spolupráce výtvarníka a typografa zaujímavo koncipuje výstava *Multiplicity* (The Smithsonian American Art Museum,) Podľa kurátorky Joann Moser cieľom výstavy bolo nabúranie zaužívanej schémy o „ateliérom“ výtvarníkovi, ktorý osamote oslavuje „sériu“ svojich artefaktov a naopak vyzdvihovanie spolupráce, napríklad s typografom. Výnimočnosť, individualizmus procesu tvorby sú týmto problematizované a vyzdvihuje sa proces spolupráce, kolektívneho zdokonaľovania, t. j. vylepšovania zámeru umelca invenčným/inovatívnym „zosúlaďovaním“ modelu, náčrtu z ruky umelca so schopnosťou kolaboranta pochopiť ho a perfektne použiť v materiáli, čiže spojiť s invenčne zvládnutým umeleckým remeslom, čo nielen odkazuje k analógiám s teóriou mozgu (podľa ktorej mozog neustále doladzuje modely reality k novo získaným informáciám o nej, Frith 2007), ale aj k rudimentárnym predpokladom pre umeleckú tvorbu (ktorá tkvie v spoločenskom zvýhodňovaní jedinca, ktorý je obdarený schopnosťou a potrebou prekonávať obmedzenia a nevýhody v kultúre (Boyd 2011:147) . V tomto prípade sa umenie zasa pomaly navracia k zručnostiam a schopnostiam pracovania s „materiálom“ (techné). Táto prax sa asi netýka len tradičných zručností, ale vzťahuje sa aj na hypermediálne artefakty (teda vyrobené v digitalizovaných médiách).

To potvrdzuje názor francúzskeho monografistu (Rouille: 2007), podľa ktorého umelci, pracujúci s materiálom fotografie, za posledné obdobie veľmi skvalitnili svoje osobné technické zručnosti (digitálnej fotografie) a tento fakt (priaznivo) pozdvihol umeleckú úroveň ich tvorby.

Zavedenie písma označil McLuhan, priekopník skúmania médií, za medzník v pokroku abstraktného myslenia. Tento názor do istej miery problematizuje ruská znalkyňa antickej kultúry O. Freidenbergová . Tú istú tendenciu, čiže smerovanie od metaforických obrazných porovnaní k abstraktným pojmom i metaforám dokazovala na základe sledovania jazykovej podoby obrazov ešte v čase, keď texty nevznikali primárne v písomnej, ale v orálnej podobe (Freidenberg 1954/2007). Evolučný vývoj od obrazov k pojmom nemusel teda závisieť len od písma. Je vôbec opodstatnené si myslieť, že ďalšia civilizačná pohnútko k pokroku – digitalizované médiá – posunie, či rozšíri kognitívne schopnosti človeka? Oplyvní tvorivý proces písania, alebo len postupy s ním spojené? A či tieto zapadnú len do všeobecných charakteristík sociálnych či antropologických aspektov hypermédiá?

Pocity a skúsenosti spojené s premenou písacieho stroja na počítač sa stali pre niektorých literárnych a vedeckých tvorcov príležitosťou tematizovať svoje empirické skúsenosti – pomocou nového pracovného nástroja – a zanechať svedectvo nadobúdania zručností, pomenovaných computer literacy (softvér). Primárne si všímali médium ako nástroj a nosič a následne to, ako sa menila praktická stránka vytvárania textu (umeleckého, vedeckého). To občas spájali s procesom myslenia, uvažovania, väčšinou skončili pri opisovaní procesu zvykania si na nový spôsob tvorby a redigova-

nia svojich textov, čo v podstate nepresahuje oblasť komunikácie cez počítač (CMC, Crystal:2001: 38). Spojitosť tvorby s racionálnym uvažovaním (a jazykom, avšak nie prispievajúcim k vedeckým poznatkom), je na jednej strane triviálnym poznatkom o súčasnom umení, na druhej strane spojitosť mysle a jazyka je stále predmetom racionalizácie (Searle 1994, Gut 2009) a výskumu (aj empirickými metódami neurobiológie či kognitivistiky). A teda nemôžeme prekážku – v podobe náročnosti a námahy, aké si vyžadoval proces synchronizovania toku myšlienok s motorickým obsluhovaním klávesnice i paralelne prebiehajúcich činností editovania textu, ktorá bola individuálne vnímaná a individuálne prekonávaná i popisovaná – prezentovať ako dôvod na inovovanie štruktúry myslenia, resp. procesu umeleckej tvorby. Totiž po určitom čase, opakovaním pokusov a omylov, každý používateľ počítača prestáva zmeny v používaní nástroja citlivo vnímať a zvykne si na vzhľad písmen na obrazovke (samozrejme, ak koncepcie „písania ako stroja“ neberieme do úvahy).

Výskumy v oblasti evolučne podmieneného participovania motoriky ľudského tela v oblasti vývoja písania (a počítania) i umenia nie sú triviálne. Avšak skôr otvárajú perspektívu pre skúmanie biologických a súčasne kultúrnych aspektov písania a tvorby než explicitné, technologické aspekty médií. Za zmienku však stojí výskum Denisy Schmandt-Besserat, ktorá na antickom materiáli skúmala vzťah písania a umenia (When Writing Met Art From Symbol to story, 2007). Podľa nej písmo je voči potrebe človeka tvoriť umenie druhotné. K umeleckým aktivitám nestimulovali techniky písania či počítania (ich vývoj sa vzájomne podporoval), ale naopak, sklony k umeniu, k umeleckým činnostiam motivovali človeka k písaniu (zo začiatku potreboval zaznamenať známe príbehy, zaznamenať počty a pod.). Je teda opodstatnená predstava, že aj dnes je potreba umenia rovnaká, a menia sa len jej formy. A preto v umení (nie vo vede, ani vo filozofii, sic!) písmo ako materiál umeleckej výpovede pre tvorcu určite ostane plastickým materiálom, médium (prinajmenej vo význame kódu, nosiča, nástroja, chápaného pomerne široko). Tvorca umenia využíva totiž materiál (médium: farba na papieri alebo monitorový obraz počítača) na to, aby mohol realizovať svoje umelecké zámery občas aj presahujúce do zracionalizovaných či vedecky preskúmaných sfér reality. Je možné, že počiatočné nadšenie (odpor) z toho, ako počítač inovačne pôsobí na tvorbu literárnych textov, vyplývalo z neznalosti viacerých súvislostí. A najmä z nesprávneho stotožňovania zmien postupov, sprevádzajúcich proces tvorby so zmenami kognitívnych schopností človeka. O tých, v súvislosti s novými médiami, resp. s internetom a napádaním internetu z intelektuálnej degradácie súčasníka, bádatelia tvrdia, že schopnosti sú natoľko plastické, že (bez badateľných evolučných zmien) človek dospeje k pozitívnemu vyrovnaniu sa novými podmienkami, čiže k novému konsenzu s prostredím (v danom prípade virtuálnym).

Donedávna, podtlakom životnej predstavy romantikov o výnimočnosti tvorcu a pod vplyvom epistemologických ambícií hermeneutiky, rozšírenie bádania či interpretovania literatúry o kognitívne (a teda aj biologické) aspekty nemalo kladný priestor. A hoci sme poznali výpovede tvorcov o tom, kde nachádzali podnety ku konkrétnemu dielu, čo ich inšpirovalo, prípadne ako si predstavovali architektúru textu, ako postupovali pri jeho výsta-

vbe, aké problémy umeleckej či sociálnej reality ich viedli k expresii či k tvorbe, nemôžeme z toho usudzovať nič o charakte procesu tvorby v celku. Už len rozdiely v tom, ako autori deklarujú napríklad vnímanie obraznosti v poézii (myslenie v obrazoch, v predstavách alebo dynamické nepredstavovanie si, čiže sledovanie toku myšlienok a abstrakcií, Balcerzan, 2009), spochybňuje možnosť presvedčivo argumentovať len na základe skúmania literárnych diel a literárnych inštrumentov. Bádania v oblasti literatúry sa pokúšali „simulovať“, vyjadrovať sa (implicitne) o tvorivom procese prostredníctvom uvažovania o štruktúre diela/artefaktu alebo prostredníctvom kognitívnych schopností, čiže cez prízmu modelovania figúr predstavivosti (napríklad predstava cesty, vertikálneho a horizontálneho presúvania objektu a subjektu v priestore, predstava škatule a pod.), či recepčných i kultúrnych teórií. Na určité medzery takto nasmerovaného skúmania upozorňujú zástancovia novovznikajúcej disciplíny neuroestetiky ako pokračovania naturalistických koncepcií v literárnej vede a nedávno etablovanej biológie, resp. sociobiológie. Treba však súhlasiť s názormi (v takých intenciách intepretuje názory londýnskeho výskumníka Semira Zekiho na svojom blogu filozof Alva Noë), podľa ktorých takáto perspektíva bádania môže ozrejmiť len systémové pozadie tvorivých činností. Tieto totiž vytvárajú len rámec či skôr „vstup“ (ako napríklad neurobiologické odpovede na otázku, čo je pre človeka „krásno“) do priestoru sociálnych kontextov a súvislostí umenia, ktoré skúmajú humanitné a umelecké disciplíny. Je už asi zrejmé, že umenie, realizované na materiáli slova, v písme – v podstate na úrovni média ako nosiča – neprichádza v prostredí digitálnych, elektronických médií do styku ani tak s kognitívnymi, ale skôr s názorovými a psychologickými prekážkami tvorcov.

Otázne však je, či naopak nové médiá (napríklad hypermédiu) ako nástroj a komunikačný kanál, ponúkajú procesom písania niečo, s čím môžu autori tvorivo zápasiť a (invenčne) za ich pomoci riešiť svoje umelecké zámery alebo prekonávať strnulé komunikačné modely. Alebo, „len“ umožňujú reagovať na konflikty a konfrontácie záujmov, prezentovaných v médiách cez rozličné záujmové skupiny a inštitúcie (napríklad v umení frekventovaná téma kontroly a obmedzovania prístupu občanov k informáciám, týkajúcim sa fungovania inštitúcií v demokratickom štáte, čiže limitov elektronickej demokracie). A možno spolu s písaním participujú digitálne médiá na podnecovaní k istej (evolučne) inovovanej zručnosti alebo inovovaným spôsobom odpovedajú na potreby súčasníka v procese naplňovania potreby umeleckej tvorivosti? Akokoľvek naivne by vyznela táto otázka, je isté, že v súčasnosti neukladáme všetky poznatky do knihy a písma, ale hojne využívame rôzne dimenzie vizualizácie. A teda prinajmenšom na „uskladňovanie“ poznatkov, ak nie priamo v bádateľskom procese participujú spoločne písmo (a čísla) a obraz (image). Akoby sa obraz dostal do epistemologickej polohy, v ktorej primárne neeliminuje písmo, ale približuje sa skôr k pozícii hovorenej reči.

Konsenzus média s umením, uvažovanie inšpirované dejinami fotografie

Na možnosti uvažovania o vzťahu technikou zdokonaľovaného média (ak nie sme technofóbni) a umenia, resp. literatúry dnes možno lepšie a jednoduchšie odkazovať cestou analógie s iným druhom umenia, ktoré vzniká v symbióze – s fotografiou, pre ktorú digi-

tálne (počítačové) médium poskytlo obdobnú príležitosť inovácie, akú môže zužitkovať literatúra. Fotografia, podobne ako tlačaná kniha, patrí k „starým“, analógovým médiám, avšak práve prenikanie do nej a pôsobenie atribútov nových médií participovalo na zvýšení jej kultúrnej gravitas. Podľa jedného z názorov povýšenie fotografie – spočiatku len techniky, ktorá fascinovala najmä vedcov (!) a nadšencov (Sontag 2009:15) – na umeleckú hodnotu, sa udialo až v dobe, keď jej praktické opodstatnenie už vyprchalo (Rouille 2007: 7). Evalvovanie postavenia fotografie enormne zvýšila digitálna technika, ktorá však navodila začiatok procesu likvidácie predstavy fotografie ako „odtlačku“ reality, ako dokumentárneho svedectva a koncepcie „pravdy“ o realite, ktorú fotografia mohla obligátne potvrdzovať a verifikovať. Na druhej strane ju zbavila nepohodlného a umelecky dehonestujúceho balastu služby (posluhovania) realite. Manipulovanie s digitálnymi možnosťami nástroja, čiže manipulovanie s takto definovanou „pravdou fotografie“ otvorilo pred ňou nové možnosti a príležitosti.

Nie sú to manipulácie, predvádzané masmédiami, na ktoré dôsledne upozorňovala v kontexte politických machinácií s obrazom Susan Sontagová, ale manipulácie, ktoré už kedysi pre moderné výtvarné umenie pripravil Paul Klee . A to v dnes už zľudovenom výroku, podľa ktorého úlohou umenia nie je odzrkadľovanie toho, čo je v realite viditeľné, ale zviditeľňovanie videného. Ďalšou konzekvenciou evolučných zmien, na ktoré upozorňuje autor dejín francúzskej fotografie, sú predpoklady pre aktivity tvorcov, ktorí nepripúšťajú už žiaden vzťah fotografie k skutočnosti, a teda naopak, realitu dôsledne spochybňujú. Podľa hli totiž postmodernej predstave, že fotografia je vhodná na dokazovanie existencie niečoho, čo je možné pochopiť, a čo je neviditeľné, a teda je to nemožné ukázať (Rouille: 2007: 425).

Oblúk, ktorý prekonala fotografia v kultúre, vhodne demonštruje odlišný postoj k nej zo strany modernistu a súčasníka. V dobe uvádzania fotografie do praxe zaútočil na ňu z hľadiska moderného umenia Charles Baudelaire (O artista moderno, 1856) a tvrdil, že zničí maliarstvo (podobné sú nedávne výroky o zabíjaní printovej knihy prostredníctvom knihy elektronickej), čo sa v určitom zmysle fotografii aj podarilo (Szarkowski: net). Na prahu 21. storočia súčasný výtvarník, Christian Boltanski o svojej tvorbe, zameranej na potieranie umeleckej a druhej čistoty vyhlásil: „maľujem používaním fotografie“ (Rouille 2007: 390). V tomto spore o technický pokrok verzus umenie išlo o ujasňovanie si odbornou verejnosťou istých odlišností medzi praktickým a umeleckým aspektom používania techniky, a teda napríklad medzi množstvom vykonaných fotografických snímok – Szarkowski uvádza za New York Daily Tribune z r. 1853, že počas troch rokov vznikli tri milióny dagerotypov – a širokou paletou dosiahnutého formálneho efektu od demonštrovania technických zručností cez nepodarky, nedorozumenia, improvizácie až k empirickým experimentom. Najpodstatnejšie však bolo, že každý z tých obrázkov/fotografií nielen „masívne útočil na tradičné zvyklosti videnia“, no upozorňoval najmä na rozmanitosť stratégií infiltrovania života cez fotografiu a opačne. Čo dnes ovplyvňuje ne jednej strane definovanie umeleckej fotografie, na strane druhej je napríklad východiskom pre chápanie fotografie ako sociologického faktu (Bourdieu), čo rezonuje v bádateľských praktikách vizuálnej antropológie (Pink: 2009: 50).

O náznak smerovania cesty, ktorú prejde printová kniha k elektronickej, sa nedávno pokúsil kanadský bloger a prispievateľ do vedeckých časopisov Cliv Thompson (.net). Jej dosah nevieme ešte presne určiť. Zdá sa však, že pesimistické názory, aké sa šírili v 80. rokoch minulého storočia v euro-americkom prostredí a začiatkom 21. storočia aj na Slovensku, podľa ktorých printovú knihu zabije elektronická, naberajú nový zmysel. Nepôjde už o veštenie ani o futuristické úvahy, ale len o pomenovanie určitej tendencie, čiže empirické pozorovanie novej praxe, a síce tlačenia knihy (technikou "Print-on-demand" publishing) – na mieru aktuálnej potreby používateľa či individuálnej objednávky (materiály ku konferencii, k jubileu a pod.) ako prevládajúcej formy tlačenej publikácie, keďže vo veľkých vydavateľstvách naberá na frekvencii predaj kníh do elektronických čítačiek. Najznámejšia a najrozšírenejšia čítačka KINDL je spojená s internetovým kníhkupectvom Amazon.com, a práve toto kníhkupectvo v poslednom čase predávalo viac e-kníh do čítačky ako kníh v tlačenej podobe. Navyše nakupovanie a prevedenie e-knihy do čítačky KINDL (pri spúšťaní čítačky si používateľ ihneď môže vytvoriť na serveri Amazon konto, na ktorom môže e-bloky kupovať) trvá zhruba toľko ako kopírovanie súboru v počítači. Z porovnania tendencie zvyšovania množstva nových titulov, publikovaných renomovanými vydavateľstvami (v období od r. 2009 do 2010 ich počet vzrástol o 5 percent a dosiahol číslo 316 000) s množstvom svojpomocne tlačených publikácií (self-publishing, ktorý v tom istom období vzrástol o 169 percent a dosiahol 2,8 milióna titulov) usudzuje komentátor (v kontexte otázky *Will the ebook kill off the print book?* Thompson: net), že tlačaná kniha v blízkej budúcnosti bude vznikáť z nostalgie za hmotnou podobou knihy, alebo bude navrhnutá na objednávku, ako bohato ilustrovaná (aj reprodukciami rodinných či školských fotografií) kniha alebo limitovaná bibliofilská séria, a zoznam môžeme predĺžiť o tzv. autorskú (peknú) knihu (stále častejšie sa v podobnej súvislosti odkazujúcej najmä na konkrétny, jednorazový zámer, používa pomenovanie liberatúra). Na obdobnú tendenciu presúvania vedeckých publikácií do internetových sietí poukazuje jeden z bádateľov informačnej revolúcie. A prezentuje ju ako fundamentálny predpoklad zúčastňovania sa konkrétneho vedca na diskurze konkrétnej disciplíny, keďže podľa neho vedecká kniha vytlačená a uložená na knižničnej poličke kvôli šetreniu času a (nevyhnutnej) slobode pohodlného prístupu k vedeckým výsledkom bude mať k odbornému čitateľovi sťažený prístup (Gawrysiak 2008: 247).

K počítačovému umeniu

Ak začiatkom 20. storočia išlo v súvislosti s médiami o fotografiu, reprodukciiu či telefón, neskôr o rozhlas a film, následne o televíziu, a v 80. rokoch ešte stále o analógové médiá, dnes sme obklopení digitálnymi, resp. elektronickými médiami. Ak do 80. rokov minulého storočia bola literatúra pre analógové médiá stále vzorom fabulačných a narátiivných schém (Hoppfinger, 2010:137) – rozhlasové, filmové a televízne adaptácie literárnych diel boli bežné, v TV sa miesto reklám na vyplnenie medziprogramových prestávok vysielalo čítanie poézie ako spôsob nobilitovania televízie – dnes filmové umenie nielen úspešne odpovedá na ďalšie požiadavky (vstupovanie do politických, sociálnych,

kultúrnych debát a dialógov), ale aj slobodne narába s vlastnou umeleckou tradíciou a otvára sa iným médiám. Filmová forma je otvorená nielen digitálnej technológii, počítačovej hre, komiksu, ale remediuje aj tradičné výtvarné umenie – napríklad vo filme *The Mill & The Cross*, (2009), ktorý vznikol ako „odpoveď“ režiséra L. Majewského na esej Michaela Francisa Gibsona o obraze Petera Brueghela „The Way to Calvary“, alebo Wernera Herzoga *Cave of Forgotten Dreams* (2010), čo je filmová produkcia 3D o kresbách v Chauvetovej jaskyni. Obraz uvedený do pohybu nadobúda sémantické významy spojené s následnosťou sekvencií v čase a priestore. A nielenže spúšťa mechanizmus rozprávania, ale na rozprávaní príbehu participuje a vytvára ho. A napokon plocha televíznej obrazovky podlieha väčšmi estetike počítačovej grafiky (pribúda aj textových informácií) či dizajnu ako realistickému obrazu či fotografii. Vďaka neustálemu vývoju je binárne kódovanie textu, zvuku, obrazu a ich multimediálna integrácia v hypermédiu (aPod, aFon, iPad) pre používateľa stále komfortnejšie, keďže producentmi zjednodušené (softvérové) možnosti „preskakovať“ – selektovanie a asociovanie – medzi textovými či audiovizuálnymi blokmi informácií sú pre kompetentného (informaticky zručného) užívateľa stále zaujímavejšie, imerzívne a hravé, a navyše schopné zabezpečovať (dizajnovat') aj konkrétne ponuky obsahov informácií pre konkrétneho užívateľa.

A preto sa dnes literatúra stretáva so starými a novými médiami na križovatkách problémov, aké všeobecne sprevádzajú súčasné umenie a ich tvorcov. Literárny text sa preto môže stať materiálom pre performance výtvarníka, ktorý protestuje proti politickej cenzúre i homofóbii a pod. Môže sa týkať vzťahu umenia a sveta, resp. skutočnosti (reprezentácia, referencia, virtuálna realita, hyper-realita, možné svety, metonymia), postavenia umenia v súčasnej trhovej a globalizovanej spoločnosti (sociálne a politické problémy), v spoločnosti zaplavenej gýčovou produkciou (kultúrnej, etnickej, politickej) tožnosti subjektu a pod. Podstatným nie je opisovanie vzťahu umenia a sveta, ale sledovanie súvislostí, kde a ako svet umenia vstupuje do sociálnych svetov, aké vzťahy so svetom umenie nadväzuje. Pretože tieto, kedysi na svojej autonómnosti si zakladajúce dva svety, sa vzájomne prelínajú, využívajú, exploatujú, bojujú so sebou, avšak navzájom sa nestotožňujú. Takto charakterizovaný proces umenia, vychádzajúceho zo svojich vlastných „posvätných útrob“ k svetu, k sociálnym či politickým aspektom života, pomenoval francúzsky bádateľ procesom sekularizácie. Tá do súčasného umenia vniesla nielen radikálnu zmenu tém, foriem, koncepcií diela, jeho fungovania či postavenia i úlohy tvorca, ale nastolila aj javy predtým v umení neprípustné, ako je sex, feminizmus, intimita a médiá (Rouille 2007: 447). Takúto charakteristiku umenia možno legítimne aplikovať aj na literatúru.

Otázkou teda je, prečo sa našli fotografi, ktorí svoje fotografie napokon sprístupnili počítačovému médiu a v kontexte umeleckej hodnoty získala samotná fotografia, a naopak tvorcovia literatúry (najmä v našom geopriestore) zatiaľ len v ojedinelých prípadoch využívajú digitálne médiá či hypermédiu, a literatúra v podstate digitálnym médiám (hypermédiu) úspešne odoláva (dokedy?).

V 80. rokoch minulého storočia bolo teda fotografické umenie vnímané ako nové, podľa autora monografie vznikalo na hranici destabilizovanej štruktúry umenia a ab-

sorbovalo do seba všetko z jej pozadia – sociálny svet a fotografiu (Rouille, 448). Následné desaťročia vystavovali tvorcov novej technickej výzve, ktorá poskytla tak pre fotografiu, ako aj literatúru nové, programovateľné médium, počítač a napokon aj internet (ako „globálny počítač“). Niektorí z tvorcov umeleckej fotografie neodmietli digitálne fotoaparáty a používali elektronické médium na hľadanie možností vyjadrenia emócie, nahromadenej vo fotografickom a/i inom materiáli. „Umelecké fotografie“ o. i. odlišuje od „umenia vyrobeného fotografom“ napríklad pokračovanie v tradícii Duchampa a otváranie problematiky produkovania umenia strojom, resp. programovateľným strojom (ktorý tak obraz, ako aj text alebo zvuk premení na bity a následne ich môže moduľovať, rozmnožovať a upravovať).

A v týchto, technických súvislostiach sa uvažovanie o fotografii križuje s reflektovaním „počítačového umenia“ Digitálne spracovaná fotografia umelca sa po prvé vzhľadom na médium (nosič a prístroj) ukazuje ako pozoruhodné „miesto“, v ktorom sa dejiny fotografie (Rouille) nielen empirickým, ale aj analytickým spôsobom prelínajú s počítačovým umením (Lopes). Ako ďaleko môžu siahať takéto analógie technického rázu v súvislosti s literatúrou? Zatiaľ sa zdá, že podobnou križovatkou môže byť literárny hypertext, čiastočne animované rozprávky (Disneyland – prístupné pre iPad a cez internet v počítači), nové formáty novín pre iPad (text, obrázky a animácie). K takto nasmerovanému uvažovaniu pozitívne podnecuje príklad prác fotografa Andreasa Gurského. Český kritik o nich píše, že bez invenčného a poctivého manipulovania so softvérom (napríklad pre architektov) by tieto fotografie „novej reality“ nemohli vzniknúť (Jiří Mrázek: net.).

A práve tento aspekt balansovania na rozhraní vnímanej skutočnosti a reality umenia v prácach Andreasa Gurského bol spoločným východiskom tak pre výklad dejín fotografie (Rouille), ako aj pre autora filozofickej koncepcie „počítačového umenia“ (Dominic McIver Lopes: 2010 A Philosophy of Computer Art).

Rouille analyzuje a dokumentuje cestu od fotografie (dokumentu) cez umeleckú fotografiu až k fotografii ako umeniu (v umení). Práve tá posledná kategória sa úzko spája s počítačovým spracovaním a manipuláciou (Lopes). Rôzne pohnútky k manipuláciám si môžeme predstaviť napríklad ako experimentovanie s kompresiou informatických dát (jeden z efektov kompresie informatici pomenovali artefaktom) a experimentovanie s obrázkovými softvérmi: od grafických cez stavebné, architektonické až po mikrobiologické či softvéry elektronických mikroskopov až k módnemu návrhárstvu, teda všetky tie disciplíny, ktoré pracujú s vizualizáciami – rozmanitosť používania fotografie, zdá sa, nemá hraníc. Siaha od implantovania fotografie do rôznych netradičných miest použitia (subverzia reklamy, kritika konzumu) až po jej vystavovanie v múzeách, čo napokon viedlo k zrovnoprávneniu fotografie s inými druhmi umeleckých materiálov, ktoré môžu byť nosičom pre Obraz, chápaný ako komunikačný kanál (obrazové médium). Podobne vnímala a povyšovala fotografiu na úroveň umeleckého artefaktu Wislawa Szymborska, keď u nej bola predmetom básnickej ekfrázy.

Počítačové médium teda otvorilo pred fotografiou cestu k umeniu, k digitálnemu umeniu (Digital art), avšak práve ono digitálne umenie nie je podľa Lopesa au-

tomatický totožné s „počítačovým umením“. Pre kanadského bádateľa sa elektronické médium, počítač, stalo príležitosťou detailnejšej žánrovej diferenciácie. Jej „základnou jednotkou“ je umelecká forma (žáner?) – teda napríklad digitálna fotografia, hudba, či kresba. O stupeň vyššie je druh (kind), a tak Obraz, obrazový druh zastrešuje rôzne formy, napríklad fotografickú a filmovú. Digitálna fotografia je však subformou (žánrom) fotografie. Počítačové médium (hypermédium) ponúka vhodné prostredie pre rôzne formy umenia (žánre), avšak nie je ešte možné, vzhľadom na nedostatočný súhlas odbornej verejnosti, hovoriť o digitálnom umení, o digitálnych druhoch a žánroch (Lopes 2010: 18).

Analogicky k premenám a konvergenciám digitálnej fotografie do sféry umenia je možné položiť si otázku, kde je priestor pre digitalizované verbálne umenie. A čo by mohlo znamenať manipulovanie s textom, ako „digitálnou materiou“ pre umelecké aktivity, čo by text/verbálnu formu, zmenilo („povýšilo“) na počítačové umenie?

Po technickej stránke, z perspektívy softvérového spracúvania dát, sú najobjemnejšie a teda aj najkomplikovanejšie obrazy, fotografie a kresby, následne hudba a ako najjednoduchšie sú známe textové repliky. Zdá sa teda, že paleta technických príležitostí na manipulovanie s textom ako plastickým materiálom (ešte nejde o technotext vo význame K. Haylsovej) nie je veľká a nelíši sa veľmi od možností analógového média (kníhtlače). Určite je možné skladať rôzne fragmenty do jedného celku („cut“ a „copy“), teda rozhodovať o distribuovaní fragmentov napríklad v hypertextovom programe (HTML), ďalej používať rôzne typy písma a rozloženie na strane (tabulatúra), čo sa zvyčajne nazýva „vizualizovanie písma“. A napokon popri textoch/písmenách umiestňovať vizuálne elementy, pridávať obmedzený čas na „vnímanie kmitavých obrázkov“ (Aarseth), či dnes obľúbenú „animáciu“ písmen.

Rozloženie písmen na strane nedáva veľa možností na vytváranie sémantických či logických významov (používajú sa napríklad v poľskej literatúre – Gretkowská, Burzynska na vystriedanie diskurzívneho prezentovania, v slovenskej – Hevier, Zbruž), avšak výrazne frekventované striedanie ich možností je zo semiotickej perspektívy signifikantné (porov. Faryna v ďalšej kapitole). Ponúka sa nám ešte perspektíva remediácie, teda perspektíva pôsobenia na konkrétny (spočiatku analógový) text (prekódovaný na bity) obrázkovým softvérom alebo programami, ktoré vygenerujú z pôvodnej informácie (v bitoch) ďalšie verbálne alebo vizuálne (príp. zvukové) varianty. Na východiskové predpoklady môžu analyticky pôsobiť základné parametre nových médií, modularizácie, permutácie a transkódovania, opísané Manovichom. V tejto súvislosti ide najmä o tzv. generickú poéziu a vizualizácie či ozvučenie (zhudobnenie). Informácie je možné modifikovať, prekladať (transkódovať) z jedného programovateľného média do druhého (v počítačovom médiu). Médium sa dokonca môže stať čokoľvek informačnej (infomatickej) povahy, napríklad genetický kód baktérií (*Escherichia coli*), do ktorej Christian Bok z University of Calgary zakódoval (transkódoval) konkrétnu báseň (aktivitami Kaca vzniknutá biopoézia), ktorá bude žiť v telách genetických nasledovníkov (net.).

Na druhej strane, konvergencia má aj iné podoby. Informačné médium, ako je internetová encyklopédia (wiki), využíva napríklad centrum vedy Kopernik v podujatí

„Spiewająca wiki“ (net.), v rámci ktorého populárni poľskí herci naspievali alebo nahrali textové heslá, zvolené internautmi.

Staršieho dátá sú príklady manipulácií umelcov (na úrovni softvérov) s kódom sieťových prehliadačov (k tomu v ďalšej kapitole), softvér art a pod., ktorých výsledkom boli aj hypermédialne artefakty (New Media Art: 2009, Digital Art:2009).

Počítač – médium: umenie

Prostredníctvom analógie s dejinami fotografického umenia sa zdá byť zrejmé, že tak ako fotografia – médium, musí aj počítač – médium (počítačové digitálne kódovanie, čiže hypermédium) dozrievať ako prostriedok pre počítačové umenie. Už len oblasť digitálne „vyrobeného“ umenia (made digitally) je o veľa širšia, ako umenie vytvorené pre digitálnu prezentáciu (made for digital display) (Lopes). Názornou ukážkou vtipného pohrávania sa s digitálnou úpravou sú digitálne adjustované olejomaľby (Museum-Paintings-Computer-Adjusted, net.). Napokon aj tzv. akrylové obrazy patria síce k digitálne vytvorenému umeniu, ale nejde o počítačové umenie, pretože nie je prezentované prostredníctvom obrazovky. Podobne fotografie A. Gurského, ktoré sú vystavované v múzeách: „Jeho obrazy nejsou rozhodně určeny k masovému rozšíření, nehrozí jim devalvace, které je mnohdy internet nástrojem. Na jeho díla se vždy lidé budou chodit dívat do galerií, kde je budou moci pozorovat v jejich monumentalite.“ (Mrázek, net.).

Podľa Lopesa sa počítačové umenie môže realizovať za podmienok, ak je projekt pripravený pomocou počítača, invenčne využíva jeho „programovacie“ možnosti a je pre užívateľov prístupný zasa len prostredníctvom počítača.

Najbližšie týmto požiadavkám a podmienkam majú videohry, tie však nie vždy spĺňajú ďalšie požiadavky. A síce vysoké hodnotenie používateľmi – ako tomu je v prípade projektov napríklad projekty Kodama alebo Telegarden – ktorí formou atraktívneho, invenčného naprogramovania musia byť zapojení do interaktívnej spoluúčasti (Lopes: 2010:123), kolektívnej participácie alebo presnejšie povedané kolaborácie. Až vtedy, keď pre konkrétny umelecký projekt budú invenčne použité výpočtové možnosti počítača vrátane interaktivity, môžeme o počítačovom umení hovoriť ako o novej forme umenia. Samotný vývoj počítačových hier však túto požiadavku v kontexte pestovania literatúry, resp. literárnej tradície asi nenaplní, čo môžeme napokon usudzovať z toho, že najliterárnejšia hra *Myst* sa zatiaľ pokračovania (nasledovníkov citlivých na literatúru) nedočkala.

Kanadský bádateľ ide o krok ďalej – „za“, typologické analýzy najčastejšie citovaného nórského bádateľa Espena Aarsetha. Rozširuje bádateľský priestor z kybertextov, a ich mediálne zjednodušenej formy hypertextov, na digitálne výtvyry a s nimi spojené zručnosti používateľov. Do pozornosti sa tak dostáva celé spektrum projektov, diel (výtvarné umenie, hudobné projekty, performance, Net-art, videohry), ktoré vznikajú v hypermédii – počítači. Až k takto definovanému predmetu skúmania pridáva „aj“ požiadavku ich hodnotenia ako estetických. To si však vyžaduje ďalší výskum – nielen v oblasti úzko koncipovanej sociológie umenia, ludológie, literárnej vedy alebo umenovedy (a po čase možno aj neuroestetiky).

Tak v prípade Aarsetha, ako aj Lopesa sú predmety skúmania (subjekt, médiá, veci, čiže triáda Latourova) z hľadiska používanej techniky v podstate totožné, t. j. vyrobené a používané „s počítačom“ (najmä videohra). Odlišné sú len stanovené ciele a metódy skúmania. Aarseth skúma textové manipulácie či výpočtové manipulácie s textom v kyberpriestore a hľadá zovšeobecnenie nezávisle od voľby média (tlač alebo počítač), a napokon dokazuje, že autori textov využívajú len minimálny počet možných textotvorných kombinácií. A Lopes, naopak, volí jedno médium, počítač, a otvára cestu k druhej (a žánrovej) diferenciacii, k hodnoteniu v počítači vytvorených diel, výtvorov a zručností, ktoré sú nevyhnutné pre realizovanie umeleckých projektov – teda hypermediálnych artefaktov. Jeho cieľom bolo otvoriť diskusiu o definovaní toho, čo sme ochotní vnímať ako (digitálne spracované) „počítačové umenie“, čiže o kultúrno-spoločenský aspekt.

Human-Computer Interaction

Je prekvapujúce, že kultúrno-spoločenskú perspektívu preferuje vo svojom výskume aj nová disciplína Human-Computer Interaction (HCI) (Bodker: 1995). V rámci nej bola vyvinutá tzv. teória aktivity, ktorá ozrejmuje základnú otázku nových médií, konkrétne interaktivitu a virtuálnu realitu. Obom už bolo venovaných mnoho publikácií a na ich adresu sa vyslovilo veľa rôznych, neraz extrémnych názorov. Práve preto im venujeme taký veľký priestor a pozornosť. Ako tvrdí bádateľ nových médií, ktorého zistenia a názory tu prezentujeme (Skladanek, 2006: 148-155), teóriu aktivity antropológa E. Hutchinsa uviedli do HCI škandinávski odborníci a výsledky ich práce sú aj jedným z najzávažnejších prínosov európskeho myslenia do novej disciplíny (HCI) rozvíjanej najmä v americkom vedeckom prostredí. Základom teórie aktivity sú koncepcie L. Wygotskeho, A. Leontieva a J. Piageta. Všetci traja vo svojich tézach zdôrazňovali existenciu vzťahov medzi poznaním a kultúrno-spoločenskou realitou na jednej strane a aktivitou ako základnou jednotkou analýzy na strane druhej. Hlavnou implikáciou tejto idey je uvedenie viacerých mediantov, sprostredkovateľov – t. j. jazyka, štruktúry spoločenských noriem a technológií – medzi poznávajúcim/konajúcim podmetom a predmetom poznávania/konania. (S touto ideou sa spája aj snaha polemizovať s Benjaminovou koncepciou straty aury u reprodukovaneho umeleckého diela.)

Nebudeme prezentovať trojúrovňový model ľudského konania vypracovaný tzv. aktívnou psychológiou, chceme iba zdôrazniť význam jeho predpokladaných rekonfigurácií, čiže prechádzania mechanických, automatických myšlienkových postupov na úroveň konceptualizovaných, teda uvedomelých postupov, a opačne.

Z toho následne vyplýva predstava o možnosti externalizácie mentálnych aktivít, a naopak, internalizácie aktivít externých. V súvislosti so skúmaním interaktivity človeka a počítača je príkladom prvého procesu mentálna simulácia (interakcie s predmetmi fyzického sveta nie je nevyhnutné testovať skutočnou manipuláciou s nimi). K procesu internalizácie dochádza napríklad v súvislosti s vizuálnymi predstavami (imagining) alebo pri konštruovaní mentálnej reprezentácie mesta (tzv. mentálne mapy) a pod.

Externalizácia je nutná vtedy, keď sa objavuje potreba kolektívnej aktivity, je teda fundamentom spoločenskej komunikácie. Dôležité je napokon vymedziť, do akej miery je správanie človeka ukotvené v kultúrno-spoločenskej praxi, a ako človek, využívajúc aparát (svojich mentálnych štruktúr a civilizačno-kultúrnych výdobytkov), neustále transformuje vzťahy medzi predmetmi, pochádzajúcimi z rôznych svetov. Ľudské konanie sa môže v rámci všeobecnej kategórie aktivity/konania v závislosti od situácie realizovať v mentálnom, kultúrno-spoločenskom a fyzickom priestore a môže sa týkať mentálnych reprezentácií, exteriérových reprezentácií (artefakty kultúry) a taktiež objektov fyzického sveta. Teória aktivity vníma človeka ako subjekt, ktorý neustále rekonfiguruje prostredie, v ktorom žije. (A asi, ako dokazujú neurobiologické výskumy, dokáže im flexibilne prispôbiť svoje kognitívne schopnosti, teda fungovanie mozgu).

Pre túto aktivitu je nesmierne dôležitý aparát, ktorý sa na spomínané transformovanie používa: predmety, konštrukcie, procesy rôzneho druhu, výtvary techniky, fyzikálne objekty, jazyk, texty kultúry, výroky, organizačné štruktúry, ako aj reprezentácie rôzneho druhu a mentálne modely. Aparát a artefakty sú nevyhnutnými mediátormi vzťahov medzi podmetom a predmetom konania (komunikácie), pretože formujú podobu našich interakcií s prostredím a ostatnými ľuďmi. V súlade s procesmi internalizácie a externalizácie ovplyvňujú taktiež naše chápanie týchto interakcií, a teda aj sveta, v ktorom žijeme (podoba jeho mentálnej konštrukcie je odvodeninou konštrukcií a spoločensko-kultúrnych interakcií.) A napokon aparát kumuluje v sebe aj praktickú stránku jeho používania, teda podlieha stálemu procesu zdokonaľovania. Podstatou aparátu sú tak nielen štrukturálne črty, ale aj princípy jeho použitia, z čoho je zrejmé, že charakteristika aparátu je v úzkom vzťahu s kultúrno-spoločenským kontextom.

Jazyk nových médií a HCI

Skratku HCI Lev Manovich rozvíja v monumentálnej publikácii *The Language of New Media* (2001, 2006) ako Human Computer Interface, čím nielen signalizuje vývoj počítačových programov a ich možnosti, ale aj upozorňuje na fakt, že počiatočne neinteraktívne interfaces užívateľa počítača sa zmenili na interaktívne. Teda tie, s ktorými mali skúsenosti „pamätníci“, spojené s praxou tzv. podprogramov, v ktorých „príkazy“ boli súčasťou textového súboru inštrukcií a užívateľ sa nezúčastňoval na procese spracovávaní dát, keďže výsledky úlohy, riešenej pomocou analytického stroja-počítača sa k nemu dostávali post factum, teda v podobe vytlačenej správy. Dnes sú interaktívne, pretože užívateľ v reálnom čase práce na počítači manipuluje s informáciou, ktorú pozoruje na obrazovke. Objekt, viditeľný na obrazovke počítača (matematická úloha, fotografia, písaný text, mapa a pod.), na ktorom užívateľ momentálne pracuje, sa už automaticky stáva interaktívnym. Pre L. Manovicha sa interaktivita v prípade počítačových, digitálnych médií stáva tautologickým pojmom, preto navrhuje uvažovať o rôznych typoch interaktívnych štruktúr a operácií, a síce: interaktivite voľby menu, škálovaní, simulácii, obraze-interface, obraze-inštrumente (aparáte). Interaktivita sa teda v nových médiách už netýka doslovnej fyzickej „interakcie“ (klikanie, otváranie spojenia/portov, pohyb tela), ale

deje sa na úrovni psychologickej interakcie. Ide o psychologické procesy dopĺňovania chýbajúcich informácií, formulovania hypotéz, aktualizovania známych informácií/dát a identifikácií, ktoré sú nevyhnuté k tomu, aby človek porozumel akémukoľvek textu či obrazu. A teda pojem „interaktívne médiá“, obmedzovaný len na médiá počítačové, môže viesť k omylu, teda k stotožňovaniu interaktivity s objektívne existujúcou (v počítačovom programe) štruktúrou interaktívnych spojov/prepojení. „Psychologická interaktivita“ je tu chápaná ako exponovanie aktívnych mentálnych procesov, čo predstavujeme aktualizovaním výsledkov „teórie aktivity“.

Jazyk nových médií a interaktivita

Podľa Leva Manovicha je doslovné chápanie interaktivity najnovším príkladom širšej tendencie externalizácie psychického života, procesu, v ktorom nové mediálne technológie – fotografia, film, virtuálna realita – zohrali hlavnú úlohu. Odvoláva sa tu na teoretikov a praktikov nových médií (F. Galtóna, ktorý objavil techniku fotografickej montáže [70. roky 19. storočia], H. Münsterbergera, S. Ejzenštejna a J. Laniera), podľa ktorých technológie externalizujú a objektivizujú ľudský um. Münsterberger (1916) tvrdil, že esenciou filmu je možnosť predstavovania, opakovania alebo „objektivizovania“ rôznych mentálnych funkcií na filmovom plátne, pretože filmová dráma sa riadi zákonmi rozumu a nie zákonmi (vonkajšieho) sveta. Ejzenštejn si zasa kládol otázku, či sa dá použiť film na externalizáciu a kontrolu myslenia. V tejto súvislosti L. Manovich hovorí o režisérovom experimentovaní s filmovou adaptáciou Marxovho Kapitálu. Ejzenštejn chcel oboznámiť diváka s princípmi marxistickej dialektiky cestou vizuálnych ekvivalentov tézy a antitézy takým spôsobom, aby divák sám dospel k syntéze, teda správnej konklúzii, dopredu naprogramovanej režisérom (a to by už mohla byť fáza aktivít spojených s interiorizáciou/internalizáciou). Úskalia procesov externalizácie myslenia (opísaného pomocou predstavy kognitívnych vied o izomorfizme reprezentácií a mentálnych funkcií s externalizovanými vizuálnymi efektmi: skladanie obrazov na seba, strih sekvencií) spočívajú v tom, že to, čo kedysi patrilo do sféry neopakovateľného a individuálneho, sa stáva štandardným. To, čo bolo individuálnym, unikátnym mentálnym procesom, sa stáva verejným priestorom. Intímne/vnútorne procesy a reprezentácie, kedysi neprístupné pozorovaniu, sa „vyťahujú z hlavy“ (ako hovorí L. Manovich) a umiestňujú mimo nej – v podobe náčrtov, fotografií a iných vizuálnych foriem. A preto sa o nich môže ihneď verejne diskutovať, možno ich štandardizovať, distribuovať a pod. Práve samotný princíp hyperspojení interaktívnych počítačových médií vyvoláva proces spredmetnenia asociatívnej schopnosti ľudského myslenia, ktorý považujeme za jeho prirodzenú črtu. A teda mentálne procesy – reflektovanie, riešenie problémov, pamätanie si a asociovanie – sa už neodohrávajú vnútri mysle, ale sú obmedzené na voľbu nového prepojenia, nového obrázku a pod. Tento názor podporuje zásadné používanie termínu hypermediálny artefakt, ktorý je týmto spôsobom prístupný (tak tvorcovi, ako prijímateľovi).

Zmenu myslenia, navodenú procesom jeho externalizácie, L. Manovich spája s novými návykmi používateľov programovateľných médií, ktoré vedú k vystriedaniu tradičnej recepcie obrazov a literatúry. Ide o vyvolávanie si v pamäti kedysi už čítaného a vi-

deného alebo postupné obohacovanie predstavivosti v procese čítania – „kedysi čítajúc román alebo báseň, sme mysleli na predchádzajúce/nasledujúce strofy, aktualizovali si sme obrazy, spomienky. Teraz nás interaktívne médiá nútia kliknúť na podčiarknutú vetu, len aby sme prešli k inej vete, sme nútení nasledovať dopredu naprogramované, objektívne existujúce asociácie... sme nútení preberať štruktúry cudzej mysle za svoje“ (Manovich: 2006: 135) . Interaktívne médiá nás vedú k polemizovaniu alebo stotožňovaniu sa s cudzou štruktúrou mentálnych predstáv. A v prípade umenia nových médií sme nútení k pohybu po mentálnych cestách tvorcov/autorov. A teda napriek bádateľmi priveľmi vyzdvihovaného významu úlohy interaktivity, teda najmä úlohy aktivity používateľa pre vznik „novomediálneho diela“, existencia dopredu naprogramovaných asociácií je argumentom v prospech predstavy o tom, že tvorca použitím nových, programovateľných médií, vytvára artefakt, resp. hypermediálny artefakt, ktorý používateľ musí sledovať a nasledovať. (Táto praktika sa v súčasnej kultúrnej komunikácii úspešne zaužíva, avšak stále častejšie prostredníctvom mobilných elektronických zariadení, a nie cez počítač) A z tohto dôvodu napríklad maďarský autor hypertextu sprístupňuje používateľovi navigačnú mapu (Golem, net.).

„Dôslednejšie“, ako je koncipovaná Manovichova predstava o degradovaní, spredmetňovaní myšlienkových pochodov autora, je prepracovaná koncepcia Human-Computer Interaction (HIC), pretože externalizovaná myšlienka podlieha opätovnej internalizácii a zabezpečuje komunikáciu.

Zdá sa totiž, že spredmetnené myšlienkové pochody cudzej mysle, ktoré sme nútení prijať za svoje, sa v literárnej tvorbe využívajú a môžu podliehať reflexii, asociáciám a rekonfigurácii, teda aj spätnej internalizácii. Inak povedané, mediálne povedomie sme už mohli sledovať (aj v tlačenej literatúre), avšak jej tvorcovia vynakladali pomerne veľa úsilia na to, aby boli pred čitateľom skryté a tajomné (dlho bol takto vnímaný Pamiętnik znaleziony w Saragossie Jana Potockého – orig. Manuscrit trouveé r Saragosse). Alebo naopak možno povedať, že až nezvyk pracovať s programovateľným médiom dodatočne nastolil otázku odhaľovania štruktúry či „staviteľskej aktivity“, sprevádzajúcej tvorivé postupy autorov. Tento smer uvažovania podporuje (nielen) hypertext Koniec swiata wgl. Emeryka, v ktorom sa Radoslaw Nowakowski k otázke štruktúrovania myšlienkových pochodov niekoľkokrát vracia a konfrontuje ju s novým, programovateľným médiom – počítačom, resp. hypertextovým programom. A napokon, aj koncepty vizualizácie štruktúr hypertextových uzlov (Mark Bernstein: net.) či praktické pripájanie navigačných máp k literárnym hypertextom sú akýmsi priznaním sa pred čitateľom/používateľom k potrebe externalizácie a spredmetnenia štruktúry (architektúry), podľa ktorej nasledujú fragmenty – linky hypertextu ako smeru postupovania tvorivej mysle. V tejto súvislosti je veľmi lákavý názor anglického bádateľa Chrisa Fritha (2011), podľa ktorého tvorivosť nie je izolovaná od vonkajšieho sveta, ale naopak vzniká len v neustálom procese konfrontovania (modelu) predstavy o svete s neustále mozgom registrovanými novými údajmi o ňom a následným opravovaním/zdokonaľovaním predchádzajúcej predstavy. Je teda lákavé interpretovať tento názor v kontexte umeleckej tvorivosti v tom zmysle, že tvorivá myšlienka nesídlí v mozgu, v duši autora a nevzni-

ká len vďaka jeho genialite, ale k záverečnej podobe speje cestou náčrtov, zápiskov, ktoré dokumentujú proces konfrontácie, resp. polemizovania so svetom, aký tvorca pozná, a ktorým chce, vzhľadom na svoje skúsenosti a znalosti vstupovať do poznatkov a skúseností iných ľudí, resp. umenia (umeleckej tradície, literárneho kánonu, umeleckých výziev a pod.), ako aj vedy či politiky...

Hypermédiá : sieťová spoločnosť

Hlavnou stratégiou tejto štúdie je pozorovať vzťah evolučných zmien literatúry/kultúry i spoločnosti ako spôsobu sondovania do problematiky literatúry a kultúrnej komunikácie v nových médiách, resp. hypermédiách. Pre digitálne, zosieťované médiá, a teda aj novomediálne dielo, to budú okrem už spomenutých najmä praktiky komunikácie v sieťovej spoločnosti. Problematickým ostáva, ako, a či vôbec existujú možnosti usúvzťažnenia spoločenských vzťahov, resp. zmeny spoločenskej praxe (spojené s používaním rôznych médií) s istými objektívne sledovateľnými kategóriami. Sledovanie sa totiž v kontexte kultúrnych aspektov literatúry, známej a podnetnej Lotmanovej sémiosféry javí dnes ako príliš všeobecné, náročné, ak nie až nerealizovateľné (keďže verifikácia poznatkov je vzhľadom na nesúmerateľný výskum v oblasti humanitných vied subjektívna). A navyše sa zdá, že priame sledovanie symbolických reprezentácií, v našom regióne doposiaľ vytvorených novomediálnych dielach, je vhodné skôr pre kauzálne štúdie a interpretácie, nie je však dostatočne preskúmané pre potreby načrtávania „perspektív“.

V známej publikácii *The Rise of the Network Society* Manuel Castells (1996) zbavuje problematiku zmien spoločnosti nežiaducej subjektivity a neverifikovateľného konštruktivismu tak, že sa spolieha na zistenia odborníka na sociálne vedy Davida Harveya. Podľa neho je v spomínanej súvislosti vhodné využiť materialistickú argumentáciu, z ktorej je zrejmé, že objektívne uchopenie – napríklad priestoru a času – je vytvárané cestou materiálnej praxe a procesov slúžiacich na reprodukciu života spoločnosti. (Castells: 412)

Podobný názor na usúvzťažnenie problematiky symbolických reprezentácií, ekonómie a spoločenskej /sociálnej praxe sieťovej spoločnosti nachádzame aj v publikácii odborníka na výskum diskurzov, Jana van Dijka (2010).

Inšpiratívnym je Castellsovo upozornenie na význam vzťahov a interakcií medzi sieťovými a inštitucionálnymi tokmi, teda ako spolu s prúdom inštitucionálnych interakcií fungujú spravované v sieťach toky kapitálu, informácií, technológií, obrazov, zvukov a symbolov.

V danej súvislosti bádateľ sleduje dominantné spoločenské procesy týchto presunov, ktoré sú predikované dominantnými sociálnymi štruktúrami. Tie sú charakterizované prostredníctvom: 1. hmotnej podpory, teda počítačového vybavenia, 2. uzlov a koncentrátorov (hubs), pre ktoré bázu vytvárajú elektronické siete, 3. priestorovou organizáciou dominantných (riadiacich) elít a štýlov ich fungovania.

Aké symbolické manifestácie/podoby nadobúdajú dominantné sociálne štruktúry pre sociálnu prax, spojenú s fungovaním literatúry, resp. s procesom transmisie symbolických reprezentácií, obrazov, informácií, kapitálov a technológií?

Vzhľadom na stratégiu preferovanú v tejto kapitole: „načrtnúť“ perspektívy skúmania novomediálneho diela, resp. hypermediálneho artefaktu v procese transmisie textov a obrazov v sieťovej spoločnosti, sa do popredia dostávajú nasledovné implikácie:

1. a) počítačové umenie/literatúra, digitalizácia literárnych/umeleckých diel, odborných prác a odborných časopisov;
2. a) on-line prístup k nim, digitálne archívy, čítačky elektronických kníh, iPad ako multimediálna hračka i hypermediálny artefakt, CMC (Computer-mediated communication),
b) internetové predajne kníh (prvá založená v r. 1994 Jeffreyom Prestonom Bezosom – firma Amazon, dnes jeden z centrálnych uzlov internetovej distribúcie e-kníh),
c) miesta (ako procesu premiestňovania textov a stretnutí autorov s čitateľmi) rozhodujúcich o vydavateľských stratégiách na knižných trhoch;
3. a) fungovanie vydavateľstiev ako obchodných podnikov,
b) fungovanie vedeckých a kultúrnych inštitúcií a v nadradenom postavení k nim manažérskych elít (neúmerné rozhodovacie kompetencie používania finančných prostriedkov bez znášania následkov nesprávnych dlhodobých rozhodnutí pre možnosti invenčného fungovania kultúry),
c) rankingové hodnotenia odborných publikácií o umení/literatúre ako súčasti manažérského štýlu riadenia kultúry a vedy.

Ako uvádza Castells, politické rozhodnutia, týkajúce sa vývoja informatickej spoločnosti (v konkrétnych štátoch) v podstate stroskotali. Kapitál potrebný na výskum a vývoj digitálnych technológií (limitom bola pamäť počítačov a pomalé sieťové spoje) mohli zhromaždiť a poskytnúť až nadnárodné finančné spoločnosti, ktoré vlastnili nielen masmediálne a telekomunikačné vydavateľské trhy a trh videohier, ale ráтали aj s patričným ziskom. A preto technologické inovácie, zamerané na vytváranie literatúry/umenia sú takmer nulové, avšak v procesoch zmien sieťovej spoločnosti niektoré sociálne procesy už nie sú celkom stratené, hoci sú periférne (politika, e-demokracia, moc a právo). Podrobne sa týmto otázkam venujú bádatelia v štátoch s väčším prepätím internetových pripojení a mobilných zariadení na obyvateľov a ich domácnosti, ako je tomu na Slovensku (Lessig, Levinson, van Rijk).

Umenie na perifériách komunikačných tokov a technologických inovácií

Hoci pre tvorbu umeleckých/ literárnych diel nebol vytvorený žiaden zvláštny, exkluzívny softvér, niektorí výtvarníci a programátori sa pohrávali so softvérm pre textové súbory, a pre ich umelecké aktivity sa zaužívalo pomenovanie software Art i netArt. Známa je iniciatíva umeleckého využívania programu PowerPointových prezentácií. Literárnej tradícii najbližšie využívané digitálne možnosti počítača sú tzv. hypertextové fikcie, písané v jazyku HTML alebo Storyspace. Za literárne hypertexty boli totiž čitateľmi označené projekty, zrealizované v Storyspace, o ktorých bádatelka M. Ryanová

uvádza, že na vytvorenie myšlienkového predstavy textu využívajú digitálne inštrumentárium (tools) (Ryan: 2006: 137). Inak povedané, v prípade Storyspace ide o inštrumentárium, ktoré primárne podporuje tvorbu rôznych lineárnych a nelineárnych textov. A je to hlavne softvér, ktorý mal zjednodušiť etapu prípravných činností, smerujúcich k textovej výstavbe na základe nelineárnych a ešte neusporiadaných textových a vizuálnych fragmentov i elementov (obr. 1, Ted Nelson) konečnej podoby budúceho textu (v konečnej podobe aj lineárneho textu). Keďže niekoľko projektov, zrealizovaných v programe Storyspace získalo ohlas a obdiv čitateľov, sú aj v odbornej literatúre prezentované ako literárne hypertexty – najznámejšie projekty: Afternoon (M. Joyce), Victory Garden (S. Mouldroph) a Patchwork Girl (Shelly Jacksonová). Túto premisu potvrdzuje empirická skúsenosť prechádzania niektorými literárnymi hypertextmi, pretože autorom, zdá sa, ide nielen o domyslené, dopísané/skončené dielo, ale viac o zárodočné vrstvy literárneho textu, na čo odkazuje napríklad samotný názov maďarského hypertextu Golem (jeden z jeho významov je „zárodok“, vytváril ho v rokoch od 1997 do 2005 maďarský spisovateľ P. Farkas). Tento stav nepriamo vysvetľuje, prečo používateľ/čitateľ takýchto projektov má podľa koncepcie Aarsetha nielen exploračnú a interpretačnú úlohu, ale často bádateľmi zdôrazňovanú, a uvádzanú ako podstatnú tiež konfiguračnú úlohu, predstavujúcu čitateľom vytvorenú/konštruovanú ideu, podľa ktorej skladá/aranžuje usporiadanie elementov čítaného hypertextu. A v najuznávanejšom poľskom projekte Nowakowského: Koniec świata według Emeryka sa nachádza množstvo verbalizovaných návratov k procesu vytvárania textu a analyzovania tohto procesu.

Internetovou interaktívnou literárnou formou sa mohli stať – avšak záujem o ne sa asi už vyčerpal – projekty na báze blogov. Poľské projekty analyzovala v kontexte hypertextuálnej poetiky Anna Nasilowska (2006a). Išlo najmä o projekty, ktoré začali vznikáť ako blogy, a následne boli v upravenej podobe publikované knižne (pod pseudonymom A. Wierny: Matka mojego dziecka; K. Kopty: Krótka historia Iwony Tramp a úspešný bestseller, inšpirovaný internetovou komunikáciou J. L. Wiśniewskiego: S@motność w Sieci). Tieto a ďalšie texty umiestnené na internete však nezískali v kruhu znalcov Libernetu (Marecki, 2003) vysoké, ale naopak negatívne ohodnotenie. Napriek tomu bádateľka konštatuje, že z poľskej kultúry sa nevytratil záujem o literárnu komunikáciu, ale začal sa objavovať na takých miestach a v takých kruhoch, ktoré doteraz neboli priestorom tradičnej literárnej recepcie, pretože tradičný priestor sa, naopak, pod tlakom komercializácie a masovej kultúry, zužuje a zmenšuje. Podľa nej nový prostriedok komunikácie vedie k relativizácii, ba dokonca k obchádzaniu určitých pravidiel tradičného literárneho diskurzu. V konkrétnych uvádzaných prípadoch ide o prehodnocovanie emocionalít v literatúre (nízko hodnotenej v kultúre tlačenej knihy, tlačenej literatúry), o prehodnocovanie prítomnosti tematiky tehotenstva a rodovej problematiky a ich spájania s tzv. ženskou literatúrou, a napokon i o možnosť výmeny/striedania úlohy medzi autorom-umelcom a neumelcom-čitateľom.

Prekračovanie týchto obmedzení môže na literárnu komunikáciu pôsobiť osviežujúco a napokon nejde ani o absolútne príkazy v podobe literárnych princípov, ani o úplne neznáme „porušovanie hraníc“ medzi napríklad populárnou a avantgardnou kultúrou.

V širších súvislostiach sa autorke ako problematický javí (a je potrebné s ňou súhlasiť) postmodernizmom propagovaný zánik hierarchickej kategorizácie literatúry (spolu s exponovaním tzv. vysokej literatúry). Naozaj platí, že hranica úplne zmizla? Zrejme musíme pochybovať, zatiaľ totiž kódy literárnosti a jemnejšie povedané „rôznorodé kódy internetovej komunikácie vzájomne diskutujú“ (Nasiłowska, 2006b) a proces „diskusie“ medzi nimi v rámci obhajovania svojich pozícií a vzťahov napokon pozvoľne pokračuje.

Opačný pohľad, aspekt možných strát, ktoré prináša kultúre tzv. tvorivosť zdola v internete (skúsenosti v súvislosti s Web.2.0) prezentuje americký autor Andrew Keen. Podľa neho prax výmeny úlohy tvorcu a prijímateľa je obdobou kultu amaterizmu (Keen: 2007), ktorý na vysokú, inštitucionalizovanú kultúru pôsobí deštruktívne. Svoju tézu autor podopiera príkladmi bankrotov fonografických firiem, kultových obchodov s hudobníkmi, poukazuje na finančné ohrozenie serióznych novín, filmových štúdií, vydavateľstiev, ktoré sú dôsledkom slobodného prístupu prostredníctvom internetu napríklad k hudbe, informáciám a pod. Sprievodným javom úpadku je poklesnutá umelecká produkcia a neoverené informácie, pripravované nie odborníkom, ale diletantom, a aj unikanie finančných prostriedkov do rúk majiteľov internetových portálov.

Za týmito názormi o. i. stojí aj skúsenosť autora s podieľaním sa na výskumných projektoch, realizovaných v Kremíkovej doline, a teda skúsenosť spolupráce so znalcami, či inak povedané so špičkovými odborníkmi. Preto neprofesionálne tvorivé zásahy „zdola“ vníma ako úpadok.

Zaujímavejšie však je, ktoré aktivity majú širšie kultúrne súvislosti a ktoré treba zaradiť k novej, gramotnosti, napríklad screen literacy, súvisiacej so štýlom práce s počítačom a internetom nielen v biznise, ale aj v kultúre, vede alebo v každodennom živote. Niektorí bádatelia počas posledného desaťročia stihli už vo svojom skúmaní sieťovej spoločnosti svoje názory zjavne zmeniť. V tejto súvislosti sú príznačné názory Sharon Turkleovej (1995, 2010), ktorej (dlhodobý) psychologicky zameraný výskum komunikácie prostredníctvom počítača (a internetu) doviedol bádatelku k zmene optimistického vzťahu k digitálnym technológiám na menej zhovievavý postoj (napríklad k umelej inteligencii a ohrozeniu psychiky človeka ponechaného na komunikáciu „najmä“ s počítačom a nie s iným človekom.).

V interaktívnom (kolektívnom a kolaboratívnom) písaní literárnych textov, iniciovaných blogermi, je možné nachádzať tak pozitívne nadväzovanie na tradíciu kyberpunku, jeho subkultúry, ako aj spolupráce hackerov (na vypracúvaní a zdokonaľovaní softvérov). A najmä demokratizáciu tvorby, ako dokazuje zástanca Free Software A. Lessing. A napokon, predlžovanie uplatnenia v sieti konkrétnou lokálnou kultúrou pestovaných sociálnych a kultúrnych procesov (Castells, van Dijk). Z toho pohľadu je pozoruhodné, že ak v poľskom internete vzniklo aspoň niekoľko interaktívnych textov a blogy sa stali predlohou pre printovú prózu či divadelné predstavenie a v Česku aj Maďarsku boli realizované kolaboratívne projekty písania, ktoré moderoval spisovateľ, žiaden slovenský projekt zatiaľ nevyvolal pozornosť lokálnej odbornej verejnosti. Za zmienku tu však stoja: kolaboratívna publikácia *Medzi kvapkami dažďa* (2009), ktorá sa opiera o primárne internetový žáner, autorský blog Jozefa Bednára (blog.sme.sk) a do printovej po-

doby bola dovedená za spolupráce s fotografom Tiborom Huszárom. Novou platformou pre literárnu komunikáciu vytvorili iniciátori (M. Rehuš, J. Repický) internetového časopisu Kloaka (<http://kloaka.membrana.sk/>, ktorý je otvorený pre „experimentálnu a netradičnú tvorbu“ (hádaj na hypetmediálne artefakty?).

Prívetím prvoplánové a náhodné je komparatívne zistenie, že ak v poľskej literárnej tradícii existovala fragmentárna a „na pokračovanie“ dotváraná silvická (vo význame *silva rerum*) forma amatérskej literárnej expresie (avšak aj explorácie prístupných literárnych diel či domáceho archívu), v slovenskej literatúre obdobná forma nie je známa či používaná. Je napokon zaujímavé, ako mohlo byť – vo všeobecnosti či v našom geopriestore – interaktívne blogové písanie literárnych textov (kolaboratívne/kolektívne písanie) podopierané modelmi komunikácie, ktoré ich bádatelia popisujú ako vzorce informačných tokov (van Dijk: 21).

Diferencovanie informačných tokov: kolektívne písanie

Typológia informačných tokov (J. Bordewijk, Ben Van Kamm: 1982) obsahuje štyri vzory a vyčleňuje: alokúciu, konzultáciu, registráciu a konverzáciu.

V nových médiách podľa bádateľov dochádza k zoslabovaniu alokúcie, ktorá sa typologicky vzťahuje na staré médiá a posledné tri toky sa v nich naopak vyvíjajú a posilňujú (svoju intenzitu). Nové médiá sú stále interaktívnejšie a sieťovo integrovanejšie, čo vedie k postupnej nivelizácii rozdielov medzi médiami masovokomunikačnými (kníhtlač, rádio, televízia) a informačnými (CMC, internet).

Logicky by sa dalo predpokladať, že proces tvorby kolektívneho (literárneho) textu, realizovaný na internete, (možno) bude kopírovať túto tendenciu. Zdá sa však, že opak je pravdou. („nulové pôsobenie média“?). A to aj napriek tomu, že pri zmene starého (tlač, vydavateľstvo) média na nové (počítač, internet) sa tvorca stretáva s čitateľom už v procese tvorby (pred prípadným ingerovaním vydavateľa). K zníženiu sily alokúcie, teda k obmedzeniu jednosmerného toku informácie od autora k čitateľovi, však predsa dochádza, čitateľ je prizvaný, aby dopisoval fragmenty textu. A teda informácie plynú aj opačným smerom – od čitateľa k autorovi – a ovplyvňujú aj proces rozhodovania. Už v etape voľby témy či plánovania príbehu (registrácia, teda zbieranie informácií v centre) ide nielen o informácie, týkajúce sa čitateľského vkusu, ale aj o bezprostrednú účasť na výbere (témy, alebo konkrétnej realizácii nasledujúcej kapitoly – ak sú volené na príklad v čitateľskej súťaži).

Ako „centálna autorita“, ktorá nerealizuje vzor konzultácie, ale stále trvá pri vzore alokúcie, pôsobili moderátori kolaboratívneho písania. Totiž blogger, redaktor vydavateľstva, iniciátor projektu, či skúsený autor len pripúšťal účastníkov alebo pozorovateľov projektu k procesu selekcie a voľby ďalších fragmentov, realizovania motívov – a teda informácií) alebo (ako R. Nowakowski) pridával na okraj poznámky, ktoré „dokumentovali“ etapu „internetového života“ diela (počas ktorej autor pozýval na svoju web-stránku internautov), avšak úloha konzultantov nemala veľkú šancu na realizáciu. Prísun informácií, ktoré boli zrealizované v odlišnom než textovom médiu nebol totiž frekvento-

vaný (inak tomu bolo v prípade autorských. tradíciu avantgardy nasledujúcich hypermediálnych artefaktoch, ako napríklad Afternoon).

Okrem toho, tok informácií autora/moderátora sa v podstate môže len veľmi málo líšiť od toku informácií ostatných účastníkov hypermediálneho projektu. A teda konverzácia, výmena informácií, založená na hľadaní partnerov mimo tvorcov, zúčastnených „v centre“, zvyčajne v podobných projektoch zaostáva. Je to stále „len“ osobná skúsenosť, existenciálne pocity a potenciálne veľmi „podobná“ literárna i kultúrna tradícia. Konzultácia je obmedzená, pretože moderuje bloger alebo moderátor či iniciátor projektu, teda neustále z centrálnej pozície a pri konzultácii mimo neho, medzi ostatnými účastníkmi, nie je získavanie dôležitých informácií automaticky garantom úspechu podujatia. Očakávaný transfer väčšieho množstva informácií od väčšieho množstva účastníkov z rôznych sociálnych sfér sa síce konal, avšak k „zázračnému“ integrovaniu nedochádzalo. Dalo by sa povedať, že selekcia informácií je obmedzená na jeden aspekt, a navyše výber spomedzi príbuzných informácií, teda informačné toky, pochádzajúce z jedného (informačného) kanálu, neviedli pri vznikaní internetových kolaboratívnych textov k vytvoreniu integrovanej siete (autorov). Autorov schopných inovatívnych riešení ako sa to občas podarí kolaborantom participujúcim na vedeckých výskumných projektoch.

Samotný proces spolupráce viacerých autorov a aktívne používanie ich informácií teda negarovalo vznik integrovanej siete. Preto nebolo nástrojom pre úspešné využite/spracovanie inovácie, nastolenej iniciátorom projektu, akú pokus multiplikovať autora v procese tvorby určite predstavoval. A preto nebude asi priveľmi odvážne tvrdenie, že ak by sa do kolektívnej aktivity zapojili účastníci, ktorí majú predpoklady realizovať a naplniť všetky vzory/typy informačných tokov v súlade s intenzitou, akú nadobúdajú v nových médiách a taktiež ovládajú zručnosti používať hypermédiu aj na úrovni technického systému (Van Dusek 2011: 42), šanca na kladné hodnotenie projektu čitateľmi by sa zvyšovala. Nové médiá, internet v súvislostiach kolaboratívnej tvorby textu, v podstate nemenili postupy starých médií. Je však potvrdené umeleckou praxou, že zručnosť pracovať „v materiáli“ a zvládnutie média pre úspešnú realizáciu stanoveného zámeru môže predikovať aj umeleckú úspešnosť a hodnotu. Približne takým spôsobom, ako napríklad nedávno v tandeme Lem - Glowacki, kedy vzájomná korešpondencia (2011) získala veľmi priaznivý ohlas kritiky.

Napriek tomu, že inovácia v podobe kolektívnej tvorby literárneho textu v digitálnom médiu (made digitally) bola (nielen v Poľsku, Česku alebo v Maďarsku) neúspešná a nezískala si pozitívny záujem kritiky ani čitateľov, stále tu ostáva otázka, aký bol cieľ a s ním spojené očakávania, ako boli nastavené predstavy o „literárnosti“ alebo umeleckej hodnote. Alebo išlo len o demokratizáciu umenia? O nabúravanie praxe elitárskej činnosti, literárnej tvorby prostredníctvom demokratizácie umenia? A narúšanie vysokého umenia populárnym?

Tieto otázky ostávajú aktuálne, hoci v podstate zrejme išlo len o vyskúšanie hypermédiu. V prvom prípade ako istej zručnosti používateľa digitálneho inštrumentária (tools), v druhom ako fundovaných kultúrnych postupov, ktoré sú známe ako

hackerská kultúra. V prvom význame ide v podstate o zručnosti a chuť zapojiť sa do systému komunikácie prostredníctvom počítačovej siete (CMC). Z hľadiska systémových technických zručností išlo o jednoduchú činnosť, analogickú s posielaním elektronickej pošty a prihlasovaním sa do lokálneho uzlu alebo inak povedané do sociálnej siete či blogovej diskusie. Tento smer uvažovania vedie k sledovaniu stále jednoduchších softvérových aplikácií, ktoré čoraz viac integrujú nové a staré médiá a zjednodušujú vstupovanie používateľa do integrovaných sietí. Ide tu nielen o elektronické čítačky kníh (e-books), ktorých prednosťou je zatiaľ bleskurýchle získavanie nových kníh (spojením producenta čítačiek a vydavateľstiev) z internetových obchodov (Amazon + KINDL, e-books od iných predajcov treba kvôli trhovej konkurencii, práce konvertovať, niekedy softvér čítačky aj tak blokuje ich komfortné používanie: nedajú sa zväčšovať písmená, ani plnohodnotne využívať vizuálne rozlíšenie a zmeny usporiadania na obrazovke). Ale ide najmä o (najnovšie) aplikácie komunikačných technológií v aPadoch. Tie totiž konečne umožňujú používanie hypertextov bez veľkých softvérových obmedzení (známe, pre používateľov nekomfortné prepájanie dvoch počítačov, počítača a digitálneho fotoaparátu či videokamery a pod.). Používateľ môže jednoducho sledovať internetové verzie printových novín, čítať e-books, sledovať internetovú televíziu, audiovizuálne nahrávky, sledovať dianie na Facebooku, svoju elektronickú poštu, môže vytvárať videosnímky a spájať ich so svojimi poznámkami a so súbormi, kopírovanými z internetovej siete alebo z poštovej schránky. A to všetko v jednom prístroji, ktorý musí však byť sústavne zapojený do siete a je ovládaný dotykovým displejom (aPad sa pripája k internetovej sieti cez wi-fi pripojenie, teda je použiteľný všade, kde je voľný prístup na internet).

Napriek tomu, že používanie aPadu vyznieva veľmi optimisticky, a (možno) smeruje len k „potešeniu“ používateľa, ktoré sa, za predpokladu virtuózneho ovládania prístroja, podobá potešeniu z komponovania/aranžovania fotografií v rodinnom albume, v inom móde, aktualizuje činnosti spojené s komponovaním napríklad Tablíc Aby Wartburgom (Didi-Huberman: 2009). A dáva príležitosť pre aktívnu percepciu umenia či obsahov informácií a to smerom k performativite alebo pre cibrenie zručnosti pri ovládaní programov na prezentáciu výsledkov napríklad PP prezentácií.

Na inej úrovni a s iným cieľom však môžu byť užitočné v procese edukácie, ako to dokazujú ponuky a stratégie komunikovania so spoločnosťou európskych serverov, popularizujúcich vedecké poznatky, ako napríklad Xplora, The Royal Society, Wissenschaft im Dialog, Nauka w Polsce (Małgorzata Jaskowska:net.). Tie ponúkajú a sprístupňujú materiály pre vedcov, novinárov, učiteľov, študentov a pod. (napokon takto možno pripravovať aj „dejiny literatúry“ pre edukačné účely) a sú nástrojom pre elektronické odstraňovanie vedeckej odcudzenosti (bez potreby zaoberať sa autorskými právami).

Ak všetky tieto možnosti bude používateľ aPadu invenčne ovládať (a producent urobil všetko pre zjednodušenie používania prístroja), tak je možné, že takéto zariadenia ponúknu pre prezentovanie tvorby literárnych textov možnosti, porovnateľné s manipuláciou s Obrazom v digitálnom fotoaparáte, resp. pre manipuláciu s Obrazom v počítači.

Záver

Cesta k hypermediálnemu artefaktu vedie jednak prostredníctvom manipulácie a experimentovania s technickými možnosťami digitálnych nástrojov, a (možno) aj prostredníctvom tvorby integrovaných informačných tokov (teda javov, vnímaných ako revolučné zmeny techniky a spoločnosti). Pre jej reflektovanie a chápanie jej socio-kultúrnych kontextov je potrebné sa odvolávať tak k procesom transdisciplinarity, ako aj k umeleckým procesom, zaužívaným v dejinách rôznych (tradičných) druhov umenia. A tiež cestou porovnávania zmien, napríklad v rámci kedysi extrémne odlišne koncipovaných „techné“, ktoré sa dnes „stretávajú“ v jednej, digitálnej techné, hľadať pre hypermediálne artefakty nové definície druhov a žánrov, pre ktoré sú fundamentálne: Obraz, Zvuk, (Animácia?). Text sa z nich nestráca, avšak oproti tlačenej podobe nadobúda nové charakteristiky: vizuálne a zvukové (audiovizuálne), a stále častejšie aj animačné. Hypermediálny artefakt nebude teda patriť primárne literatúre, avšak pred našimi očami sa asi menia praktiky, ktorými človek chce pokračovať v tvorbe príbehov, a módy ich rozprávania. Jednou z pozoruhodných praktík je prekonávanie tradície literárneho rozprávania príbehov vytvorenej v kultúre tlače a smerovanie ku kombináciám diskurzívnych a obrazových formátov narácie. Zdá sa totiž, že napríklad v kontexte vývoja/zmien v oblasti, ktorú nazveme obraznosťou slova, bude potrebné skúmať, ako budú odlišné systémy notácie (zapisovania textov, obrazov, animácie a zvuku) medzi sebou zápasit' a spolupracovať, teda polemizovať a negociovat' participovanie na tom, čo budeme pozorovať/vytvárať/používať na obrazovke počítača, aPod-u a pod. (aká bude podoba screen-slidov). Zdá sa, že empiricky pozorovateľné javy negociovania vážnosti tak jazykovej ako obrazovej kultúry a gramotnosti vo všadeprítomnej mobilnej komunikácii (Crystal:2010) nie sú nijaké nówum. A v archaických dobách ich objavila aj Schmandt – Besserat (2007), podľa ktorej sa vývoj jazyka a obrazu vzájomne podporovali a ťahali dopredu. ■

BIBLIOGRAFIA POUŽITÝCH PRÁC:

- AARSETH, E.(1997) *Cybertext, Perspectives on Ergodic Literature*, Baltimor: Hopkins University Press,
BALCERZAN, E.(2009), *Widzialne i niewidzialne w sztuce słowa*, In: *Teksty Drugie*, 1-2 (115).
BELTING, H. (2007), *Antropologia obrazu. Szkice do nauki o obrazie*, Kraków: Universitas.
BERGER, J. (1999), *O patrzeniu (About Looking)*, Warszawa: ALETHEIA,
BOURDIEU, P. (1990 /1965), *Photography: A Middle-Brow Art*, Cambridge: Polity Press,
BOYD, B. (2011): *O pochodzeniu opowieści. Spojrzenie wstecz i perspektywy: ewolucja, literatura, krytyka*, In: *Teksty Drugie* (29) č.3.

- BURZYŃSKA, A., MARKOWSKI, M. (2007), *Teorie literatury XX wieku*, Kraków: Znak,
- CASTELLS, M (1996), *The Rise of the Network Society*, New York: Wiley-Blackwell,
- CASTELLS, M., HIMANEN, P. (2009), *Spółeczeństwo informacyjne i państwo dobrobytu*, Warszawa: Wydawnictwo Krytyki Politycznej,
- CASTELLS, M., (2003), *Internetowa galaxia. Refleksje nad internetem, biznesem i społeczeństwem*, Poznań: Rebis.
- CRYSTAL, D. (2001), *Language and the Internet*, Cambridge: University Press.
- DIDI-HUBERMAN, G. (2008), *Obrazy mimo wszystko (Images in Spite of All)*. Kraków: Universitas .
- DIJK. Van, J. (2010), *Spółeczne aspekty nowych mediów. Analiza społeczeństwa sieci*, Warszawa: PWN
- DUSEK VAL. (2011), *Wprowadzenie do filozofii techniki*, Wydawnictwo WAM, Krakow.
- FRITH, CH. (2007, 2011): *Od mózgu do umysłu. Jak powstaje nasz wewnętrzny świat*, Warszawa: UW,
- FREIDENBERG, O. (2007), *Obraz i pojęcie*, Gdańsk: Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego,
- GAWRYSIAK, P. (2008), *Cyfrowa rewolucja. Rozwoj cywilizacji informacyjnej*, Warszawa: PWN,
- GUT, A. (2009), *O relacji między myślą a językiem, Studium krytyczne stanowisk utożsamiających myśl z językiem*, Lublin: Towarzystwo Naukowe KUL,
- HOPFINGER, M. (2010): *Literatura i media. Po 1989 roku*, Warszawa: Oficyna Naukowa,
- HUSZÁR, T. , BEDNÁR, J. (Foto: K. Acélová, M. Bystianský, F. Rozman, H. Varečková) (2009), *Medzi kvapkami dažďa - autizmu svet pravdy*, Trnava: Univerzita sv. Cyrila a Metoda,
- KEEN. A. (2007), *Kult amatora. Jak internet niszczy kulture*, Warszawa: Wydawnictwo Akademickie i profesjonalne,
- KELEMEN, J. (2010), *Myslenie a stroj*, Bartislava: Kalligram,
- KULCSÁR-SZABÓ, Z. (2010), *Píšuće stroje in: World Literature Studies č.2*,
- LESSIG, L. (2009): *Remiks. Aby sztuka i biznes rozkwitły w hybrydowej gospodarce*, Warszawa: Wydawnictwo Akademickie i Profesjonalne
- LESSIG, L. (2005), *Free Culture. How Big Media Uses Technology and the Law to Lock Down Culture and Control Creativity*, 2004. Pol. prekl.: *Wolna kultura*. Warszawa: WSzIP,
- LEWINSON, P. (2010), *Nowe nowe media*, Kraków: WAM,
- LOPES, D. McIVER (2010), *A Philosophy of Computer Art*, London, New York: Routledge,
- MANOVICH, L. (2001, 2006), *Język nowych mediów (The Language of New Media)*, Prekl. Piotr Cypryański, Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne,

- MARECKI, P.(2004), Liternet.pl, Kraków: Rabid
- McLUHAN, M. (2001), Wybór tekstów, Poznań: Zys i s-ka,
- MIKO, F. (1982), Vedecko-technická revolúcia a literatúra, Bratislava: Tatran,
- NASIŁOWSKA, A. (2006a), Estetyka w dobie internetu. In: Teksty Drugie, roč. 100, č. 4,
- NASIŁOWSKA, A. (2006b), Hipertekstualna estetyka i literatura w dobie Internetu, In: Teksty Drugie, roč. 100, č. 4.
- NOWAKOWSKI, R. (2007), Koniec swiata według Emeryka , (CD), Kraków: Ha!art!
- ONG, J. W. (2006), Technologizace slova. Mluvená a psaná řeč, Praha: Karolinum.
- PINK, S. (2007), Doing Visual Ethnography: Images, Media and Representation in Research, Second Edition, London: SAGE,
- PLATON, (1990), Dialógy, Prekl. Július Špaňár Bratislava:Tatran,
- PRĘGOWSKI, M. P (2006), Między słowami. O wieloznaczności terminologii internetowej, In: Ł. Jonak, P. Mazurek, A. Tarkowski (ed.): Re: internet – społeczne aspekty medium. Polskie konteksty i interpretacje, Warszawa: Wydawnictwo Akademickie i Profesjonalne,
- RANKOV, P. (2006), Informačna spoločnosť – perspektivy, paradoxy, problemy. Levice: LCA,
- RHEINGOLG, H. (2002), Smart mobs: the next social revolution, New York:Basic Books
- ROUILLE, A. (2007): Fotografia. Między dokumentem a sztuką współczesną, (La photographie. Entre document et art contemporain) Prel. Oskar Hedeman, Kraków: UNIVERSITAS,
- RUSNÁKOVÁ, K. (2006), História a teória mediálneho umenia na Slovensku, Bratislava: Vysoka škola výtvarných umení,
- RYAN, M. (2006), Avatars Of Story (Electronic Mediations), Minneapolis: University Of Minnesota Press
- SCHMANDT-BESSERAT, D. (2007), When Writing Met Art: From Symbol to Story, Texas: University of Texas Press
- SEARLE, J.R. (1994), Mysl, mozek a věda, Praha: Mladá fronta
- SKŁADANEK, M. (2008), Perspektywa społeczno-kulturowa w badaniach interakcji człowieka z komputerem. In: (ed). R.W. Kluszczyński, A. Zeidler-Janiszewska, Perspektywy badań nad kulturą, Łódź: Uniwersytet Łódzki,
- ZEIDLER-JANISZEWSKA, A. (2006), Kierunki zwrotu ikonicznego w naukach o kulturze, IN: Teksty Drugie, 4, (100),
- ZEIDLER-JANISZEWSKA, A. (2006),: Visual Culture Studies czy antropologicznie zorientowana Bildwissenschaft? In: : Teksty Drugie, 4, (100),
- VANDENDORPE, CH. (2006), Od papirusu do hypertextu. Esej o przemianach tekstu i lektury, Warszawa:WUW 2008.SONTAG, S. (1978). On Photography. New York: Farrar Straus, Prekl. Sławomir Magala, O fotografii, Kraków:Karakter
- TRIBE, M., JANA, R., GROSENICK, U. (2009), New Media Art, TASCHEN GmbH: Köln,

- TURKLE, S. (1995) *Life on the screen*, New York: Touchstone
- Mark Bernstein: <http://www.markbernstein.org/papers/HT02.pdf>
- STAFF. (2009), Christian Bök: Experimental Poet, *Utne Reader* visionary, [online], 2009-12-01, [cit. 2011-05-07] Dostępne na internecie: <http://www.utne.com/arts-culture/Christian-Bok-Experimental-Poet-Eunoia.aspx>
- KAMIŃSKA, A. (2007) *Czary i mary* [online], [cit. 2009-05-07], Dostępne na internecie: <http://www.czary-i-mary.pl/>
- Husárová Zuzana a Ľubomír Panák: [online], [cit. 2011-05-07], Dostępne na internecie: <http://www.delezu.net/>
- Zbruž, K. (2011): *Energy.°Kloaka*, [online], 2011-08 cit. [cit. 2011-10] Dostępne na internecie: <http://kloaka.membrana.sk/2011/08/kamil-zbruz-energy/>
- Xanadu/Xanidu < <http://en.wikipedia.org/wiki/Xanadu> >
- Moser, Joann (2012) *Multiplicity*, *Art World News* [online], [cit. 2011-12-1] Dostępne na internecie: <http://www.artnewsworldwide.com/art-knowledge-news/55940-the-smithsonian-american-art-museum-shows-prints-by-major-american-artists-in-multiplicity.html>
- Noë, A. (2011), *Art and the Limits of Neuroscience*, *The Opinion Pages* [online], [2011-11-04] [cit. 2011-11-04], Dostępne na internecie: <http://opinionator.blogs.nytimes.com/2011/12/04/art-and-the-limits-of-neuroscience/#more-114397>
- Śpiewajaca wikipedia:
- Redakcja, Centrum nauki Kopernik: Śpiewajaca wikipedia Se.pl [online],], [2011-12-13 [cit. 2011-12-15], Dostępne na internecie: http://www.se.pl/rozrywka/plotki/centrum-nauki-kopernik-wykorzystaj-nasze-gwiazdy_218001.html
- SZARKOWSKI, J. (2007) *Introduction to the catalog of the exhibition, The Photographer's Eye*, New York: Museum of Modern Art, Dostępne na inetrnete: http://www.photokaboom.com/photography/pdfs/john_szarkowski.pdf
- Thompson, C. (2011), *Clive Thompson on the Future of Printed Books*, *Wired* [online], [2011-11-29], [cit. 2011-12-1] Dostępne na internecie: http://www.wired.com/magazine/2011/11/st_thompson_books/
- MRÁZEK, J. (2010), *Andreas Gursky: Obrazy odjinud*
- Light Garden Magazin* [online], [19.03.2010], [cit. 2011-07-1] Dostępne na internecie: <http://www.lightgarden.cz/magazine/clanky/osobnosti/andreas-gursky-obrazy-odjinud>
- Museum-Paintings-Computer-Adjusted*, *slideboom* [online], Dostępne na internecie: (<http://www.slideboom.com/presentations/324624/Museum-Paintings-Computer-Adjusted>)

JASKOWSKA, M. 2006 : Europejskie inicjatywy pod hasłem „Public understanding of Science” z wykorzystaniem Internetu,
in: e-Publikacje Instytutu INiB, Uniwersytet Jagielloński. Red. Maria Kocójowa
Nr 2. E-WŁACZENIE CZY E-WYOBECOWANIE? , Dostępne na internecie:
<http://skryba.inib.uj.edu.pl/wydawnictwa/e02/jaskowska-n.pdf>

O AUTORZE:

Mgr Bogumiła Suwara, Ph. D., - samodzielny pracownik naukowy w Instytucie Literatury Powszechnej Słowackiej Akademii Nauk (SAV) w Bratysławie. Zajmowała się translatologią, historią polskich przekładów literackich na Słowacji (*O preklade bez prekladu, VEDA, Bratislava, 2003*), komparatystyką literacką, a ostatnio literaturą w środowisku cyfrowym.

Była nauczycielem akademickim na Uniwersytecie Mateja Bela w Bańskiej Bystrzycy, na Uniwersytecie Jagiellońskim w Krakowie, Uniwersytecie Masaryka w Brnie. Publikowała artykuły w monografiach zbiorowych - Czechy, Słowacja, Polska, Bułgaria.

Aleksandra Gralczyk

Słabe punkty w rozwoju dzieci jako przedmiot manipulacji marketingowców

Weak points in the development of children as an object of manipulation of marketers

STRESZCZENIE:

SPECJALIŚCI OD REKLAMY I MARKETINGOWCY CORAZ CZĘŚCIEJ INTERESUJĄ SIĘ DZIEĆMI DOPATRUJĄC SIĘ W NICH SILNEJ GRUPY KONSUMENTÓW. STARAJĄ SIĘ POZNAĆ ICH PSYCHIKĘ A TAKŻE ZMIANY POZNAWCZE I EMOCJONALNE W ZACHOWANIU. OBSERWUJĄ TEŻ REAKCJE MŁODYCH LUDZI NA WYKORZYSTANIE W REKLAMIE STRATEGIE ORAZ ICH ZACHOWANIA KONSUMPCYJNE. W PREZENTOWANYM OPRACOWANIU PRZEDSTAWIONO ETAPY ROZWOJU DZIECI W WIEKU 7-15 LAT ORAZ ICH SŁABE PUNKTY W ROZWOJU WYKORZYSTYWANE PRZEZ MARKETINGOWCÓW. OMÓWIONO RÓWNIEŻ PROCES UCZENIA SIĘ ZACHOWAŃ KONSUMENCKICH PRZEZ TĘ GRUPĘ ODBIORCÓW REKLAM.

SŁOWA KLUCZOWE:

DZIECI, ROZWÓJ, REKLAMA, MARKETINGOWCY

ABSTRACT:

ADVERTISING SPECIALISTS AND MARKETERS MORE AND MORE FREQUENTLY TREAT CHILDREN AS AN OBJECT OF INTEREST, AS THE SPECIALISTS PERCEIVE CHILDREN AS A GROUP OF CONSUMERS WITH GREAT POTENTIAL. MARKETERS AND ADVERT SPECIALIST MAKE EFFORTS TO BECOME ACQUAINTED WITH CHILDREN'S PSYCHE AS WELL AS THEIR COGNITIVE AND EMOTIONAL BEHAVIORAL CHANGES. SPECIALISTS OBSERVE ALSO YOUNG PEOPLE CONSUMER BEHAVIOUR AND THEIR REACTION TO STRATEGIES USED IN ADVERTISEMENT. IN THIS PAPER ARE PRESENTED GROWTH PHASES OF CHILDREN BETWEEN THE AGE OF 7 TO 15 AND WEAK POINTS IN CHILDREN DEVELOPMENT THAT MARKETERS TAKE ADVANTAGE OF. ADDITIONALLY AUTHOR DISCUSSES A PROCESS OF LEARNING CONSUMER BEHAVIOUR BY CHILDREN.

KEYWORDS:

CHILDREN, DEVELOPMENT, GROWTH, ADVERTISEMENT, MARKETERS

Głównym zadaniem twórców reklamy komercyjnej kierowanej do dzieci jest wpływanie na logiczne i emocjonalne obszary ich mózgu. Zabieg ten powoduje, iż zostaje wywołana u dziecka chęć posiadania i kupna produktu. W procesie tym wykorzystywane są słabe punkty rozwojowe młodych konsumentów, tak, aby nakłonić ich do skorzystania z proponowanej oferty. Dlatego też marketingowcy, aby skutecznie reklamować produkty i programy przeznaczone dla młodych konsumentów na różnych etapach ich rozwoju, muszą wykazać się wiedzą na temat okresów rozwojowych dziecka i owych słabych punktów, które pozwolą skutecznie nimi manipulować.

Rozwój dzieci w opisywanej w niniejszym artykule grupie wiekowej 7 - 15 lat obejmuje dwa okresy rozwojowe. Pierwszy, trwający już od 7 do 9 - 11 roku życia, nazywany jest późnym dzieciństwem, drugi, trwający od ok. 10 do około 20 roku życia, to czas adolescencji¹.

Późne dzieciństwo

Charakterystyczną zmianą, która zachodzi w pierwszym omawianym przeze mnie etapie rozwoju, czyli u dzieci w wieku od 7 do 9 - 11, jest dojrzałość wyższych funkcji koryowych. Dzięki temu dzieci w tym wieku mają zapewniony rozwój intelektualny oraz emocjonalno-społeczny. Umieją także koncentrować się na przedmiocie swoich zainteresowań². Szczegółowo proces ten opisał Jean Piaget i nazwał ten czas okresem operacji konkretnych. Dziecko w tym czasie zaczyna logicznie klasyfikować dostarczane mu informacje, co ułatwia mu ich zapamiętywanie. Potrafi także operować pojęciami logicznymi i myśleć selektywnie. Dzięki wytworzeniu się pojęcia stałości liczby, długości wagi i objętości, możliwe staje się dla niego zrozumienie pojęć fizycznych, matematycznych oraz społecznych³.

Niestety, dzieci na tym etapie rozwoju bardzo często nie rozumieją znaczenia tego, co doświadczają. Lukę tę w znakomity sposób potrafią wykorzystywać twórcy przekazów reklamowych. „Gdy słaby punkt uwagi z okresu niemowlęcego i wczesnego dzieciństwa łączy się ze słabym punktem znaczenia, dziecko staje się szczególnie podatne na reklamy i inne wpływy zewnętrzne”⁴. Jest to możliwe, dzięki temu, że reklamowane są coraz to lepsze nowości technologiczne, które przyciągają uwagę dzieci. Gdy dziecko zainteresuje się ową informacją, nada jej własny sens. W wyniku tego będzie pamiętało te reklamy, które potencjalnie będą mogły zaspokoić jego potrzeby.

Mali konsumenci na tym etapie rozwoju potrafią skupić uwagę na przedmiotach, które ich zainteresują⁵. Rozwijają się intelektualnie i emocjonalnie, jednak nie w pełni rozumieją to, czego doświadczają. Zależność tę bardzo chętnie wykorzystują

¹ Por. A. Mataczak, *Zarys psychologii rozwoju*, Warszawa 2003, s. 223-235.

² Zob. *Psychologia rozwoju człowieka*, red. B. Harwas-Napierała, J. Trempała, Warszawa 2000, t. 2, s. 131.

³ Por. R. Vasta, M. M. Haith, S. A. Miller, *Psychologia dziecka*, Warszawa 1995, s. 290-298.

⁴ D. S. Acuff, R. H. Reiher, *Kidnaping. Jak marketerzy kontrolują umysł twojego dziecka*, Gliwice 2006, s. 225.

⁵ Por. B. Harwas-Napierała, J. Trempała, *Psychologia rozwoju...*, dz. cyt. s. 132.

twórcy reklam. Dziecko bowiem może nadać własny sens informacjom, obrazom, które mu się spodobały w chwili oglądania i które potencjalnie zaspokoili jego potrzeby w danej chwili. Dzięki temu zapamięta je i podświadomie będzie do tego przekazu wracać w momencie zetknięcia się z reklamowym produktem. Będzie też wywierało wpływ na rodziców, aby mu ten produkt kupili. Badania pokazują, że aż 82% dzieci decyduje lub współdecyduje o zakupie jogurtów i serków. W 70% przypadków wybierają soki i napoje gazowane, natomiast w 63% współdecydują o wyborze płatków śniadaniowych⁶. Jest to dość niebezpieczne, gdyż dzieci, wybierając dla siebie produkty, kierują się przede wszystkim przyjemnością związaną z ich widokiem i smakiem⁷. Z powodzeniem zjawisko to wykorzystują twórcy całej linii reklam soku „Pysio”. Cała seria jest bardzo kolorowa, wesoła. Jej głównym bohaterem jest smok „Pysio”. Sympatyczny zielony bohater przekonuje dzieci do picia soku, o którym mówi: „Na zabawę, na pragnienie nowy Pysio w supercenie!”⁸ lub „Nowe zakręcone smaki piją smoki i dzieciaki”⁹. Smok przekonuje również, iż dzięki temu płynowi dzieci będą miały więcej siły i okazji do zabawy: „Żeby słabo już nie było, by się chciało, by się działa!”¹⁰.

Natomiast potrzebę stymulacji, czyli zabawy dziecko na tym etapie swego rozwoju będzie próbowało zaspokoić poprzez szeroko propagowane przez reklamy towary i rozrywkę. Takiemu zachowaniu towarzyszyć będzie nieodparta chęć pogoni za tym co nowe i jeszcze nie wypróbowane¹¹. U dzieci w tym wieku pojawia się dodatkowo zdolność do decentracji poznawczej. Polega ona na tym, że potrafi ono patrzeć na rzeczywistość z różnych stron, co pozwala mu stać się bardziej obiektywnym w ocenie świata. Zaczyna formułować własne poglądy, postawy. Ma też własną opinię na temat innych osób, przedmiotów, samego siebie¹². Następstwem tego procesu jest to, że młody człowiek bardzo często za własny, przyjmuje punkt widzenia innych osób, zwłaszcza rówieśników. Dziecko coraz bardziej zaczyna się liczyć z opinią kolegów i koleżanek. Bardzo często rówieśnicy stają się wzorcami postępowania. Mają oni wpływ na jego ocenianie, reagowanie, postawy, preferencje i wybory zainteresowań¹³. Na tym etapie rozwoju dziecka ogromny wpływ ma na nie społeczeństwo, które oddziałuje poprzez wykorzystywanie chęci dziecka do naśladownictwa i identyfikacji. W szczególny sposób jest to wykorzystywane przez specjalistów od marketingu. Według nich tę nadmierną chęć naśladownictwa i identyfikacji można wykorzystać w kampaniach promocyjnych. Uważają oni,

⁶ Por. B. Frątczak-Rudnicka, *Dzieci na zakupach*, „Marketing w Praktyce”, 2001, nr 8, s.23-27.

⁷ Por. W. Wosińska, *Psychologia życia...*, dz. cyt., s. 587.

⁸ Slogan pochodzi z reklamy soku „Pysio” dostępnego na rynku w nowej cenie, http://www.youtube.com/watch?v=xW3-7r4qMec&feature=more_related, dostęp: 25.02.2011.

⁹ Slogan pochodzi z reklamy nowych smaków soku „Pysio”, <http://www.youtube.com/watch?v=ANhHuI7irks&feature=related>, dostęp: 25.02.2011.

¹⁰ Slogan pochodzi z reklamy soku „Pysio”, Pysio Banana Bum_Kiminorium <http://www.youtube.com/watch?v=RZNikiSJOk&feature=related>, dostęp: 25.02.2011.

¹¹ Por. *Dziecko we współczesnej kulturze medialnej*, red. B. Łaciak, Warszawa 2003, s.148.

¹² Zob. *Psychologia rozwoju człowieka...*, dz. cyt., s. 136.

¹³ Por. A. Mataczak, *Zarys psychologii rozwoju...*, dz. cyt., s. 225.

że na tym etapie rozwoju dzieci jest to ich słaby punkt, co za tym idzie, łatwo można go wykorzystać, by dziećmi manipulować.

Dlatego też reklamodawcy w swych przekazach wykorzystują obecność gwiazdy popkultury lub rówieśników potencjalnych konsumentów, z którymi mogliby się identyfikować. Przyczyną takiego postępowania, może być fakt, iż „reklamy mają duży wpływ na wzory obowiązujące w dziecięcym środowisku, wyznaczają mody i snobizmy, wskazują o czym trzeba marzyć i jakie mieć zabawki, aby liczyć się w grupie”¹⁴. Dlatego właśnie jeśli jakaś marka ubrania będzie w szczególności reklamowana i uznana za atrakcyjną przez większość przyjaciół malucha, on sam będzie domagał się tego samego. Dziecku chodzi bowiem o to, aby stać się jednym z tłumu i mieć wszystko to, co posiada grupa, do której chce przynależeć.

Niestety, dzieci mające bardzo silną potrzebę przynależności i asymilacji skupiają szczególną uwagę na postaciach i zdarzeniach przedstawionych w reklamach. Dlatego bardzo często w swoich zabawach lub innych sytuacjach odtwarzają lub naśladują bohaterów. Nie byłoby w tym nic złego, gdyby nie fakt, że dziecko na tym etapie rozwoju nie umie ocenić intencji nadawcy komunikatu. Dziecko w tym wieku globalnie ocenia postać jako dobrą lub złą¹⁵. Wynika z tego, że dziecko pod wpływem reklam może wyrobić sobie wzór bohatera, z którym będzie się identyfikować. Istnieje niestety ryzyko, że dziecko za wzór wybierze sobie bohaterów reklam promujących negatywne wartości. Przykładem mogą być reklamy zabawek i gier, w których wychwala się niestosowny do wieku erotyzm i przemoc, czasami zachęcające do rasizmu. Pisał o tym Bob Herbert, w odniesieniu do popularnej gry „Ghettopoly” przeznaczonej do dzieci w młodszym wieku szkolnym. „Afro-Amerykanie są w niej zaprezentowani jako mordercy, złodzieje, dilerzy narkotyków i inni degeneraci. Zamiast słynnych z Monopoly cylindrów i naparstków, gracze w Ghettopoly przemieszczają się po planszy jako alfonsi, karabiny maszynowe i bryłki kokainy”¹⁶.

Twórcy komunikatów reklamowych w swej pracy wykorzystują fakt, iż dziecko na etapie późnego dzieciństwa jest podatne na dostarczane mu obrazy i wiadomości. Dlatego reklamy konstruowane są w taki sposób, aby przykuć uwagę dziecka. Dostarczają informacji poprzez bezpośredni obraz, ale również przez komunikaty wyświetlane w tle. Jest to szczególnie niebezpieczne dla dziecka, ponieważ zostaje ono zmanipulowane przez dostarczane mu informacje, nawet jeśli świadomie nie skupi uwagi na tym komunikacie. W efekcie dziecko robiąc zakupy, może się nieświadomie odnosić do zapisanego w podświadomości komunikatu. W takim momencie może sobie przypomnieć atrakcyjne, radosne, swobodne osoby reklamujące prezerwatywy lub alkohol¹⁷.

Ostatnią, bardzo ważną zmianą, jaka zachodzi u dziecka w wieku od 7 do 9 – 11 lat jest to, że dziecko zaczyna mieć świadomość zasad moralnych i relacji między-

¹⁴ *Psychologia rozwoju człowieka...*, dz. cyt. s. 154.

¹⁵ Por. M. Przetacznikowa, Z. Włodarski, *Psychologia wychowawcza*, Warszawa 1980, s. 580.

¹⁶ D. S. Acuff, R. H. Reiher, *Kidnaping...*, dz. cyt., s. 236.

¹⁷ Por. tamże, s. 226.

ludzkich. Uczy się ich poprzez obserwacje innych osób. Istotny dla niego jest przykład dawany przez jego bliskie otoczenie, to w jaki sposób osoby, z którymi się identyfikuje reagują na uczucia i potrzeby innych¹⁸. Zależności te potwierdzają badania przeprowadzone przez znanego psychologa Bandura. Naukowiec chciał się dowiedzieć, jaki jest wpływ jednostki na zachowania agresywne. Wyniki pokazały, że oglądanie aktów przemocy zwiększa agresję u dzieci. Bander wykazał też, że w wyniku obserwacji dziecko nie tylko uczy się pewnych zachowań, ale też systemów wartości, które są ich przyczyną. Młody człowiek przyswaja sobie także sposób rozwiązywania problemów i samooceny¹⁹.

W świetle powyższej analizy wydaje się dość niebezpieczna reklama napoju „Sprite”. Przedstawieni w niej dwaj młodzi mężczyźni, którzy udają „Sprite” i „pragnienie”. Istotne w tym przekazie jest to, że „pragnienie” zabijane jest przez „Sprite”. Chłopak grający „pragnienie” spychany jest z dachu domu przez chłopaka udającego „Sprite”. Młodzieniec spada na ulicę, po czym ginie pod kołami jadącego samochodu. Jeśli odbiorcą tej reklamy będzie dziecko, to może mieć ona na nie bardzo negatywny wpływ. Bowiem ucząc się zasad postępowania poprzez obserwację, może się dziecku wydawać za właściwe zabijanie innej osoby.

Jak wynika z powyższej analizy rozwoju dziecka w wieku od 7 do 9 – 11 lat, młody człowiek w tym okresie życia staje się coraz bardziej samodzielny. Powoli zaczyna tworzyć własne poglądy i postawy. Rozwija się intelektualnie i emocjonalnie. Jednak nadal jest łatwym do zmanipulowania odbiorcą komunikatów reklamowych. W tym celu marketerzy wykorzystują jego słabe punkty, czyli przede wszystkim potrzebę akceptacji, przynależności oraz naśladownictwa.

Etap dojrzewania

Kolejny omawiany przeze mnie etap rozwoju dzieci, który niejednokrotnie wykorzystują marketingowcy, to czas adolescencji nazywany też okresem dojrzewania. Doświadczająca do grupa ludzi jest gość liczna, dlatego dla ułatwienia segmentyzacji odbiorców marketingowcy okres ten dzielą na następujące etapy: pierwszy to „dziel i rządź” od 9 – 11 do 12 lat, drugi to etap „wczesnego dojrzewania” od 13 do 15 lat.

Najistotniejsze zmiany, jakie zachodzą u dziecka w 9 - 15 lat wieku, opisał J. Piaget. Czas ten nazwał okresem operacji formalnych. Naukowiec zakłada, że w tym wieku dziecko nabywa zdolność myślenia hipotetyczno-dedukcyjnego. W wyniku tego nastolatek umie tworzyć różne warianty rozwiązywania problemów. Umie też na wiele sposobów postrzegać świat, jest zdolny do marzeń oraz do planowania swojej przyszłości. Myślenie oparte na operacjach formalnych powoduje, że młody człowiek posiada silny, ściśle logiczny system oceniania hipotez i wyprowadzania z nich wniosków²⁰.

¹⁸ Por. A. Mataczak, *Zarys psychologii rozwoju...*, dz. cyt., s. 225.

¹⁹ Por. *Psychologia rozwoju człowieka...*, dz. cyt., s. 111-112.

²⁰ Por. R. Vasta, M. M. Haith, S. A. Miller, *Psychologia dziecka...*, dz. cyt., s. 301.

Jednak jeśli młodemu człowiekowi nie uda się rozwinąć umiejętności myślenia hipotetyczno-dedukcyjnego, czyli myślenia wyższego rzędu, staje się bardzo podatny na manipulacje marketingowe. Dzieje się tak, gdy dziecko nie korzysta z ważnych obszarów mózgu, które uaktywniają się na przykład podczas czytania. Dochodzi wtedy do sytuacji, w której komórki nerwowe w mózgu nie wytwarzają odpowiednich połączeń neuronowych i w rezultacie zostają one usuwane przez mózg. Podobną sytuację możemy zaobserwować gdy nie używamy jakiegoś mięśnia znajdującego się w naszym organizmie. Nie używany, po jakimś czasie zanika²¹. W efekcie jeśli nastolatek całymi godzinami będzie oglądał telewizję, słuchał radia, grał w gry lub w inny sposób będzie miał kontakt z agresywną reklamą komercyjną, to wykształci się u niego coś, co marketerzy nazywają słabym punktem ograniczonego rozumowania. Spowoduje to, że młody człowiek nie będzie umiał krytycznie ocenić reklam i rzeczywistości, w której żyje.

Czas dojrzewania jest najczęściej bardzo trudny dla nastolatków. Zmienia się bowiem ich wygląd, szybko wzrasta masa ciała. Fizjologicznie ich organizmy przygotowują się do przyszłych zadań ojcowskich i macierzyńskich. Te zmiany wpływają na obraz ich własnej osoby oraz na związane z tym emocje. Najczęściej towarzyszą temu uczucia ambiwalentne i dezaprobaty dla zachodzących zmian²². Z tej dezaprobaty młodego człowieka do samego siebie korzysta reklama. Nastolatek ma bowiem w tym czasie skłonności do porównywania swojego wyglądu z lansowanymi w reklamach modelkami lub aktorkami. Nastolatek chce wyglądać tak jak oni. Dlatego bez wahania korzysta z reklamowanych przez swych idoli diet odchudzających, herbat i leków wpływających na szybką utratę masy ciała czy też kosmetyków mających przyspieszyć spalanie tkanki tłuszczowej. Jako przykład może posłużyć reklama kapsułek i tabletek wspomagających odchudzanie „Bio-C.L.A. Duo”. Występująca w reklamie Katarzyna Cichopek już na początku stwierdza, że szczupła sylwetka jest dla niej bardzo ważna. Odbiorca jest przekonany, iż osiągnęła ją dzięki temu preparatowi, ponieważ „Bio-C.L.A Duo ma podwójne działanie wyszczuplające. Teraz możesz chudnąć całą dobę. Działa dzień i w nocy!”²³. Tego typu reklama jest skuteczna nie tylko, dlatego że pozornie może zaspokoić silną potrzebę osiągnięcia zgrabnej sylwetki, ale i dzięki silnej potrzebie identyfikacji z aktorką, która dla młodych dziewczyn może być postrzegana jako autorytet. W dalszej kolejności może zostać zaspokojona silna potrzeba miłości i akceptacji. Młode dziewczyny często są przekonane, iż dzięki idealnej figurze będą bardziej kochane i szanowane.

Jednak nacisk ze strony reklamy na nierealistyczne dla tego wieku standardy wyglądu może doprowadzić do depresji, zaburzeń odżywiania a w niektórych przypadkach nawet do samobójstwa. Bowiem nastolatki zaczynają „tracić optymizm i cie-

²¹ Por. D. S. Acuff, R. H. Reiher, *Kidnaping* ..., dz. cyt., s. 285.

²² Por. *Psychologia rozwoju* ..., dz. cyt., t. 2, s. 170-171.

²³ Slogan pochodzi z reklamy preparatu wspomagającego odchudzanie „Bio-C.L.A”, <http://www.gadulek.pl/plotki-z-kraju/kasia-cichopek-w-reklamie-srodkow-odchudzajacych/>, dostęp: 25.02.2011.



Z okresem dojrzewania silnie łączy się bunt młodzieńczy. W tym czasie pojawia się konflikt między chęcią bycia samodzielnym a ograniczeniami narzucanymi przez rodziców. To może spowodować, że młodzi ludzie będą negować poglądy rodziców, negować ich opinie i przy każdej możliwości podkreślać swoją odrębność.

kawość świata, niechętnie podejmują ryzyko. Zanika ich asertywna i energiczna osobowość, stają się za to bardziej uległe, samokrytyczne i przygnębione. Wyrażają niezadowolenie ze swojego ciała”²⁴.

Z okresem dojrzewania silnie łączy się bunt młodzieńczy. W tym czasie pojawia się konflikt między chęcią bycia samodzielnym a ograniczeniami narzucanymi przez rodziców. To może spowodować, że młodzi ludzie będą negować poglądy rodziców, negować ich opinie i przy każdej możliwości podkreślać swoją odrębność²⁵. Sytuację napięcia będą także podtrzymywać twórcy reklam. Chłopcy bowiem w tym czasie przeżywają silny bunt młodzieńczy. Przeżywają intensywną potrzebę uniezależnienia się od rodziców i podkreślanie własnej odrębności. Najważniejszymi osobami stają się dla nich rówieśnicy, im ufają, im się zwierzają²⁶. Stąd reklamy dla tej grupy konsumentów ukazują, że wszystkie te produkty i usługi, które dają poczucie niezależności są modne i „trendy”, natomiast to, co polecane przez starszych jest złe i nudne. W wyniku tego u chłopców w tym wieku potrzeba posiadania podobnych jak koledzy gadżetów, gier, markowych ubrań. Jest to znaczący początek etapu, w którym młodzi chłopcy mogą stać się „jednym z tłumu i robić, kupować i mieć to, co cała grupa robi, kupuje i posiada”²⁷. Wykorzystuje to cała seria reklam sieci telefonii komórkowych Heyah z kotem Ryśkiem w roli głównej. Twórcy powołując się na grę słów w sloganach z powodzeniem przyciągają uwagę młodych odbiorców. Sympatyczny kot reklamuje nowy, superpopularny telefon, którym młody człowiek zawsze może pochwalić się wśród przyjaciół: „W Heyah na kartę dostajesz za nic. Telefon bez żadnej umowy już od złotówki! Dołącz do Heyah i złap swój telefon!”²⁸. Kot promuje też „super okazje”, czyli możliwość rozmawiania zupełnie za darmo z osobami

²⁴ *Dziecko w świecie...*dz. cyt., s. 183.

²⁵ Por. A. Mataczak, *Zarys psychologii rozwoju...*, dz. cyt., s. 227.

²⁶ Por. *Psychologia...*, dz. cyt., s. 94 – 95.

²⁷ D. S. Acuff, R. H. Reiher, *Kidnaping, Jak marketerzy...*, dz. cyt., s. 229.

²⁸ Slogan pochodzi z reklamy sieci Heyah, <http://www.youtube.com/watch?v=a8Z9BhJ69O8>, dostęp: 25.02.2011.

będącymi w tej sieci: „Nawijaj, aż zbaraniejesz. Cały miesiąc nawijania bez żadnych opłat i ograniczeń. Ze wszystkimi w Heyah – absurdalnie proste!”²⁹.

Powyższy przykład dowodzi, że twórcy tej reklamy chcą przekazać nastolatkowi, iż podkreślana przez niego odrębność w każdej sytuacji jest czymś pozytywnym i naturalnym. Dlatego będą się starali w taki sposób konstruować reklamy produktów by móc wykorzystać ten ich słaby punkt. Będą się starali pokazać, że wszystko to, co jest preferowane, zalecane przez rodziców oraz starsze osoby, jest złe, zaś wszystko to, co nowe i dające poczucie niezależności, jest dobre³⁰.

Młodzież w tym okresie rozwojowym zaczyna dojrzewać płciowo. Wiedzę o tym procesie nastolatki zdobywają najczęściej poza rodziną. Dlatego można u nich zauważyć zwiększoną potrzebę autonomii i uniezależnienia się od rodziców. Rówieśnicy stają się dla nich najważniejsi, często zastępują im najbliższych, to im młodzi się zwierniają i ufają³¹. „Grupa rówieśnicza oferuje rozmaite korzyści, w tym wsparcie w określeniu własnej tożsamości, zainteresowań, umiejętności, osobowości i autonomii poza kontrolą dorosłych”³².

Dlatego też nastolatek jest podatny na manipulacje marketerów, którzy w reklamach stosują zasadę, że jeżeli chce on „być na czasie” i należeć do ścisłego grona swoich rówieśników, to powinien nosić ubrania marki, które rówieśnicy reklamują. Powinien też pić i jeść to, co oni³³.

Rówieśnicy spełniają również potrzebę miłości i akceptacji. Dlatego reklamy pokazujące zajęcia w grupie rówieśników, wspólne wyjścia do kina, prywatki, wspólne rozgrywki sportowe, które z pewnością zwrócą uwagę młodego człowieka. Zainteresują ich też reklamy, w których występują idole oraz gwiazdy pojawiające się w mediach oraz wszystko to, co wydaje im się modne i co wyznacza trendy³⁴. Jako przykład może posłużyć nam reklama, w której występuje „FRUGO”, reklama niezawodnej gumy „Winterfresh” czy też reklama z Alicją Bachleda-Curus promującą szampon do włosów „Pantene Pro-V”.

Jedną z konsekwencji autonomii, do której skrupulatnie dążą dzieci i do której zachęcają reklamy, jest autonomia moralna. Młodzież zaczyna samodzielnie analizować przyjęte normy społeczne, przyjmuje je jako własne lub odrzuca³⁵.

Piaget, a za nim Kohlerb nazwał ten stan konwencjonalnym poziomem rozwoju moralnego. Według tej teorii młody człowiek zaczyna kierować się standardami, które nie są zależne od rodziców. Według uczonych zachowanie moralne człowieka wynika z aprobaty społecznej rówieśników oraz oparte jest na prawie i szacunku wobec autory-

²⁹ Slogan pochodzi z reklamy nowej oferty telefonów komórkowych Heyah, „Heyah –Nawijaj aż zbaraniejesz!”, <http://www.youtube.com/watch?v=cFlfZp7pxuU>, dostęp: 25.02.2011.

³⁰ Por. D. S. Acuff, R. H. Reiher, *Kidnaping...*, dz. cyt., s. 291.

³¹ Zob. *Psychologia rozwoju człowieka...*, dz. cyt., t. 3, s. 94-95.

³² D. S. Acuff, R. H. Reiher, *Kidnaping...*, dz. cyt., s. 281.

³³ Por. tamże, s. 291.

³⁴ Por. *Dziecko we współczesnej...*, dz. cyt., s. 149.

³⁵ Por. A. Mataczak, *Zarys psychologii rozwoju...*, dz. cyt., s. 229.



Uczenie się zachowań konsumpcyjnych w ujęciu poznawczym, rozumiane jest jako „zdobywanie umiejętności, uznawanych wartości, zachowań, gustów, preferencji oraz znaczenia związanego z różnymi wyrobami i ich gatunkami.

Od marketera i reklamodawcy konsumenci uczą się nazw wyrobów, ich cech, związanych z nimi faktów i wrażeń, które z kolei mają wpływ na działanie konsumentów”.

tetu³⁶. Dlatego też dziecko jest bardzo podatne na przykłady zachowań swoich rówieśników i idoli przedstawionych w reklamach. Jeżeli nastolatek ogląda brutalną reklamą, pokazującą zabijanie czy niszczenie czyjejś własności, to w przyszłości może dojść do sytuacji, w której jego uwaga i próg reakcji na przemoc gwałtownie się obniży. „Odrażające i niezdrowe formy negatywnych zachowań mogą stać się naturalne i akceptowalne. Jednocześnie producenci negatywnie naładowanych produktów i programów decydują, że muszą zwiększyć poziom agresywnych komunikatów lub obrazów reklamowych, by zdobyć i utrzymać uwagę znieczulonych, znudzonych odbiorców”³⁷.

Reklamy przesyłają też inne negatywne komunikaty, które mają wpływ na tworzenie się autonomii moralnej młodego człowieka. Marketingowcy wykorzystując zasadę, że wszystko jest dobre, co przynosi radość i zadowolenie, bez żadnych skrupułów proponują młodzieży środki antykoncepcyjne i prezerwatywy (np. reklama prezerwatyw „durex play”, w której hasło to „Durex play – przyjemność dla obojga partnerów”). Komunikat wynoszony z takiej reklamy jest jednoznaczny – brak szacunku do naturalnego procesu rozrodczego na rzecz szeroko pojętej konsumpcji i przyjemności. Również często reklamy alkoholu odwołują się do silnej potrzeby rozrywki i swobodnego stylu życia młodzieży, które stanowią jednocześnie ich słabe punkty. W większości tych reklam alkohol przedstawiony jest jako coś pozytywnego, jako normalną część życia towarzyskiego³⁸.

Młodzież, która ma częsty kontakt z reklamą piwa, ma przychylną postawę wobec picia alkoholu. Dlatego specjaliści od reklamy chcą zwrócić uwagę na swe reklamy jeszcze w wieku dorastania dzieci, tak aby wykształciło się w nich pozytywne skojarzenie i przywiązanie do marki. Zabieg ten sprawi, że w przyszłości ci młodzi ludzie będą stałymi konsumentami ich produktów.

³⁶ Zob. R. Vasta, M. M. Haith, S. A. Miller, *Psychologia dziecka...*, dz. cyt., s. 490-491.

³⁷ D. S. Acuff, R. H. Reiher, *Kidnaping...*, dz. cyt., s. 288.

³⁸ Zob. *Psychologia rozwoju...*, dz. cyt., t. 2, s. 182.

Przedstawiona przeze mnie krótka charakterystyka okresu dojrzewania młodzieży w wieku 9 - 15 lat pokazała, że młodzi ludzie podlegają znacznym zmianom w tym okresie. Przemianie ulega nie tylko ich wygląd zewnętrzny ale także procesy poznawcze. Zaczynają myśleć hipotetyczno-dedukcyjnie, wyprowadzają swoje poglądy, wnioski, są zdolni do myślenia abstrakcyjnego. Niestety, mają też słabe punkty, które wykorzystują specjaliści od marketingu. Najczęściej manipulują potrzebą autonomii, chęcią upodobnienia się do swych idoli i rówieśników. Dla osiągnięcia swych celów twórcy reklam wykorzystują również bunt młodzieńczy nastolatka oraz jego ograniczone rozumowanie.

Uczenie się zachowań konsumenckich przez dzieci

Najważniejszym zadaniem jakie ma do spełnienia reklama jest zaciekawienie odbiorcy komunikatu. Dzięki temu potencjalny klient zwróci na nią uwagę a w dalszej kolejności istnieje duże prawdopodobieństwo, że ją zapamięta. To z kolei pozwoli odbiorcom uczyć się zachowań konsumenckich proponowanych przez reklamę.

Uczenie się zachowań konsumpcyjnych w ujęciu poznawczym, rozumiane jest jako „zdobywanie umiejętności, uznawanych wartości, zachowań, gustów, preferencji oraz znaczenia związanego z różnymi wyrobami i ich gatunkami. Od marketera i reklamodawcy konsumenci uczą się nazw wyrobów, ich cech, związanych z nimi faktów i wrażeń, które z kolei mają wpływ na działanie konsumentów”³⁹. Zadaniem komunikatu reklamowego nie jest zatem skłonienie konsumenta do natychmiastowego kupna produktu, lecz nauczanie go postaw konsumpcyjnych.

W najprostszy sposób, młodzi konsumenci mogą nauczyć się tego typu zachowań poprzez wielokrotne stykanie się z tym samym komunikatem reklamowym, czyli poprzez jego powtarzanie. Otóż dzieci w wieku 7-15 lat posiadają już zdolność zapamiętywania mechanicznego, czyli podświadomie utrwalają im się obrazy, slogany, dźwięki⁴⁰. Wykorzystują to specjaliści od marketingu poprzez wielokrotne emitowanie tych samych reklam. Zabieg ten daje im pewność, że dziecko, które wiele razy usłyszało nazwy marek, hasła reklamowe, wierszyki i powiedzonka reklamowe nauczy się ich obrazowo lub słuchowo na pamięć⁴¹. Jednak aby proces ten był długotrwały, potrzebne jest częste powtarzanie komunikatów reklamowych. Wzrost zdolności zapamiętywania u dzieci w tym wieku na początku jest znaczny, po czym ulega stabilizacji i w końcu zmniejszeniu. Marketerzy muszą też pamiętać, że reklama bardziej utrwała się w pamięci konsumentów na początku emitowania⁴². Zaś dzięki powtarzaniu, konsument wykształca w sobie przekonanie, że dany produkt jest dobry i skuteczny. Jest to możliwe, ponieważ powstaje w jego świadomości pozytywne skojarzenie w stosunku do produktu. Dzieje się tak na skutek ciągłego przypominania

³⁹ G. R. Foxal, R. E. Goldsmith, *Psychologia konsumenta dla menadżera marketingu*, Warszawa 1998, s. 95.

⁴⁰ Por. *Psychologia rozwoju...*, dz.. cyt., t. 2, s. 134.

⁴¹ Por. G. R. Foxal, R. E. Goldsmith, *Psychologia konsumenta...*, dz. cyt., s. 95.

⁴² Por. A. Falkowski, T. Tysza, *Psychologia zachowań...*, dz.. cyt., s. 40.

zalet owego towaru przez osoby występujące w reklamie, wskutek oddziaływania towarzyszącej muzyki, kolorów, scenerii. Pozytywne skojarzenie może odgrywać decydującą rolę w momencie, gdy konsument zastanawia się nad kupnem produktu⁴³.

Zdobyte w nieświadomy sposób skojarzenie, a dzięki temu również doświadczenie przyczynia się według psychologii poznawczej do rozwiązywania potrzeb konsumentów. Dzięki zdobytym wcześniej informacjom na temat produktów, zachowanym w pamięci konsumenta, decyduje on o kupnie lub o odłożeniu zakupu danego towaru.

Kolejnym sposobem uczenia się w ujęciu poznawczym jest modelowanie i naśladownictwo. Naśladownictwo w sposób szczególny oddziałuje na zachowanie młodych konsumentów, bowiem mają oni ogromną potrzebę akceptacji przez grupę rówieśniczą. Stąd młodzi ludzie chcą wyglądać tak jak postaci z reklam, posiadać rzeczy, które posiadają nastolatki z reklam i robić wszystko to, co one.

Modelowanie z kolei to uczenie zastępcze oparte na teorii uczenia się społecznego. Obecność tego zjawiska w reklamie uzasadnia W. Wilkie. Twierdzi, że używa się go w reklamie po to, aby nauczyć konsumentów nowych zachowań oraz aby zwiększyć prawdopodobieństwo zakupu⁴⁴. W pierwszym przypadku „modelowanie obejmuje sytuacje, w których konsumenci uczą się wzorców zachowania, obserwując, jak zachowują się inni, a następnie przyswajając sobie zaobserwowane zachowania”⁴⁵. Modeluje się różne zachowania. W reklamie temu procesowi, podlegają zachowania aktorów. Marketerzy pokazują przy użyciu reklam, jak chcieliby aby konsumenci zachowywali się wobec promowanego wyrobu. Najczęściej pokazywane zachowania to: robienie zakupów, rozmowa ze sprzedawcą oraz konsumpcja. Natomiast zwiększenie prawdopodobieństwa zakupu towaru możliwe jest w sytuacji, gdy w reklamie pokazywane są pozytywne konsekwencje wpływające z zakupu promowanego towaru⁴⁶.

Konsument w wieku od 7 do 15 lat uczy się swych zachowań również dzięki procesom emocjonalnym, którym podlega. Do tego założenia odwołuje się ujęcie behawiorystyczne procesu uczenia się. Ujęcie to wyróżnia dwie podstawowe teorie uczenia się. Jest to warunkowanie klasyczne oraz warunkowanie instrumentalne⁴⁷.

Pierwsza z teorii wykorzystywana jest do wzmocnienia pozytywnych emocji wobec produktu lub nazwy marki w reklamie, druga posiada znaczącą rolę w projektowaniu strategii promocyjnych⁴⁸. Szczegółowo warunkowanie klasyczne opisał I. Pawłow. Według niego człowiek uczy się reagować na bodziec, który dawniej będąc obojętny, nie wywoływał u niego reakcji, choć był już dostępny w jego repertuarze zachowań. Otóż bo-

⁴³ Por. G. R. Foxal, R. E. Goldsmith, *Psychologia konsumenta* ..., dz. cyt., s. 96.

⁴⁴ Por. A. Kozłowska, *Reklama. Socjotechnika oddziaływania*, Warszawa 2006. s. 90.

⁴⁵ G. R. Foxal, R. E. Goldsmith, *Psychologia konsumenta*..., dz. cyt., s. 96.

⁴⁶ Zob. A. Kozłowska, *Reklama*..., op. cit., s. 91.

⁴⁷ Por. Z. Putkiewicz, B. Dobrowolska, T. Kukołowicz, *Podstawy psychologii, pedagogiki i socjologii*. Warszawa 1981, s. 185.

⁴⁸ Por. A. Falkowski, T. Tysza, *Psychologia zachowań*..., dz. cyt., s. 29.



Obecność warunkowania klasycznego w reklamie przynosi skutek tylko wtedy, gdy konsument ogląda reklamę w celu zabawowym i estetycznym. Istotny jest też fakt, że konsument w momencie jej oglądania nie chce kupić promowanego w niej towaru. Klasyczne warunkowanie przyniesie efekt wtedy, gdy reklamowane towary nie wymagają zaangażowania ze strony nabywców oraz gdy są to przedmioty codziennego użytku.

dzieci obojętny zaczyna wywoływać reakcje, jeśli wielokrotnie poprzedzi go działanie bodźca nieoobojętnego. Z czasem bodziec obojętny zaczyna przybierać znaczenie bodźca nieoobojętnego, sygnalizując jego wystąpienie. U człowieka nie pojawiają się nowe reakcje, lecz nowe związki między reakcjami a bodźcami, które wcześniej nie powodowały wystąpienia tych reakcji⁴⁹.

Obecność warunkowania klasycznego w reklamie przynosi skutek tylko wtedy, gdy konsument ogląda reklamę w celu zabawowym i estetycznym. Istotny jest też fakt, że konsument w momencie jej oglądania nie chce kupić promowanego w niej towaru. Klasyczne warunkowanie przyniesie efekt wtedy, gdy reklamowane towary nie wymagają zaangażowania ze strony nabywców oraz gdy są to przedmioty codziennego użytku⁵⁰.

Bardzo często marketerzy, aby wpłynąć na zachowanie młodych konsumentów, wykorzystują w reklamach podkład muzyczny jako bodźca bezwarunkowego, mającego znaczący wpływ na młodzież. Użycie muzyki wywołuje bezwarunkowe reakcje emocjonalne, zdolne do wpływania na zakup reklamowanego towaru. Bodziec ten może wywołać przyjemne uczucia lub postawy, które skłonią do zakupu towaru⁵¹. W działalności reklamowej każde hasło lub znak towarowy może więc wywołać reakcje emocjonalne, które będą miały wpływ na późniejsze zachowanie konsumenta.

Dzięki warunkowaniu klasycznemu konsumenci kształtują również swe preferencje co do marek i gatunków produktów. Zgodnie z zasadą generalizacji bodźca, podobne bodźce wywołują podobne reakcje. Znaczy to, że jeśli bodźce mają cechy podobne do pierwotnego bodźca warunkowego, to mogą one wywoływać podobne reakcje jak bodziec pierwotny. Gdy zostanie ustanowione pierwsze skojarzenie między bodźcem a reakcją może być ono później rzutowane na inne bodźce na zasadzie kojarzenia i powtarzania. Ta zasada jest wykorzystywana w strategii marketingowej polegającej na nadawaniu

⁴⁹ Zob. Z. Włodarski, *Psychologia uczenia się*, Warszawa 1996, t. 1, s. 66.

⁵⁰ Por. A. Falkowski, T. Tyszką, *Psychologia zachowań*..., dz. cyt., s. 32-33.

⁵¹ Por. G. R. Foxal, R. E. Goldsmith, *Psychologia konsumenta* ..., dz. cyt., s. 108.

różnym gatunkom produktów – często całkowicie od siebie odmiennych – tej samej, rozpoznawalnej marki, na przykład ser i sos do sałatek „Kraft”. Konsumenci odnoszą się przychylnie do nowego produktu, tak długo, jak sama nazwa gatunku budzi pozytywne skojarzenia⁵². Marketingowcom zależy więc na emocjonalnym związaniu konsumenta z produktem. Jednak skuteczność warunkowania klasycznego będzie zależna od tego, czy twórcy reklamy poznali charakterystyczne cechy swoich młodych odbiorców reklam. Zależać też będzie od umiejętności manipulowania bodźcem emocjonalnym, który powstał na bazie ich wcześniejszych doświadczeń⁵³.

Uczenie się postaw konsumenckich jest możliwe także poprzez warunkowanie instrumentalne. Polega ono na uczeniu się reakcji, czynności dzięki którym osiągamy zamierzony cel. Kluczową rolę w tym procesie odgrywa wzmocnienie, jako nagroda za wykonanie zadania. Na przykład zwierzę, które zachowa się tak jak chce jego właściciel, otrzyma nagrodę w postaci przysmaku. Czynność jako reakcja staje się powodem, instrumentem do osiągnięcia nagrody. Nagroda zaś jest bodźcem utrwalającym⁵⁴.

Wnikliwe badania na temat warunkowania społecznego przeprowadził B. F. Skinner. Ustalił, że częstość określonych zachowań konsumenckich zależna jest od rodzaju wzmocnienia, to jest czy będzie ono miało charakter pozytywny czy też negatywny. Bowiem wzmocnienie pozytywne to takie konsekwencje zachowania, których konsument się spodziewa i są przez niego pożądane. Natomiast z negatywnym wzmocnieniem mamy do czynienia, gdy określone zachowanie przynosi niepożądane konsekwencje⁵⁵.

Ważne jest, aby młody konsument nauczył się rozpoznawać bodźce mające charakter pozytywnych wzmocnień. To właśnie dzięki tej zdolności może nauczyć się odróżniać, na przykład spodnie prestiżowej, cenionej przez rówieśników marki X od mniej znanej marki Y. Ma to szczególne znaczenie, ponieważ tylko zakup czekolady marki X przyniesie mu nagrodę – uznanie i akceptację w gronie przyjaciół⁵⁶.

Według T. Terelaka, komunikat reklamowy będzie miał skuteczny wpływ na zachowania konsumenckie, jeśli będą one za każdym razem wzmacniane. Musi być to jednak proces ciągły, bowiem człowiek bardzo szybko uczy się wzmacnianych zachowań, lecz gdy wzmocnienia ustają, znikają również pożądane zachowania⁵⁷. Istotne jest jednak, aby nie doszło do stanu przesycenia, spowodowanym zbyt częstym pojawieniem się bodźca wzmacniającego. Przesycenie powoduje, że człowiek staje się emocjonalnie odporny na owy bodziec. W konsekwencji marketerzy zmuszeni są do zmiany bodźców, za pomocą których wcześniej manipulowali odbiorcą komunikatu reklamowego⁵⁸.

⁵² Por. tamże, s. 109.

⁵³ Por. A. Kozłowska, *Reklama...*, dz. cyt., s. 86.

⁵⁴ Por. Z. Putkiewicz, B. Dobrowolska, T. Kukołowicz, *Podstawy psychologii, pedagogiki* ..., dz. cyt., s. 187.

⁵⁵ Por. A. Kozłowska, *Reklama...*, dz. cyt., s. 87.

⁵⁶ Por. A. Falkowski, T. Tyszka, *Psychologia zachowań...*, dz. cyt., s. 35.

⁵⁷ Por. J. Terelak, *Podstawy psychologii*, Warszawa 1994, s. 119.

⁵⁸ Por. A. Kozłowska, *Reklama...*, dz. cyt., s. 89.

Reklama ma również dostarczyć młodemu konsumentowi informacji w jaki sposób ma zaspokoić swoje potrzeby. „Pozytywne konsekwencje zakupu produktu wpływają na wytworzenie związku pomiędzy niezaspokojoną potrzebą, a możliwością jej zaspokojenia poprzez zakup danego produktu. Zwiększa to prawdopodobieństwo utrwalenia takiego zachowania”⁵⁹.

W procesie warunkowania instrumentalnego, swe uzasadnienie znajduje też uczenie się przybliżające, nazywane również kształtowaniem zachowania. „Proces ten, nie polega na wytwarzaniu nawyku, który wiąże się z częstym powtarzaniem istniejącej reakcji, lecz na uczeniu się nowej reakcji końcowej za pośrednictwem sekwencji zmierzających do niej działań poprzedzających⁶⁰. Według A. Falkowskiego i T. Tyszki metoda ta wykorzystywana jest często w supermarketach. Ma ona sprzyjać zapamiętaniu drogi prowadzącej do artykułu znajdującego się zawsze w tej samej, określonej części sklepu. Kiedy konsument przychodzi do sklepu po jabłka, po drodze spotyka się z informacją, że znajduje się on najpierw w dziale spożywczym sklepu, a następnie w dziale warzyw i owoców. Po drodze może się jednak spotkać z reklamą nowych produktów, degustacją czy też obniżką cen, na co młody klient jest mało odporny. Istnieje zatem duże prawdopodobieństwo, że da się zmanipulować poprzez niespodzianki umieszczone na drodze do działu z owocami⁶¹.

Jak wynika z zaprezentowanej przeze mnie analizy, proces uczenia się może być rozumiany na wiele sposobów. Jednak efektem tego procesu są zawsze zmiany w strukturach pamięci konsumentów oraz w ich zachowaniu. Istotną rolę w tym procesie odgrywa niewątpliwie reklama. Dostarcza ona bowiem informacji o produktach, które potem mogą mieć decydujące znaczenie jakie towary i ich gatunki konsument będzie nabywał. ■

BIBLIOGRAFIA:

- ACUFF D. S., REIHER R. H., *Kidnaping. Jak marketerzy kontrolują umysł twojego dziecka*, Gliwice 2006.
- BOGUNIA-BOROWSKA M., *Dziecko w świecie mediów i konsumpcji*, Kraków 2006.
- Dziecko we współczesnej kulturze medialnej*, red. B. ŁACIAK, Warszawa 2003.
- FALKOWSKI A., TYSZKA T., *Psychologia zachowań konsumenckich*, Gdańsk 2006.
- FOXALL R.F, GOLDSMITH R.E., *Psychologia konsumenta dla menadżera marketingu*, Warszawa 1998
- FRĄTCZAK-RUDNICKA B., *Dzieci na zakupach*, „Marketing w Praktyce”, 2001, nr 8, s. 23-27.
- KOZŁOWSKA A., *Reklama. Socjotechnika oddziaływania*, Warszawa 2006.

⁵⁹ Tamże, s. 88.

⁶⁰ Por. G. R. Foxal, R. E. Goldsmith, *Psychologia konsumenta* ..., dz. cyt., s. 108.

⁶¹ Por. A. Falkowski, T. Tyszka, *Psychologia zachowań...*, dz. cyt., s. 37.

- PRZETACZNIKOWA M., WŁODARSKI Z., *Psychologia wychowawcza*, Warszawa 1980.
- MATCZAK A, *Zarys psychologii rozwoju*, Warszawa 2003, s. 223-235.
- Psychologia rozwoju człowieka*, red. B. HARWAS- NAPIERAŁA, J. TREMPAŁA, t. 2, Warszawa 2000.
- Psychologia rozwoju człowieka*, red. B. HARWAS- NAPIERAŁA, J. TREMPAŁA, t. 3, Warszawa 2000.
- PUTKIEWICZ Z., DOBROWOLSKA B., KUKOŁOWICZ T., *Podstawy psychologii, pedagogiki i socjologii*, Warszawa 1981.
- TERELAK J., *Podstawy psychologii*, Warszawa 1994.
- VASTA R., HAITH M. M., MILLER S. A., *Psychologia dziecka*, Warszawa 1995.
- WŁODARSKI Z. Włodarski, *Psychologia uczenia się*, tom 1, Warszawa 1996..

O AUTORZE:

Aleksandra Gralczyk – doktor, absolwentka Instytutu Edukacji Medialnej i Dziennikarstwa na UKSW oraz studiów pedagogicznych. Specjalista w zakresie komunikacji wizualnej, promocji i organizacji eventów. Od 2007 r. prowadzi ćwiczenia z zakresu technologii informatycznej, projektowania graficznego oraz komunikacji wizualnej na kierunku teologia ogólna oraz na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna w Instytucie Edukacji Medialnej i Dziennikarstwa.

IMPLIKACJE TEOLOGICZNE

Bartosz Wieczorek

Nieszczęście weszło mi w ciało i duszę – rzecz o Simone Weil

Misfortune entered my body and soul – memories of Simone Weil

STRESZCZENIE:

TEKST PRZEDSTAWIA W FORMIE ESEJU MYŚL I DZIAŁALNOŚĆ FRANCUSKIEJ MYŚLICIELKI SIMONE WEIL, UWAŻANEJ PRZEZ WIELU INTELEKTUALISTÓW ZA JEDNĄ Z NAJWAŻNIEJSZYCH POSTACI DWUDZIESTOWIECZNEJ HUMANISTYKI. MYŚL JEJ ŁĄCZY W SOBIE TRADYJCJĘ FILOZOFII GRECKIEJ ORAZ TRADYJCJĘ CHRZEŚCIJAŃSKĄ, KTÓRĄ WEIL ODCZYTUJE BEZPOŚREDNIO Z EWANGELII. RYSEM ZNAMIENNY MYŚLI I DZIAŁANIA WEIL JEST ŁĄCZENIE RÓŻNYCH PUNKTÓW WIDZENIA I SZUKANIE WE WSZYSTKIM RÓWNOWAGI I CZEŚCI WSPÓLNYCH. W SWEJ AKTYWNOŚCI SPOŁECZNEJ STAWAŁA ZAWSZE PO STRONIE SŁABSZYCH I BEZBRONNYCH, ZA KTÓRYMI NIKT SIĘ NIE WSTAWIAŁ. JEJ BEZKOMPROMISOWA POSTAWA MORAŁNA, GOTOWOŚĆ DO NAJWIĘKSZYCH WYRZECZEŃ W IMIĘ SPRAWIEDLIWOŚCI, DĄŻENIE DO PRAWDY, UZNANIE KAŻDEGO DOBRA JAKO POCHODZĄCEGO OD BOGA, KTÓRY JEST DOBREM, SPRAWIAJĄ, IŻ WEIL JEST POSTACIĄ ORYGINALNĄ, NIEPORÓWNYWALNĄ Z NIKIM. ZAPOZNANIE SIĘ Z JEJ ŻYCIEM I AKTYWNOŚCIĄ MOŻE BYĆ DLA WIELU OSÓB WIELKIM BODŹCEM DO WŁASNYCH POSZUKIWAŃ DUCHOWYCH, A DLA FILOZOFÓW I TEOLOGÓW, LUBIĄCYCH WSZYSTKO RACJONALIZOWAĆ I SPROWADZAĆ DO SUCHYCH POJĘĆ JEJ MYŚL JEST NIE LADA WYZWANIEM – BURZY BOWIEM UTARTE SCHEMATY MYŚLENIA, UKAZUJĄC CAŁKIEM NOWE PERSPEKTYWY PATRZENIA NA FILOZOFIE, RELIGIE, ETYKĘ.

SŁOWA KLUCZOWE:

SIMONE WEIL, BÓG, ROBOTNICZY, PRAWDA, SPRAWIEDLIWOŚĆ, NIEINTERWENCJA, DUCHOWOŚĆ

ABSTRACT:

THE TEXT PRESENTS THE THOUGHT AND ACTIVITY OF THE FRENCH THINKER SIMONE WEIL IN THE FORM OF ESSAY. SHE WAS CONSIDERED BY MANY INTELLECTUALISTS AS ONE OF THE MOST IMPORTANT FIGURES OF THE 20TH CENTURY HUMANITIES. HER THOUGHT COMBINES THE TRADITION OF GREEK PHILOSOPHY WITH THE CHRISTIAN TRADITION, WHICH IS READ BY WEIL DIRECTLY FROM THE GOSPEL. WHAT DIFFERENTIATES WEIL'S THOUGHTS AND ACTIVITIES IS THE COMBINATION OF VARIOUS POINTS OF VIEW AND LOOKING FOR BALANCE AND COMMON PARTS IN EVERYTHING. IN HER PUBLIC WORK SHE ALWAYS SUPPORTED THE WEAKER AND HELPLESS ONES, WHO WERE LEFT FOR THEMSELVES. HER UNCOMPROMISING MORAL ATTITUDE, READINESS FOR THE LARGEST SACRIFICE IN THE NAME OF JUSTICE, STRIVING FOR TRUTH, CONSIDERING ALL THE GOOD AS COMING FROM GOD, WHO IS THE GOOD, MAKE WEIL A UNIQUE AND INCOMPARABLE FIGURE. FAMILIARIZATION WITH HER LIFE AND ACTIVITIES CAN BE A LARGE STIMULUS FOR MANY PEOPLE, WHO LOOK FOR THEIR OWN SPIRITUALITY, AND FOR PHILOSOPHERS AND THEOLOGAINS, WHO LIKE MAKING EVERYTHING RATIONAL AND BRINGING HER THOUGHTS TO MERE CONCEPTS IS QUITE A CHALLENGE FOR IT PARTS FROM USUAL WAYS OF THINKING, PRESENTING AT THE SAME TIME THE NEW PERSPECTIVES OF LOOKING AT PHILOSOPHY, RELIGION, ETHICS.

KEYWORDS:

SIMONE WEIL, GOD, WORKING CLASS, TRUTH, JUSTICE, UNINTERVENTION, SPIRITUALITY

Jej życiem i myślą zachwycił się Albert Camus, a Czesław Miłosz uznał ją za jedną z największych postaci, które ofiarował ludzkości śmiercionośny wiek dwudziesty. Prowadziła dysputy z Lwem Trockim, poznała i odrzuciła wielkie idee lat trzydziestych XX w. – marksizm, komunizm, anarchizm. Choć była pacyfistką, brała udział w wojnie domowej w Hiszpanii. Zawsze stała po stronie słabszych, bezbronnych, uciskanych. Ta „szalona” filozofka pracująca w fabryce dała prawdziwy opis zniewolenia robotników. Z ateistki przeistoczyła się w chrześcijankę, nie przyjęła jednak chrztu. Zawsze chciała być po stronie tych, za którymi nikt nie stoi.

Ta niezwykła kobieta nazywała się Simone Weil. Przyszła na świat w Paryżu przy Bulwarze Strasburskim 3 lutego 1909 r. w rodzinie żydowskiego lekarza. Z domu rodzinnego wyniesie szacunek dla kultury, otwartość na różne idee, prawość charakteru i brak troski o sprawy materialne. Weil uczy się głównie prywatnie, matka zabiega o wszechstronny rozwój duchowy, intelektualny i fizyczny Simone i jej brata André, który szybko staje się dla niej wzorem (w wieku ośmiu lat rozwiązuje skomplikowane zadania geometryczne, a w wieku lat dziesięciu zaczyna uczyć się greki). Simone w nauce od początku przeszkadza bardzo słabe zdrowie, z trudnością przychodzą jej ćwiczenia fizyczne.

Czesław Miłosz tak podsumowuje jej postać: „Nie nadawała się do życia. Krótkowzroczna, fizycznie mało sprawna, czysta, prawa, nieustraszona, trochę przerażająca uniwersyteckich kolegów, (...) zrażała ludzi zaniedbaniem w stroju i zupełnym brakiem kobiecości, a zapewne i nadmiarem książkowej wiedzy”.

*

Choć samo jej bogate życie wystarczy za osobne dzieło, to krzywdzące dla Weil byłoby pominięcie jej dorobku intelektualnego, głównie na polu filozofii i myśli religijnej. Niżej tekst pomija jednak ten wymiar świadomości, skupiając się na opisanu postaci i myśli Weil w działaniu. Dla porządku trzeba jednak odnotować, iż niezaprzeczalnym źródłem jej myśli była filozofia grecka i to już od czasów jońskich filozofów przyrody poszukujących *arche*. Dla Weil to, co najistotniejsze w tej tradycji, to nieustające napięcie między pierwotną Jednością (identyczną z Dobrem) a uwarunkowanym, zmiennym bytem. Drugim źródłem były dla niej, stawiane na równi z filozofią grecką Ewangelie. Przypowieści Jezusa traktowała na równi z metaforami Platona. Owo przymierze Aten z Jerozolimą, w które nie wierzył Lew Szestow, dawało Weil wyjątkową perspektywę patrzenia na współczesną kulturę i sprawiało, że mogła równie mocno krytykować błędy Oświecenia jak i manowce religii. Ta biegunowość jej myśli, jej „chrześcijański platonizm” zyskiwał jeszcze dodatkową perspektywę dzięki jej otwarciu na myśl dalekiego Wschodu.

*

Simone w 1919 r. rozpoczyna naukę w liceum, gdzie z koleżankami zakłada stowarzyszenie „Rycerzy Okrągłego Stołu”, które pomaga słabszym uczniom. Już wtedy,

w wieku 10 lat, sympatyzowała z bolszewikami¹. W latach 1922-1923 zмага się z ciężką depresją wywołaną krytyką jednej z nauczycielek oraz frustracją z powodu wielkich sukcesów brata, który w wieku 16 lat zostaje przyjęty do sekcji nauk ścisłych École Normale Supérieure². W wakacje, mając 12 lat, czyta „Zbrodnie i karę”.

W czerwcu 1925 r. zdaje maturę z filozofii i rozpoczyna naukę w klasie pierwszej wyższej liceum Henryka IV. To tu przygotowuje się do studiów w École Normale Supérieure. W liceum przez trzy lata dojrzewa intelektualnie pod okiem swego mistrza, znanego filozofa i eseisty francuskiego Émila Chartier (piszącego pod pseudonimem Alain). Alain napisze później o niej: „Nie miała w sobie nic z nas... wszystkich osądzała w sposób niezależny”³. To czas burzliwych dyskusji i spotkań z przyjaciółmi, Simone angażuje się w sprawy polityczne i społeczne. Jak podkreślał jeden z jej przyjaciół: „Żywiła fanatyczny podziw dla wszystkich, którzy byli inni, wykluczeni, poza prawem”. W 1929 r. podejmuje pracę na roli w gospodarstwie swej ciotki – pracując z ludźmi, czuje radość, bo może uczestniczyć w ich prawdziwym życiu.

Dyplom ukończenia studiów wyższych uzyskuje w 1930 r. Praca, którą broni, nosi tytuł „Nauka i postrzeganie u Kartezjusza”. Porusza w niej fundamentalny dla siebie problem, jakim jest połączenie teorii i praktyki, myśli i działania. W 1931 r. decyduje się na rozpoczęcie pracy wśród rybaków. Marxcel Lacarpentier, właściciel kutra, który wziął ją na pokład i którego Simone w wolnym czasie uczyła arytmetyki, powiedział o niej: „Chciała poznać naszą niedolę, wyzwolić robotników... Wciąż cierpiała na bóle głowy”⁴.

We wrześniu 1931 r. Simone obejmuje posadę nauczycielki filozofii w niewielkim miasteczku Puy. Do 1934 r. uczy w trzech żeńskich liceach oraz prowadzi zajęcia w ramach uniwersytetu robotniczego, którego działalność rozwinęła w Saint-Étienne. Angażuje się w pracę w Związku Zawodowym Nauczycieli, dążąc do powołania jednostki międzyzwiązkowej, która łączyłaby różne środowiska. Za wsparcie zamieszek bezrobotnych w Puy na przełomie 1931/31 r. zostaje zwolniona z pracy. Simone dotyka napastliwe ataki prasy. Waha się, czy nie wstąpić w szeregi partii komunistycznej, ale uznaje ostatecznie, iż jedynie działalność związkowa może przynieść realną zmianę sytuacji robotników.

Po powrocie z Niemiec w 1932 r. Simone pisze szereg tekstów, w których opisuje napiętą sytuację w Niemczech. Zarzuca partii komunistycznej bierność i dziwi się atmosferze przygnębienia panującej w niemieckim ruchu robotniczym. W swym tekście „Perspektywy. Czy zmierzamy do rewolucji proletariackiej” dokonuje analizy społecznej pod kątem możliwości powodzenia rewolucji socjalistycznej. Boris Souvarine, francuski komunista, jeden z pierwszych krytyków stalinizmu nazwie Weil „pierwszym od

¹ J. Hellman, *Simone Weil: An Introduction to her Thought*, Wilrid Laurier University Press 1982, s. 19.

² „W wieku lat czternastu wpadła w bezzenną rozpacz, jak to się zdarza w wieku dojrzewania i poważnie myślałam o śmierci, z powodu mojej przeciętności i braku wrodzonych uzdolnień”. S. Weil, *Wybór pism*, oprac. Cz. Miłosz, Wydawnictwo Znak, Kraków 1991, s. 31.

³ G. Fiori, *Simone Weil. Kobieta absolutna*, Wydawnictwo W Drodze, Poznań 2008, s. 254.

⁴ Tamże, s. 256.

wielu lat mózgiem ruchu robotniczego”⁵. Tekst Weil budzi ostrą krytykę Lwa Trockiego, z którym spotyka się potajemnie w Barbizon pod koniec 1933 r.

*

W marcu 1934 r. Weil postanawia wycofać się całkowicie z polityki, nie chce brać odpowiedzialności za ewentualny rozlew krwi. Głosi przy tym przekonanie, iż ucisk w społeczeństwie jest głębszy, bardziej rozległy i wymaga innych rozwiązań niż rewolucja. Swoje poglądy wyraża w eseju „Przemyslenia na temat przyczyn wolności i ucisku w społeczeństwie”.

Chcąc doznać jak najpełniej niedoli robotników, Weil pracuje w fabryce jako frezarka w okresie od 4 grudnia 1934 r. do 9 sierpnia 1935 r. Znajomi odradzają jej to z powodu jej wątłego zdrowia. Simone żyje wyłącznie ze skromnych zarobków w wynajętym pokoju w robotniczej dzielnicy. Eksperyment ten miał być dla niej podstawą do wypracowania metody realnej poprawy losu robotników⁶. W „Dzienniku fabrycznym” opisała na bieżąco swoje doświadczenia. „Dopiero w fabryce, kiedy utożsamiałam się, w opinii wszystkich i mojej własnej, z anonimową masą, nieszczęście weszło mi w ciało i duszę. (...) Dostałam tam na zawsze piętno niewolnictwa, jak to piętno, które Rzymianie rozpalonym żelazem wypalali na czole swoich najbardziej pogardzanych niewolników. Odtąd zawsze patrzę na siebie jako na niewolnicę”⁷.

Weil zauważa cztery główne przejawy cierpienia (ciężaru pracy), które są udziałem robotników: głód, zmęczenie, strach i zniewolenie. Głód – „wychodząc z fabryki, wracać natychmiast do siebie, aby uniknąć pokusy zjedzenia kolacji i czekać na porę snu, który zresztą będzie niespokojny, ponieważ nawet w nocy człowiek jest głodny”⁸. Zmęczenie – „do tego stopnia, że w pełnych bólu chwilach pragnęłoby się śmierci”⁹. Strach – „że się wyczerpiesz albo że się zestarzejesz, że wkrótce już nie będziesz mógł”¹⁰. Zniewolenie – „jesteś rzeczą powierzoną woli kogoś innego”¹¹.

Jako skutek swego robotniczego doświadczenia Weil przyjęła ideę, iż „Punktem oparcia dla nowego społeczeństwa winno być pojęcie równowagi”¹². Równowaga między duszą i ciałem, między teorią i praktyką powinna być podstawą nowego sposobu organizacji pracy przemysłowej. Weil tworzy podstawy nowej filozofii pracy w oparciu o zasadę: „Przystąpić do poszukiwania rozwiązań technicznych – jednak nie takich, które przyniosą większy zysk, lecz takich, które zaowocują większą wolnością; to byłoby coś

⁵ Tamże, s. 259.

⁶ S. Pétrement, *Simone Weil - ein Leben*, Leipzig 2007, s. 305.

⁷ S. Weil, *Wybór pism*, dz. cyt., s. 33-34.

⁸ G. Fiori, *Simone Weil. Kobieta absolutna*, dz. cyt., s. 70.

⁹ Tamże.

¹⁰ Tamże, s. 71.

¹¹ Tamże.

¹² Tamże, s. 175.

całkiem nowego”¹³. Pragnie, by robotnik nie był tylko trybikiem w maszynie, lecz by był świadom sensu i celu wykonywanej pracy. Tymczasem współcześnie jednostka jest zmiążdżona i poza kontekstem maszyny nie ma żadnego znaczenia. Jej wielką ideą było zindywidualizowanie maszyn, czyli dostosowanie ich we wszelkich wymiarach do potrzeb pracującego człowieka. Weil wprowadza też pojęcie pracy kwalifikowanej – funkcje w przemyśle powinny być „rozłożone w porządku hierarchicznym, jednak nie tylko wedle zależności „polecenie-wykonanie”, ale na podstawie kwalifikacji”¹⁴, czyli indywidualnych zdolności jednostki.

W 1935 r. dokonuje się w niej wielka przemiana duchowa, w czasie wizyty w Hiszpanii i Portugalii obserwując uroczystości celebrowane przez mieszkańców ubogiej wioski doświadcza bliskości chrześcijaństwa: „Tam nagle ogarnęła mnie pewność, iż chrześcijaństwo jest w szczególny sposób religią niewolników, że niewolnicy, a więc wśród nich ja, nie mogą do niego nie należeć”¹⁵.

Traktat o dobru

Główne źródła myśli Weil sięgają do Platona, którego interpretowała w tradycji chrześcijańskiej. Wiele zaczerpnęła z tradycji hinduskiej i taoistycznej, choć Ewangelia w końcowym okresie jej życia była dla niej głównym punktem odniesienia. Jej filozofia posiadająca strukturę teologiczną ma także wyraźne piętno tradycji mistycznej.¹⁶

Naczelną kategorią filozofii Weil jest kategoria dobra, które interpretuje ona w tradycji platońskiej i chrześcijańskiej. Dobro należy, obok prawdy i piękna, do jednej z trzech niepojętych tajemnic świata. Pojęcie tajemnicy jest istotne dla zrozumienia dobra. Weil pisze: „O tajemnicy wolno mówić wtedy, kiedy najlogiczniejsze, najbardziej ściśle posługiwanie się inteligencją prowadzi w ślepy zaułek, do sprzeczności, której nie sposób uniknąć, w tym sensie, że usunięcie jednego słowa pozbawia drugie sensu, że ustalenie pewnego terminu zmusza do ustalenia drugiego.”¹⁷ Z fragmentu tego wynika, iż tajemnica związana jest ściśle z rozumem, a dokładniej mówiąc z uznaniem jego granic. Rozum ludzki zdaniem Weil ograniczony jest jedynie do sfery zjawisk naturalnych, którymi rządzą konieczne prawa. Na obszarze swojej aktywności rozum jest całkowicie wolny i nie może podlegać żadnym autorytetom. Wątpienie, poszukiwanie, stwierdzanie i zaprzeczanie są naturalnymi cechami działania rozumu.

„Rozum potrzebuje zupełnej wolności, włącznie z wolnością zaprzeczenia istnienia Boga i wskutek tego religia wiąże się z miłością, a nie ze stwierdzeniem czegoś albo z zaprzeczeniem.”¹⁸

¹³ Tamże, s. 176.

¹⁴ Tamże, s. 180.

¹⁵ Tamże, s. 262.

¹⁶ *Przewodnik po literaturze filozoficznej XX wieku*, t.1, red. B.Skarga, Warszawa 1994, s. 439-447.

¹⁷ S. Weil, *Świadomość nadprzyrodzona*, tłum. A.Olędzka-Frybesowa, Warszawa 1996, s. 47-48.

¹⁸ Tamże, s. 50.



Pragnienie dobra porusza według Weil każdego człowieka, niezależnie od tego, czy jest on tego świadomy. Wynika z tego, iż człowiek pragnie czegoś, czego nie posiada. Każdy człowiek zatem pragnie przyjąć dobro spoza siebie. Powszechnym jest jednak to, iż człowiek umieszcza dobro w tym świecie (przyrodzonym). „Kaźda istota ludzka nie uniknie konieczności przyjęcia jakiegoś dobra poza sobą, ku któremu w porywie pragnienia zwraca się myślą z błaganiem i nadzieją. Jest to zatem tylko wybór między uwielbieniem prawdziwego Boga a bałwochwalstwem”.

Z tego też względu rozum jest bezradny, jeśli chodzi o sferę nadprzyrodzoną (transcendentną). Mimo, iż rozum nie może przeniknąć tajemnicy, posiada jednak bardzo ważną rolę, gdyż może kontrolować drogi prowadzące do niej¹⁹. Zadaniem rozumu jest stwierdzenie sprzeczności, która dla Weil jest jedyną drogą do transcendencji. Transcendencja jest domeną tego, co niemożliwe i niepojmowalne, dlatego też utożsamia się z tajemnicą. Absurd, który rodzi się ze sprzeczności, przed którymi staje rozum, stanowi dla Weil oznakę tajemnicy²⁰.

„Przypadek zdań sprzecznych prawdziwych: Bóg istnieje, Bóg nie istnieje. Na czym polega problem? Jestem zupełnie pewna, że jest Bóg, w tym sensie, że jestem zupełnie pewna, iż moja miłość nie jest złudzeniem. Jestem zupełnie pewna, że nie ma Boga, w tym sensie, że jestem zupełnie pewna, iż nic rzeczywistego nie odpowiada temu, co mogę pojąć wypowiadając to słowo. Ale to, czego nie mogę pojąć, nie jest złudzeniem”²¹.

Władzą wyższą od rozumu, która prowadzi wyżej niż on, jest miłość nadprzyrodzona, która umożliwia przeżycie transcendencji, zetknięcie z nią²². Nie oznacza to jednak dowolności czy subiektywizmu ze strony człowieka, gdyż w „dziedzinie stosunków

¹⁹ Tamże, s. 48.

²⁰ A. Budkowska, *Rozum a tajemnica, czyli Simone Weil logika absurdu*, w: „Kwartalnik Filozoficzny”, 1999, z.1, s. 114-115.

²¹ S. Weil, *Świadomość nadprzyrodzona*, dz. cyt., s.51.

²² Tamże.

między człowiekiem a światem nadprzyrodzonym należy dążyć do ścisłości większej niż ścisłość matematyczna”²³.

Po tych wyjaśnieniach powróćmy do kategorii dobra u Weil. Według niej dobro jest najwyższą tajemnicą, gdyż z jednej strony jego istnienie w świecie naturalnym jest niemożliwe, gdyż nic na ziemi nie jest dobre (wszystko podlega konieczności), a z drugiej strony tylko dobro jest jedyną prawdziwą rzeczywistością, jest Bogiem. Myśl Weil opiera się tu na radykalnym rozdziale świata nadprzyrodzonego i naturalnego, które tak charakterystyczne jest dla Platona i niektórych myślicieli chrześcijańskich. Wyrażony jest tu swoisty paradoks między egzystencją człowieka w czasie, a jego pragnieniem wieczności i nieskończoności, co powoduje, iż trudno mu zaakceptować skończoność świata.

Pragnienie dobra porusza według Weil każdego człowieka, niezależnie od tego, czy jest on tego świadomy. Wynika z tego, iż człowiek pragnie czegoś, czego nie posiada. Każdy człowiek zatem pragnie przyjąć dobro spoza siebie²⁴. Powszechnym jest jednak to, iż człowiek umieszcza dobro w tym świecie (przyrodzonym). „Każda istota ludzka nie uniknie konieczności przyjęcia jakiegoś dobra poza sobą, ku któremu w porywie pragnienia zwraca się myślą z błaganiem i nadzieją. Jest to zatem tylko wybór między uwielbieniem prawdziwego Boga a bałwochwalstwem”²⁵.

W kontekście powyższego zdania trzeba podkreślić myśl, która wydaje się oczywista w świetle wcześniejszych analiz, a mianowicie myśl, iż według Weil zachodzi tożsamość między dobrem i Bogiem. „Że Bóg jest dobrem to pewne. To definicja”²⁶. Weil stwierdza także: „Choćby Bóg był złudzeniem, jeśli chodzi o istnienie, pozostaje On jedyną rzeczywistością, jeśli chodzi o dobro”²⁷. Wszelkie dobro ziemskie, wszelkie piękno, wszelka prawda to różne i częściowe aspekty jedyne go dobra²⁸. Dobro owo pojmuje Weil w kategoriach platońskich opisując je jako jedyną prawdziwą rzeczywistość. Istotą dobra jest bycie dobrem, nie posiada ono innej tożsamości, o której dopiero można by orzec cechę dobra²⁹. O tym, jak ważną rolę odgrywa dobro według Weil, świadczy to, jak zdecydowanie podporządkowuje ona sferę istnienia rzeczy dobru. „Ale czy to dobro, spyta mnie ktoś, istnieje? Czy to istotne? Rzeczy ziemskie istnieją, ale nie są dobrem. Niezależnie od tego, czy dobro istnieje, czy nie, nie ma poza dobrem innego dobra”³⁰.

Z tak pojmowanego dobra płynie silny radykalizm Weil w odniesieniu do postępowania człowieka. Dobro jest wymagające i pochłaniające, nie może tolerować obok siebie niczego innego. „A skoro już raz moje pragnienie zostało bez reszty skierowane ku

²³ Tamże, s. 57.

²⁴ „Nawet materialisci lokują na zewnątrz siebie dobro, które ich przewyższa i pomaga im z zewnątrz (...) Dla Napoleona jest to jego gwiazda. Dla marksistów – historia.” Tamże, s. 77.

²⁵ Tamże.

²⁶ Tamże, s. 77.

²⁷ Tamże, s. 70-71.

²⁸ Tamże, s. 66.

²⁹ Tamże, s. 86.

³⁰ Tamże, s. 85-86.



Z chwilą zwrócenia się ku dobru następuje wewnętrzny wzrost człowieka i stopniowe zbliżanie się do dobra, które następuje zgodnie ze schematem zbliżania się do piękna w „Uczcie” Platona. Źródło platońskie ma także twierdzenie Weil, iż każda myśl, którą człowiek pragnie dobra, zbliża go do dobra i mnoży dobro w człowieku. Człowiek, który zbliża się do dobra ma obowiązek pielęgnować w sobie każdą dobrą myśl. Można nawet powiedzieć, iż jego główne zadanie ma polegać na udzieleniu dobru miejsca do działania (nie stawianie oporu dobru).

dobru, jakiego innego dobra mam jeszcze oczekiwać? Posiadam wtedy wszelkie dobro. To właśnie znaczy: posiadać wszelkie dobro. Jakimż absurdem jest wyobrażanie sobie jakiejś innej szczęśliwości?”³¹

Z chwilą zwrócenia się do dobra, człowiek nie może dalej żyć swoich błahych, jednostkowych pragnień, które nieuchronnie zwracają go na powrót ku sobie. Całkowite wyzwolenie się z egoizmu jest wprawdzie niemożliwe, ale człowiek może osiągnąć taki stan duszy, w którym nie będzie pragnął radości i nie będzie uciekał przed cierpieniem.

Stan człowieka, który zwrócił się ku dobru, pełen jest wewnętrznego napięcia. Z jednej strony człowiek jest świadomy tego, iż jedynym dobrem jest Bóg, z drugiej jednak ma świadomość, iż wszystko, co pochodzi od niego samego, jest bez wartości lub wręcz jest złe.³² Wyjście, które proponuje Weil oparte jest na zaczerpniętym z religii Wschodu pojęciu nieinterwencji, niedziałania. W duchu tym utrzymane jest też jedno z określeń dobra: „Dobro: nie chcieć zmieniać czynem”³³. O dobro, zdaniem Weil, nie można walczyć, na nie można jedynie czekać bez ruchu. Kto tak oczekuje, może otrzymać tylko dobro. Weil, aby przedstawić sytuację ludzi, którzy gwałtownie starają się o dobro, podaje przykład sytuacji Tantala z mitologii greckiej, który wciąż sięga po pokarm i napój, a które wciąż się od niego oddalają. Wyjściem dla Tantala byłoby zaprzestanie prób, wyrzeczenie się jedzenia i picia z miłości do Zeusa, który wtedy ulitowałby

³¹ Tamże, s. 71.

³² Tamże, s. 68.

³³ Tamże, s. 47.

się nad nim i położyłby kres jego cierpieniom³⁴. Podobnie wysiłki starających się o dobro, pozostają bezowocne, jak pragnienia Tantala.

Tak też każdy człowiek powinien zaprzestać wszelkich wysiłków zmierzających do pochwycenia dobra, a skupić się wyłącznie na czystym pragnieniu dobra. Pragnienie dobra utożsamia się bowiem z posiadaniem go. O tej tożsamości pisze Weil wiele razy. Pragnienie dobra jest jedyną możliwą dla człowieka formą zbliżania się do dobra i posiadania go. Chwila zwrócenia się ku dobru jest chwilą, w której posiadliśmy dobro. Skoro tylko pragnienie odwróci się od rzeczy i „zwróci się ku dobru, już tym samym jest posiadaniem”³⁵. Główną myśl Weil w tym aspekcie można zatem ująć w wyrażeniu: wystarczy pragnienie dobra. Należy jednak dodać, iż jedynie w odniesieniu do dobra prawdziwego pragnienie i posiadanie są czymś jednym, w odniesieniu zaś do dobra złudnego są czymś odrębnym.

Poprzez uznanie, iż wystarczy jedynie pragnienie dobra, pragnie Weil pogodzić ze sobą dwie rozdzielone u niej sfery: dobra nadprzyrodzonego (Boga) oraz świata naturalnego (konieczność), w którym nie ma dobra, a do którego należy przecież człowiek. Okazuje się więc, iż jedyne dobro pochodzi wprowadzić tylko od Boga, ale człowiek może je osiąść dzięki pragnieniu skierowanemu na nie (przy wcześniejszym odrzuceniu własnych wysiłków zdobycia dobra własnymi siłami). Doskonale ujmuje to Weil w zdaniu: „Dobro jest czymś, czego nigdy nie można sobie zapewnić samemu, ale czego także nie można nigdy pragnąć i nie otrzymać”³⁶.

Z chwilą zwrócenia się ku dobru następuje wewnętrzny wzrost człowieka i stopniowe zbliżanie się do dobra, które następuje zgodnie ze schematem zbliżania się do piękna w „Uczcie” Platona. Źródło platońskie ma także twierdzenie Weil, iż każda myśl, którą człowiek pragnie dobra, zbliża go do dobra i mnoży dobro w człowieku³⁷. Człowiek, który zbliża się do dobra ma obowiązek pielęgnować w sobie każdą dobrą myśl. Można nawet powiedzieć, iż jego główne zadanie ma polegać na udzieleniu dobru miejsca do działania (nie stawianie oporu dobru). Silny jest także u Weil element chrześcijański, kiedy pisze, iż „każdy, kto jest zdolny do odruchu czystego współczucia w stosunku do nieszczęśliwego, ma w sobie może nieświadomie, ale zawsze w sposób rzeczywisty, i miłość Boga, i wiarę”³⁸.

*

Deklarując poglądy pacyfistyczne, Weil decyduje się zaangażować w wojnę domową w Hiszpanii. Nie bierze jednak do ręki broni. Przyłącza się do międzynarodowej kolumny anarchistycznej zorganizowanej przez Bonaventurę Durrutiego. Wrażenia z tego okresu jej życia zawiera „Dziennik hiszpański”. Jej udział w wojnie nie

³⁴ Tamże, s. 75-76.

³⁵ Tamże, s. 72.

³⁶ Tamże, s. 67.

³⁷ Tamże, s. 79.

³⁸ Tamże, s. 68.

trwa długo. Po ciężkim poparzeniu (niewiele brakowało, aby amputowano jej nogę) wraca wyczerpana do kraju.

W 1937 r. przebywa we Włoszech na leczeniu i w Asyżu w malutkiej romańskiej kapliczce z XII w., w której często modlił się jej wielki ideał św. Franciszek, przeżywa pierwszy raz w życiu obecność rzeczywistości nadprzyrodzonej (Weil z domu wyniosła agnostycyzm i nigdy, jak pisała, kwestia Boga ją nie interesowała). Na Wielkanoc 1937 r. wyjeżdża do benedyktyńskiego opactwa Solmes, słynącego z przepięknej gregoriańskiej liturgii. W liście do swego duchowego powiernika ojca Perrin napisze: „Rozumie się samo przez się, że w ciągu tych nabożeństw myśl o Męce Chrystusa przeniknęła we mnie na zawsze”³⁹.

Stopniowo przemianie ulega jej wizja człowieka, wzbogacona o element wewnętrzny, duchowego rozwoju. Podczas gdy w eseju „Przemyślenia na temat przyczyn wolności i ucisku w społeczeństwie”⁴⁰ dawała wyraz przekonaniu, iż dobra wola ludzi (warunkiem dobrej woli jest świadomość wolności i odpowiedzialności poszczególnych ludzi, którzy mogą przeciwstawić się próbom podporządkowania ich zbiorowości) działających jako jednostki jest jedyną możliwą zasadą postępu społecznego, to w „Zakorzeniu” wprowadza nowy element – potrzebę duszy, a dobra wola przekształca się w dążeniu ku dobru. Potrzeba duszy to wedle niej naturalna chęć kontaktu człowieka z pierwiastkiem nadprzyrodzonym. Pierwiastek ten utożsamia Weil z wymogiem dążenia do absolutnego dobra, który obecny jest w sercu każdego człowieka.

Główną chorobę Europy jej czasów widzi właśnie w wykorzenieniu, czyli pozbawieniu człowieka możliwości zaspokojenia potrzeb duchowych. Posiadać zaś korzenie to „brać „czynny i naturalny udział w istnieniu jakiejś wspólnoty, która zachowuje żywe skarby przeszłości i wybiega swymi przeczuciami w przyszłość”⁴¹. Współcześnie wykorzenieniu podlegli robotnicy (grupa ta najostrzej uległa wykorzenieniu stając się „zależna wyłącznie od pieniądza”⁴²), chłopci (grupa ta powinna mieć zaspokojone zdrowe i naturalne prawo własności, należy też chłopom przywrócić godność i radość z uprawiania ziemi) oraz całe kraje (jeżeli kraj nie posiada wizji swego rozwoju i koncepcji ludzkiej doskonałości popada w chorobę duszy, której skutkiem jest brak troski obywateli o swoje miejsce zamieszkania).

*

Bóle głowy nasilają się pod koniec 1938 r. i wywołują u Weil myśli samobójcze.

*

³⁹ G. Fiori, *Simone Weil. Kobieta absolutna*, dz. cyt., s. 267.

⁴⁰ <http://www.tezeusz.pl/cms/tz/index.php?id=3516>

⁴¹ Tamże, s. 226.

⁴² Tamże.

Po rozpoczęciu II wojny światowej Weil toczy burzliwe dyskusje z dawnymi kolegami pacyfistami, pragnie, by rząd poderwał ludzi do walki. Na wiosnę 1940 r. wpada na pomysł, który stał się jej *idée fixe* – zorganizowanie oddziału sanitariuszek i wysłanie ich na pierwszą linię frontu⁴³.

7 sierpnia 1941 r. Weil trafia do gospodarstwa filozofa i rolnika Gustawa Thibon (później wyda on pisma Weil) i podejmuje upragnioną pracę na roli. Początkowe trudne kontakty przeradzają się w głęboką przyjaźń⁴⁴. Thibon tak opisywał jej pobyt u siebie: „Uważając mój dom za nazbyt wygodny przeniosła się do starej, na wpół zrujnowanej zagrody (...). Stamtąd codziennie przychodziła do pracy i na wspólne posiłki, jeśli je w ogóle chciała jeść. Słaba i chora, pracowała na roli z niezłomną energią, odżywiając się często wyłącznie zrywianymi z przydrożnych krzaków jeżynami. Co miesiąc połowę swoich kartek żywnościowych wysyłała więźniom politycznym. (...) Przypominam sobie pewną młodą robotnicę z Lotaryngii, w której Weil dopatrywała się jakichś znamion powołania intelektualnego i którą przez dłuższy czas raczyła wspaniałymi komentarzami do Upaniszad”⁴⁵. Po kilku miesiącach pracy Weil wraca do rodziców do Marsylii.

W czerwcu 1942 r. Weillowie wypływają do Nowego Jorku. Simone długo wadziła się ze sobą, nie chcąc opuszczać prześladowanych przyjaciół i podbitej ojczyzny. W Ameryce jednak od razu rozpoczyna starania o wyjazd, chcąc przedostać się do Rosji lub Anglii. Powstaje wtedy część jej „Zeszytów amerykańskich”, a z jej listów przebija silny zamiar walki przeciwko Hitlerowi. Do Liverpoolu przy pływa w listopadzie 1942 r., a następnie dostaje się do Londynu. Zajmuje się opiniowaniem projektów francuskiego ruchu oporu dotyczących organizacji życia po wojnie i zapewnienia trwałego pokoju. Wedle niej naczelną zasadą, którą powinien się kierować powojenny przemysł, jest decentralizacja produkcji. Snuje refleksje na temat przedsiębiorstw spółdzielczych, w których panowałyby inna dyscyplina pracy. Jej zdaniem wykwalifikowani robotnicy powinni być odpowiedzialni za swoje maszyny i własny odcinek produkcji, a część pracy mogliby wykonywać u siebie, w małych warsztatach. Na realizację zamówienia mieliby określić czas, którym dysponowałiby autonomicznie.

Chcąc dzielić niedostatek z Francuzami, Simone ogranicza swe posiłki do racji, które przyznawano we Francji na kartki żywnościowe. Niedożywienie i praca ponad siły niszczą do reszty jej zdrowie. 15 kwietnia 1943 r. traci przytomność. Trafia do szpitala, później do sanatorium. Jej stan ciągle się pogarsza, z czasem nie może już przyjmować jedzenia. Umiera we śnie 24 sierpnia 1943 r.

*

⁴³ T.R. Nevin, *Simone Weil: portrait of a self-exiled Jew*, University Of North Carolina Press 1991, s. 189.

⁴⁴ „W sprawach konkretnych nie zgadzaliśmy się prawie w żadnym punkcie. Ona dyskutowała w nieskończoność głosem beznamiętnym i monotonnym, a ja z tych rozmów nie przynoszących żadnego rezultatu wychodziłem zupełnie wyczerpany”. S. Weil, *Świadomość nadprzyrodzona*, dz. cyt., s. 8.

⁴⁵ Tamże, s. 10.

Józef Czapski napisze o niej: „Dyscyplina żelazna, i dzikie nieprzerwane bóle głowy, które ją latami męczyły, i ten inny tajemniczy ból „na styku duszy i ciała”, co jej nie opuszczał nigdy. Po tej drodze dochodziła do przeżyć, do świadomości, do objawień, wobec których twoje życie i twoja praca prawie nie istnieją”.

*

Wobec ogromu pozostawionych przez nią, niezwykle oryginalnych przemyśleń z zakresu polityki, filozofii, etyki, religii stajemy onieśmieleni. Te dokonania nikną jednak wobec dzieła, jakim było jej 33-letnie życie, wypełnione pasją pomocy wszystkim, którzy z jakichkolwiek powodów znaleźli się w potrzebie. Simone była prawdopodobnie największym krytykiem społeczeństwa europejskiego między dwiema wojnami światowymi i zarazem prawdziwie działającą po stronie uciskanych aktywistką⁴⁶.

Zawsze samotna, wierna swym poglądom, nie poddała się żadnej ideologii bez reszty stojąc po stronie najsłabszych i wykluczonych. Postać jej jawi się jako twór osobny i niepowtarzalny w panoramie wieku XX. Nadal trwa sama, nie zawłaszczona przez żaden system czy instytucję. Poza gronem nielicznych wielbicieli nikt nie przyznaje się do tej „szalonej” filozofki, która zawstydziła w swej osobie polityków i ideologów zapominających o dobru człowieka, filozofów odległych od życia codziennego i chrześcijan, wątpiących czy można naśladować swym życiem Chrystusa.

*

Co nam dziś zostało z Weil? Czego możemy się od niej nauczyć? Weil była wprowadzie myślicielką całkowicie oryginalną i niezależną, która nie dbała o precyzyjne wyrażanie swoich poglądów, aby stworzyć jakiś system, ale można z jej licznych tekstów wysnuć coś na kształt filozofii Weil. Składałyby się na nią następujące punkty: metafizyczną zasadą świata jest jedność tożsama z Dobrem; Bóg jest dobrem; wszystkimi bytami poza Bogiem rządzi konieczność; dobro i konieczność pozostają w nieustannej opozycji; jedyną ucieczką spod prawa konieczności jest dla człowieka autodestrukcja indywidualności; podejmując ten wysiłek otrzymujemy nadprzyrodzoną pomoc od Boga, który uwalnia nas od „siły ciężenia” konieczności.

Weil przede wszystkim jest wielką nauczycielką indywidualnego podążania drogą prawdy i sprawiedliwości, co w czasach współczesnych, naznaczonych indywidualizmem i niechęcią do autorytetów sprawia, iż jej myśl łatwiej zyskuje zrozumienie. Weil nie stoi po niczyjej stronie, do niczego nie zachęca – poza zajęciem świadomej i duchowej postawy wobec świata. Weil oferuje więc pewną duchową ścieżkę rozwoju, którą każdy na swój własny sposób może pójść. Jej etyka wyrzeczenia własnego ja jako pozytywnego gestu ucieczki przed koniecznością i dokonującą się w niej przemocą jest zbieżna z wieloma

⁴⁶ R.H. Bell, *Simone Weil: the way of justice as compassion*, Lanham: Rowman & Littlefield Publishers 1998, s. 8.

IMPLIKACJE TEOLOGICZNE

współczesnymi postawami etycznymi, w których człowiek poszukuje sposobu życia, który będzie wolny od zła i zadawania innym przemocy. W dziedzinie religii Weil kreśli wysoce wysublimowany ideał człowieka, który odczytała z Ewangelii i pism wielkich religii, przedstawia ideał osoby bezwarunkowo służącej innym, nie szukającej zapłaty i nagrody poza czynieniem dobra. Dobra, które jest imieniem Boga. ■

O AUTORZE:

Bartosz Wieczorek - absolwent filozofii i politologii Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego. Wykładowca Szkoły Wyższej im. Bogdana Jańskiego w Warszawie. Publikował w „Przeglądzie Filozoficznym”, „Studia Philosophiae Christianae”, „Znaku”, „Zeszytach Karmelitańskich”, „W drodze”, „Jednocie”, „Frondzie”, „Przeglądzie Powszechnym”, „Studia Bobolanum”. W latach 2000-2002 sekretarz redakcji miesięcznika społeczno-kulturalnego „Emaus”. Prowadzi Klub Miłośników Filmu Rosyjskiego „Spotkanie” w Warszawie (www.spotkanie.waw.pl). Autor słuchowisk radiowych.

SPRAWOZDANIA I OMÓWIENIA

ARTYSTA KOŃCA ŚWIATA

Jerzy Nowosielski, Sztuka po końcu świata. Rozmowy, wybór i układ Krystyna Czerni, Wydawnictwo Znak, Kraków 2012, ss. 429.

Jerzy Nowosielski - postać legenda, wielki polski malarz współczesny, umysłowość oryginalna, twórca o wielkiej wrażliwości religijnej, sam określający się jako herezyk i ortodoks zarazem, myśliciel ceniący w życiu i religii sprzeczność oraz tajemnicę, postać, jakich ze świecą by szukać w środowisku polskich intelektualistów. Dla wielbicieli Nowosielskiego, ale i osób dopiero chcących go poznać tak wielka dawka wywiadów mistrza i taka ilość jego przemyśleń na temat Boga, sztuki, życia, zła, Szatana zebranych przez jego wybitną biografkę Krystynę Czerni jest niebywałym wyzwaniem intelektualnym i emocjonalnym. Wielbiciele otrzymają w skondensowanej postaci „filozofię” Nowosielskiego, a ci, którzy mają szczęście poznawać go po raz pierwszy, mogą przeżyć niejeden głęboki wstrząs duchowy - Nowosielski nie jest bowiem letni, jest gorący, bardzo gorący.

Zakres problemów poruszanych przez Jerzego Nowosielskiego może przyprawić o zawrót głowy. Czegóż tam nie ma! I ciekawe szczegóły na temat jego drogi do malarstwa, i intrygujący opis środowiska artystycznego zaraz po wojnie, sylwetki ciekawych artystów czy wreszcie to - co jest solą rozmów Nowosielskiego - jego oryginalne przemyślenia religijno-filozoficzne na temat Boga, świata i człowieka. W tej problematyce czuje się on doskonale, tu w czasie rozmowy z mądrym interlokutorem rozkwita, daje się ponieść emocjom, czasem z premedytacją prowokuje, bo u Nowosielskiego jest nieustanny ruch myśli, ciągle spieranie się z samym sobą, niechęć do wszelkich dogmatyzmów, bezkompromisowa walka o swoją własną prawdę. „Ja staram się myśleć... i mówić prawdę” - mówi malarz w rozmowie z Wacławem Pyckiem.

Jedną z powtarzanych w wielu wywiadach prawd jest dla Nowosielskiego nierozdzielny związek sztuki ze sferą sacrum, czasem mówi on nawet o pewnej tożsamości obu sfer. „Całe malarstwo jest święte, związane z nadzieją eschatologiczną”. Dlatego też tak boleśnie odczuwa on współczesny rozdzźwięk pomiędzy pięknem i sztuką a religią. Sztuka jest dziś tylko pewnym dodatkiem do religii, ale raczej patrzy się na nią nieufnie, nie spodziewając się z jej strony ukazywania jakiejś prawdy o relacji człowieka do Boga. Nowosielski z pokorą przyjmuje taki stan rzeczy, z radością jednak przypominając list od pewnej kobiety, która nawróciła się pod wpływem jego malowideł w Wesołej.

Niezwykle ciekawe są oczywiście przemyślenia Nowosielskiego związane z religią, porusza on w swych rozmowach największe problemy teologii chrześcijańskiej, opisuje różnice między Kościołem Zachodnim i Wschodnim, stara się określić specyfikę myśli prawosławnej, i jak to było do przewidzenia dla tych, co Nowosielskiego znają, w wielu miejscach deklaruje się jako manichejczyk. „Choć tęsknię do dobra, to mam świadomość istnienia zła, jestem przekonany, że idzie ku złemu, że świat zmienia się na niekorzyść. Coraz mniej wokół miłości, religii, miłosierdzia”.

Prowokująco brzmi jego twierdzenie, iż Kościół nie jest w stanie przyjąć prawdy o miłosierdziu Bożym, gdyż wtedy „zawaliłaby się cała pedagogika kościelna”. Prawda o miłosierdziu jest zresztą dla Nowosielskiego niepojęta w ogóle dla rozumu ludzkiego, i jak artysta twierdzi, była też niepojęta dla samej siostry Faustyny, które Chrystus podsuwał myśli sprzeczne z jej poziomem świadomości.

Nowosielski przywołuje też pewną ideę, dla wielu katolików być może szokującą, choć była lekko sugerowana w myśli kilku chrześcijańskich autorów starożytnych, iż „Chrystus umarł za grzechy świata i swoje”. Tę myśl Nowosielski opiera na prawdzie, iż skoro Chrystus przyjął ludzką naturę razem z grzechem i wziął na siebie grzechy świata, to znaczy sam stał się grzesznikiem. „Jeżeli uczestniczyłby w naturze ludzkiej z wyjątkiem grzechu, to znaczy, że w ogóle by nie uczestniczył” stwierdza Nowosielski. Herezja! Tak możemy zawołać i każdy teolog katolicki na świecie odciąłby się od tej myśli, ale Nowosielskiego nie krępują ustalone raz na zawsze orzeczenia, o ile są dla niego niezrozumiałe bądź ma wobec nich wątpliwości. Nowosielski musi pytać, musi szukać – samo pytanie jest ważniejsze dla niego niż gotowa odpowiedź, bo postawa trwania w egzystencjalnej niepewności wydaje mu się uczciwsza niż letarg w dogmatycznym samozadowoleniu.

Jest też w jego słowach oczywista doza przekory i prowokacji. Gdy stwierdza na przykład, że co prawda Polacy są pobożni, ale nie są religijni, na potwierdzenie swej tezy przytacza fakt, iż w Polsce nie zrodziła się żadna wielka herezja, co zdaniem Nowosielskiego świadczy o religijnej letniości Polaków. „Wielki teolog musi być heretykiem” – konkluduje w rozmowie z Kazimierzem Taregoszem.

Warto sięgnąć po rozmowy z Jerzym Nowosielskim i dozując je sobie w odpowiednich odstępach czasu wnikać w jego fascynujący świat myśli, aby się dać nim oczarować, zadziwić bądź najzwyczajniej w świecie z nimi nie zgodzić. Ale jakże twórcza dla nas będzie ta niezgoda z Nowosielskim. ■

Bartosz Wieczorek
Szkoła Wyższa im. Bogdana Jańskiego w Warszawie

ZWIĄZEK RELIGII Z CYBERPRZESTRZENIĄ

Piotr Siuda, Religia a internet. O przenoszeniu religijnych granic do cyberprzestrzeni, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2010, ss. 255.

Nowe media stwarzają nowe możliwości wyrażania siebie, rozwijania swoich zainteresowań, pasji, również zaspokajania potrzeb społecznych, emocjonalnych, a także duchowych. Szczególnie zasłużonym w tym względzie jest Internet wykorzystywany w celach prywatnych, a także zawodowych. Kultura, tworzona na bazie Sieci, określana wirtualną, cyberprzestrzenną czy po prostu cyberkulturą, przenika niemalże każdą przestrzeń codziennego ludzkiego życia. Za pomocą Netu robi się zakupy, przelewy bankowe, rezerwuje się miejsce w hotelu, w biurze podróży itd. W Sieci ludzie się poznają, pogłębiają znajomości, ale też tu właśnie... poszukują Boga, sensu życia, odpowiedzi na wiele trudnych pytań natury duchowej i religijnej. O tym, że w Internecie możemy odnaleźć ogromne ilości treści religijnych – i to omówionych z różnych stron, z perspektywy różnych religii i wyznań – można się przekonać na podstawie lektury książki dr. Piotra Siudy pt. „Religia a internet. O przenoszeniu religijnych granic do cyberprzestrzeni”. Publikacja ta, co prawda wydana w 2010 r., ale zasługuje na szczególną uwagę. Internet w religii – religia w Internecie – w dobie coraz bardziej rosnącej popularności nowych mediów – jest zagadnieniem niezwykle aktualnym.

Sam Autor pisze, iż „książka traktuje o konkretnych realnych granicach odwzorowanych w cyberprzestrzeni – o granicach religijnych. W wypadku religii doskonale wiadać, jak świat realny „przenosi się” do świata elektronicznego” (s. 12). Publikacja ta nawiązuje zatem do realnych podziałów religijnych, ale także – co bardzo ciekawe – do różnych form aktywności religijnej w sieci – modlitwy, rytuałów, medytacji, pielgrzymek oraz o wizji religijnych. Nie brakuje w niej także odniesienia do instytucjonalizowanego oraz wspólnotowego wymiaru religii.

Książka składa się z pięciu rozdziałów. W pierwszym, zatytułowanym „Okiełznać religię w internecie”, Autor przedstawia teoretyczne wprowadzenie do zagadnienia religii, szczególnie religii online w kontekście kondycji współczesnej religijności. W tym odniesieniu nie zabrakło nawiązania do popkultury jako fundamentalnego elementu współczesnej kultury oraz jej powiązań z religią. W rozdziale drugim, zatytułowanym „Religia sieciowa” oraz trzecim („Ostateczna diaspora, czyli religijne społeczności wirtualne”), prezentuje i analizuje konkretne formy religijnej aktywności. Są to m.in. rytuały, pielgrzymki, a także modlitwa online. Na szczególną uwagę zasługuje właśnie trzeci rozdział, w którym zostało wyjaśnione pojęcie i rozumienie internetowych społeczności religijnych. To zjawisko wiąże się z tym, co określamy jako społeczeństwo sieci. Na podstawie wielu przykładów Autor ukazuje najważniejsze różnice między społecznościami online oraz offline. W rozdziale czwartym przedstawia cyberprzestrzeń jako przestrzeń dla nowych ruchów religijnych. W tym temacie szczególnie ważne i cenne są odniesie-

nia do działalności aktywistów neopogańskich, nowych ruchów religijnych oraz wizji religijnych w Sieci. W rozdziale piątym zaś Autor nawiązuje do obecności wielkich religii w Sieci takich, jak chrześcijaństwo, islam oraz hinduizm.

Publikacja socjologa dr. Piotra Siudy to książka ważna nie tylko dla socjologów, teologów, kulturoznawców, medioznawców, ale dla każdego. Każdy bowiem człowiek – w mniejszym lub większym stopniu – ma związek z religią. Nawet ateista stoi niekiedy w poważnej konfrontacji z pytaniami czy dylematami natury duchowej. Sieć jest najlepszym przykładem tego naturalnego ludzkiego zakorzenienia w religii. Książka ta pozwala bliżej poznać naturę człowieka – człowieka religijnie aktywnego w sieci – i pomaga odszukać odpowiedzi m.in. na pytania: czego w sieci szuka, jakie ma wyobrażenie o wierze, religii, Bogu, wspólnocie religijnej, z jakimi problemami duchowymi zmagają się na co dzień. Warto wyraźnie zaznaczyć, iż Autor wykazuje się ogromną ostrożnością w odpowiadaniu na pytanie: dokąd ta aktywność ludzka w Sieci zmierza. Jako badacz analizuje to, co dzieje się tu i teraz, bada fakty, dane. Dzięki temu naukowemu podejściu zatrzymuje zapędy wszystkich tych, którzy albo są skrajnie optymistycznie co do religijności w Sieci, albo skrajnie pesymistyczni. Publikacja ta to zdecydowanie wyważony głos w dyskusji na temat powiązań Internetu i religii.

Opracowań na temat związków religii i cyberprzestrzeni nie ma zbyt wiele. Podstawową przyczyną tego są przede wszystkim trudności w prowadzeniu całościowych, pełnych i systematycznych badań Internetu oraz jego najważniejszych przestrzeni społecznościowych (serwisy społecznościowe, blogi, grupy dyskusyjne), czyli wirtualnych miejsc, w których propagatorzy religijni są najbardziej aktywni. Publikacja ta zatem, z wieloma odniesieniami do anglojęzycznej literatury przedmiotu, a także socjologicznych badań empirycznych, stanowi przede wszystkim jedno z pierwszych i najważniejszych, jeśli chodzi o Polskę, zestawień danych na temat obecności religii i aktywności religijnej w Sieci. Stanowi godne uwagi uporządkowanie wiedzy na ten temat. Jednakże, jak sam Autor zaznacza, publikacja nie jest opracowaniem pełnym i kompletnym. Na końcu znajduje się bardzo ważna część książki, dotycząca metody oraz wytycznych do dalszych badań w tym temacie. ■

dr Małgorzata Laskowska

UKSW, Wydział Teologiczny, Instytut Edukacji Medialnej i Dziennikarstwa

BÓG W „ŚMIECIACH POP KULTURY” - TEOLOGIA PHILIPA K. DICKA

Dominika Oramus, Imiona Boga. Motywy metafizyczne w fantastyce drugiej połowy XX wieku, Wydawnictwo Universitas, Kraków 2011, ss. 316.

Literatura fantastyczno-naukowa długo walczyła o swoje prawo do traktowania jej jako pełnowartościowej literatury, a nie taniej, popularnej rozrywki dla czytelników spragnionych niesamowitych opowieści o mieszkańcach innych planet czy wymyślonych krain. Z czasem ukształtowała swój styl, pojawiły się różne jej gatunki, a sławę i uznanie dla niej ugruntowali wybitni twórcy (wymieńmy przykładowo tak różnych autorów, jak Tolkien, Lewis, Dick czy Lem). Zaczęto ją masowo czytać, ekranizować - powoli wątki charakterystyczne dla szeroko rozumianego science fiction (SF) zaczęły przenikać do kultury masowej. Od ponad 50 lat literatura SF na trwałe zagościła na księgarskich półkach i niezwykle mocno zaczęła oddziaływać na swoich coraz liczniejszych czytelników: opisywała lęki związane z rozwojem nauki, z groźbą zagłady człowieka na skutek manipulacji genetycznych, opisywała zagubienie współczesnego człowieka w gąszczu techniki, ostrzegała przed klęską ekologiczną. Książki z tej dziedziny stały się swego rodzaju barometrem lęków i niepokojów współczesnego człowieka, żyjącego w coraz większym uzależnieniu od techniki - która zamiast mu służyć, często stać się źródłem zniewolenia i zależności. Socjolog kultury uważnie czytający literaturę SF ma zatem ciekawe i łatwo dostępne pole do obserwacji współczesnego społeczeństwa.

Literatura SF jako *locus theologicus*

Czy jednak tylko socjolog lub antropolog powinien interesować się współczesną SF? Czy nie powinna on stanowić obiektu zainteresowań także teologii? Coś burzy się w nas przeciw takiej propozycji. Cóż wspólnego mogą mieć bowiem ze sobą opowieści o wymyślonych światach i społeczeństwach przyszłości z teologią, zwłaszcza chrześcijańską, unikającą jak ognia języka mitu, ostrożnie używającą symboli i metafor, twardo starającą się trzymać historii - gdyż to właśnie w historii doszło do Wcielenia, czyli przyjścia Boga do ludzi. Cóż o Bogu możemy dowiedzieć się z literatury SF, czego nie poznalibyśmy z Pisma Świętego? - mogą zapytać nieufnie teologowie, starając trzymać się utartych szlaków mówienia o Bogu. Rzeczywiście, tradycyjnie uprawiana teologia nie musi sięgać do dzieł Tolkiena czy Dicka. Jeżeli jednak postawimy sobie coraz częściej poruszany problem tzw. nienatchnionych źródeł teologii, to okaże się, że literatura SF może być potraktowana jako *locus theologicus* (miejsce teologiczne), czyli obszar zawierający dane istotne dla poznania teologicznego lub, jak określa je J. Szymik, „miejsca szczególnego skondensowania rzeczywistości wyznaczonej faktorem objawienie-wiara-zbawienie”¹. Bardzo ciekawie tę koncepcję stosuje w swej najnowszej książce Ignacy Bokwa, podejmując

¹ J. Szymik, *Loci theologici* w: M. Rusecki, K. Kaucha, I.S. Ledwoń, J. Mastej (red.), *Leksykon teologii fundamentalnej*, Lublin-Kraków 2002, 757n.

zagadnienie możliwości nienatchnionych źródeł teologii w kulturowych warunkach nowoczesności i ponowoczesności².

Jeżeli chodzi zaś o interesującą nas tu kwestię literatury SF, to polskich teologów „ubiegła” nieco w tym względzie Dominika Oramus, która w swej bardzo ciekawej książce „Imiona Boga. Motywy metafizyczne w fantastyce drugiej połowy XX wieku”³ stara się pokazać, jak ważne w literaturze SF są wątki metafizyczne, a właściwie głównie religijne (jak się okazuje w przeważającej większości są to motywy chrześcijańskie). Praca autorki (z zawodu anglistki) porusza się przede wszystkim na płaszczyźnie literaturoznawczej z bardzo wieloma jednak wątkami analiz religijno-teologicznych. I w tym właśnie połączeniu dwóch, zdawałoby się, nieprzystających porządków interpretacyjnych, tkwi największa siła książki Dominiki Oramus. Nie tracąc nic z waloru analizy literackiej, jej praca staje się zarazem refleksją nad duchowo-religijną kondycją współczesności z perspektywy bliskiej chrześcijaństwu. „Miejsca teologiczne”, które wydobywa Oramus, powinny zainteresować z pewnością teologów kultury, którym badaczka daje niemal gotowy materiał do analizy.

Bóg w „śmieciach pop kultury”

Jak mówić o Bogu, używając poetyki właściwej SF? – zastanawia się w swej książce autorka. Jej przewodnikiem na drodze do odnalezienia odpowiedzi na to pytanie staje się Philip K. Dick. Pisarz ten, jak się okazuje, uważał właśnie, iż odbłask Boga można „pochwyć” w twórcach kultury masowej, w masowej kulturze, w jej „śmieciach”. Prezentacja „teologii Dicka” jest niewątpliwie najbardziej interesującą częścią książki Dominiki Oramus. Trzeba dodać, że sam Dick to jeden z najoryginalniejszych twórców SF. Tematyka jego wczesnych utworów wyrasta z głębokiego zafascynowania autora ruchem New Age, który obiecywał wszystkim szybki i łatwy mistyczny kontakt z Absolutem za pomocą różnego rodzaju, eksportowanych głównie z Indii, technik bądź używek, na czele z LSD. Choć bohaterowie Dicka chętnie sięgają do metafizyki „instant”, posiłkują się różnego rodzaju gadżetami wywołującymi przeżycia religijne, ulegają technikom marketingowym przy „kupowaniu” stanów mistycznych, to jednak samo przeżycie religijne zdaje się mieć u Dicka wszelkie walory autentyczności. Przeżycie religijne, o którym pisze Dick, objawia ludziom kosmos jako miejsce starcia wrogich sił, Dobra - reprezentowanego przez miłość i Zła - reprezentowanego przez entropię, rozpad, chaos. Inna sprawa, że religia, aby istnieć w kapitalistycznym społeczeństwie, musi podporządkować się jego prawom (z wymogiem dobrej promocji na pierwszym miejscu).

W „Trzech stygmatach Palmera Eldritch’a” tytułowy bohater, symbolizujący Antychrysta, oferuje zagubionym duchowo mieszkańcom Ziemi halucynogenne narkotyki, wprowadzając wprawdzie stany mistyczne, ale upodabniający ludzi do jego złowrogiemu ofiarodawcy. W „Małej czarnej skrzynce” Dicka mamy kolejną wizję zdeformowanego społeczeństwa przyszłości, które znudzone wszystkim wokół poszukuje najdziwniejszych duchowych wrażeń. Pojawia się wtedy nowa religia zwana *merceryzmem*, któ-

² I. Bokwa, *Teologia w warunkach nowoczesności i ponowoczesności*, Sandomierz 2012.

³ D. Oramus, *Imiona Boga. Motywy metafizyczne w fantastyce drugiej połowy XX wieku*, Kraków 2011.

ra nie oferuje jednak zbawienia (bo ono w złowrogim świecie rządzone przez nieubłagane prawo entropii jest niemożliwe), ale daje ludziom w chwilach cierpienia i śmierci poczucie wspólnoty. W „Labiryncie śmierci” Dick opisuje wiarę w Boga manifestującego się na cztery sposoby: Chodzący po Ziemi, Orędownik, Konstruktor i Niszczyciel Formy. Czwarta manifestacja przypomina szatana i jest źródłem cierpienia, gdyż sprowadziła na świat entropię (stopniowy, nieodwracalny proces rozpadu, rozpraszania energii). Wiadać wyraźnie w tej koncepcji wątki manichejskie, które nieobce będą Dickowi i w dalszych jego książkach. Charakterystyczna będzie dla niego wiara w walkę sił Zła i Dobra, które wspiera dobry, ale nieobecny Bóg. Boska miłość do ludzi (*agape*) sprawia, że ludzie potrafią kochać się wzajemnie (*caritas*) i walczyć ze złem. Miłość jest „siłą o naturze metafizycznej, ustanowioną przez Boga podpora Wszechświata i stanowi jedyne antidotum na zło” - podsumowuje myśl Dicka autorka. A że nie jest to miłość rozumiana ogólnie, ale miłość chrześcijańska, przekonuje Oramus analizując ważną, i jej zdaniem błędnie odczytywaną w duchu taoistycznym, powieść Dicka „Człowieka z Wysokiego Zamku”.

Zasada Zebry

W swej ukończonej tuż przed śmiercią trylogii „Valis” Dick nawiązuje do swych wcześniejszych konceptów teologicznych, wyraźnie wzmacniając wątek gnostycko-manichejski. Natężeniu ulega opisywane przez Dicka rozedrganie późnokapitalistycznej społeczności, karmionej agresywnymi reklamami, natłokiem programów telewizyjnych, popularnymi piosenkami radiowymi, filmami najniższego lotu – społeczności ukazanej jako rodzaj emocjonalnego i intelektualnego wiezienia, z którego nie ma praktycznie ucieczki. To w dużej mierze opis Kalifornii końca lat 70., kiedy minął boom na *New Age*, a jej dorośli i znudzeni wyznawcy próbują zachować tożsamość w pełnym chaosu świecie. W swym dziele „Egzegeza” Dick pisał w tonie gnostyckim: „Przesłanie brzmi: nie wierz w to, co widzisz, to uwodzicielska, zła pułapka. Za nią kryje się zupełnie inny świat (...)”. Świat wokół jawi się w późnej twórczości Dicka jako dzieło szalonego demiurga, który pozbawiony boskiej mocy począł świat ułomny i pełen cierpienia. Fakt jednak, iż w owym złym świecie doświadczamy miłości i dobra niezawodnie wskazuje, iż gdzieś daleko istnieje prawdziwy Bóg, który kocha ludzi. Celem pisarstwa Dicka staje się w tym momencie dostarczenie ludziom kryteriów rozpoznania ułudy złego świata i odkrycia drogi do dobrego Boga.

Jedną z zasad, które do Boga prowadzą, jest „zasada Zebry”. Została ona wzięta z prawa *mimikry*, przejawiającego się przykładowo tym, że niektóre owady potrafią tak się upodobnić do liścia, że są niewidoczne, zebry zaś dzięki swoim paskom są wśród gałęzi niedostrzegalne dla lwów. Dick zdaniem Oramus proponuje „mimikrę wyższego rzędu”⁴: „Boga, który jest z nami, ale niedostrzegalny, bo zdaje się nam fragmentem czegoś, co wcale nie jest istotne: wzorem płyt na chodniku, gnaną wiatrem ulotką reklamową, kiczowatą piosenką pop czy głupim filmem dla nastolatków”. Taki Bóg-Zebra jest rozważany na stronach „Valisa”; to Bóg, który nie może przebić się do świata poprzez szum medialny i najróżniejsze religijne oferty „zbawienia dla każdego”, to Bóg, który nie może przebić się do ludzi, którzy biorą otaczającą ich

⁴ L. Sutin, *Boże inwazje. Życie Philipa K. Dicka*, tłum. Lech Jęczynek, Poznań 2005, s. 317.

sztuczną rzeczywistość za prawdziwą, nie może być zobaczony, gdyż oczy ludzkie nienawykłe są do szukania Boga. On jednak jest wciąż blisko nas, ukryty.

Wszystkim obeznanym z dziejami teologii, a zwłaszcza herezjami chrześcijańskimi, teologia Dicka wyda się zwykłym recyklingiem starych idei, które chrześcijaństwo dawno odrzuciło. Możemy jednak spojrzeć na jego idee jak na „miejsce teologiczne”. Wówczas okaże się, że jego książki mogą być pierwszym impulsem do poszukiwań religijnych oraz źródłem, z którego w świeży i autentyczny dla siebie sposób można czerpać, nawet jeśli nie ortodoksyjne, to jednak bardzo bliskie chrześcijaństwu idee religijne. Ma to znaczenie zwłaszcza dla osób nieznających zupełnie chrześcijaństwa lub takich, którym kojarzy się ono wyłącznie ze skostniałą i archaiczną instytucją. W tym znaczeniu teologia Dicka może stać się dla nich początkiem troski o własne zbawienie, wątplym mocno, narażonym na błędy, ale jednak ich własnym pytaniem o sens życia, zła i dobra, miłości.

Jeden z najwybitniejszych pisarzy epoki post-Dickowskiej, reprezentant cyberpunku, William Gibson, wzorem Dicka w swych powieściach ukazuje ludzi zagubionych, szukających jednak Boga - po omacku, „w śmieciach”. W swej najlepszej powieści „Neuromancer” kreśli Gibson ponurą wizję społeczeństwa przyszłości. Oto zdegradowaną ekologicznie i wyeksploatowaną Ziemią rządzą wielkie korporacje, dostarczając żyjącym w chaosie ludziom namiastki rzeczywistości pod postacią masy programów telewizyjnych i rozrywkowych. Także szczątkowo istniejące ludzkie potrzeby duchowe zaspokajane są przez wyspecjalizowany przemysł religijny. Świat duchowy ludzkości ogarnięty jest całkowitym zamętem - pełno jest w nim różnej maści maniaków i proroków religijnych, konkurujących ze sobą sekt czy terrorystów o motywacji religijnej. W tym chaosie, charakterystycznym i po trosze dla naszego późnokapitalistycznego społeczeństwa, bohaterowie Gibsona starają się mimo wszystko szukać Boga, choć często nieświadomie. „Absolutu szukać można jedynie w stosach zalegających wszędzie technologicznych odpadów, ośmieszonych rytuałach pomieszanych ze sobą religii i produkowanym masowo sacro-kiczu” - podsumowuje autorka przesłanie Gibsona.

Postacie z książek Gibsona wyrosły bowiem w świecie, w którym wszystko, a więc i religia, jest na sprzedaż. Znają oni dobrze wszystkie techniki perswazji i indoktrynacji, są świadomi sztuczek używanych przez proroków i kaznodziejów, którzy chcą „sprzedać” im swoją prawdę. Są zdystansowani zarówno wobec religijnych maniaków, jak i żarliwych konwertytów. Zdarza im się jednak, iż w znanej sobie doskonale rzeczywistości, w wirtualnej Sieci, natrafiają na coś, co nie da się rozumowo wytłumaczyć, i muszą wtedy używać wyśmianego przez nich języka religijnego. Nie mogąc naukowo opisać fenomenów, których doświadczają, nie mając też na podorędziu języka religijnego, z którego słownika mogliby zaczerpnąć słowo „cud” czy „wszechmoc”, bohaterowie Gibsona w chwili spotkania z Czymś radykalnie innym po prostu milkną. Transcendencja umyka ich pojmowaniu - nie znają języka ani pojęć, by o niej mówić. Cywilizacja, w której żyjemy - sugeruje Gibson, a przed nim czynił to Dick - straciła zdolność opisywania Absolutu. ■

Bartosz Wieczorek
Szkoła Wyższa im. Bogdana Jańskiego w Warszawie