

ISSN 2084-3364



studia  
humanistyczne  
agh *Contributions to Humanities*

2021  
tom 20/1



WYDAWNICTWA AGH  
KRAKÓW 2021





studia  
humanistyczne  
agh *Contributions to Humanities*

**2021**  
tom 20/1



contributions  
to humanities  
agh

Quarterly of AGH University of Science and Technology



AGH UNIVERSITY OF SCIENCE AND TECHNOLOGY PRESS  
KRAKOW 2021

**2021**  
vol. 20/1



studia  
humanistyczne  
agh

Kwartalnik Akademii Górniczo-Hutniczej im. S. Staszica

Dyrektor Wydawnictw AGH: *Jan Sas*

Komitet Redakcyjny Kwartalnika:

*Grzegorz Ptaszek* (redaktor naczelny): nauki o komunikacji społecznej i mediach

*Damian Galuszka* (sekretarz): socjologia, nauki o komunikacji społecznej i mediach

*Jowita Guja* (redaktorka tematyczna): nauki o kulturze i religii

*Dorota Żuchowska-Skiba* (redaktorka tematyczna): socjologia, nauki o komunikacji społecznej i mediach

*Tomasz Masłyk* (redaktor statystyczny)

Redakcja:

**Maarit Jaakkola** (University of Gothenburg, Sweden)

**Ryszard W. Kluszczyński** (University of Lodz, Poland)

**Paul Levinson** (Fordham University, United States)

**Marie-Laure Ryan** (United States)

**Siarhei Liubimau** (European Humanities University, Lithuania)

**Piotr Siuda** (Kazimierz Wielki University, Poland)

**Aleksandra Wagner** (Jagiellonian University, Poland).

Redakcja naukowa tomu: *Grzegorz Ptaszek*

Adres redakcji „Studiów Humanistycznych AGH”

Akademia Górniczo-Hutnicza w Krakowie

Wydział Humanistyczny

ul. Gramatyka 8a

30-071 Kraków

[studiahumanistyczne@agh.edu.pl](mailto:studiahumanistyczne@agh.edu.pl)

<http://journals.agh.edu.pl/human/>

<https://doi.org/10.7494/human>

Redakcja:

*Kamila Zimnicka* – język polski

*Keith Horechka* – język angielski

Projekt okładki i stron tytułowych: *Agata Wajer-Gądecka*

Skład komputerowy: MarDruk Marcin Herzog, e-mail: [biuro@mardruk.pl](mailto:biuro@mardruk.pl)

© Wydawnictwa AGH, Kraków 2021, Creative Commons CC-BY 4.0 License

ISSN 2084-3364 (wersja papierowa)

ISSN 2300-7109 (wersja online)

Wersja pierwotna czasopisma: papierowa

Nakład: 60 egz.

Wydanie zostało dofinansowane przez Akademię Górniczo-Hutniczą im. Stanisława Staszica w Krakowie (dotacja podmiotowa na utrzymanie potencjału badawczego nr 11.11.430.158)

---

Redakcja Wydawnictw AGH

al. A. Mickiewicza 30, 30-059 Kraków

tel. 12 617 32 28, 12 636 40 38

e-mail: [redakcja@wydawnictwoagh.pl](mailto:redakcja@wydawnictwoagh.pl)

[www.wydawnictwa.agh.edu.pl](http://www.wydawnictwa.agh.edu.pl)

---

---

# Spis treści

## Andrzej Radomski

- NARZĘDZIA CYFROWE DO BADANIA OBRAZÓW ..... 7  
*DIGITAL TOOLS FOR IMAGE RESEARCH*

## Katarzyna Cieślak

- PLEĆ SPOŁECZNO-KULTUROWA  
JAKO KATEGORIA RÓŻNICUJĄCA PROCES PROJEKTOWY  
SPECJALISTÓW *USER EXPERIENCE* ..... 27  
*GENDER AS A DIFFERENTIATING CATEGORY OF  
THE USER EXPERIENCE DESIGN PROCESS*

## Anna Danuta Miotk

- I TAK W KOŁO MACIEJU, CZYLI JAK POWSTAJE SZUM MEDIALNY ..... 47  
*OVER AND OVER AGAIN. HOW THE MEDIA HYPE IS GENERATED*

## Mateusz Penczek

- POJĘCIE OPRESJI SPOŁECZNEJ W UJĘCIU ANN E. CUDD ..... 61  
*THE CONCEPT OF SOCIAL OPPRESSION ACCORDING TO ANN E. CUDD*

## Karolina Król

- MOTYW AHASWERA W TWÓRCZOŚCI ALEKSANDRA WATA.  
OD FIGURY ZBIOROWOŚCI DO ZNAKU JEDNOSTKOWOŚCI ..... 75  
*THE WANDERING JEW (AHASWER) THEME IN LITERARY WORKS OF  
ALEKSANDER WAT. FROM THE FIGURE OF COLLECTIVITY  
TO THE INDIVIDUALITY SIGN*

- Informacje dla autorów** ..... 91

- Notes for Contributors** ..... 92



## Andrzej Radomski\*

ORCID: 0000-0002-1735-605X

Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie

## NARZĘDZIA CYFROWE DO BADANIA OBRAZÓW

W artykule zostały omówione narzędzia cyfrowe, za pomocą których można badać zdjęcia, filmy i multimedia. Autor twierdzi, że dotychczasowe metody nie nadają się do badania cyfrowej kultury (przede wszystkim wizualnej, a zwłaszcza do badania dużych kolekcji danych – zwanych *big data*). Jest to związane z tym, że zostały one opracowane w celu badania tzw. tekstualnego świata. W artykule zostały zaprezentowane różne programy oraz uczenie maszynowe, za pomocą których można badać zarówno cechy samych obrazów, jak i to, co znajduje się na poszczególnych obrazach. Autor na przykładzie cyfrowej analizy dwóch filmów pokazuje możliwości poznawcze współczesnych technologii informatycznych, w tym również sztucznej inteligencji. Tego typu nowe badania obrazów zalicza do humanistyki cyfrowej.

Słowa kluczowe: obrazy, kultura wizualna, narzędzia cyfrowe, wizualizacja, humanistyka cyfrowa, sztuczna inteligencja

## WPROWADZENIE

Rozwój technologii cyfrowych doprowadził w ciągu ostatnich kilkudziesięciu lat do ogromnych przeobrażeń we wszystkich ludzkich praktykach. Jednym z efektów ekspansji wynalazków z obszaru ICT<sup>1</sup> jest bezprecedensowa w dziejach produkcja obrazów. Są to oczywiście obrazy cyfrowe, które może potencjalnie tworzyć każdy uczestnik dzisiejszych praktyk kulturowych. Możliwość ta jest wykorzystywana, i to w sposób masowy, zarówno przez ludzi, instytucje, różne urzędnictwa, jak i ostatnio sztuczną inteligencję.

Różnego typu obrazy (fotografie, filmy czy grafika) nie tylko już stały się dominującym elementem współczesnego pejzażu kulturowego, ale coraz częściej są także głównym źródłem wiedzy o kulturze XX i pierwszych dekad XXI stulecia. Znajduje to odbicie w pojawianiu się nowych paradygmatów, a nawet subdyscyplin zajmujących się badaniem świata obrazów i mediów<sup>2</sup>.

---

\* Autor do korespondencji: Andrzej Radomski, Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie, Instytut Nauk o Kulturze, pl. Marii Skłodowskiej-Curie 4, 20-031 Lublin; e-mail: andrzejradomski64@gmail.com

<sup>1</sup> Skrót od ang. *Information and Communication Technology*.

<sup>2</sup> Można tu wymienić: *visual studies*, *games studies*, etnografię online i wirtualną, oraz starsze dziedziny, takie jak: socjologia wizualna i antropologia wizualna.



Dla badacza kultury badanie współczesnej produkcji filmowej, fotograficznej czy graficznej stanowi nie lada wyzwanie teoretyczne i metodologiczne. Jest ono spowodowane dwoma czynnikami głównymi: (a) ogromną ilością danych oraz (b) ich cyfrowym charakterem. Dotychczasowe metody bowiem były dostosowane do analizy obrazów „analogowych” i oczywiście występujących w mniejszych ilościach (inne też były pytania badawcze stawiane tradycyjnym fotografiom czy filmom). Generalnie więc nie są one specjalnie użyteczne w interpretowaniu danych wizualnych tworzonych w obecnym stuleciu.

W sukurs tym wszystkim, którzy za przedmiot swej penetracji poznawczej obierają współczesny świat obrazów i w ogóle praktyki wizualizacyjne, przychodzą technologie cyfrowe i towarzysząca im metodologia. Wypracowały one specjalne narzędzia cyfrowe, za pomocą których można badać filmy, fotografie i inną grafikę.

Głównym celem poniższego artykułu będzie prezentacja wybranych programów i aplikacji do badania obrazów cyfrowych oraz omówienie ich możliwości poznawczych. Programy owe zostały podzielone na dwie zasadnicze grupy: (a) aplikacje narzędziowe, (b) uczenie maszynowe – popularnie nazywane sztuczną inteligencją. Integralną częścią tego zadania będzie także próba analizy specjalnie przygotowanych „próbek” badawczych za pomocą wspomnianego oprogramowania – aby czytelnik miał empiryczny ogląd tego typu badań. Na początek jednakże zajmijmy się zarysowaniem nowego paradygmatu, w ramach którego prowadzi się tego typu analizy. Jest on najczęściej określany humanistyką cyfrową.

## HUMANISTYKA CYFROWA

Nielatwo jest określić cechy charakterystyczne zjawiska określanego humanistyką cyfrową, a tym bardziej w miarę precyzyjnie ją zdefiniować. Wynika to przede wszystkim stąd, że humanistyka cyfrowa rozwija się w sposób żywiołowy i obejmuje wiele niepowiązanych ze sobą procesów badawczych, edukacyjnych i organizacyjnych. Cyfrowa humanistyka nie jest jednolitą dziedziną, lecz szeregiem zbieżnych praktyk eksplorujących uniwersum, w których druk nie jest już wyłącznym ani normatywnym medium, gdzie wiedza jest wytwarzana i/lub rozpowszechniana; zamiast tego druk jest wchłaniany przez cyfrowe narzędzia, techniki i media – zmieniające produkcję i rozpowszechnianie wiedzy w dziedzinie sztuki, nauk humanistycznych i społecznych<sup>3</sup>. Dająca się również zauważyć różnorodność projektów, którą obserwujemy na gruncie polskim, doskonale koresponduje z rozproszeniem charakterystycznym dla projektów z zakresu humanistyki cyfrowej na całym świecie. Podkreśla to tylko fakt, iż cyfrowość nie jest wcale nowym paradygmatem badań, tylko narzędziem do realizacji przeróżnych celów badawczych często odmiennych dyscyplin (Werla i Maryl 2014: 6).

Często dokonuje się podziału na humanistykę komputerową, humanistykę sieciową i humanistykę multimodalną. Ta pierwsza koncentruje się na budowaniu narzędzi, infrastruktury i standardów tworzenia kolekcji. Ta druga cechuje się publikowaniem w sieci

---

<sup>3</sup> Zob. [https://www.humanitiesblast.com/manifesto/Manifesto\\_V2.pdf](https://www.humanitiesblast.com/manifesto/Manifesto_V2.pdf) [21.04.2020].

i pisaniem *peer-to-peer*. Z kolei humanistyka multimodalna łączy narzędzia naukowe, bazy danych, pisanie sieciowe i komentarze *peer-to-peer*, jednocześnie wykorzystując potencjał mediów wizualnych i dźwiękowych, które są częścią współczesnego życia. W tym spojrzeniu nie uprzywilejowuje się ani nie wyodrębnia przedmiotu badań<sup>4</sup>. Znamienne jest to, że najważniejsza unijna instytucja powołana do promocji i rozwoju humanistyki cyfrowej – DARIAH-EU – programowo unika jej definiowania i dyskusji teoretycznych, a skupia się na budowie platform internetowych, na których udostępnia się cyfrowe narzędzia, archiwa i infrastrukturę badawczą przedstawicielom poszczególnych dyscyplin humanistycznych oraz z dziedziny sztuki<sup>5</sup>. Niemniej jednak na użytek niniejszego tekstu można pokusić się o próbę zakreslenia przedmiotu, zasad metodologicznych i podstawowych wartości patronujących humanistyce cyfrowej. Nazwa „humanistyka cyfrowa” na określenie nowego zjawiska w nauce pojawiła się w pierwszych latach XXI stulecia. Ukazała się wówczas publikacja (Schreibman et al. 2004), której głównym celem, jak się wydaje, było zapoczątkowanie dyskusji nad możliwością zaistnienia humanistyki cyfrowej jako osobnej dyscypliny akademickiej. Można ją też uważać za pewnego rodzaju podsumowanie pierwszego etapu rozwoju tego nurtu. Polegał on przede wszystkim na digitalizacji całego dotychczasowego dziedzictwa historycznego i kulturowego ludzkości<sup>6</sup>. W setkach tysięcy archiwów skanowało/ skanuje się dokumenty. W tysiącach muzeów tworzyło/ tworzy się cyfrowe kopie obrazów, rzeźb i innych eksponatów. Program Google Books (wraz z jeszcze jego starszym odpowiednikiem, czyli programem Gutenberg) stawiał sobie za cel zeskanowanie i udostępnienie w domenie publicznej milionów książek. Ta migracja analogowego materiału do cyfrowych mediów i archiwów była i nadal jest procesem analogicznym do renesansowej i postrenesansowej migracji do drukowanej kultury (Burdick et al. 2012: 6). W tym okresie definiowało się humanistykę cyfrową jako: „pojęcie oznaczające nowe podejścia naukowe i jednostki instytucjonalne, służące zespołowym, transdyscyplinarnym i zaawansowanym cyfrowo badaniom, szkolnictwu i publikacjom. Humanistyka cyfrowa to [...] szeroki wachlarz konwergentnych praktyk, służących eksploracji uniwersum, w którym druk nie jest już głównym medium” (Burdick et al. 2012: 127).

Nieco inaczej charakteryzuje to zjawisko inny autor, dla którego humanistyka cyfrowa stanowi pole badań w bardziej luźnym znaczeniu. Nie ma to sugerować dobrze zdefiniowanej i ograniczonej dziedziny akademickiej poza tradycyjnymi dyscyplinami nauk humanistycznych, ale raczej ogólne pojęcie, które pozwoli nam mówić o różnego rodzaju inicjatywach i działaniach na styku nauk humanistycznych i informatycznych lub cyfrowych. Twierdzi się, że ta rozmowa może być bardzo ważna dla dalszego utrwalania cyfrowo odmienionej pracy w humanistyce. Nie oznacza to jednak, że ostatecznym celem koniecznym jest wszechstronna humanistyka cyfrowa<sup>7</sup>. Tu na marginesie należy zauważyć, że genezy humanistyki cyfrowej

<sup>4</sup> Zob. <http://digitalhumanities.org:8081/dhq/vol/4/1/000080/000080.html> [21.04.2020].

<sup>5</sup> Zob. <https://www.dariah.eu/about/dariah-in-nutshell/> [15.04.2020].

<sup>6</sup> Za pionierską dla humanistyki cyfrowej inicjatywę uznaje się często powołanie do życia na Uniwersytecie Cambridge: The Literary and Linguistic Computing Centre (1964).

<sup>7</sup> <https://dh2020.adho.org/> [15.04.2020].

można szukać już w latach siedemdziesiątych XX wieku – kiedy zaczęła się kształtować tzw. humanistyka komputerowa. Zaczęto wówczas bowiem na szerszą skalę używać tzw. komputerów osobistych (klasy PC) do analiz językoznawczych (np. automatyczna transkrypcja tekstu, analizy statystyczne, odczytywanie starożytnych języków) czy archeologicznych.

Rozwój humanistyki cyfrowej miał/ma także odzwierciedlenie na płaszczyźnie organizacyjnej i wydawniczej. Można tu wskazać na dwie najważniejsze organizacje: European Association for Digital Humanities i Alliance of Digital Humanities Organization (powstał w 2005 roku) oraz pojawienie się specjalistycznych czasopism<sup>8</sup>.

Równoległe do tego procesu miało miejsce tworzenie warsztatu pracy cyfrowego humanisty, to jest cyfrowych bibliotek, baz bibliograficznych i menedżerów bibliografii (np. Zotero), elektronicznych czasopism i elektronicznych notatników (typu Evernote), zaawansowanych edytorów tekstów (np. Scrivener) i wyszukiwarek naukowych (typu Google Scholar, Base)<sup>9</sup>.

Na początku trzeciej dekady XXI wieku humanistykę cyfrową można zdefiniować jako: transdyscyplinarny paradygmat (ewentualnie zespół praktyk): (a) w planie ontologicznym zajmujący się cyfrowymi wytworami – produkowanymi we współczesnych praktykach kulturowych i/lub zdigitalizowanym dorobkiem z przeszłości (teksty, obrazy, dźwięki, znaleziska archeologiczne i inne wytwory kultury materialnej); (b) w planie epistemologicznym szukający określonych trendów i prawidłowości w cyfrowych danych; (c) w planie metodologicznym polegający na stosowaniu narzędzi ICT do digitalizowania, gromadzenia, analizowania i prezentacji wyników badań (coraz częściej w formie zwizualizowanej); (d) w planie aksjologicznym respektujący takie wartości, jak: wolny dostęp do kodów źródłowych (Open Source), publikacji naukowych (Open Access), dzielenie się wiedzą (licencje CC); (e) w planie organizacyjnym preferujący sieciową współpracę (projekty, konferencje online czy nauczanie w internecie). Tu należy zauważyć, że coraz częściej przedmiotem badań cyfrowych humanistów staje się świat wielkich danych (*big data*) produkowanych we współczesnych praktykach – zwłaszcza w Internecie. Istnieją poważne przesłanki do twierdzenia, że dane typu *big data* czy też *large data*<sup>10</sup> będą stawać się głównym przedmiotem poznania poszczególnych dyscyplin humanistycznych i to już w niedalekiej przyszłości. W związku z tym humanistyka cyfrowa będzie korzystać w coraz większym stopniu z narzędzi i metod wypracowanych przez nową dyscyplinę badań, a mianowicie: *data science*<sup>11</sup>, oraz algorytmów sztucznej inteligencji. Punkt ciężkości bowiem przenosi się z fazy digitalizacji, gromadzenia

---

<sup>8</sup> Na przykład: *Computers and the Humanities* czy *Journal of Digital Humanities*

<sup>9</sup> Kompleksowy przegląd cyfrowego warsztatu pracy humanisty przynosi np. ostatnio wydana książka: A. Matysek, J. Tomaszczyk. 2020. *Cyfrowy warsztat humanisty*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

<sup>10</sup> *Big data* oznaczają więc wielkie zbiory, lecz często składające się z stosunkowo „mało ważących” elementów. Natomiast *large data* obejmują relatywnie „niewielką” grupę zbiorów „ważących” z kolei bardzo dużo. Będą to głównie wielkie portale społecznościowe (YouTube, Vimeo, Flickr, Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest czy Wikipedia). Największym wyzwaniem w przypadku *large data* jest badanie ich jako całości. Inaczej mówiąc (na przykładzie Facebooka): w przypadku *big data* badamy np. sieci kontaktów, jakie utrzymuje dana osoba w tym portalu, a w przypadku *large data* badamy cały ten portal.

<sup>11</sup> *Data science* to nowa dziedzina nauki z pogranicza: statystyki, matematyki, programowania, nauki o danych i technik wizualizacyjnych zajmująca się głównie światem *big data* (analiza, modelowanie, prognozowanie i obrazowanie).

i udostępniania danych do fazy ich przetwarzania, interpretowania (czyli badania) i wizualizowania – rozumianego jako metoda analizy, a także prezentacji wyników badań<sup>12</sup>.

Badacz współczesnej kultury medialnej czy szerzej: wizualnej coraz częściej musi uwzględniać w swej praktyce badawczej duże kolekcje obrazów. Stanowią one bowiem ważne źródło do poznania społeczeństwa informacyjnego czy sieciowego. Są także świadectwem określonych działań poszczególnych jednostek: ich preferencji i estetycznych kanonów. W ślad bowiem za upowszechnieniem się cyfrowego sprzętu do robienia fotografii i kręcenia filmów zostały stworzone programy i aplikacje (na urządzenia mobilne, chociażby) do obróbki grafiki, montażu i postprodukcji cyfrowych materiałów. Współcześni twórcy obficie z nich korzystają (i to zarówno profesjonalści, jak i amatorzy). Jednakże teorie i metody wypracowane do badania obrazów klasycznych (malarskich czy fotografii analogowej) nie nadają się do interpretacji filmów czy zdjęć robionych współcześnie i to w dodatku poddanych jeszcze obróbce cyfrowej. I bynajmniej nie tylko problem *big data* jest tutaj wyzwaniem, ale także poznanie określonych cech takich obrazów, które umykają „tekstualnym” metodom analizy. Badacze kultury (antropolodzy czy socjolodzy) od początku wieku XX korzystali w swojej pracy z różnych fotografii, ale głównie do ilustrowania wykładów czy publikacji (Banks 2009: 60).

W drugiej połowie wieku XX, przede wszystkim za sprawą anglosaskich *culture studies*, a później poststrukturalistów, zaczęto rozważać wizualność w kontekście różnych sposobów konstruowania obrazu tego, co widzialne, a więc tego, jak widzimy, jak nam widzieć wolno, jak widzieć musimy. Jednym słowem, uwaga koncentrowała się na kulturowych sposobach konstruowania tego, co i jak jest widziane (Rose 2010: 17). I dominowały w związku z tym metody jakościowe.

Cyfrowy humanista z reguły zadaje już inne pytania badawcze i może też precyzyjniej udzielić odpowiedzi na te, które stawiali jego poprzednicy (np. o dominujące kolory). Chcąc więc przeniknąć do tego świata obrazów (cyfrowych), badacz i każda inna zainteresowana osoba powinni poważnie rozważyć uwzględnienie perspektywy humanistyki cyfrowej, narzędzi i metod, które ona preferuje. Zajmijmy się więc dalej nimi.

## ANALIZA PRZYKŁADÓW

W tej i następnej części zajmiemy się tytułowym zagadnieniem, a mianowicie prezentacją i opisem działania narzędzi cyfrowych do badania obrazów cyfrowych. Ich poszczególne funkcjonalności zostaną zobrazowane na przykładzie konkretnej analizy dwóch obrazów filmowych. Przez obrazy będzie się dalej rozumieć: (a) obrazy statyczne (bitmapy, czyli np. fotografię, czy grafika wektorowa w postaci plakatów, okładek czy innych

---

<sup>12</sup> Przykładem tej tendencji, czyli wizualizacji wyników badań, może być na gruncie polskim powstanie multimedialnego periodyku naukowego „Medialica” ([www.medialica.umcs.lublin.pl](http://www.medialica.umcs.lublin.pl)) założonego w roku 2017 przez Michała Ostrowickiego (UJ) i Andrzeja Radomskiego (UMCS). Specjalizuje się on w wydawaniu materiałów z zakresu humanistyki (w tym także cyfrowej) właśnie w formie zwizualizowanej: wideoartukuły, wideorecenzje czy wideosprawozdania.

ilustracji); (b) obrazy ruchome, czyli filmy różnych gatunków produkowane zarówno przez profesjonalistów, jak i tzw. amatorów, oraz (c) przedstawienia multimedialne (*digital storytelling, visual story*, animacje, np. 3D, gry wideo itp.). Nie będą przedmiotem rozważań inne typy obrazów (rentgenowskie, USG, na podczerwień, hologramy itp.) – z tego prostego powodu, że omawiane tu narzędzia nie są przeznaczone do interpretacji tego typu zdjęć.

Obrazy (zwłaszcza fotografia) były obecne w praktyce badawczej nauk humanistycznych i społecznych od początków wieku XX. Początkowo (antropologia kulturowa, socjologia) korzystano z fotografii (a później i filmów) do zilustrowania wykładów czy publikacji, a także do pokazywania zdjęć osób z tzw. terenu (Banks 2009: 61). Od lat sześćdziesiątych ubiegłego stulecia punkt ciężkości przenosi się (w pracy z obrazami) na takie zagadnienia, jak: analiza treści (znaczenia), dyskursu, dystrybucji obrazów, ich odbioru (sposoby patrzenia), a za sprawą postmodernistów: intertekstualność, refleksyjność, praktyki dominacji i oporu za pośrednictwem obrazów. Równolegle (zwłaszcza na gruncie historii sztuki) przedmiotem badania były same cechy obrazów (zwłaszcza malarskich i analogowej fotografii artystycznej), takie jak: kompozycja, perspektywa, światło czy kolorystyka. W przypadku filmów dochodziły jeszcze takie elementy, jak: inscenizacja, plany obrazu, plany ujęcia, punkt widzenia czy techniki montażu (Rose 2010: 62–77).

Już w XXI wieku wizualna etnografia, antropologia czy socjologia zaczynają coraz większą uwagę poświęcać obrazom w internecie oraz różnego rodzaju przedstawieniom medialnym i hipermedialnym tworzonym za pomocą technologii cyfrowych (Pink 2009: 252–272). Dominują w tych analizach metody tekstualne i jakościowe.

Zgodnie z paradygmatem humanistyki cyfrowej, badanie współczesnej produkcji medialnej (zdjęcia, filmy, przedstawienia multimedialne itp.) składa się z czterech etapów:

1. wyszukiwanie danych,
2. pobieranie danych,
3. analiza danych,
4. wizualizacja danych (rozumiana, jak już zaznaczono wcześniej, jako metoda i sposób publikacji wyników badań)<sup>13</sup>.

Z każdym z tych etapów wiąże się stosowanie określonych narzędzi.

Wyszukiwanie danych to przede wszystkim penetrowanie określonych archiwów, baz danych i hurtowni danych i w tym przypadku korzystamy najczęściej z wcześniej znanych linków bądź istniejących na rynku ogólnych wyszukiwarek. Jeśli zaś chcemy zgromadzić kolekcje danych z luźnych fotografii czy filmów, które są na znanych portalach typu: Flickr, Instagram, Pinterest, YouTube czy Vimeo itp., to zwykle korzystamy już z bardziej specjalistycznych wyszukiwarek – przeznaczonych do wyszukiwania obrazów. Najbardziej uniwersalną jest oczywiście Google Images – pozwalająca na wyszukiwanie interesujących nas obrazów po tagach, adresie URL, a także szukanie obrazem. Możemy też skorzystać

---

<sup>13</sup> Oczywiście nic nie stoi na przeszkodzie, aby wyników badań nie publikować drukiem, chociaż w przypadku danych interaktywnych będzie to już poważna bariera.

z bardziej niszowych wyszukiwarek – często powiązanych z określonym portalem bądź pozwalających wyszukiwać po specjalnych kategoriach. Do najbardziej godnych uwagi zalicza się: Tag Galaxy (wyszukuje zdjęcia z Flickr), Corbis, Itsy (wyszukiwanie barwą), a ponadto: Pilesearch, Yandex czy Tin Eye Labs.

Drugi z wyszczególnionych powyżej etapów to pobieranie danych. O ile w przypadku relatywnie niewielkich kolekcji możemy to zrobić „ręcznie”, o tyle gdy mamy do czynienia z większym zestawem (typu *big data*), to ściąganie ich pojedynczo zajęłoby mnóstwo czasu. Wpisując do wyszukiwarki na przykład hasło „Donald Trump” czy „Barack Obama”, otrzymujemy kilkadziesiąt milionów wyników. W związku z tym lepszym rozwiązaniem jest zautomatyzowanie tego procesu za pomocą takich programów, jak: Picture Downloader (można podpiąć pod Chrome Web Store), Image Downloader czy Screen Scrapper. Do pobierania filmów z YouTube’a można z kolei skorzystać z takich programów, jak: YouTube Downloader, 4K Video Downloader czy aTube Catcher.

Po zgromadzeniu odpowiednich danych można przystąpić do ich interpretacji. Przedmiotem naszej analizy będą dwa obrazy filmowe, odpowiednio: inauguracyjne przemówienie Baracka Obamy i analogiczne Donalda Trumpa – wygłoszone podczas ceremonii ich zaprzysiężenia na urząd prezydenta USA<sup>14</sup>. Wybór jest arbitralny, gdyż celem nadrzędnym jest pokazanie tu, na tych dwóch filmowych przykładach, jak można interpretować zdjęcia i filmy za pomocą wybranych narzędzi cyfrowych. Jednakże można iść dalej i zapytać na przykład o to, czy treść tych przemówień (główne sądy, pojęcia, kategorie itd.) jest skorelowana z tym, że Obama i Trump należą do dwóch różnych partii politycznych – w związku z tym reprezentują odmienne światopoglądy i ideologie. Zadanie to zostawiam już jednak czytelnikowi.

Do analizy obrazów możemy zastosować dwa programy – imj: visual culture analytics (Zacha Whalena) oraz image plot (Lva Manovicha). Oba są darmowe i oba (w przypadku filmów) wymagają pocięcia ich (tj. filmów) na pojedyncze klatki filmowe. Do tego celu zastosowano darmowy program: Free Video to JPG Converter. Pozwala on uzyskać dowolną liczbę klatek z każdego filmu, czyli zdjęć w formacie JPG.

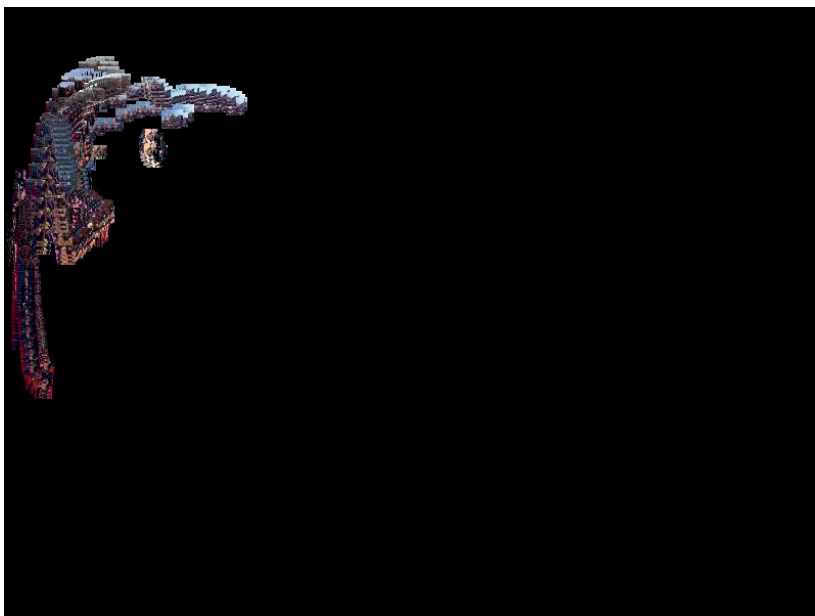
Przygotowaną próbkę możemy wysłać do programu Zacha Whalena<sup>15</sup>. Program ten pozwala na dokonanie trzech typów analizy, takich jak:

1. uzyskanie tzw. cyfrowego odcisku, czyli kolekcji wszystkich kolorów, reprezentowanych w postaci cienkich pasków (*bar code*),
2. układ wszystkich klatek – w kolejności pojawiania się w filmie (*montage*),
3. analiza takich atrybutów każdego zdjęcia, jak: jasność, nasycenie kolorami, odcienie barw, naświetlenie czy RGB. Wyświetlane są one w układzie współrzędnych OX i OY.

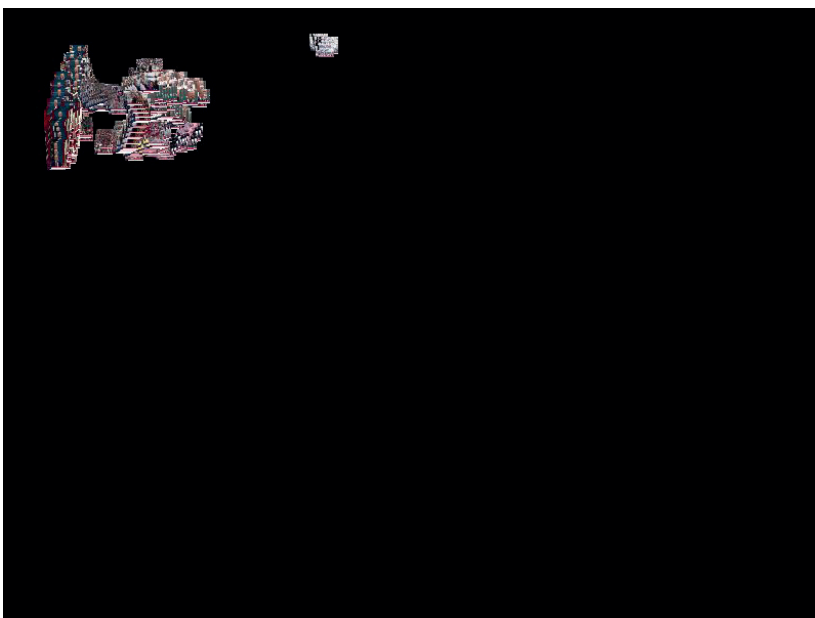
Wyniki dotyczące dwóch analizowanych filmów przedstawiono na rysunkach 1 i 2.

<sup>14</sup> Oba przemówienia można znaleźć na YouTube, Obamy: <https://www.youtube.com/watch?v=JwcR00oGbv0>, Trumpa: <https://www.youtube.com/watch?v=ThRvBUBpQ4> [23.04.2020].

<sup>15</sup> Program można znaleźć pod następującym linkiem: <http://www.zachwhalena.net/pg/imj/> [23.04.2020].



**Rysunek 1.** Jasność i nasycenie barw w filmie z przemówieniem Obamy



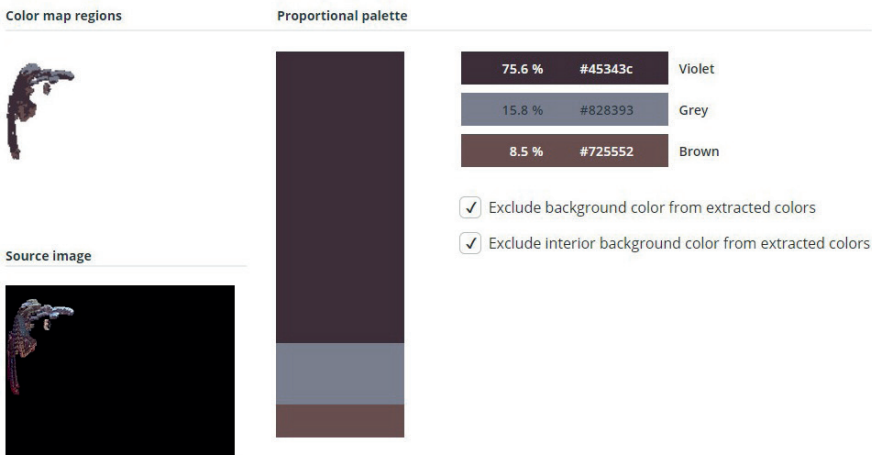
**Rysunek 2.** Jasność i nasycenie barw w filmie z przemówieniem Trumpa



Zaprezentowane wyniki pokazują pewne różnice, lecz nie są to rezultaty ściśle. Program Manovicha<sup>16</sup> też nie daje dokładnych wyników. Umożliwia on analizę takich parametrów, jak: jasność, nasycenie kolorów, ich odcienie oraz kształty na obrazie. Wizualizacja też jest przedstawiana na osi współrzędnych. Różni się on od programu Whalena tym, że pozwala zanalizować większą liczbę klatek filmowych czy zdjęć<sup>17</sup>. W przypadku programu Whalena limit wynosi 10 tysięcy klatek/zdjęć, a program Manovicha umożliwia analizę nawet setek tysięcy fotografii. Do analizy naszych dwóch filmów imj całkowicie wystarczył, gdyż liczba klatek nie przekroczyła ustanowionego limitu. Jednakże pewną zaletą programu Whalena jest to, że jego narzędzie jest w „chmurze”, więc nie trzeba go instalować na komputerze, jest intuicyjny w obsłudze i umożliwia eksport wyników na własne urządzenia. Takich funkcjonalności i ułatwień nie ma narzędzie Manovicha. Mimo to na pewno użyjemy go do analizy i wizualizacji filmów fabularnych, które z reguły mają ponad 100 tysięcy klatek.

Oglądając wizualizacje przemówień Obamy i Trumpa, widzimy, że są między nimi różnice – oczywiście, jeśli chodzi o kolory. Nie wiemy jednak dokładnie, jaka kolorystyka dominuje i jak to się przekłada na miary liczbowe. Aby się o tym przekonać, musimy sięgnąć do bardziej precyzyjnego narzędzia, które nam ostatecznie potwierdzi postawioną hipotezę. Tym narzędziem jest TinEye Labs<sup>18</sup>, które potrafi zestawić procentowo układ kolorów na danej kolekcji zdjęć bądź, powiedzmy, obrazów malarskich. W przypadku amerykańskich prezydentów wynik analizy był taki, jak pokazano na rysunkach 3 i 4.

### Extracted color palette



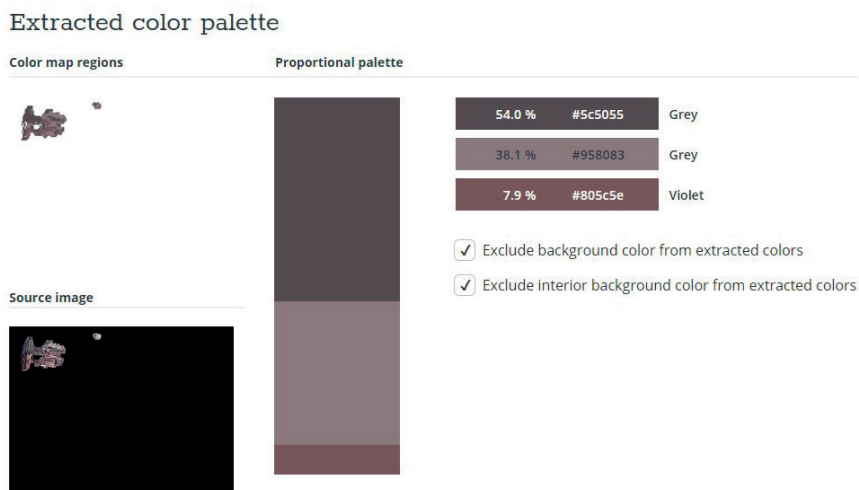
**Rysunek 3.** Procentowa analiza kolorów w filmie z przemówieniem Obamy dokonana za pomocą Tin Eye Labs

<sup>16</sup> Gwoli ścisłości należy wspomnieć, że mamy tu do czynienia tak naprawdę z dwoma powiązаныmi ze sobą programami: imageJ (twórcą jest Wane Rasbnd) oraz image plot – stworzony już przez samego Manovicha.

<sup>17</sup> Przykłady analiz wykonanych w image plot można znaleźć na stronie Lva Manovicha pod następującym linkiem: [http://lab.softwarestudies.com/p/research\\_14.html](http://lab.softwarestudies.com/p/research_14.html) [24.04.2020].

<sup>18</sup> Zob. <https://labs.tineye.com/color/> [24.04.2020].





**Rysunek 4.** Procentowa analiza kolorów w filmie z przemówieniem Trumpa dokonana za pomocą Tin Eye Labs

Zgodnie z teorią kolorów wszystkie barwy możemy otrzymać, mieszając trzy kolory podstawowe: *red*, *green* i *blue*. W świecie cyfrowym ich wartość mierzy się w pikselach: od 0 do 255. Zero oznacza kolor czarny, 255 – biały. Zatem im więcej pikseli, tym kolor uchodzi za jaśniejszy. U Trumpa przeważają kolory szare. Oba odcienie stanowią razem 92,1% wszystkich kolorów. Kolor szary mieści się dokładnie w połowie drogi między kolorami czarnym i białym. W układzie heksadecymalnym (#808080) wartość ta wynosi 128 pikseli (dla każdego z trzech podstawowych kolorów). W przypadku obrazu z przemówieniem prezydenta Obamy dominuje fiolet (75,6%) oraz szary (15,8%). Łącznie składają się one na 91,4% kolorów. Dla koloru fioletowego rozkład trzech podstawowych kolorów (w układzie heksadecymalnym: #B803FF) wynosi odpowiednio: 184,3 i 255 pikseli<sup>19</sup>. Pozostałe kolory w obu próbkach (mniejszościowe) nie zmieniają już ostatecznego rezultatu. Trzeba też pamiętać, że zobjektywizowane miary liczbowo-procentowe mogą różnić się od subiektywnego widzenia/postrzegania dominacji kolorów na danym obrazie/filmie. Na przykład w naszej kulturze kolor szary będzie określany, zazwyczaj jako ciemniejszy od fioletowego.

Film jest wytworem multimedialnym. Składa się on, jak wiadomo, z obrazów, słów, dźwięków i tekstu (ten ostatni element, z wyjątkiem filmu niemego, jest drugorzędny). Mowę filmową też można analizować za pomocą odpowiedniego oprogramowania. W przypadku niniejszego badania wykorzystano darmowy program Voyant. Służy on do analizy korpusów tekstualnych. Warunkiem analizy w przypadku dialogów filmowych bądź nagrań audio jest ich konwersja na tekst. W analizowanym przypadku wykorzystano usługę z AWS (o niej w dalszej części artykułu). Wynik analizy przemówienia Obamy przedstawia rysunek 5.

<sup>19</sup> Źródło danych: [https://pl.wikipedia.org/wiki/Lista\\_kolor%C3%B3w](https://pl.wikipedia.org/wiki/Lista_kolor%C3%B3w) [24.04.2020].



Program Voyant składa się z pięciu głównych części: *cirrus*, *reader*, *trends*, *summary* i *contexts*. Jest interaktywny. Użytkownik może najechać kursorem na dowolny fragment tekstu, aby otrzymać różne informacje (*reader*). Voyant pokazuje między innymi najczęściej występujące w danym tekście słowa (wizualizuje je także za pomocą chmury tagów – *cirrus*), średnią gęstość oraz liczbę słów w zdaniu, ile razy dane słowo występuje w tekście, łączną liczbę słów i zdań (*summary*) oraz rozkład poszczególnych słów w kolejnych fragmentach tekstu (*trends*). Umożliwia też analizę kontekstową i korelacje między słowami, a także najważniejsze kategorie w sieci całego tekstu (grafy).

Przyglądając się (za pomocą Voyanta) obu przemówieniom, widzimy, że mowa Obamy składała się z prawie 2400 słów. Średnio w zdaniu użył ich dwudziestu jeden. Najważniejszymi kategoriami w jego mowie były: naród, Ameryka, nowy rozdział i ludzie. Z kolei przemówienie inauguracyjne Trumpa zawierało „tylko” 1459 słów. Zdania też były krótsze (średnia słów w zdaniu wyniosła szesnaście). Z kolei najważniejszymi pojęciami były: Ameryka, Amerykanie, kraj i wielkość.

Omówiono już kilka programów do analizy obrazów – ich określonych cech. Następnie przedstawione zostaną typy analiz, za pomocą których będzie można zobaczyć, co się na zdjęciach czy filmach znajduje. A to już jest domena uczenia maszynowego – popularnie też zwanego sztuczną inteligencją. I to będzie przedmiotem następnej części.

## ANALIZA FILMÓW ZA POMOCĄ UCZENIA MASZYNOWEGO

Uczenie maszynowe to interdyscyplinarna dziedzina – z pogranicza informatyki, matematyki, statystyki, cybernetyki i *data science*, którego celem głównym jest tworzenie zautomatyzowanych systemów potrafiących analizować dane i na ich podstawie tworzyć nową wiedzę.

Wyróżnia się dwa podstawowe typy uczenia maszynowego: klasyczne (oparte na statystyce) i tzw. głębokie – często nazywane: sztuczną inteligencją (ang. *deep learning*). W tym pierwszym modelu tworzy się programy, do których następnie wprowadza się dane, które mają je przetwarzać zgodnie z napisanymi instrukcjami, co prowadzi do określonego rezultatu: „W przypadku uczenia maszynowego człowiek wprowadza dane, a także oczekiwane odpowiedzi, a komputer ma utworzyć reguły pozwalające na ich uzyskanie. Reguły te mogą zostać użyte w celu przetworzenia nowych danych i uzyskania oczekiwanych odpowiedzi” (Flasiński 2018: 23).

Uczenie „głębokie” jest oparte na złożonych sieciach neuronowych. Tego rodzaju sieć składa się z trzech podstawowych elementów: pewnej liczby neuronów, określonej liczby warstw i odpowiednich rodzajów połączeń między tymi warstwami. Najbardziej znanym i rozpowszechnionym typem sieci neuronowej jest: jednokierunkowa sieć wielowarstwowa (Wordliczek 2020: 88). Uczenie tego typu składa się tu z wielu cykli i kończy się, gdy otrzymamy automatyczną informację, że nasz model z dużym stopniem prawdopodobieństwa rozpoznaje dane obiekty.

Uczenie maszynowe (niezależnie od typu) pracuje na dużych zbiorach danych. Mogą one być ustrukturyzowane (w postaci tabelarycznej) i nieustrukturyzowane, które stanowią

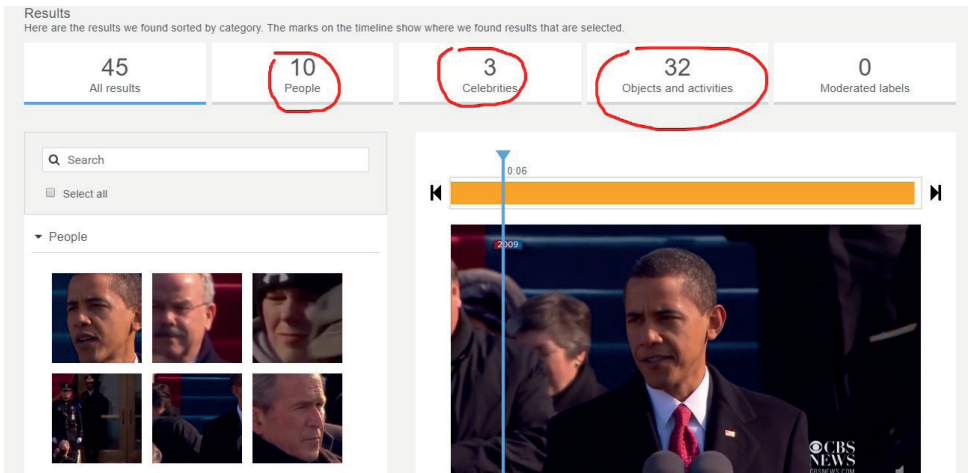
większość istniejących obecnie danych i są trudniejsze do analizy. Filmy i obrazy zalicza się do danych nieustrukturyzowanych. W uczeniu maszynowym dane dzieli się na dwie grupy: treningowe i testowe. Model uczy się na danych treningowych, a na testowych sprawdza się skuteczność tej nauki.

Uczenie maszynowe może mieć postać nadzorowanego i nienadzorowanego. W przypadku tego pierwszego, tworząc model ML (*machine learning*), wprowadzamy dane z etykietami (np. człowiek czy samochód) i model uczy się rozpoznawać nowe obiekty (np. samochody) na podstawie danych z naszymi etykietami. W przypadku uczenia nienadzorowanego zbiór treningowy nie zawiera etykiet i model sam musi zidentyfikować określone obiekty bądź występujące w tym zbiorze wzorce.

Wróćmy teraz do analizy obrazów i filmów. Możliwe są tu dwie strategie. Z pierwszej skorzystają osoby mające zaawansowane umiejętności programistyczne – przede wszystkim ze znajomością języka Python i R oraz znajomością bibliotek: SciticFlow, OpenCV, Tensor Flow i Keras. Osoby niemające takich kompetencji mogą wykorzystać do tego celu odpowiednie usługi oferowane przez Amazona (AWS), Google AutoML Vision czy Microsoft Azure. Ich zaletą jest to, że użytkownik dostarcza materiał (dane) do analizy, a program już robi resztę. Z kolei wadą takiego rozwiązania jest to, że usługi tego typu są płatne.

Dwa badane filmy zostały poddane analizie za pomocą AWS oraz (ale w mniejszym zakresie) przez AutoML Vision i InfraNodus Labs – po to, aby pokazać, że potencjalnie każdy może je wykonać (że nie jest to czynność dla wtajemniczonych).

Wynik pierwszej analizy przedstawia rysunek 6.

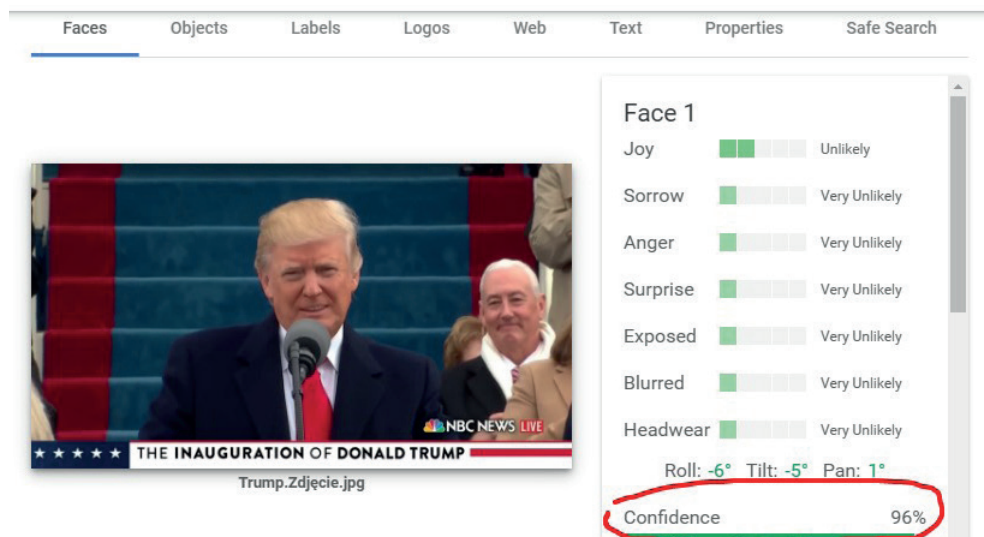


**Rysunek 6.** Wynik analizy filmu z przemówieniem Obamy wykonany za pomocą AWS

Mamy tutaj do czynienia z *computer vision*, czyli przetwarzaniem obrazu przez algorytmy uczenia maszynowego. Zadaniem programu/-ów jest klasyfikacja obrazów (podział np. na dwie klasy: ludzi i samochodów) oraz wykrywanie obiektów na obrazie, czyli oszacowanie,

z jakim prawdopodobieństwem możemy powiedzieć, że obiekt stojący na przykład po prawej stronie na rysunku 6 jest człowiekiem itd. W przypadku filmu program analizuje klatka po klatce wszystkie obiekty (świadczy o tym przesuwający się niebieski kursor). W ciągu pierwszej minuty powyższego filmu program rozpoznał dziesięć osób (łącznie trzydzieści dwa obiekty i czynności), w tym troje celebrytów. Jednego z nich możemy dostrzec po lewej stronie, czyli byłego prezydenta George'a W. Busha juniora.

To jednak nie wszystko. Algorytmy uczenia maszynowego potrafią również z dużym prawdopodobieństwem oszacować pewne cechy danej postaci na zdjęciu, na przykład emocje. Na rysunku 7 pokazano ten zabieg na przykładzie przemówienia Donalda Trumpa.

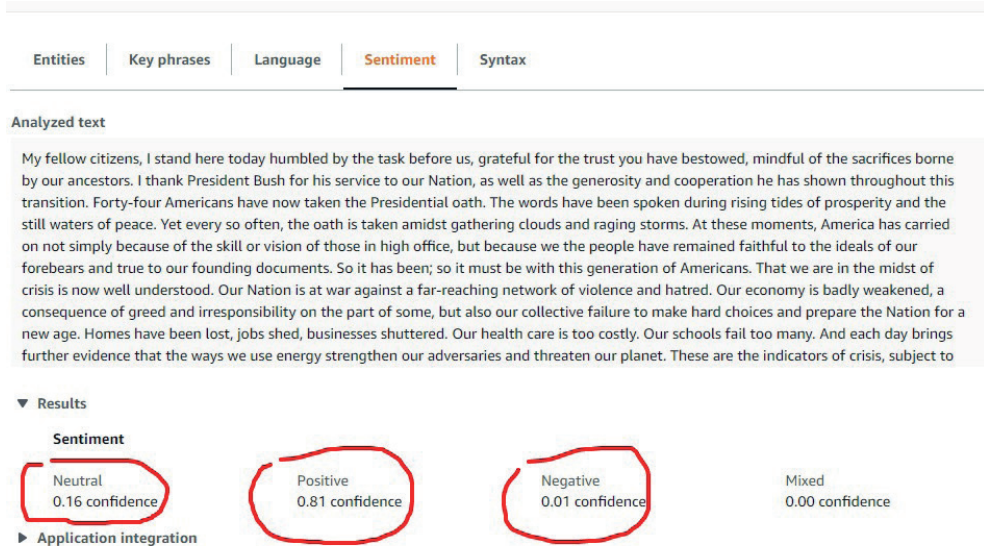


Rysunek 7. Analiza emocji za pomocą programu AutoML Vision

Na zdjęciu (rys. 7) widać przemawiającego Donalda Trumpa (pojedyncza klatka została wycięta z filmu), a po prawej stronie znajduje się analiza takich stanów emocjonalnych, jak: radość, smutek, złość itp. Na dole mamy uśredniony wynik tej analizy, czyli 96-procentową pewność (*confidence*). Oprócz tego, usługi takie jak AWS czy Google AutoML Vision pozwalają na rozpoznanie obiektów z zasobów internetu (*Web entities*). W omawianym przypadku są to na przykład: prezydent USA, przemówienie inauguracyjne, przysięga itp., określone części obiektu (garnitur, krawat czy mikrofon) oraz dominujące kolory na zdjęciu.

Z kolei Amazon Comprehend (jak i analogiczna usługa Google czy Microsoft Azure) pozwala zdiagnozować emocjonalny wydźwięk samego przemówienia (oczywiście i każdego tekstu). Nazywa się to analizą sentymentu. Jako ludzie bowiem mamy zdolność do rozpoznawania cudzych emocji na podstawie treści wypowiedzianych słów, a także pewnych czynników pozawerbalnych, takich jak ton głosu czy ogólna ekspresja ciała. Ograniczając nasze zainteresowanie do prostszego problemu, tj. rozpoznania jedynie ogólnego stosunku

autora do opisaney treści, a nie konkretnej emocji, możemy starać się taki proces zautomatyzować – tym właśnie zajmuje się analiza sentymentu<sup>20</sup>. Polega ona na określeniu stosunku autora danej wypowiedzi/tekstu do czegoś bądź kogoś. Określany jest przez trzy kategorie: pozytywny, negatywny i neutralny. W przypadku przemówienia Obamy otrzymany wynik pokazano na rysunku 8.



**Rysunek 8.** Analiza sentymentu w przemówieniu Obamy za pomocą AWS

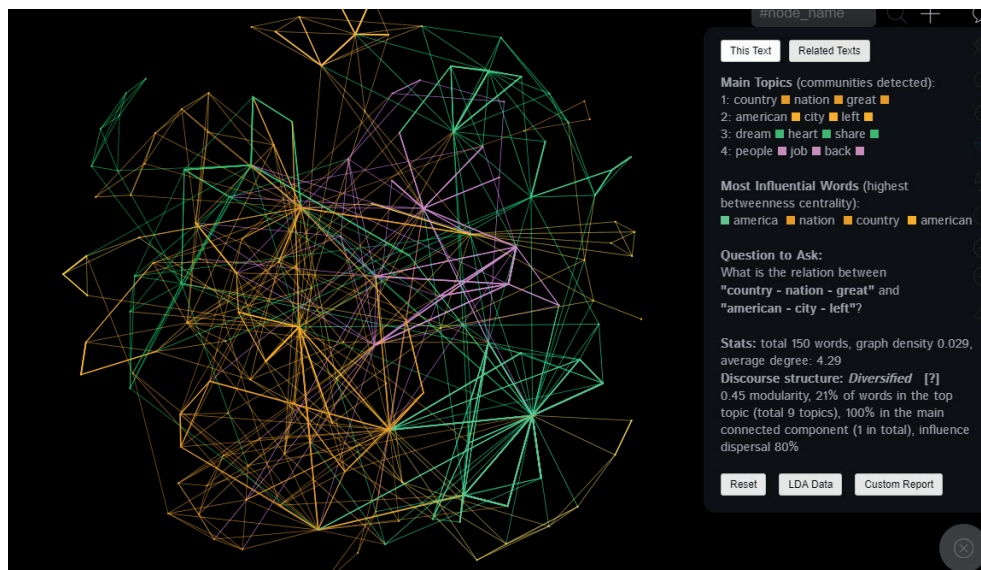
Jak można dostrzec, algorytmy ML oceniły z dużym prawdopodobieństwem (81%), że mowa inauguracyjna prezydenta Obamy miała wydźwięk pozytywny. Podobnie było z przemówieniem Trumpa – przy czym stopień pewności był w tym przypadku nieco mniejszy, a mianowicie 77%.

Natomiast program InfraNodus Labs jest przykładem połączenia nienadzorowanego uczenia maszynowego z teorią grafów. Jest dostępny w „chmurze” i nie trzeba go instalować na własnym komputerze. Po załadowaniu danych otrzymujemy tu, co prawda, też statystykę, podobnie jak w Voyant, lecz zamiast zbioru terminów dostajemy wizualizację przedstawiającą mowę prezydentów jako sieć. Jest ona interaktywna. Widzimy na niej węzły dominujące i relacje łączące je z innymi węzłami. Co więcej, możemy zaobserwować, że pewne węzły są na tyle podobne, że tworzą odrębne grupy – co jest zaznaczone innymi kolorami. Otrzymane wyniki podają nam: główne pojęcia (podzielone na cztery grupy), najbardziej wpływowe słowa oraz podstawowe zestawienia charakterystyczne dla grafów, typu: gęstość grafu, średni stopień czy modularność. Rysuje nam się także struktura dyskursu analizowanej wypowiedzi – podzielonej na określone tematy i z dominującymi pojęciami. Co ciekawe, niektóre

<sup>20</sup> Zob. <https://geek.justjoin.it/analizy-sentymentu-tweetow-wykorzystalismy-uczenie-maszynowe/> [30.04.2020].



kategorie, jak: *America*, *country* czy *great* (to w przypadku mowy Trumpa) pokrywają się z analizami przeprowadzonymi za pomocą Voyanta. Podobnie jest w przemówieniu Obamy.



Rysunek 9. Analiza przemówienia Donalda Trumpa za pomocą InfraNodus Labs

Zaprezentowane powyżej programy nie wyczerpują wszystkich technologii do badania obrazów. Wydają się jednak, z punktu widzenia autora niniejszego tekstu, najciekawszymi poznawczo.

## WNIOSKI

Przedstawione podejście do badań jest charakterystyczne dla humanistyki cyfrowej. W jej głównym nurcie pracuje się z danymi – pobieranymi, zarówno z rzeczywistości wirtualnej, jak i fizycznej. Odpowiednie oprogramowanie czy modele ML umożliwiają badanie zarówno określonych cech samych obrazów, jak i identyfikowanie tego, co znajduje się na obrazie/-ach, i to z dużą dozą pewności.

Jak zaznaczono wcześniej, klasyczne badania nad obrazami koncentrowały się na różnych aspektach tego typu dzieł sztuki. Jak zauważa Gillian Rose, uwaga badaczy koncentrowała się jednak na (jak to określa) trzech aspektach modalności:

1. modalności technologicznej (od obrazów olejnych po telewizję i internet),
2. modalności kompozycyjnej (właściwości materialne obrazów, na przykład kolorystyka czy organizacja przestrzenna),
3. społecznej (całość praktyk związanych z postrzeganiem obrazów).

Przedmiotem sporów było to, który z wymienionych obszarów jest najistotniejszy i dlatego (Rose 2010: 33). Podstawą praktyk interpretacyjnych wymienionych aspektów było wypracowanie, jak to nazywa Rose, „dobrego oka”. Zwłaszcza że, jak podkreśla, uwaga koncentrowała się na modalności kompozycyjnej i mimo niedostatków tego podejścia jest to nadal bardzo użyteczne (Rose 2010: 58–59).

Podstawowym elementem analizy kompozycyjnej jest analiza kolorystyki. Składają się na nią analiza: barwy, nasycenia i odcieni koloru/-ów. Co więcej, ranga tej analizy wzrasta w przypadku współczesnej produkcji artystycznej czy medialnej i dotyczy to zarówno działań profesjonalistów, jak i amatorów. Jest to spowodowane tym, że: (a) współczesny sprzęt i dołączone do niego oprogramowanie umożliwia każdemu/-ej manipulowanie tymi wartościami; (b) popularne portale społecznościowe (na czele z YouTube'em czy Instagramem) wręcz zachęcają czy niekiedy wymuszają korektę obrazów i filmów, które mają być tam umieszczane. Coraz więcej użytkowników korzysta z możliwości takiej postprodukcji. Są to praktyki masowe i „dobre oko” badacza nie jest w stanie wychwycić wszystkich wariantów i niuansów współczesnej produkcji medialnej. Nie zrozumiemy obecnej praktyki artystycznej bez analizy, z jednej strony, jej masowego charakteru, a z drugiej strony – ogromnego zróżnicowania kompozycyjnego, jakie jest pochodną możliwości oferowanych przez cyfrowy sprzęt i software. I tu rodzi się ogromne pole działania dla cyfrowych humanistów. Każdy bowiem może żonglować barwą, nasyceniem i innymi parametrami fotografii, filmu czy innej grafiki. Ograniczeniem może być już tylko wyobraźnia twórcy. Aby więc badać styl współczesnej twórczości artystyczno-medialnej, zmuszeni jesteśmy korzystać z narzędzi i metodologii wypracowanych przez humanistykę cyfrową.

Zaprezentowane tu programy narzędziowe mogą dokładnie wychwycić różnice między na przykład dominującymi kolorami czy ich natężeniem u poszczególnych twórców danych zdjęć czy ilustracji. Trudno nawet sobie wyobrazić, aby nawet najbardziej doświadczony badacz (czy ich zespół) mógł przeanalizować, i to w skali masowej, na przykład odcienie barw w jakichś dziełach zarówno profesjonalnych, jak i bardziej amatorskich. „Dobre oko” zawsze będzie tu zawodne. Po raz pierwszy jednak w humanistyce mamy do dyspozycji narzędzia, które mogą nam mierzyć różne, zasygnalizowane w artykule wartości.

Druga grupa programów – czyli te oparte na algorytmach sztucznej inteligencji – idzie jeszcze dalej. Pozwalają one, jak pokazano, identyfikować zawartość obrazów bądź filmów. Stwarzają zupełnie nowe perspektywy zarówno dla biografistyki (szeroko rozumianej), jak i badań większych zbiorowości. Do tej pory na przykład pisano biografie ważnych i sławnych osób – nie tylko dlatego, że wywierały one znaczący wpływ na daną sferę życia, ale także dlatego, że było wiele materiałów z ich życia. Zdecydowana większość ludzi była poza zasięgiem tego gatunku pisarstwa. W wieku XXI sytuacja zmienia się radykalnie. Każdy z nas funkcjonuje (dzięki internetowi) w przestrzeni publicznej i zostawia po sobie mnóstwo cyfrowych śladów. Potencjalnie więc może się stać przedmiotem zainteresowań badaczy – pod warunkiem, że użyją oni do badania metody uczenia maszynowego zdolnej przeanalizować te wszystkie dane. Co więcej, jak przedstawiono to w części trzeciej niniejszego artykułu, algorytmy takich programów jak AWS czy Google AutoM potrafią identyfikować cechy każdej postaci na danym zdjęciu i robią to już z dużym prawdopodobieństwem. Dzięki temu miliony anonimowych dotąd osób mogą uzyskać „drugie życie” i odzyskać tożsamość. Odnosi się to



zwłaszcza do tzw. milczącej większości, o której zwykle nie znajdziemy żadnych wzmianek w różnego typu źródłach. Jeśli natomiast będziemy mieli zachowane fotografie tych osób bądź znajdą się one na jakimś filmie, to algorytmy uczenia maszynowego będą już mogły coś o tych postaciach powiedzieć.

Wspomniane programy automatyzują cały proces badawczy – począwszy od „zasysania” danych, a skończywszy na prezentacji wyników. Dzięki temu możemy również pracować na dużych kolekcjach danych, czyli *big data*. Analiza fotografii czy filmu trwa czasem kilka sekund, co stwarza możliwość przebadania całkiem sporych kolekcji w stosunkowo krótkim czasie. Byłoby to praktycznie niemożliwe z wykorzystaniem tradycyjnych metod. Dzięki temu można prowadzić badania już nie tylko nad stylem twórczości pojedynczego malarza, fotografa, grafika czy reżysera, ale także nad całymi nurtami w sztuce, kinematografią danego kraju/-ów, a także badania porównawcze, i to w ujęciu czasowym. Uzyskane wyniki są precyzyjne i możliwe do powtórzenia przez innych badaczy. Na uwagę zasługuje też fakt, że przedstawione tu narzędzia umożliwiają również przebadanie wszystkich przypadków danego zjawiska zgodnie z formułą:  $N = all$ . Tradycyjne badania (w tym również sondażowe) były nastawione na reprezentatywną próbę losową i ewentualnie na statystyczną weryfikację hipotez.

Prezentowane tu narzędzia dużą wagę przywiązują do wizualizacji. Wizualizacja jest rozumiana dwojako: (a) jako metoda analizy; (b) jako sposób prezentowania wyników badań. Zbiór obrazów sam z siebie nic nie komunikuje (tak, jak tabela z danymi w Excelu). Celem jest więc odkrycie jakiejś wiedzy z danej kolekcji. Dodajmy, wiedzy interesującej poznawczo czy praktycznie. Zaprezentowana wyżej analiza przemówienia prezydenta Trumpa jest przykładem wizualizacji danych (w tym wypadku z narracji filmowej), która obrazuje między innymi główne bloki tematyczne tego wystąpienia i ich wzajemne relacje.

Dodatkowo, i to jest drugi aspekt wizualizacji, chodzi o nowy sposób komunikacji wyników badań. W dotychczasowej tradycji podstawową metodą prezentowania wyników badań były/są artykuły i monografie – ukazujące się drukiem, a ostatnio publikacje elektroniczne. W humanistyce cyfrowej pismo zaczyna być wypierane przez wizualizację. I nie chodzi tu tylko o dobre już znaną wizualizację danych statystycznych, a o ukazanie tego, co jest/byłoby niewidoczne na piśmie. Typowym tego przykładem może być interaktywna wizualizacja omawianych w artykule próbek wykonana przy użyciu InfraNodus Labs, a także starszych technologii – typu image plot Lva Manovicha czy imj: visual culture analytics Zacha Whalena.

Za pomocą pokazanych tu narzędzi i metod zaczyna się już prowadzić badania empiryczne, także w Polsce<sup>21</sup>. Przykładem mogą być badania nad serią filmową *Gwiezdne wojny*. Autor po przebadaniu wszystkich klatek tej sagi (w sumie prawie milion!) wykazał między innymi, że starsze odcinki charakteryzują się przewagą ciemniejszych kolorów i ich mniejszym nasyceniem w porównaniu z młodszymi odcinkami (Radomski 2017: 154–158). W innym tego typu badaniu analizowano wszystkie okładki (kilka tysięcy) polskich tygodników społeczno-politycznych i wykazano, że w przypadku tygodników o charakterze liberalno-lewicowym

---

<sup>21</sup> Prekursorem był tu niewątpliwie Lev Manovich, autor analizy stylu malarskiego Vincenta van Gogha. Jest ona dostępna na stronie: [https://docs.google.com/document/d/1zkeik0v2LJmi1TOK40xT7dVKJO7oCmx\\_fNP-8SYdTG-U/edit?hl=en\\_US#](https://docs.google.com/document/d/1zkeik0v2LJmi1TOK40xT7dVKJO7oCmx_fNP-8SYdTG-U/edit?hl=en_US#) [5.07.2020].

przeważają okładki jaśniejsze i bardziej nasycone kolorami, a w tygodnikach pravicowo-konserwatywnych – ciemniejsze (Radomski 2017: 64–72).

Wyłuszczone tu: danetyzacja, automatyzacja i modelowanie maszynowe oraz wizualizacja w badaniu obrazów powodują, że cyfrowy humanista jest w stanie penetrować poznawczo całe połączenie współczesnej kultury – kultury cyfrowej (opartej coraz bardziej na obrazach), która jest/była niedostępna dla klasycznych paradygmatów. Możemy więc powiedzieć, że mamy oto do czynienia z nowym paradygmatem badań. Nie ma on jednakże za zadanie wyprzeć dotychczasowych nurtów, czyli tzw. badań jakościowych. Z jednej strony bowiem może on je uzupełniać – o takie aspekty, które są poza zasięgiem metodologii „jakościowej” (stosowanej również do kultury wizualnej) i „danych jakościowych” (tzw. tekstów kultury czy źródeł historycznych). Z drugiej strony w jego ramach można prowadzić całkowicie niezależne badania – zadając nowe pytania odwołujące się do nowych typów danych i źródeł, które generuje współczesne informacyjne społeczeństwo. Nic też nie stoi na przeszkodzie, aby analizy zdjęć, filmów czy multimediów robione za pomocą wskazanych tu narzędzi cyfrowych nie były następnie poddane dalszej interpretacji – odwołujących się do szerszego kontekstu kulturowego czy historycznego.

Jeszcze innym efektem aplikacji powyższych narzędzi do badań nad kulturą wizualną jest lub będzie uzyskanie podobnego statusu poznawczego czy praktycznego, jaki był do tej pory zarezerwowany dla innych dyscyplin. Teraz wyniki badań produkowane przez cyfrowych kulturoznawców, filmoznawców czy historyków nie odbiegają pod względem pewności, dokładności i ścisłości od tych kreowanych przez przyrodoznawców. Cyfrowe narzędzia i metody badania obrazów umożliwiają też intersubiektywną kontrolowalność oraz sprawdzalność założeń, metod i przede wszystkim samego badania. Niezależnie bowiem od pewnej niedojrzałości tych cyfrowych, informatycznych metod okazują się one sprawnym narzędziem sprawdzania hipotez związanych z malarstwem czy, powiedzmy, filmem. Umożliwiają też postawienie nowych pytań badawczych. Teorie i idee z zakresu humanistyki można sprawdzać dokładniej i szybciej niż kiedykolwiek przedtem, przy czym znajduje się schematy, których tradycyjnymi metodami („na oko”) nigdy by nie znaleziono (Bod 2013: 412–413).

## BIBLIOGRAFIA

- Banks, Marcus. 2009. *Materiały wizualne w badaniach jakościowych*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Bod, Rens. 2013. *Historia humanistyki. Zapomniane nauki*, Warszawa: Aletheia.
- Burdick, Anne, Johanna Drucker, Peter Lunnfeld, Todd Presner i Jeffrey Schnapp. 2014. *Digital Humanities*, Cambridge MA: The MIT Press.
- Werla, Marcin i Maciej Maryl. 2014. *Humanistyczne projekty cyfrowe w Polsce*, Poznań–Warszawa: Wydawnictwo UAM.
- Pink, Sarah. 2009. *Etnografia wizualna*, Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Radomski, Andrzej. 2017. *Humanistyka cyfrowa w badaniu świata obrazów*, w: Ewa Solska, Piotr Witek i Marek Woźniak (red.), *Między nauką a sztuką*, Lublin: UMCS, s. 151–162.

- Radomski, Andrzej. 2017. *Analiza i wizualizacja okładek polskich tygodników społeczno-politycznych*, w: Małgorzata Kowalska i Veslava Osińska (red.), *Wizualizacja informacji w humanistyce*, Toruń: Wydawnictwo UMK, s. 61–76.
- Rose, Gillian. 2010. *Interpretacja materiałów wizualnych*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Siemens Ray, Unsworth John, Schreibman Susan. 2004. *Companion to Digital Humanities*, Dublin: Blackwell Publishing.
- Wordliczek, Łukasz. 2020. *Wykorzystanie sztucznych sieci neuronowych w badaniach politologicznych*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

#### DIGITAL TOOLS FOR IMAGE RESEARCH

The main subject of the article are digital tools, which can be used to examine photographs, films and multimedia. The author claims that the methods used so far are not suitable for studying digital culture (primarily visual, and especially for studying large data collections - called big data. This is due to the fact that they were developed to study the so-called textual world. The article presents various programs and machine learning, with the help of which it is possible to study: a) the features of the images themselves, as well as what is in the individual images. The author, on the example of digital analysis of two films, shows the cognitive capabilities of modern information technologies - including artificial intelligence. This type of new research of images is classified as digital humanities.

Keywords: images, visual culture, digital tools, visualisation, digital humanities, artificial intelligence

Zgłoszenie artykułu: 10.06.2020

Recenzje: 9.08.2020

Rewizja: 22.08.2020

Akceptacja: 22.09.2020

Publikacja on-line: 30.03.2021

## Katarzyna Cieślak\*

ORCID: 0000-0002-5539-4313

AGH Akademia Górniczo-Hutnicza w Krakowie

# PŁEĆ SPOŁECZNO-KULTUROWA JAKO KATEGORIA RÓŻNICUJĄCA PROCES PROJEKTOWY SPECJALISTÓW *USER EXPERIENCE*

Niniejszy artykuł jest próbą osadzenia koncepcji płci społeczno-kulturowej w branży nowych technologii, a dokładniej jednym z ich działów – *user experience* (UX). Problemem badawczym jest odpowiedź na pytanie o to, jak płeć społeczno-kulturowa różnicuje treści procesu projektowego UX. W celu pogłębienia tego tematu oraz poznania doświadczeń i wyobrażeń o kobiecości i męskości w projektach UX zastosowana została metoda badań jakościowych – wywiady pogłębione ze specjalistami *user experience*. Z przeprowadzonych rozmów zostały wyodrębnione elementy, które rozgraniczają projektowane doświadczenia użytkowników pod względem ich płci (kolorystyka, układ treści, kształtów, zdjęć, grafik).

Słowa kluczowe: *user experience*, gender, *feminist HCI*, *user-centered design*

Postępujący proces digitalizacji społeczeństwa przyczynił się do rozwoju koncepcji skupionych wokół pojęcia technologii informacyjno-komunikacyjnych (ICT). Jedną z nich jest interdyscyplinarna dziedzina nauki dotycząca komunikacji człowiek–komputer (ang. *human–computer interaction*), która zajmuje się projektowaniem technologii komputerowej oraz badaniem interakcji człowieka z interfejsem użytkownika (Carroll b.d.). Pierwszą z subdyscyplin HCI jest metodologia projektowa *human-centered design* i wyłaniająca się z niej koncepcja budowania pozytywnych doświadczeń użytkownika – *user experience*.

*Human-centered design* powstało w latach osiemdziesiątych XX wieku<sup>1</sup>. Ważnym założeniem tej subdyscypliny było zdefiniowanie człowieka jako fundamentu całego procesu projektowania. Jedną z definicji HCD, która podkreśla znaczenie pracy projektanta, została

\* Autor do korespondencji: Katarzyna Cieślak, AGH Akademia Górniczo-Hutnicza im. Stanisława Staszica, Wydział Humanistyczny, ul. Gramatyka 8a, 30-071 Kraków; e-mail: [kcieslak@agh.edu.pl](mailto:kcieslak@agh.edu.pl)

<sup>1</sup> Donald Norman, psycholog społeczny, badacz i ekspert w dziedzinie *human–computer interaction*, autor książki *User Centered System Design: New Perspectives on Human–computer Interaction*, w której opisał założenia podejścia HCD: „Projektowanie zorientowane na użytkownika to filozofia dizajnu. Zgodnie z nią punktem wyjścia jest dogłębne zrozumienie ludzi oraz potrzeb, które produkt ma zaspokoić. To zrozumienie można osiągnąć przede wszystkim poprzez obserwację, gdyż często ludzie nie są świadomi swoich potrzeb, a nawet przeszkód, które napotykają” (zob. Stawicki b.d.).

przedstawiona przez Trewisa Lowdermilka. Autor przez pojęcie projektowania zorientowanego na człowieka rozumie metodologię projektowania oprogramowania, która pomaga nie tylko programistom, ale także projektantom tworzyć aplikacje odpowiadające na potrzeby ich użytkowników (Lowdermilk 2013: 6).

Tematem tego artykułu jest próba odpowiedzi na pytanie o to, jak kategoria płci społeczno-kulturowej różnicuje treści procesu projektowego *user experience*, który jest pojęciem wyłaniającym się z podejścia HCD. W tym celu przedstawię wyniki badań, które przeprowadziłam z projektantami i projektantkami UX. W trakcie rozmów chciałam poznać ich interpretacje oraz wyobrażenia o kobiecości i męskości, rozpatrywane w kategorii płci społeczno-kulturowej. Podstawą metodologii moich badań była technika indywidualnych wywiadów pogłębianych. Przeprowadziłam osiem wywiadów z osobami zajmującymi się budowaniem *user experience* w projektach aplikacji webowych i mobilnych<sup>2</sup>. Wykorzystanie techniki badań jakościowych pozwoliło na doprecyzowanie nie tylko wyłaniającego się z rozmów obrazu kategorii gender, ale również objaśnienie specjalistycznego języka. Badani, którzy zgodzili się na rozmowę, często posługiwali się słownictwem technicznym, charakterystycznym dla swojej branży. Część empiryczna artykułu została poprzedzona wprowadzeniem teoretycznym do tematu *user experience*, ale również wyjaśnieniem kategorii płci społeczno-kulturowej rozpatrywanej w perspektywie rozwoju nowych technologii i społeczeństwa informacyjnego. Chęć poznania perspektywy specjalistów tworzących produkty interaktywne skierowane dla kobiet lub mężczyzn stała się jedną z głównych motywacji podjęcia tego tematu. Warto zaznaczyć, że koncepcja płci społeczno-kulturowej w literaturze zajmującej się projektowaniem doświadczeń użytkowników nie jest zbyt często poruszana, zwłaszcza w polskich źródłach. Na stronach anglojęzycznych portali branżowych, takich jak *UX Collective* (Fonseca 2017), *UX Magazine* (Marsden 2014) czy *Career Foundry* (Querini 2020) można znaleźć treści dotyczące UX i gender w formie zbioru praktyk inkluzywnego projektowania (ang. *inclusive design patterns*). W jednym z artykułów Querini porusza kwestie tego, jak stosować zaimki w treściach i komunikatach na stronach internetowych (*microcopy*) oraz w jaki sposób pytać o płeć w formularzach internetowych<sup>3</sup>. Z kolei Marsden zaznacza, że ludzie stale redefiniują i negocjują płeć poprzez interakcje, a tym samym przyczyniają się do tworzenia samej płci. Dlatego też budowanie doświadczeń użytkowników jest jej zdaniem formą konstruowania płci – *doing gender* (Marsden 2014).

Motywacja do projektowania stron internetowych czy aplikacji mobilnych, tak aby były jak najbardziej użyteczne i przejrzyste dla odbiorców, przyczyniła się do rozwoju kilku metod i koncepcji stawiających człowieka w centrum technologicznego świata. Jedną z nich jest *user experience*, które w polskim tłumaczeniu oznacza „doświadczenie użytkownika” budowane przez specjalistów w kilkuetapowym procesie. Proces ten najczęściej zaczyna się fazą badań i ich analizą, później przygotowaniem modeli użytkowników (tzw. *person*) i kończy na

---

<sup>2</sup> Pomimo małej próby badawczej to materiał dość szybko nasycił się i wiele wątków było typowych. Poza tym analizy miały charakter eksploracyjny i wprowadzający do zagadnienia.

<sup>3</sup> *UX writing to* technika projektowania treści na stronie w taki sposób, aby były jak najbardziej użyteczne dla jej odbiorców. *UX writing* powiązany jest z pisaniem mikrotekstów (*microcopy*) dla interfejsów aplikacji, które pomagają w nawigacji po danym interfejsie graficznym, np. aplikacji mobilnej, formularzu, blogu. Wymienione w tekście przykłady pochodzą z artykułu na temat inkluzywnych praktyk projektowych (Querini 2020).

tworzeniu prototypów, które są wdrażane do finalnych wersji produktów cyfrowych (Tidwell 2012: 18). Każdy z tych etapów został poddany analizie pod względem pojawiających się w nich wyobrażeń specjalistów UX na temat odbiorców tworzonych produktów cyfrowych.

Wraz z rozwojem technologii, które skupiają się na tworzeniu doświadczeń jednostek wchodzących w interakcje z efektami cyfrowej rewolucji kategorie, które były już poruszane przez klasyków socjologii, nabierają nowego znaczenia. Jedną z nich jest płeć społeczno-kulturowa, która w niniejszym artykule jest analizowana w obszarze budowania pozytywnych doświadczeń użytkownika.

Odpowiedzią na zauważalne zmiany w kontekście społecznym stała się teoria Manuela Castellsa dotycząca społeczeństwa sieci. Jej wielopłaszczyznowy charakter dobrze obrazuje, w jak wielu aspektach technologii rozwinęły się i wchodzą w reakcje ze społecznościami. Castells definiuje społeczeństwo sieci jako strukturę społeczną opartą na sieciach, „Jednak nie na każdym rodzaju sieci, ponieważ sieci społeczne były istotnym wymiarem życia społecznego od początków ludzkości. Sieci charakterystyczne dla współczesnej organizacji społecznej to sieci informacyjne wspierane przez nowe technologie komunikacyjne” (Castells 2008: 345). Powyższe zależności mogą mieć znaczenie w sposobie tworzenia i interpretowania stron internetowych przez obydwie płcie.

Osoby biorące udział w moich badaniach pracowały w polskich firmach. W tym miejscu warto wspomnieć, że branża *user experience* w Polsce jest obszarem stosunkowo nowym. Pierwszy ogólnopolski raport analizujący jej przedstawicieli powstał w 2011 (Mościchowska et al. 2011). Od tego czasu pojawiło się wiele organizacji specjalizujących się w przygotowaniu użytecznych, atrakcyjnych i dostarczających pozytywnych doświadczeń dla użytkowników produktów interaktywnych. Każda z tych firm przyczyniła się do rozwoju samego zawodu projektanta *user experience*, który to w tak krótkim czasie zyskał kilka nowych określeń oraz przyczynił się do utworzenia innych specjalizacji w tym obszarze. Osoby zajmujące się projektowaniem doświadczeń należą do grupy specjalistów, którzy w swojej pracy często wytwarzają oraz definiują wzorce kobiecości i męskości przez tworzenie stron lub aplikacji dla określonych pod względem płci odbiorców.

## PŁEĆ SPOŁECZNO-KULTUROWA W SPOŁECZEŃSTWIE INFORMACYJNYM

W klasycznej socjologii płeć była rozpatrywana głównie w kategoriach biologicznych. Skupiano się na definiowaniu ról płciowych lub procesów socjalizacyjnych norm płciowych. Definiowanie kobiecości i męskości w teoriach klasyków, takich jak Herbert Spencer, Emile Durkheim czy Talcott Parsons było rozpatrywane z perspektywy naturalnie uwarunkowanych różnic emocjonalnych, intelektualnych czy poznawczych, które ujawniają się w rolach społecznych, odmiennych potrzebach czy systemach wartości (Marshall 2002: 136–142). Warto zaznaczyć, że podstawą założeń widocznych w interpretacjach klasyków były przekonania ugruntowane w XIX-wiecznej psychologii czy medycynie podkreślającej dymorfizm płciowy (Leszczyńska i Dziuban 2012: 14). Zauważalne różnice pomiędzy kobiecością a męskością zdaniem autorów klasycznych koncepcji socjologicznych sprowadzały się do rozgraniczenia



na kilka obszarów, takich jak cielesność i umysłowość, irracjonalność, uczuciowość i rozumność oraz rozumienie wartości kolektywnie lub indywidualistycznie (Bradley 2008: 14). Zdaniem Raewyn Connell definiowanie płci poprzez dychotomie „wyklucza z pojęcia płci różnice występujące w obrębie każdej z grup – między kobietami i między mężczyznami”. Zdaniem australijskiej badaczki, definiując płć, warto skupić się na relacjach społecznych, wokół których istnieją zarówno jednostki, jak i grupy (Connell 2013: 29–30).

W trakcie rozmów z projektantami podjęłam próbę pogłębienia tematu przypisywania różnych cech do odbiorców tworzonych przez nich treści. Jednym z powodów była chęć sprawdzenia, czy skojarzenia przedstawicieli współczesnej profesji pokrywają się z teoriami przedstawicieli klasycznej socjologii.

Kategoria płci społeczno-kulturowej stała się przedmiotem rozważań również współczesnych przedstawicieli nauk społecznych. Powstało wiele różnorodnych definicji traktujących płć jako fenomen społeczny. Przełom w postrzeganiu płci społeczno-kulturowej w odmiennej niż biologicznej perspektywie nastąpił w latach osiemdziesiątych (Leszczyńska i Dziuban 2012: 14–15). W tym czasie powstała praca Ann Oakley – *Sex, Gender and Society*. Zdaniem badaczki, płć jest związana ze społeczno-kulturowym rozumieniem bycia kobietą lub mężczyzną, czyli dotychczas sposobu określania norm męskości i kobiecości przez społeczeństwo (Bradley 2008: 27). Podczas przeprowadzania wywiadów z projektantami UX zauważyłam, że w swoich projektach podkreślali własne definiowanie płci w formie kształtów przycisków czy ułożenia grafik. W opozycji do teorii Oakley, gdzie zwraca się uwagę na dychotomie pojęcia płci społeczno-kulturowej, pojawiła się koncepcja Judith Butler. Zdaniem badaczki nie istnieje podział na płć biologiczną i płć kulturową, stwarzane są one w tym samym czasie (Butler 1990, za: Bradley 2008: 140).

Jedna z tez postawionych przez Harriet Bradley dotyczy ukazania płci skonstruowanej społecznie, rozumianej przez jednostki jako „element strukturyzacji postrzeganego przez nich świata, nadając mu określone znaczenia” (Bradley 2008: 14). W tym ujęciu płć zyskuje pewnego rodzaju dynamikę, która zależy od czasu, miejsca i kultury, w której jest wytwarzana. Szczególne znaczenie dla tematu niniejszego tekstu ma właśnie definiowanie kategorii gender jako społecznego konstruktu, który kształtowany jest również w obszarze produktów cyfrowych. Temat płci jako praktyki społecznej stał się popularną koncepcją w naukach społecznych, często podkreślając jej dynamiczny charakter. Warto w tym miejscu zwrócić uwagę na zagadnienie konstruowania płci w codziennych praktykach (tzw. *doing gender*) autorstwa Candace West i Don Zimmerman powstałe w 1987 roku (Connell 2013: 129). Główne założenie powyższej koncepcji to teza, że zachowania kobiet i mężczyzn nie są wynikiem płci, ale formą określenia jej istoty. Płć wobec tego nie jest zastana, a wytwarzana przez aktorów społecznych, choć nie w sposób woluntarystyczny. Jak pisze Connell, tworząc płć, jesteśmy ograniczeni porządkiem płci. Poruszając kwestie konstruowania płci w społeczeństwie, warto zwrócić uwagę na definiowanie „zniczeń płci” (Connell 2013: 130). Temat ten został przeze mnie pogłębiony w trakcie przeprowadzania wywiadów. Poprosiłam moich rozmówców o przybliżenie ich wyobrażeń na temat końcowych odbiorców projektowanych rozwiązań, aby lepiej poznać ich perspektywę definiowania płci.

Proces projektowy *user experience* wynika z potrzeby rozwijania doświadczeń interakcji jednostek wyłaniających się ze społeczeństwa, które szczególne znaczenie przypisuje

informacji. Powstało kilka określeń, które ewoluowały wraz z rozwojem technologii informacyjnych. Mam na myśli tutaj społeczeństwo wiedzy, sieci czy postindustrialne. Zdaniem Tomasza Gobana-Klasa, występuje kilka elementów charakteryzujących społeczeństwo informacyjne. Po pierwsze, to dominacja pracowników w sektorze informacji oraz duży rozmiar przepływu informacji. Po drugie, relacje między jednostkami mają charakter interakcyjny. Zauważalna jest integracja i konwergencja działań mediów oraz tendencje globalne (Goban-Klas 1999: 304). Powyższe cechy mogą nieść ze sobą swego rodzaju praktyki społeczne, gdzie płeć społeczno-kulturowa staje się jednym z kluczowych elementów. Istnieje również możliwość włączenia tych praktyk do procesu projektowego interfejsów webowych czy mobilnych. Zwłaszcza w kontekście tworzenia jednolitych zasad projektowania, które wraz z globalnymi tendencjami przenikają również do polskiej branży UX<sup>4</sup>.

## GENDER I TECHNOLOGIA – GŁÓWNE KIERUNKI BADAWCZE

Tematyka relacji gender i technologii jest złożona i coraz częściej podejmowana. Najważniejsze wątki, które dotyczą prowadzonych przeze mnie analiz, związane są z tworzeniem i odbieraniem efektów technologii (w formie interfejsów graficznych), które mają upłciowiony charakter.

Rozwój sztucznej inteligencji i powiązanych z nią subdyscyplin uczenia maszynowego (ang. *Machine Learning*), *Data Science* czy przetwarzanie języka naturalnego (ang. *Natural Language Processing*) sprawił, że artefakty technologiczne zyskują coraz bardziej „ludzki” charakter<sup>5</sup>. Co za tym idzie, płeć staje się jednym z kluczowych sposobów konstruowania obrazu maszyny humanoidalnej przez takie cechy, jak: głos (Lee et al. 2000; Rodger 2004), ubiór (Bath i Weber 2007), fryzura (Carpenter et al. 2009) czy mimika (Cao et al. 2019). Powyższe elementy i praktyki ich wdrażania do urządzeń opartych na interfejsie graficznym czy głosowym stały się przedmiotem badań między innymi feministycznych studiów nad techniką (ang. *feminist technology studies*, *feminist technoscience*, *feminist human computer-interaction*, *feminist human robot-interaction* i *gender studies in technology*<sup>6</sup>).

---

<sup>4</sup> Przedmiotem badań był proces projektowy *user experience*, który od początku rozwoju samej specjalizacji UX często ewoluował. Obecnie ukształtowały się dwa podejścia: wodospadowe i zwinnie. Nastawione są one na iteracyjność, częste modyfikacje i adaptowanie się do tych zmian. Często w modelu zwinnym projektant pracuje w tym samym czasie co badacz UX. Zanim jednak dojdzie do wdrożeń programistycznych, trwa etap ewaluacji i konsultacji z klientem. Specjaliści, którzy zostali objęci moimi badaniami, najczęściej pracowali w modelu zwinnym.

<sup>5</sup> *Machine learning* – interdyscyplinarna nauka łącząca informatykę, robotykę i statystykę. Jest rozszerzeniem idei rozwoju sztucznej inteligencji. Celem jest badanie i doskonalenie algorytmów i modeli statystycznych, których używają komputery aby wykonać określone zadanie. *Data science* – nauka o danych, która wykorzystuje naukowe metody, procesy, algorytmy i systemy do wydobywania wiedzy i jej analizy (zob. Przegalińska i Oksanowicz 2020). *Natural language processing* łączy dziedziny sztucznej inteligencji i językoznawstwa, zajmując się analizą i tworzeniem tekstów w języku naturalnym.

<sup>6</sup> *Gender studies* w obszarze technologii skupia się na analizowaniu dwóch zagadnień. Pierwsze z nich to problem niskiej liczby kobiet w naukach o technologii i sektorze technologii informacyjnych. Natomiast drugie podejście opisuje sposoby korzystania z technologii zróżnicowane płciowo (zob. Bath 2014).



Feministyczne studia nad technologią (FTS), które wywodzą się z koncepcji społecznego konstruktywizmu, zakładają, że technologia zawiera w sobie pewne relacje społeczne, obejmujące również relacje płci<sup>7</sup>. Zdaniem badaczek, Joan Pujol i Mariseli Montenegro, dla FTS istotne jest uporządkowanie kontekstów tworzenia i użytkowania, w których to płęć jest integralną częścią kształtowania technologii (Pujol i Montenegro 2015: 179). Dodatkowo proces współtworzenia technologii i gender powinien uwzględniać społeczny wymiar jej wykorzystania (Lohan 2000). Dla projektantów UX może to oznaczać budowanie inkluzywnych rozwiązań, opartych bardziej na kontekście użycia danej technologii niż płci odbiorcy. Takie podejście może zachęcać także do odejścia od praktyk podkreślania stereotypowych założeń widocznych w formie kolorów, kształtów czy grafik wizualnych interfejsów.

Drugą dyscypliną definiującą relacje *gender* i technologii jest *feminist HCI*. Shaowen Bardzell w tekście o feministycznym postrzeganiu *human-computer interaction* porusza kwestie projektowania nowych technologii jako obszaru praktyk konstruowania wzorców kulturowych i stereotypów (Bardzell 2010: 1304). Autorka stawia tezę, że elementy charakterystyczne dla HCI, czyli badania z użytkownikami, prototypowanie lub ewaluacja, tworzą perspektywę postrzegania odbiorców jako podmiotów interakcji, z którymi specjaliści komunikują się poprzez sam styl projektowania (Bardzell 2010: 1306). W nawiązaniu do moich badań mogę stwierdzić, że styl czy sposób budowania UX jest zróżnicowany ze względu na płęć odbiorców i tym samym uwydatnia wyobrażenia badanych o kobiecości i męskości. Innymi słowy, do pozornie neutralnie płciowego obszaru UX wzorce płciowe mogą docierać w formie przekonań projektantów i projektantek o docelowych odbiorcach.

Warto również zaznaczyć, że płęć w obszarze nowych technologii może być przedstawiana i konstruowana z dwóch perspektyw – twórcy i odbiorcy, o czym wspomina Wendy Faulkner, wprowadzając rozróżnienie na *gender in technology* oraz *gender of technology*. Pierwsza kategoria definiowana jest jako nadawanie płci w sposób odgórny, czyli określany przez twórców na etapie projektowym. Rezultaty takich praktyk stały się przedmiotem badań, między innymi Corinny Bath i Jutty Weber (2007), Justin Cassell (2002), Friederike Eyssel i Frank Hegel (2012). Wymienieni badacze i badaczki wyodrębnili kilka metod wytwarzania wzorców płciowych w urządzeniach, takich jak roboty humanoidalne, inteligentne głośniki czy gry komputerowe skierowane do określonej płci odbiorców. Należą do nich ludzkie cechy wyglądu i ton głosu skategoryzowane jako męskie lub kobiece, a także tematyka gry odpowiadająca stereotypowym charakterystykom odbiorców. Takie elementy często umacniają pewne przekonania, tworząc swego rodzaju zależności, na przykład *cross-gender effect* szerzej opisany w artykule

---

<sup>7</sup> Rozwój koncepcji technofemizmu nastąpił w latach osiemdziesiątych XX wieku. Od tego czasu pojawiło się kilka prac takich autorek i autorów, jak: Cynthia Cockburn (1994), Wendy Faulkner (1998), Keith Grint i Rosalind Gill (1995 za: Faulkner 2001), Donna Haraway (1998); Judy Wajcman (1991 za: Adam 2006). Cecilia Asberg i Nina Lykke definiują to pojęcie jako interdyscyplinarny obszar badań, który wyrasta z „feministycznej krytyki sposobów, w jakich płęć przecina się z innymi społeczno-kulturowymi wskaźnikami władzy i tożsamości uwikłanymi w nauki przyrodnicze, medyczne i techniczne, a także w sieci i praktyki socjotechniczne zglobalizowanego świata” (Asberg i Lykke 2010: 299).

Tatsuya Nomura (2017: 4)<sup>8</sup>. Wiedza o powyższych rezultatach może być wykorzystywana i upowszechniona również biznesowo, co oznacza pogłębianie takich praktyk na szerszą skalę. Z kolei tematem różnorodności kulturowej w projektowaniu interfejsów graficznych zajmowali się między innymi Aron Marcus (1993), Teasley Barbee (1994) i Jeanette Hoffman (1999). W jednych z badań wykazano, że owalne kształty ikon w programie do edycji tekstów zaprojektowane dla użytkowniczek nie zostały na etapie badań uznane za bardziej użyteczne. Oznacza to, że pewne założenia twórców powinny być konsultowane z odbiorcami na możliwie jak najwcześniejszych etapach powstawania projektu.

Natomiast druga z wymienionych przez Faulkner perspektyw oznacza poddawanie genderyzacji artefaktów technologicznych w trakcie ich użytkowania. Autorzy i autorki analizujący tę stronę odbioru technologii to między innymi Siegel et al. (2009), Rodger (2004), Carpenter (2009). W swoich badaniach skupiali się na odbiorze neutralnych płciowo ze względu na wygląd urządzeń, które i tak były przyporządkowywane przez odbiorców do danej płci z powodu tonacji głosu czy wypowiedzianych treści.

Przedmiotem badań z zakresu tematyki gender i technologii stała się także zależność między wiarą w swoje możliwości a debugowaniem, czyli wyszukiwaniem i naprawianiem błędów w programowaniu. Kobiety biorące udział w badaniu Laury Beckwith et al. (2005), których poczucie własnej wartości było niższe niż mężczyzn, mniej chętnie podejmowały próby rozwiązania nieprawidłowości. Według autorów istnieje związek między doświadczeniem zawodowym badanych kobiet a skłonnością do debugowania. Badane respondentki wykazywały mniejszą skłonność do korzystania z nieznanymi im funkcji oprogramowania. Zdaniem autorów eksperymentu, właśnie takie funkcje mogą być kluczowe w naprawie błędów, dlatego powinny być zaprojektowane w sposób zachęcający kobiety do korzystania z nich. Badacze podkreślają, że „dobra strategia projektowa powinna zachęcić kobiety do testowania nowych funkcji, zwiększając dzięki temu ich poziom doświadczenia” (Beckwith et al. 2005: 877). W przeprowadzanych przeze mnie badaniach podjęłam próbę sprawdzenia, jak projektanci UX konstruują ich własne strategie projektowe skierowane do użytkowników określonej płci.

## METODOLOGIA BADAŃ

Zrealizowanie celu badawczego i odkrycie wyobrażeń o kobiecości i męskości w projektach UX było możliwe dzięki wykorzystaniu metodologii jakościowej. W badaniu wzięli udział projektanci, projektantki oraz osoby pracujące w branży *user experience* jako badacze i badaczki. Dobór próby był celowy, a dotarcie do badanych było możliwe dzięki opublikowaniu ogłoszeń na forach internetowych skierowanych do specjalistów UX. Podstawowy wyznacznik uczestnictwa w badaniu stanowiła praca nad rozwijaniem produktu dla określonej

---

<sup>8</sup> Tatsua Nomura przedstawia wyniki wybranych eksperymentów dotyczących gender i *human-robot interaction*. W przytoczonych analizach wykazano, że uczestnicy wchodzący w interakcję z robotem przeciwnej płci czuli się bardziej komfortowo niż ci, którzy korzystali z robota tej samej płci (zob. Nomura 2017: 4–5).

płci odbiorców. Próba badawcza składała się z siedmiu projektantek i jednego projektanta. Większość z moich rozmówców pracuje w firmach zatrudniających do trzydziestu osób<sup>9</sup>.

## REALIZACJA BADAŃ – CHARAKTERYSTYKA BADANYCH SPECJALISTÓW *USER EXPERIENCE*

Osoby badane, konstruuąc wyobrażenia o płci, kobiecości i męskości wskazywały na kilka wątków dotyczących kolorystyki, kształtów czy skojarzeń dotyczących płci pojawiających się na etapie badawczym w ich projektach. Natura tych wyobrażeń jest dość stereotypowa, powtarzalna i mało zróżnicowana. To także rozmowy o tym, jak definiowana jest kobiecość i męskość nie tylko przez badanych, ale również przez klientów i zleceniodawców. Podczas rozmów respondenci przypisywali kolorystykę oraz elementy projektowanych stron zróżnicowane ze względu na płeć odbiorcy. Ten etap wywiadów zawierał również wypowiedzi, które prezentowały świadomość badanych o przenikających do projektów własnych przekonaniach. Rozmowy dotyczące stereotypowego myślenia były wartościowe pod względem wyłonienia elementów różnicujących treści procesu projektowego.

Moi badani często podkreślali, że najbardziej czasochłonną i angażującą fazą projektowania jest sam proces badawczy. W trakcie tego etapu stawiane są hipotezy i określany zostaje cel biznesowy. Jedna z badanych nawiązuje również do kwestii doboru próby:

Często się zdarza, że jak tworzymy produkt, którego nie ma jeszcze na rynku, on jest bardzo innowacyjny, to wielkim wyzwaniem, jest to, żeby określić tą grupę docelową, bo tam pojawia się etap badania hipotez, który jest bardzo długi, one są różne i przenikają się, niełatwo jest znaleźć ludzi do wywiadów itd., potem jak już to „złapiemy”, jak wiemy dla kogo robimy produkt i umiemy określić, tą propozycję wartości, to reszta procesu jest już łatwiejsza. (Projektantka 2)

W przeprowadzonych rozmowach pojawiały się odpowiedzi dotyczące wyzwań, które wychodzą poza powtarzające się w wypowiedziach sześć elementów procesu<sup>10</sup>. Jedna

---

<sup>9</sup> Podczas analizy przeprowadzonych wywiadów posługiwałam się opracowanym kluczem kategoryzacyjnym. Powstało piętnaście kategorii, które brałam pod uwagę przy analizowaniu zebranego materiału. Pierwsze trzy miały charakter wprowadzający do samego procesu projektowego. Kolejne były pogłębieniem wypowiedzi dotyczących etapów projektowania. Podczas rozmów na temat samego procesu projektowego faza tworzenia person użytkowników stała się wprowadzeniem do tematu płci użytkowników. Był to etap wywiadów, gdzie po raz pierwszy pojawiały się wypowiedzi na temat stereotypów pojawiających się nie tylko w samym procesie, ale również w zespole. Kategorie związane z wyobrażeniami projektantów o odbiorcach zostały wyprowadzone na podstawie doświadczenia z projektów zróżnicowanych płciowo pod względem tematyki.

<sup>10</sup> Z uzyskanych w badaniach odpowiedzi wyszczególniłam powtarzające się elementy procesu projektowego:

- zdefiniowanie problemu badawczego,
- określenie problemu biznesowego i celów danego projektu,
- etap badawczy – określenie osoby odbiorcy,
- prototypowanie,
- powstanie makiet,
- implementacja.

z projektantek podkreślała, że najtrudniejsza jest nieprzewidywalność końcowego doświadczenia użytkownika z produktem. Zwróciła również uwagę na duże przerzucanie odpowiedzialności za to doświadczenie właśnie na pracę projektantów, którzy mimo korzystania z technik obserwacji lub przeprowadzania badań w określonych warunkach nie są w stanie jasno określić, jak będzie się czuć użytkownik po pierwszym doświadczeniu z produktem:

Myślę, że największym wyzwaniem jest nieprzewidywalność i to, że do końca nie wiemy, jak to doświadczenie będzie ostatecznie wyglądać. [...] Szczególnie w połączeniu z tym, w jaki sposób mówi się o *user experience* jest odpowiedzialność na projektancie lub projektantce, że będzie się dało to „jakoś” zaprojektować, że ta praca zapewni to ostateczne doświadczenie, a wydaje mi się że tak nie jest. Więc sprzeczność oczekiwań z rzeczywistością jest kolejnym wyzwaniem. (Projektantka 6)

Możliwą odpowiedzią na powyższe wyzwania staje się zdaniem jednej z badanych kolejny dość ogólny problem, z którym spotykają się specjaliści *user experience*. Według mojej rozmówczyni jest to umiejętność empatyzowania z końcowymi odbiorcami projektowanych produktów.

Dla osób, z którymi współpracuję, najtrudniejsza jest faza empatii, czyli wczucia się w potrzeby drugiego człowieka. (Projektantka 5)

Autorka powyższej wypowiedzi zaadresowała wskazane wyzwanie jako jeden z kluczowych elementów procesu projektowego:

Podstawy teoretyczne (teoria inteligencji emocjonalnej) plus narzędzia takie jak mapa empatii w procesie projektowym. Ona zmusza nas do pomyślenia o tym, co użytkownik ma w głowie, co czuje. (Projektantka 5)

Odnosząc się do wypowiedzi Projektantki 6, która podkreślała, że najtrudniejsze jest opanowanie nieprzewidywalności końcowych efektów doświadczenia, znajduję możliwe rozwiązanie w odpowiedzi wcześniejszej badanej. Rozmowy na temat rozwijania wśród projektantów umiejętności empatii stały się podstawą do poznania ich doświadczeń związanych z projektowaniem doświadczeń ukierunkowanych na płeć końcowych odbiorców. Był to moment, w którym zaczęły się pojawiać refleksje dotyczące wyobrażeń o adresatach ich produktów.

## WYOBRAŻENIA BADANYCH O KOBIECOCI I MĘSKOŚCI

Moi badani w wypowiedziach wskazywali na etap tworzenia person odbiorców jako fazy procesu projektowego najbardziej generującego stereotypowe założenia. W trakcie przeprowadzonych rozmów respondenci zazwyczaj podkreślali, że jest to moment, w którym

---

Zestawiając powyższe fazy procesu projektowego z teorią autorstwa Jenifer Tidwell, zauważam, że moi rozmówcy nie wymienili fazy testowania kilku wersji produktu. Dodatkowo nie zostały wprowadzone przez badanych projektantów scenariusze działań odbiorców projektowanych rozwiązań (Tidwell 2012: 18). Poza tymi aspektami nie zauważyłam odmiennych założeń dotyczących procesów projektowania UX.

definiowana jest również płeć odbiorcy i przypisywane im cechy. Co za tym idzie, pojawiają się pierwsze wyobrażenia projektantów o kobiecości i męskości. W poniższych wypowiedziach znajdują się także doświadczenia badanych związane z próbą zweryfikowania i kontrolowania pojawiających się przekonań.

Zazwyczaj nawet jak nie chcemy, to zaraz sobie coś wyobrażamy i jak podchodzimy do badań, to też automatycznie pojawia się nam obraz jakiejś osoby, grupy odbiorców przed oczami, też często posługujemy się niestety stereotypami i ja mam tak samo – podchodzę do badań, np. mam kobiety w IT, mniej więcej wiem, jaka to jest grupa odbiorców w głowie. To jest błędne podejście i nie powinno być tych wyobrażeń i musimy z tym walczyć, dlatego staramy się mieć taką czystą kartę, jak podchodzimy do badań i potem ją sobie dopiero zapełniamy tym, czego się dowiemy i na podstawie wyników tych naszych badań i zrozumienia tej grupy odbiorców, czy tej osoby tworzyć personę, która faktycznie jest zbudowana na tym, co jest, a nie jest zbudowana na naszych wyobrażeniach, stereotypach, tym, co kiedyś, gdzieś usłyszeliśmy, ale nie wiemy gdzie. (Projektantka 7)

Projektanci w trakcie rozmów, podobnie jak autorka powyższej wypowiedzi, podkreślali, że mają świadomość pojawiających się przekonań w trakcie tworzenia person, czy budując własne wyobrażenia o odbiorcach. Moi rozmówcy zaznaczali, że nie są to celowe zabiegi, zapytani o źródło pojawiających się stereotypów odpowiadali:

Wydaje mi się, że jest to coś zagnieżdżone w naszej wiedzy już od dzieciństwa. [...] My te założenia mamy od najmłodszych lat. (Projektantka 5)

Stereotypy wynikają raczej z takiej niezbadanej potrzeby. To raczej nie są stereotypy moje, tylko stereotypy ogólne, ale jeśli tak, to staramy się być bezstronni, nie patrzymy stereotypowo, ani nie opieramy tego na własnych przekonaniach. Raczej staramy się pomijać te aspekty, a skupić się bezpośrednio na tym, kto może być bezpośrednio użytkownikiem aplikacji. (Projektant 4)

[...] nie wiem trochę, jak odpowiedzieć na te pytania, bo nie chcę wyjść na taką ignorantkę i nie chcę też tak uogólniać, i stereotypizować wszystkiego. (Projektantka 8)

Powyższe odpowiedzi stały się wprowadzeniem do poznania wyobrażeń projektantów o odbiorcach projektowanych doświadczeń. W tym celu poprosiłam badanych o przybliżenie projektów skierowanych do określonej płci. Poniżej zestawiam kilka wypowiedzi dotyczących obrazu „typowej” użytkowniczki. Pierwszy z nich dotyczy projektu strony produktu przeznaczonego dla kobiet:

Wyobrażam ją sobie jako kobietę, która aktualnie jest na urlopie macierzyńskim, więc zajmuje się w domu dziećmi i ma czas, żeby ćwiczyć. (Projektantka 1)

Autorka powyższej odpowiedzi podkreślała, że na potrzeby tego projektu przygotowano trzy różne osoby użytkownika. Jedną z opisywanych przez badaną person przedstawia jej wyobrażenia dotyczące obrazu macierzyństwa. Hanna Dębska w artykule dotyczącym interpretacji ciała w teorii Pierre’a Bourdieu zwraca uwagę na kwestie społecznego konstruowania tego tematu. Wypowiedź mojej rozmówczyni można odnieść do fragmentu artykułu Dębskiej przedstawiającego macierzyństwo jako „podstawową społeczną rolę definiującą kobietę jako

rodzicielkę” (Dębska 2015: 25). Trzecia projektantka również uczestniczyła w tym samym procesie projektowym, zapytana o wyobrażenia o użytkownikach podkreślała użycie danych z wcześniej przeprowadzonych badań:

Ciężko mi sobie wyobrazić taką typową kobietę, dlatego, że my bardzo jasno sprecyzowaliśmy grupy docelowe. Bardzo jasno wiemy, że to są takie, a takie kobiety. Znamy ich problemy, bo rozmawialiśmy z nimi. (Projektantka 3)

Kolejna rozmówczyni poproszona o przybliżenie swoich refleksji dotyczących obrazu kobiety pracującej w branży IT zaznaczyła kilka cech wyglądu i osobowości:

Myślę, że jest bardzo bystra i inteligentna, że ma bardzo duże wymagania, zwraca uwagę na detale, ma bardzo analityczny umysł, aczkolwiek bardzo często połączony z takim kreatywnym myśleniem. Jest to osoba, która dąży do realizacji różnych wyzwań, nie boi się rozwiązywać problemów. Trochę bym ją określiła jako „wojowniczkę”. (Projektantka 7)

Powyższa wypowiedź przedstawia interpretacje projektantki o intelekcie kobiet, przyporządkowując jego wysoki poziom do stanowiska w branży technologicznej. Pojawiają się tutaj także elementy stereotypowe łączące analityczne myślenie z samą branżą. Istotny pod względem podkreślania własnych przekonań jest sposób mówienia o personach, tutaj modelowa użytkowniczka została nazwana „wojowniczką”. Pojawiło się też kilka wypowiedzi zaznaczających obraz i rozumienie męskości w perspektywie badanych projektantów. Jeden z moich rozmówców opisywał swoje wyobrażenia o użytkowniku strony przeznaczonej dla mężczyzn w Arabii Saudyjskiej.

Bardzo ciężko było sobie wyobrazić typowego użytkownika, ponieważ, to były osoby z Arabii, czy z Dubaju. [...] Tam bardziej operowałem (jeśli chodzi o wygląd) troszkę na stereotypach, ale bardziej chodziło o to, aby zaprezentować, że to jest jednak realny człowiek, no ale jeśli chodzi o pozostałe rzeczy, to kierowałem się danymi. W przypadku, gdy nie jestem w stanie sobie bezpośrednio wyobrazić takiej osoby, to bardziej opieram się na danych, które są dostępne ogólnie. (Projektant 4)

W wypowiedzi badany podkreślił, że jest świadomy swoich stereotypowych założeń. Jednocześnie zaznaczył, że wiedzę o użytkownikach opiera na danych pochodzących z etapu badawczego. W tym przypadku strona dotyczyła motoryzacji i najwięcej wniosków, które zostały uznane za istotne względem celu biznesowego produktu, pochodziło z rozmów z mężczyznami.

Badani często odnosili się do danych zebranych w trakcie analizy przeprowadzanych wywiadów i ankiet. Projektantka zajmująca się przygotowaniem aplikacji w branży finansowej opisała powody, dla których zdecydowano się na męskie osoby.

Miałam na samym początku projekt taki, że robiliśmy aplikację inwestycyjną i tu było tak, że miałam dwie osoby i obie były męskie. Wynikało to stąd, że sam produkt, sama ta usługa raczej wpasowuje się w taki „męski klimat”, bo gdzieś na samym początku czuliśmy, że jest to gdzieś powiedzmy „bardziej dla facetów”, bo to chodziło o takie „mocne inwestowanie”. Czuliśmy, że jest to bardziej produkt, którym będą mocniej zainteresowani mężczyźni niż kobiety. (Projektantka 2)

Poprosiłam moją rozmówczynię o doprecyzowanie „męskiego klimatu”, a dokładniej tego, w jaki sposób został on zinterpretowany w projekcie aplikacji. W swojej odpowiedzi projektantka zaznaczyła, że miała na myśli elementy graficzne, a dokładniej kolory i kształty „typowe” dla mężczyzn. Zdaniem badanej oznacza to stosowanie na stronie prostokątów, kwadratów oraz skupienie się na treściach zawierających fonty bezszeryfowe. W odniesieniu do teorii istnieje wiele różnych cech typowo męskich lub kobiecych, które łączone w pary określeń, często skonstruowane są na zasadzie opozycji. W badaniach Inge Brovermana i jego współpracowników za „rdzeń” stereotypów związanych z płcią uznano po dwie pary stereotypowych cech – kompetencję i racjonalność jako cechy męskie oraz ciepło i ekspresyjność jako cechy typowo kobiece (Broverman 1972: 59–78). Jedna z badanych, mówiąc o procesach graficznych, podkreśla urzeczywistnienie takich etykiet w formie na przykład kolorystyki:

Wydaje mi się, że w takich procesach już dalszych, bardziej graficznych, to na pewno mam wrażenie, że dużym wyznacznikiem jest kolor, czyli zazwyczaj te właśnie takie męskie aplikacje, na przykład gry bukmacherskie, to są ciemne kolory, na ciemnym tle, takie rzeczy mi się tak na pierwszy rzut oka kojarzą. (Projektantka 2)

Powyższe skojarzenia z męskością i kobiecością pokazują, że są one binarnie konstruowane przez badanych projektantów. Pojawia się tutaj kilka dychotomii na poziomie wdrażanych do projektów elementów wizualnych lub kojarzenie użytkowniczek z emocjonalnością, a użytkowników z myśleniem analitycznym. Jak pisze Dębska, interpretując koncepcję kobiecości i męskości w ujęciu Pierre’a Bourdieu: „Męskość i kobiecość współwytwarza się zrozumiale wyłącznie w relacji, we wzajemnym przeciwstawieniu, gdzie mężczyzna ma być wszystkim tym, czym nie jest kobieta” (Dębska 2015: 23). Podział ten został zaznaczony przez moich rozmówców przez wyróżnienie elementów projektowanych rozwiązań, które definiują płeć odbiorców.

Odkrywając doświadczenia badanych związane z pracą nad rozwiązaniami skierowanymi do danej płci, poprosiłam o podzielenie się ich wyobrażeniami o finalnych efektach ich projektów. Mam na myśli stosowane zabiegi lub elementy interfejsów nadające zdaniem rozmówców cechy kobiecości lub męskości. Projektanci i projektantki w swoich odpowiedziach zgodnie podkreślali, że podstawowym wyróżnikiem rozgraniczającym płeć odbiorców na stronach jest kolor. Badani przypisali paletę ciemnych barw do produktów dla mężczyzn oraz pastelowych, jasnych i różowych dla kobiet.

W przypadku kobiet używa się oprócz różu kolorów delikatniejszych i pastelowych. Natomiast u mężczyzn oprócz tych niebieskości i granatów bardzo często jest to kolor ciemnoczerwony, który też wzmaga w percepcji agresję, a agresja wzrost testosteronu, który z kolei może wpływać na decyzję zakupowe. Wydaje mi się, że psychologia koloru jest ważnym zagadnieniem, który jest wart pogłębienia. (Projektantka 5)

W kilku wypowiedziach rozmówcy pytani o wyjaśnienie użycia konkretnego odcienia na przykład do tła strony odnosili się do psychologii kolorów lub przyjętych reguł w środowisku projektantów. Moi badani w ten sposób naturalizują płeć i wpisują w porządek rzeczy. Porządek ten, jak pisał Bourdieu, podkreśla różnice między płciami, która jest wpisana w „porządek rzeczy – jak się czasem mówi, chcąc określić to, co »normalne«, »naturalne«, a więc w jakis



sposób nieuniknione” (Dębska 2015). Wymienione „rzeczy” w odniesieniu do wypowiedzi moich rozmówców przyjmują formę kolorów i kształtów.

Jest pewna paleta kolorów uznawana za damskie, paleta kolorów uznawana za męskie i ogólnie przyjmuje się w świecie projektanckim, że ciemniejsze kolory są raczej skierowane do mężczyzn, jaśniejsze i ciepłe są skierowane do kobiet. (Projektantka 3)

W tym miejscu znajduję analogię do podziału analizowanego przez Bourdieu bazującego na „systemie homologicznych opozycji: wysoki/niski, nad/pod, przed/za, prawy/lewy, prosty/krzywy (ale też pokrętny)” (Bourdieu 2004:16). Dwie z wymienionych dychotomii mają odzwierciedlenie w wypowiedziach dotyczących warstwy wizualnej. Mam na myśli tutaj podział na jasny/ciemny czy prosty/krzywy w przypadku kształtu przycisków na projektowanych stronach. W rozmowach z badanymi na temat kolorystyki pojawiały się nawiązania do kwestii stereotypów. W bardziej lub mniej świadomy sposób projektanci określali swoje podejście jako „stereotypowe”. Poniżej kilka wybranych odpowiedzi potwierdzających moje obserwacje:

Oprócz tego różowego – tutaj jestem chyba w jakimś stereotypie, bo ten różowy mi się stricte z kobietami kojarzy. (Projektantka 1)

Tak – różowy... stereotypowo, ale użyliśmy błady różowy, beżowy. Generalnie bardzo ciepłe kolory. (Projektantka 3)

Gdzie wydaje mi się, że strona dla kobiety musi być bardziej taka delikatna, jak font, to nie taki techniczny, tylko jakieś zaokrąglone kształty, kolorystyka popadająca w jakieś pastele i róże, niż np. zielony czy niebieski, więcej obrazków, zdjęć. Z tym mi się tak stereotypowo, taka strona kojarzy. (Projektantka 7)

Jeśli mamy tak podchodzić totalnie stereotypowo do tego, no to nie wiem... Może dla kobiet będą jakieś pastelowe kolory. [...] I znowu, jeśli mamy na to patrzeć stereotypowo, to jakieś ciemne, męskie kolory. (Projektantka 8)

Podczas rozmów o końcowej kolorystyce projektowanych stron i aplikacji pojawiały się elementy oraz zabiegi mające na celu zwrócenie uwagi odbiorców określonej płci. Jedna z badanych opisywała realizację projektu skierowanego do młodych rodziców.

[...] Gdzie wiadomo, że opieką nad dziećmi statystycznie częściej zajmują się kobiety. Tamten projekt był stricte zaprojektowany pod kobiety, bo wszędzie były uśmiechnięte i radosne twarze dzieci. A wiadomo, że kobiety podchodzą do tego typu serwisów, w ogóle wszystkiego bardziej emocjonalnie i zwracają większą uwagę na twarze, które są dostępne w interfejsach. A już zwłaszcza jeśli chodzi o słodkie małe bobasy. (Projektantka 5)

Moja rozmówczyni zaznacza w swoich wypowiedziach, że cechą charakterystyczną użytkowników jest emocjonalne podejście do relacji i świata. Podczas projektowania stron znajduje ono swoje odzwierciedlenie w zdjęciach dzieci lub umiejscowieniu przycisku zakupowego na wysokości wzroku postaci z grafiki. Warto zwrócić uwagę na słowa projektantki, która podkreśla, że opiekowaniem się dziećmi zajmują się częściej kobiety. Dodając do swojej



wypowiedzi sformułowanie, że jest to „wiadome”, zaznacza swoje przekonania. Kolejne odpowiedzi również nadawały wysokie znaczenie zdjęciom, które podkreślały adresowanie produktu do kobiet.

[...] zdecydowanie, wizerunki kobiet, również, jeśli chodzi o zdjęcia użyte na stronie. (Projektantka 1)

To wszystko wpisuje się w stylistykę produktu, ale też widać od samego początku jak się wejdzie na tą stronę, to pierwsze zdjęcie, to są właśnie dwie kobiety. (Projektantka 2)

Kolorystyka, zdecydowanie, wizerunki kobiet, również, jeśli chodzi o zdjęcia użyte na stronie. (Projektantka 3)

Pozostałe elementy, jakie badani przyporządkowali do stron i aplikacji charakterystycznych dla użytkowniczek, to wyboldowane teksty lub zabiegi w postaci odpowiednio umieszczonych przycisków zakupu.

Bardzo często jeżeli nie mamy zdefiniowanego pod względem płci użytkownika, ale chcemy, żeby kobiety częściej klikały, to stosuje się właśnie umieszczanie „*Call to action button*” w pobliżu jakiejś twarzy, która to twarz ma skierowany wzrok na ten przycisk. (Projektantka 5)

Jedna z badanych zwróciła uwagę na stosowanie odpowiedniego pisma dla stron i aplikacji poświęconym kobietom. Ten sam pogląd podziela również Projektantka 6, która odręczne pismo uważa za cechę portali kobiecych. Zwróciła również uwagę na stosowanie męskich końcówek na stronach skierowanych dla odbiorców ogółem, a żeńskich tylko w tych dla użytkowniczek. Obraz płci, jaki wyłania się z tych wypowiedzi, wyraźnie zaznacza definiowanie kobiecości poprzez delikatność czy emocjonalne podejście, które projektanci próbują uchwycić, stosując takie zabiegi jak odręczne pismo na stronie czy stosowanie feminatywów.

To, w jaki sposób jest rozumiana męskość w projektach UX rozmówców, stoi w opozycji do przedstawienia elementów widocznych na stronach i aplikacjach definiujących kobiecość. Sandra Bem uważa, że przekonanie o polaryzacji płciowej jest jednym z kluczowych schematów poznawczych w kulturze zachodniej. Autorka odnosi się do koncepcji androcentryzmu, który „polega na stawianiu pierwiastka męskiego i wartości męskich w centrum uwagi. Męskie doświadczenie jest w tym podejściu traktowane jako uniwersalne dla wszystkich ludzi, standardowe i neutralne, natomiast kobiece doświadczenie jest odchyleniem od normy, typowym wyłącznie dla kobiet” (Kamasz 2016: 1). Często badani zaznaczali, że do rozgraniczenia męskości i kobiecości w projektach stosują odmienny typ treści zawartych na stronie. W przypadku męskich odbiorców są to techniczne treści, statystyki oraz „konkrety” i „twarde dane”. Natomiast w produktach skierowanych do kobiet stosuje się nawiązanie do wartości i „miękkich aspektów”.

Drugą personą, w trochę innej części, w aspekcie klienta, [...] była kobieta. Kobiety na stanowisku dyrektorskim odpowiadały za merytorykę, więc tam się podzieliło: dyrektorzy odpowiedzialni za zarządzanie biznesem to byli mężczyźni, a dyrektorki odpowiadały za merytorykę, do nich kierowaliśmy ten sam produkt, ale był inny komunikat. Tam uderzyliśmy bardziej w wartości, było przeniesienie bardziej „jak możesz zastosować”, jak przenieść np. relacje do pracy z dziećmi, czyli raczej miękkie aspekty, a w tamtym były twarde. (Projektantka 3)

Trzecia rozmówczyni opisywała realizację projektu strony dla przedszkoli i szkół prywatnych. Zdaniem badanej większość osób na stanowiskach kierowniczych w danej placówce to mężczyźni, dlatego pierwszorzędną persona była męska. W tym przypadku poprosiłam projektantkę o przedstawienie szczegółów dotyczących strony wizualnej i treści.

Tutaj mocniej celowaliśmy w to, że jedną z cech osoby było to, że był to mężczyzna, ale drugą ważną cechą jest to, że była to osoba mocno analityczna, więc kolory w to uderzały. Był to niebieski, który mocno kojarzy się z analizą, czy granatowy. Natomiast bardziej chodzi o komunikaty. To były konkretne statystyki, liczby, bardzo krótkie rzeczy, ale to nie tyle dotyczyło mężczyzn, co po prostu osoby, bo ona miała analityczny umysł, to było skierowane do dyrektorów i miało usprawniać ich zarządzanie biznesem, więc musiały być tam konkrety. (Projektantka 3)

Odnosząc się do literatury, zdaniem Ann Oakley, klasyfikacja tego, co jest społecznie i kulturowo uznane za „męskie” oraz za „kobiece” charakteryzuje się społeczną nierównością (Królikowska 2011: 389). Nierówność tę można zaobserwować w wypowiedzi jednego z projektantów, który widzi ją w treściach na stronie, której odbiorcami są mężczyźni. Badany, podobnie jak Projektantka 3, twierdzi, że treści o charakterze technicznym sprawdzają się w realizacji projektów skierowanych do mężczyzn:

Jeśli chodzi o elementy samej aplikacji, które były bardziej skierowane do mężczyzn, to tak jak już wspominałem, to będą te treści stricte techniczne, np. moc silnika, kilka takich rubryczek bardzo mocno technicznych odnośnie samochodu. (Projektant 4)

Chcąc pogłębić temat stereotypowego myślenia, poprosiłam moich rozmówców o przedstawienie źródeł inspiracji projektowych. Celem było znalezienie powtarzających się schematów dotyczących kolorystyki. W trakcie rozmów pojawiały się te same strony skierowane między innymi do projektantów i projektantek UX – *Behance* i *Dribbble*.

Jeżeli chodzi o same inspiracje, przeglądałam Dribbla, niby to jest bardzo designowe, ale pod kątem UXowym, to też jest spoko, bo można zobaczyć, jakie są różne rozwiązania, na Behance jest dużo *case study*. (Projektantka 1)

W trakcie rozmów odniosłam wrażenie, że badani są świadomi pojawiających się stereotypów. Często podkreślali to wypowiedziami „Wiem, że to stereotypowe podejście, ale...” Zwłaszcza w odpowiedzi na pytania dotyczące wyobrażeń o doświadczenia końcowych użytkowników. Jednoczesne podkreślenie istniejących w projektach przekonań było neutralizowane poprzez duży nacisk na pozyskiwanie danych o użytkownikach z badań *user experience*.

## PODSUMOWANIE

Obraz płci społeczno-kulturowej, jaki wyłania się z przeprowadzonych rozmów, podkreśla jej dychotomiczność na wielu płaszczyznach. Pierwszym etapem różnicującym treści procesu projektowego jest przygotowanie person (modelowych użytkowników produktu). Dane, które

są potrzebne do ich tworzenia, często są zaczerpnięte z własnych przekonań projektantów. Mimo że każdy z respondentów podkreślał duże znaczenie i konieczność przeprowadzania badań, zanim powstanie persona, to pojawiały się wypowiedzi o tym, że czasami tworzone są one na podstawie własnych przekonań czy intuicji projektantów<sup>11</sup>.

Kolejnym etapem projektowania doświadczeń użytkowników zawierającym elementy płci jest proces łączenia danych zebranych z badań i person ze stroną wizualną tworzonych produktów cyfrowych. Treści, które różnicują ten etap procesu pod względem płci odbiorców, to kolorystyka, kształty, zdjęcia, treści oraz odmienne rodzaje fontów. Jeżeli chodzi o zastosowanie barw, to dla produktów skierowanych dla kobiet badani używali pastelowej lub bardzo jasnej palety kolorów – w przeciwieństwie do męskiej kategorii projektów, gdzie dominowały na przykład ciemne odcienie granatu. Kolejny punkt to kształty przycisków projektowanych stron i aplikacji. Zdecydowana większość badanych przypisuje obłe kształty użytkownikom, a kanciaste elementy stają się charakterystyczne dla męskich odbiorców produktów. W rozmowach pojawił się także temat odmiennych treści zróżnicowanych ze względu na płeć. Strony i aplikacje dla kobiet miały teksty nawiązujące do bardziej emocjonalnego podejścia użytkowniczek. Natomiast dla męskich odbiorców były prezentowane treści techniczne, zawierające statystyki zaznaczające analityczne podejście do ich interpretacji.

Projektanci, którzy wzięli udział w przeprowadzonych wywiadach, zaznaczali często, że są świadomi występowania stereotypów w trakcie pracy nad projektami tworzonymi z myślą o danej płci odbiorców. Etap przeprowadzania badań i analizy wynikających z niego danych był rozumiany jako działanie chroniące przed ich nadmiernym pojawianiem się w trakcie faz tworzenia produktu. Myślę, że warto tutaj zaznaczyć, że w tak nowoczesnym zawodzie jak projektant *user experience* wciąż są obecne tradycyjne przekonania o płci, a dychotomia płci nie zmienia się mimo rosnącej egalitaryzacji społeczeństw.

## BIBLIOGRAFIA

- Adam, Alison. 2006. *Artificial knowing: Gender and the thinking machine*, London: Routledge.
- Asberg, Cecilia i Nina Lykke. 2010. *Feminist technoscience studies*, „European Journal of Women’s Studies”, 17, 4: 299–305.
- Bath, Corinna i Jutta Weber. 2007. *Social” robots & “emotional” software agents: Gendering processes and de-gendering strategies for “technologies in the making*, w: Isabel Zorn, Susanne Maass, Els Rommes, Carola Schirmer i Heidi Schelhowe (ed.), *Gender Designs IT. Construction and Deconstruction of Information Society Technology*, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, s. 53–63.
- Barbee Teasley, Laura Leventhal, Brad Blumenthal, Keith Instone i Daryl Stone. 1994. *Cultural diversity in user interface design: are intuitions enough?*, „SIGCHI Bull”, 26, 1: 36–40.

---

<sup>11</sup> Nicola Marsden w artykule *Doing UX: Doing Gender* wspomina o znaczeniu intuicji w projektowaniu – „Projektanci UX padają ofiarą własnych stereotypów, ufając intuicji co do tego jakie kolory lub kształty mogą podobać się odbiorcom: kobietom i mężczyznom, tworzą upłciowione interfejsy” (Marsden 2014).

- Bardzell, Shaowen. 2010. *Feminist HCI: taking stock and outlining an agenda for design*, w: *CHI '10: Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, New York: Association for Computing Machinery, s. 1301–1310.
- Beckwith Laura, Margaret Burnett, Susan Wiedenbeck, Curtis Cook, Shraddha Sorte i Michelle Hastings. 2005. *Effectiveness of end-user debugging software features: Are there gender issues?*, w: *CHI '05: Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, New York: Association for Computing Machinery, s. 869–878.
- Bradley, Harriet. 2008. *Płeć*, tłum. Ewa Chomicka, Warszawa: Wydawnictwo Sic!
- Butler, Judith. 1990. *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*, London: Routledge.
- Broverman, Inge. 1972. *Sex-Role Stereotypes: A Current Appraisal*, „Social Issues”, 28, 2: 59–78.
- Cao, Cuicui, Ling Zhao i Yingying Hu. 2019. *Anthropomorphism of Intelligent Personal Assistants (IPAs): Antecedents and Consequences*, w: *PACIS 2019 Proceedings*, 187, <https://aisel.aisnet.org/pacis2019/187> [20.08.2020].
- Carroll, John. *Human Computer Interaction – brief intro*, w: *The Encyclopedia of Human-Computer Interaction*, <https://www.interaction-design.org/literature/book/the-encyclopedia-of-human-computer-interaction-2nd-ed/human-computer-interaction-brief-intro> [18.08.2020].
- Carpenter, Julie, Joan M. Davis, Norah Erwin-Stewart, Tiffany R. Lee, John D. Bransford i Nancy Vye. 2009. *Gender representation and humanoid robots designed for domestic use*, „International Journal of Social Robotics”, 1: 261–265.
- Cassell, Justine. 2002. *Genderizing human-computer interaction*, w: *The human-computer interaction handbook: fundamentals, evolving technologies and emerging applications*, 2nd ed., New York: L. Erlbaum Associates Inc., s. 401–412, [http://www.economics.rpi.edu/public\\_html/ruiz/EGDSpring2013/readings/gender.hci.just.pdf](http://www.economics.rpi.edu/public_html/ruiz/EGDSpring2013/readings/gender.hci.just.pdf) [09.08.2020].
- Castells, Manuel. 2008. *Siła tożsamości*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Cockburn, Cynthia i Susan Ormrod. 1993. *Gender and Technology in the Making*, SAGE Publications Ltd.
- Connell, Raewyn. 2013. *Socjologia płci. Płeć w ujęciu globalnym*, tłum. Olga Siara, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Dębska, Hanna. 2015. *Somatyzacja dominacji. Ciało w teorii socjologicznej Pierre'a Bourdieu*, „Studia Sociologica”, VII, 1: 18–38.
- Eyssel, Friederike i Frank Hegel. 2012. *(S)he's Got the Look: Gender Stereotyping of Robots I*, „Journal of Applied Social Psychology”, 42, 9: 1–18.
- Faulkner, Wendy. 1998. *Extraordinary journeys around ordinary technologies in ordinary lives*, „Social Studies of Science”, 28, 3: 484–489.
- Faulkner, Wendy. 2001. *The technology question in feminism: A view from feminist technology studies*, „Women's Studies International Forum”, 24, 1: 79–95.
- Fonseca, Sabrina. 2017. *Designing forms for gender diversity and inclusion*, <https://uxdesign.cc/designing-forms-for-gender-diversity-and-inclusion-d8194cf1f51> [10.08.2020].
- Goban-Klas, Tomasz. 1999. *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, Warszawa – Kraków: Wydawnictwo Naukowe PWN.

- Haraway, Donna. 1998. *Manifest cyborga*, przeł. Ewa Franus, [http://www.magazynsztuki.home.pl/post\\_modern/9.html](http://www.magazynsztuki.home.pl/post_modern/9.html) [20.08.2020].
- Hofmann, Jeanette. 1999. *Writers, texts and writing acts*, w: Judy Wajcman i Donald MacKenzie. *The Social Shaping of Technology*, Buckingham, UK – Philadelphia: Open University Press, s. 222–243.
- Kamasz, Ewelina. 2016. *Wpływ konstrukcji androcentrycznych na postrzeganie mężczyzn i kobiet w życiu codziennym i polityce*, w: Hanna Liberska (red.), *Zmiany w życiu współczesnych ludzi i ich konteksty*, Warszawa: Diffin.
- Królíková, Sabina. 2011. *Rola stereotypów płci w kształtowaniu postaw kobiet i mężczyzn wobec zdrowia*, „Nowiny Lekarskie”, 80, 5: 387–393.
- Kvale, Steinar. 2004. *InterViews, wprowadzenie do jakościowego wywiadu badawczego*, Białystok: TransHumana.
- Lee, Eun Ju, Clifford Nass i Scott Brave. 2000. *Can computer-generated speech have gender? An experimental test of gender stereotype*, w: *CHI EA '00: CHI '00 Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems*, New York: Association for Computing Machinery, s. 289–290.
- Leszczyńska, Katarzyna i Agata Dziuban. 2012. *Pomiędzy esencjalizmem a konstruktywizmem. Płeć (kulturowa) w refleksji teoretycznej socjologii – przegląd koncepcji*, „Studia Humanistyczne AGH”, 11, 2: 13–34.
- Lohan, María. 2000. *Constructive Tensions in Feminist Technology Studies*, „Social Studies of Science”, 30, 6: 895–916.
- Lowdermilk, Travis. 2013. *User-Centered Design*, Sebastapol: O'Reilly Media.
- Marcus, Aaron. 1993. *Human communication issues in advanced UIs*, „Communications of the ACM”, 36, 4: 100–109.
- Marshall, Daniel. 2002. *Ideological Discourses in the Making of Internet Career Sites*, „Journal of Computer-Mediated Communication”, 7, 4: 142–144.
- Marsden, Nicola. 2014. *Doing UX: Doing Gender*, „User Experience Magazine”, 14, 1, <https://uxpamagazine.org/doing-ux/> [20.08.2019].
- Mościchowska, Iga, Barbara Rogoś i Ewa Sobula. 2011. *Raport: Kariera w UX*, [https://pobieranie.dlastudenta.pl/studia/pdf/Raport\\_Kariera\\_w\\_UX\\_UXbite\\_2011.pdf](https://pobieranie.dlastudenta.pl/studia/pdf/Raport_Kariera_w_UX_UXbite_2011.pdf) [12.07.2019].
- Nomura, Tatsuya. 2017. *Robots and gender*, „Gender and the Genome”, 1, 1: 18–25.
- Pujol, Joan i Marisela Montenegro. 2015. *Technology and feminism: A strange couple*, „Revista de Estudios Sociales”, 51: 173–185.
- Querini, Vale. 2020. *How to design for every gender?*, <https://careerfoundry.com/en/blog/ux-design/design-for-every-gender/> [14.08.2020].
- Rodger, James A. i Parag C. Pendharkar. 2004. *A field study of the impact of gender and user's technical experience on the performance of voice-activated medical tracking application*, „International Journal of Human Computer Studies”, 60, 5–6: 529–544.
- Siegel, Mikey, Cynthia Breazeal i Michael I. Norton. 2009. *Persuasive robotics: The influence of robot gender on human behavior*, w: *2009 IEEE/RSJ International Conference on Intelligent Robots and Systems*, s. 2563–2568.

- Stawicki, Henryk. *O projektowaniu zorientowanym na człowieka*, <https://www.swps.pl/strefa-designu/blog/19926-o-projektowaniu-zorientowanym-na-czlowieka> [16.08.2020].
- Tidwell, Jenifer. 2012. *Sprawdzone wzorce projektowe. Projektowanie interfejsów*, Gliwice: Helion, O'Reilly.

#### GENDER AS A DIFFERENTIATING CATEGORY OF THE USER EXPERIENCE DESIGN PROCESS

This article approached the concept of gender category in the new technology industry, especially in the user experience (UX) design process. The research problem relates to the question of how gender differentiates the user experience design process? According to the analysis of the qualitative method (Individual In-depth Interview) the author distinguished elements that diversify the UX design process from a gender perspective. The main issues contained in colors, content, shapes, photos, graphics displayed on websites and apps dedicated to gender-specific users. The research included designers and researchers who are responsible for building user experience in web and mobile application projects.

Keywords: user experience, feminist HCI, user-centered design, gender, human-computer interaction

Zgłoszenie artykułu: 10.09.2019

Recenzje: 8.12.2019

Rewizja: 2.10.2020

Akceptacja: 4.10.2020

Publikacja on-line: 30.03.2021





## Anna Danuta Miotk\*

ORCID: 0000-0002-9200-5057

Uniwersytet Warszawski

### I TAK W KOŁO MACIEJU, CZYLI JAK POWSTAJE SZUM MEDIALNY

Szum medialny został zdefiniowany przez Petera Vastermana jako generowana przez media, wszechogarniająca fala wiadomości, wywołana przez jedno określone wydarzenie i wzmocniona przez samonapędzający się proces w ramach produkcji wiadomości przez media. Badacze zajmujący się tym zjawiskiem określają je różnymi nazwami, wskazując jego typowe cechy wraz z przedstawianiem jego przebiegu pod postacią graficznie zwizualizowanych modeli oraz zastanawiają się nad jego genezą. Celem opisaną w tekście analizy było usystematyzowanie wiedzy badaczy na temat przyczyn powstawania szumu medialnego na bazie analizy anglojęzycznej literatury przedmiotu. Jest to pierwsza tego typu analiza, zarówno na gruncie polskim (gdzie szum medialny jako samoistne zjawisko nie był do tej pory opisywany), jak i zagranicznym (gdzie jak dotąd nie dokonano systematyzacji zjawiska).

Słowa kluczowe: szum medialny, ustanawianie agendy, gatekeeping, cechy newsa, dynamika mediów

### WPROWADZENIE

Szum medialny jako odrębne zjawisko przykuł uwagę badaczy na początku XXI wieku. Punktem wyjścia były badania nad zagadnieniem paniki moralnej, zjawiska, które często owocuje powstawaniem szumu medialnego, jednak badacze dość szybko zainteresowali się szumem medialnym jako samoistnym zjawiskiem.

Pierwszym badaczem, który zajął się specyfiką szumu medialnego, był duński socjolog mediów Peter Vasterman. Ukuł on definicję pojęcia szumu medialnego jako „generowanej przez media, wszechogarniającej fali wiadomości, wywołanej przez jedno określone wydarzenie i wzmocnionej przez samonapędzający się proces w ramach produkcji wiadomości przez media” (Vasterman 2005).

Po kilkunastu latach i dyskusjach przeprowadzonych z innymi badaczami Vasterman doprecyzował swoją definicję szumu medialnego, według której jest to: „generowana przez media, wszechogarniająca fala wiadomości, wywołana przez jedno określone wydarzenie

---

\* Autor do korespondencji: Anna Danuta Miotk, Uniwersytet Warszawski, Wydział Dziennikarstwa, Informacji i Bibliologii, Katedra Komunikacji Społecznej i Public Relations, ul. Bednarska 2/4, 00-310 Warszawa; e-mail: a.miotk2@uw.edu.pl

i powiększona przez samonapędzające się procesy w produkcji wiadomości przez media. Podczas szumu medialnego gwałtowny wzrost liczby wiadomości jest wynikiem publikowania wiadomości zamiast relacjonowania wydarzeń i opisywania wywołanych przez media reakcji społecznych zamiast informowania o wydarzeniach, które miałyby miejsce bez ingerencji mediów” (Vasterman 2018).

Inni autorzy, opisując zjawisko szumu medialnego, posługiwali się też takimi określeniami, jak „fala medialna” (ang. *media wave*) (Wolsfeld i Shaefer 2006: 333), „fala wiadomości” (ang. *news wave*) (van Atteveldt et al. 2018: 64), „burza medialna” (ang. *media storm*) (Boydston Hardy i Walgrave 2014: 511) czy „medialne tsunami” (ang. *media tsunami*) (Giasson Sauvageau i Brin 2018). Niezależnie od stosowanego określenia naukowcy przyjmują, że to zjawisko oznacza nagły wzrost zainteresowania jakimś tematem, wywołany przez tzw. wydarzenie kluczowe (Vasterman 2005). Wydarzenie może mieć różny charakter – być czymś, co wydarzyło się naprawdę, wydarzeniem zmodyfikowanym tak, aby pasowało do kryteriów dobrego newsa czy pseudowydarzeniem, zainscenizowanym na potrzeby mediów (Kepplinger i Habermaier 1995).

W odniesieniu do charakterystycznych cech zjawiska naukowcy prezentują różnorodne podejścia. Jako cechy szumu medialnego wymieniane są intensywność (Wien i Elmelund-Præstekær 2009), rozmiar, czas trwania i wybuchowość (Boydston 2014) czy dysproporcjonalność – widownia poświęca wydarzeniu więcej uwagi niż zwykle (Vasterman 2005; Auch 2013; Hardy 2018; Rosa 2018, Vasterman 2018), a publikacje medialne wykazują przesadę i inne techniki wywoływania emocji w opisie zjawiska (Geiss 2018).

Naukowcy w odmienny sposób opisują również przebieg szumu medialnego. Część analiz ma charakter opisowy i ukazuje jego typowe etapy (Vasterman i Dirkzwager 2005; Rosa 2018). Niektórzy badacze budują swoje modele przebiegu szumu medialnego, zazwyczaj opierając się na analizie liczby publikacji w mediach tradycyjnych (Vasterman 2005; Waldherr 2014; Giasson et al. 2018; Geiss 2018; van Atteveldt et al. 2018; Wien 2018), rzadziej liczbie publikacji w mediach społecznościowych (Roese 2018) czy danych o zachowaniu widowni w tym kanale (Pang 2013).

W Polsce zjawisko szumu medialnego nie było do tej pory badane. Zwrot „szum medialny” funkcjonuje w piśmiennictwie naukowym jako określenie potoczne i zazwyczaj jest związane z efektami działań marketingowych (Cymanow-Sosin et al. 2019; Petrykowska 2011) lub lobbingsowych (Małyńska i Twardowski 2012), rzadziej z kontrowersjami wokół jakiegoś zjawiska owocującymi falą krytycznych publikacji (Rutkowski 2012). Nawet jeśli dany badacz ujmuje szum medialny w Vastermanowskiej perspektywie, pisząc o dużej liczbie publikacji na dany temat w mediach i próbie wywoływania silnych emocji, to nie powołuje się na literaturę przedmiotową w tym temacie (Przywara 2012). Brakuje natomiast prac całościowo analizujących szum medialny jako samoistne zjawisko. W polskojęzycznym piśmiennictwie naukowym istnieje zatem luka.

W piśmiennictwie zagranicznym podaje się różne przyczyny powstawania szumu medialnego, brakuje natomiast usystematyzowania poglądów na ten temat. Niniejsza analiza, przeprowadzona na podstawie anglojęzycznej literatury przedmiotu, jest próbą wypełnienia tej luki.

## CZYNNIKI POWSTAWANIA SZUMU MEDIALNEGO

W literaturze przedmiotowej poświęconej szumowi medialnemu brakuje prób uporządkowania wyjaśnień zjawiska. Opracowania jedynej, jak do tej pory, klasyfikacji szumu, podjął się Kepplinger (Kepplinger 2018), który podzielił wyjaśnienia szumu medialnego na czynniki zewnętrzne i wewnętrzne. Wyjaśnienia oparte na czynnikach wewnętrznych zakładają, że same media traktujemy jako autonomiczny, autoreferencyjny system. W pewnych warunkach nie reaguje on na zewnętrzne wydarzenia, za to reaguje na elementy własnych strukturalnych ograniczeń. Ograniczenia te to zarówno materialne i niematerialne interesy wydawców, nadawców, pracowników mediów, jak również normy i sposób rozumienia przez dziennikarzy swojej roli.

Z kolei wyjaśnienia szumu medialnego oparte na czynnikach zewnętrznych, dłużej funkcjonujące w tradycji badań nad mediami, skupiają się na zjawiskach zachodzących w otoczeniu mediów: trzęsieniach ziemi i innych kataklizmach, katastrofach w transporcie publicznym, przypadkach występowania poważnych chorób wśród celebrytów. W tym ujęciu szum medialny napędzają wydarzenia o charakterystycznych cechach (tzw. współczynnikach wiadomości) i ustalonych kryteriach selekcji (wartość współczynników wiadomości). Wpływają one na decyzję o publikacji (Kepplinger 2018: 15–16).

W przypadku szumu medialnego decyzja o publikacji zapada jednak nie tylko ze względu na charakterystykę samego opisywanego zjawiska, a również ze względu na jej zamierzone efekty. Kepplinger podkreśla, że trzeba dokonać rozróżnienia na dwóch poziomach czynników: zawartości relacji (wydarzeń, tematów itd.) i aktorów w sferze premedialnej (bohaterów wydarzeń, polityków, interesariuszy itp.). Te czynniki mogą nasilać, intensyfikować, mediować lub powstrzymać formowanie się szumu medialnego (Kepplinger 2018: 16).

Autorka niniejszego tekstu opracowała własną klasyfikację przyczyn powstawania szumu medialnego. Podział, który proponuje, skupia się nie na umiejscowieniu przyczyn (w mediach czy poza nimi, jak dzieli je Kepplinger), ale na rodzajach przyczyn:

- uwarunkowania społeczne:
  - założenia współczesnego społeczeństwa – szum medialny wynika z określonego sposobu funkcjonowania współczesnego społeczeństwa,
  - procesy społeczne – dynamika szumu medialnego jest odbiciem dynamiki społecznej;
- mechanizmy działające w mediach:
  - cechy wydarzenia – nie każde wydarzenie jest w stanie wywołać szum medialny, ale może to zrobić wydarzenie pasujące do kryteriów newsa,
  - adaptacyjne zachowania mediów – szum medialny wywołuje dostosowywanie się mediów do zmieniającej się rzeczywistości,
  - niższe progi gatekeepingu – obniżenie charakterystycznych dla danego medium standardów podejmowania decyzji, która wiadomość zasługuje na poruszenie w agendzie medialnej, a która nie,
  - dynamika cross-mediowa – szum jest wywoływany i wzmacniany przez konwergencję tzw. mediów tradycyjnych i mediów społecznościowych;

– działania stron trzecich:

- wydarzenia polityczne – do powstania szumu medialnego przyczyniają się wydarzenia polityczne czy działania aktorów sceny politycznej (na przykład wywołanie paniki moralnej);
- działania marketingowe – szum medialny powoduje intencjonalne prowadzenie działań komunikacji marketingowej.

Dalsza część tekstu zawiera charakterystykę poszczególnych typów przyczyn na podstawie anglojęzycznej literatury przedmiotu.

#### UWARUNKOWANIA SPOŁECZNE

Przyczyną powstawania szumu społecznego są uwarunkowania społeczne. Można je podzielić na dwa typy: fundamentalne założenia współczesnego społeczeństwa oraz dynamikę aktywności społecznej, która odzwierciedla się w mediach (Vasterman 2018). Te pierwsze stanowią ramy interpretacyjne dla współczesnego świata. Drugie wiążą się bardziej z zachowaniami społeczeństwa jako całości.

#### FUNDAMENTALNE ZAŁOŻENIA WSPÓŁCZESNEGO SPOŁECZEŃSTWA

Jako fundamentalne założenia współczesnego społeczeństwa Vasterman przyjmuje koncepcję „społeczeństwa ryzyka” wprowadzoną przez Becka w książce „Społeczeństwo ryzyka” (Beck 2004). Zdaniem Becka pojawienie się ryzyka wiąże się z cywilizacyjnymi przemianami i ich społecznym uzasadnieniem. O ile wcześniej modernizację uzasadniano potrzebą przeciwstawiania się biedzie, o tyle we współczesnych zachodnich państwach, bogatych i pełnych dobrobytu, głód przestaje być głównym zagrożeniem. W nowoczesnym społeczeństwie głównym wyzwaniem jest, aby w zaawansowanych procesach modernizacji uniknąć systematycznie produkowanego ryzyka i zagrożeń, skanalizować je, zbagatelizować lub udramatyzować. Tam zaś, gdzie ryzyko i zagrożenia ujawniły się jako ukryte skutki uboczne, można ograniczyć je i rozdzielić tak, aby nie przeszkodziły procesom modernizacji ani nie przekroczyły granic – ekonomicznych, medycznych, psychologicznych i społecznych – czyli tego, co dopuszczalne (Beck 2004: 28). Nowoczesne ryzyka są niewidoczne, przejawiają się w kategoriach wiedzy o nich, więc są otwarte na społeczne procesy definiowania. W ten sposób media i ośrodki związane z definiowaniem ryzyka stają się kluczowymi ogniwami społeczno-politycznymi (Beck 2004: 31).

Uzupełniając teorię Becka, Vasterman określa kilka nowych nurtów w badaniach nad ryzykiem: ramy społecznego wzmocnienia ryzyka, kaskad dostępności i kulturę strachu. Nurt pierwszy, za reprezentatywne dla którego Vasterman uznał prace Kaspersona, Pidgeona i Murdocka (Kasperson et al. 1988; Murdock et al. 2003; Pidgeon et al. 2003), bada proces, w którym określony rodzaj ryzyka staje się ogromnym problemem społecznym i politycznym o licznych konsekwencjach. Dzieje się tak niezależnie od rzeczywistego ryzyka zdefiniowanego na podstawie ocen naukowych. Różne podmioty społeczne postrzegają, definiują i przekazują sygnały ryzyka. Sygnały te są wzmocniane przez kilka stacji, które mogą zmniejszać lub zwiększać ilość informacji i zmieniać interpretacje, symbole i obrazy zagrożenia. Jednymi z najważniejszych

typów stacji są media, podsycające rosnące zaniepokojenie czy oburzenie wśród publiczności, co nieuchronnie tworzy nową polityczną rzeczywistość (Vasterman 2018: 23).

W nurcie drugim, za którego reprezentantów Vasterman uznał Kurana i Sunsteina, nacisk kładzie się na kaskady dostępności. Kaskada dostępności to „samonapędzający się proces formowania się zbiorowych przekonań, przez który wyrażona percepcja wyzwala reakcję łańcuchową, zwiększającą prawdopodobieństwo postrzegania przez jego rosnącą dostępność w dyskursie publicznym” (Kuran i Sunstein 1999: 683 – tłum. A.M.). Proces ten może prowadzić do masowego niepokoju („masowego przerażenia”) związanego z ryzykiem bez naukowo udowodnionych zagrożeń. Jego podstawa jest psychologiczna, ale sposób opracowania jest socjologiczny: w jaki sposób ten błąd poznawczy przekształca się w proces społeczny tworzący nową politykę i regulacje (Vasterman 2018: 24)?

Trzeci nurt badań wskazany przez Vastermana dotyczy strachu w różnych formach (od strachu przed przestępczością, imigrantami po strach przed terroryzmem) jako efektu zwiększania ryzyka. Badania z tego nurtu są częścią podejścia opartego na koncepcji logiki mediów (sposobu funkcjonowania mediów) rozwiniętego przez Altheidego (Altheide i Michalowski 1999; Altheide 2002), koncentrują się na konstrukcie „strachu” czy wręcz „kultury strachu”. Za reprezentantów tego podejścia Vasterman uważa, poza Altheidem, także Furediego (1997) i Glassnera (1999). W tym ujęciu „kulturę strachu” zdefiniowano jako formację dyskursywną: środki masowego przekazu i kultura popularna wykorzystują logikę medialną zorientowaną na rozrywkę, w której rama problemu promuje ryzyko i niebezpieczeństwo pod postacią strachu (Altheide 2002: 188).

W ramach „kultury strachu” dyskurs lęku lub wszechobecna komunikacja, symboliczna świadomość i oczekiwanie, że niebezpieczeństwo i ryzyko są centralną cechą codziennego życia, zostały zasadniczo przyjęte jako dominująca logika wszechobecnego stanu świata. Dyskurs strachu jest częścią „ramy problemu”, która z kolei generuje relacje o „strachu”. Dla celów rozrywkowych i identyfikacji odbiorców, im faktyczne wydarzenie jest bliżej odbiorcy, tym bardziej istotna relacja (Critchler i Pearce 2013).

Vasterman stwierdza, że kiedy w rzeczywistości pomiędzy rozpowszechnionym strachem a stabilnymi i obniżającymi się trendami (na przykład przestępczości i przemocy) występuje coraz większa luka, media czynią ze strachu temat centralny, a równocześnie wysuwający roszczenia, i moralisci karmią się tym dyskursem, aby promować swoje interesy (Vasterman 2018: 24). Krytycy zauważają jednak, że podejście przyjęte w ramach perspektywy kultury strachu bardziej koncentruje się na zawartości mediów i kulturze popularnej, a mniej na publicznościach i tym, jak one radzą sobie ze strachem (Critchler i Pearce 2013).

## DYNAMIKA SPOŁECZNA

Kolejnym powodem powstawania szumu medialnego może być dynamika społeczna, która odzwierciedla się w mediach, oraz wpływ mediów na tę dynamikę. Zdaniem Vastermana (2018), polega ona na przeplatających się okresach stabilności i stagnacji. Vasterman nawiązuje tutaj do teorii punktowej równowagi Baumgartnera i Jonesa, która zakłada, że długie okresy stabilności są przedzielone wybuchami szalonej aktywności, prowadzącymi do nowych ram i paradygmatów (Baumgartner i Jones 1993).

Na genezę szumu medialnego jako odzwierciedlenia nasilenia aktywności społecznej wskazuje również Boydston (Boydston et al. 2014). Jej zdaniem istniejąca literatura naukowa

pokazuje, że polityka i opinia publiczna ewoluują w sposób przerywany, opisując dłuższe okresy stabilności i krótkie – ale konsekwentne – wybuchy uwagi. Burze medialne są medialnymi korelatami tego ogólnego wzorca. Co więcej, burze medialne mogą również odegrać zasadniczą rolę w wywołaniu znanych wzrostów uwagi politycznej i publicznej, ponieważ serwisy informacyjne przedstawiają sposób, w jaki ludzie, zarówno obywatele, jak i elity polityczne, ogólnie przetwarzają informacje. Także Wolsfeld i Shaefer (2006) zauważają, że nagle i znaczące zmiany w środowisku politycznym owocują wzrostem uwagi opinii publicznej, która jest mierzona uwagą mediów. Wreszcie istnieją pozytywne sprzężenia zwrotne z odbiorcami i źródłami (politycznymi), ponieważ dziennikarze chcą pisać o sprawach ważnych dla opinii publicznej i politycznej, ale ten program jest kształtowany (i mierzony) przez samą uwagę mediów (van Atteveldt et al. 2018: 62).

Z kolei hipoteza „medialnego tsunami”, która opisuje, jak media wzmacniają ważność nowego problemu przez regularne i coraz silniejsze fale publikacji, wskazuje, że media są nie tylko odzwierciedleniem dynamiki społecznej, ale mogą też wpływać na jej zmiany. Kierując uwagę na określony temat oraz publikując masowe i jednolite relacje na pojawiający się problem w krótkim czasie, media mogą stworzyć wrażenie, że rozwija się poważny kryzys społeczny, lub stać się jego siłą napędową. Medialne tsunami staje się samospełniającą się złą przepowiednią: przyczynia się do wywołania kryzysu, który ma opisywać (Giasson et al. 2018).

#### MECHANIZMY DZIAŁAJĄCE W MEDIACH

Podłożem powstawania szumu medialnego są także mechanizmy i procesy obecne w mediach. Van Atteveld dokonał ich klasyfikacji, wskazując trzy rodzaje dynamiki medialnej (van Atteveldt et al. 2018):

- dynamika intramedialna – uwaga mediów jest kształtowana nie tylko przez dziejące się wydarzenia, ale też potrzebę „opowiedzenia dobrej historii”, co prowadzi do cykli uwagi, kiedy to uwaga mediów jest przyciągana do kluczowego wydarzenia, potem wygasa, w miarę jak wszystkie znaczące elementy zostają wykorzystane, i przyciąga ją kolejne wydarzenie;
- dynamika intermedialna – dziennikarze obserwują innych dziennikarzy, aby wzmocnić sens wiadomości;
- dynamika ekstramedialna – gdy dziennikarze chcą pisać o sprawach znajdujących się wysoko w publicznej i politycznej agendzie, ale agenda jest też kształtowana przez samą uwagę mediów.

Zdaniem van Atteveltda, te trzy procesy informacji zwrotnej wzmacniają siebie nawzajem, prowadząc do samoreferencyjnych szczytów uwagi określanych mianem „fal medialnych”. Kryterium podziału nie jest tu zatem typ mechanizmu, ale jego umiejscowienie względem konkretnej redakcji. Z kolei Asp (2014) zwraca uwagę, że na pojawianie się fal newsów wpływają również procesy gospodarcze dotyczące sfery medialnej: rosnąca niezależność i komercjalizacja mediów.

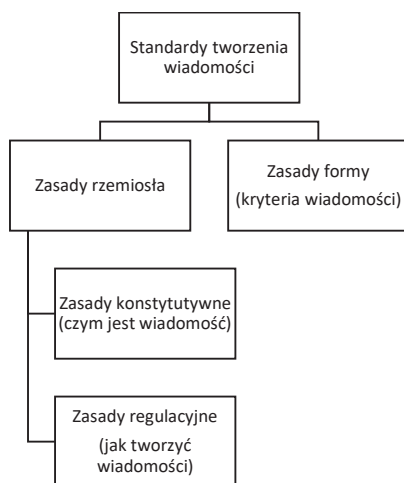
Mechanizmy działające w mediach jako powody powstawania szumu medialnego są opisane najbardziej szczegółowo, wskazuje też na nie największa liczba autorów. Autorka niniejszego

tekstu podzieliła te mechanizmy na cztery rodzaje: kryteria wyboru wiadomości, adaptacyjne zachowania dziennikarzy, niższe progi gatekeepingu oraz dynamikę cross-mediową.

### KRYTERIA WYBORU WIADOMOŚCI

Tym, co według autorów literatury przedmiotowej wpływa na powstawanie szumu, jest charakter samego wydarzenia i sposób, w jaki zostanie ono przedstawione przez media. Przedstawiciele mediów, dowiadując się o wydarzeniu, podejmują decyzję o jego umieszczeniu w agendzie medialnej, biorąc pod uwagę cechy samego wydarzenia i to, czy da się je przedstawić pod postacią atrakcyjnej dla odbiorcy informacji. Zjawisko to nazywane jest przez Aspa (2014) logiką mediów (ang. *media logic*).

Asp (2014) dzieli standardy tworzenia wiadomości na zasady rzemiosła i zasady formy. Ryfe (2006) wprowadza dalszy podział zasad na konstytutywne, określające, czym jest wiadomość, i regulacyjne, które mówią, jak tworzyć wiadomości.



Rysunek 1. Podział standardów tworzenia wiadomości

Według Gansa (1979), konstytutywne zasady rzemiosła to kryteria, jakie musi spełniać informacja, by trafić do agendy medialnej:

- nowość – kwestia, czy wydarzenie lub historia jest nowe dla dziennikarza, a nie, czy jest nowe w bardziej epistemologicznym sensie;
- ważność – rozważenie wagi zarówno tematu („treść opowieści”), jak i jej przedmiotu (aktorzy i źródła wiadomości); tutaj każde dodatkowe kryterium, które zostanie spełnione, zwiększa znaczenie wydarzenia;
- zainteresowanie – należy wziąć je pod uwagę w odniesieniu do wydarzeń, które same w sobie nie są uważane za ważne, ale mimo to można założyć, że zainteresują publiczność; ogólnie rzecz biorąc, interesujące historie dotyczą innych ludzi i często są sensacyjne i/lub dramatyczne.



Zwykle wtedy, gdy wszystkie trzy reguły konstytutywne obowiązują jednocześnie, pojawia się zjawisko „najświeższych informacji”.

Zdaniem Geissa (2018), zakres wydarzeń jest filtrowany zgodnie z regułami uwagi stosowanymi przez media informacyjne. Na dynamikę wiadomości wpływają trzy czynniki oceny wartości informacji przez dziennikarzy:

- codzienne praktyki dotyczące oceniania newsów – jak dziennikarze poszukują newsów i oceniają, co jest newsem, jakimi kryteriami się kierują;
- konkurencja pomiędzy tematami, która ogranicza przestrzeń poświęcaną na każdy temat; jeśli tematów jest wiele, jeden z nich musi mieć wyższą wartość jako news, aby otrzymać wyższy poziom uwagi;
- orientacja pomiędzy mediami – polega na standaryzacji oceny newsów pomiędzy dziennikarzami w mediach informacyjnych i ułatwia rozpowszechnianie wiadomości w systemie wiadomości; ponieważ oceny wiadomości są niejednoznaczne, informacje o decyzjach innych dziennikarzy mogą mieć charakter informacyjny, działają oni bowiem w takiej samej sytuacji niejednoznaczności i są bezpośrednimi konkurentami na rynku wiadomości.

Nieco inaczej zasady konstytutywne rozumie Schultz (2007). Jej zdaniem, tym, które wiadomości są traktowane priorytetowo przez dziennikarzy, rządzi pięć kryteriów: trafność, identyfikacja, sensacja, aktualność i konflikt. Schultz uważa, że należy dodać jeszcze co najmniej jedno kryterium informacyjne, a mianowicie „wyłączność”. Nie zgadzają się z tym podejściem Wien i Much, bo według nich, cechą medialnego szumu jest przyciągnięcie uwagi wielu redakcji naraz – dlatego zaznaczają, że historia musi mieć potencjał do ujęcia na różne sposoby w różnych ramach (Wien 2018).

Z kolei zasady regulacyjne określają, w jaki sposób tworzyć wiadomości, aby były odpowiednie dla odbiorców. Stosuje się w tym przypadku zestaw kryteriów decyzyjnych opartych na klasycznym opowiadaniu historii: aby przyciągnąć i utrzymać widownię, media opierają się na technikach personalizacji, konfrontacji, upraszczania, akcentowania i konkretyzacji (Asp 2014). Media mocno uwzględniają też preferencje odbiorców i chcą im się przypodobać (van Atteveldt et al. 2018).

Podsumowując, szum medialny ma szansę wywołać wydarzenie, które cechuje się odpowiednią atrakcyjnością dla dziennikarzy i da się również w odpowiedni sposób opowiedzieć – przede wszystkim z różnych perspektyw (co stwarza szansę dla utworzenia wielu różnorodnych przekazów w wielu redakcjach).

#### **ADAPTACYJNE ZACHOWANIA DZIENNIKARZY**

Kolejnym czynnikiem powstawania szumu medialnego są adaptacyjne zachowania dziennikarzy w zakresie relacjonowania wiadomości (Wilczek 2016). Podobnie przyczyny szumu medialnego postrzega Hardy: media podejmują decyzje o dostarczeniu dodatkowych wiadomości pod wpływem decyzji podjętych wcześniej przez ich konkurentów. Do tego daną historię opisują obszerniej i publikują o wiele więcej wiadomości niż zwykle (Hardy 2018). Serwisy informacyjne naśladują się wzajemnie, co pomaga generować burze medialne, a gdy one już wybuchają, trwają, nieustannie się przy tym wzmacniając (Rosa 2018).

Innymi słowy, kluczowym mechanizmem generowania wiadomości jest samowzmacniająca się proces ustalania agendy intermedialnej między dziennikarzami pracującymi w różnych redakcjach (Boydston et al. 2014; Waldherr 2014), co wynika też z ostrej konkurencji pomiędzy nimi (van Atteveldt et al. 2018). Warto dodać, że kiedy zainteresowanie mediów wydarzeniem lub zagadnieniem eksploduje, odbiorcy mediów zaczynają szukać dalszych informacji na temat przedmiotu w podobny wybuchowy sposób (Boydston et al. 2014).

Oznacza to, że z jednej strony na powstawanie szumu medialnego wpływ ma charakterystyczne dla sektora przedsiębiorstw obserwowanie rynku i aktualizowanie swojej strategii działań czy też samych działań. Równocześnie wpływ ma także rosnący popyt na informacje ze strony ich odbiorców w momencie, gdy media opiszą wydarzenie o potencjale do wywołania szumu.

#### **NIŻSZE PROGI GATEKEEPINGU**

Kolejnym powodem powstawania szumu medialnego są niższe progi gatekeepingu – gdy pojawia się spektakularne wydarzenie lub problem, serwisy informacyjne tymczasowo zmieniają proces selekcji wiadomości i obniżają progi wartości informacyjnej dla powiązanych wydarzeń i problemów, pomagając wywołać szum (Boydston et al. 2014: 512).

Z kolei Wien (2018) zauważa, że szum medialny bierze się z codziennego dziennikarstwa i różni się od zwykłych wiadomości tylko intensywnością. Szum może wystąpić tylko wtedy, gdy dziennikarze priorytetowo traktują temat w agendzie, ale stanie się to kosztem jednej lub kilku innych historii.

Koncepcje te pokazują, że dziennikarze zmieniają sposób traktowania informacji pod wpływem wydarzenia, które ma duży potencjał do wywołania szumu. Równocześnie muszą danemu tematowi nadać wyższą rangę.

#### **DYNAMIKA CROSS-MEDIOWA**

Geneza powstawania szumu medialnego wiąże się również ze wzajemną zależnością mediów tradycyjnych i mediów społecznościowych. W mediach społecznościowych każdy użytkownik może samodzielnie publikować swoje treści czy udostępniać treści stworzone przez innych (Miotk 2017). Użytkownik działa tutaj jak wydawca mediowy, decydując o tym, w jakim stopniu dana informacja jest warta opublikowania czy udostępnienia. Udostępnianie, jeden z głównych mechanizmów mediów społecznościowych, jest głównym składnikiem tworzenia szumu medialnego. Do tego media informacyjne i społecznościowe są od siebie wzajemnie ekonomicznie zależne. Dlatego użytkownicy mediów społecznościowych mogą aktywnie tworzyć szum medialny czy wpływać na niego (Roese 2018).

Szum w social mediach jest podobny do szumu medialnego w mediach tradycyjnych. W tym przypadku generują go jednak użytkownicy, a nie dziennikarze. Tak samo uruchamia go kluczowe wydarzenie, a podtrzymuje coraz silniejsze angażowanie się użytkowników social mediów w konwersację. Z kolei z mediów społecznościowych czerpią informacje dziennikarze mediów tradycyjnych – i w taki sposób szum ulega dalszemu wzmocnieniu (Pang 2013).

Mechanizmy te pokazują, że media tradycyjne i społecznościowe nie istnieją w oderwaniu od siebie. Szum medialny, który rozpocznie się w mediach tradycyjnych, wywoła dyskusję

w mediach społecznościowych, a z kolei intensywna dyskusja w mediach społecznościowych ma szansę przyciągnąć uwagę dziennikarzy poszukujących nowych, atrakcyjnych tematów.

## DZIAŁANIA STRON TRZECICH

Do powstawania szumu medialnego mogą wreszcie przyczyniać się działania stron trzecich, których celem jest jego wywołanie. Dwoma najczęściej spotykanymi przykładami są działania polityczne oraz działania marketingowe.

Aktorzy sceny politycznej podejmują celowe działania, które są obliczone na wywołanie lub podtrzymanie szumu medialnego. Badania nad szumem medialnym były zresztą inspirowane analizami nad pokrewnym zjawiskiem paniki moralnej – wtedy to narodziło się pytanie, czy wzmożone fale publikacji w mediach to zawsze efekt walki politycznej, a zatem inspiracji z zewnątrz (jak to jest w przypadku paniki moralnej) czy też po prostu wynikają z mechanizmów funkcjonowania mediów i dziennikarzy (Vasterman 2018). Jak twierdzi Maneri (2013) i szum medialny, i panika moralna zaczynają się w podobny sposób: kluczowe wydarzenie przyciąga uwagę mediów i staje się tematem wiadomości, fala wiadomości stopniowo narasta, co jest wynikiem obniżenia progu wiadomości oraz interakcji mediów z innymi znaczącymi społecznymi aktorami, takimi jak politycy, urzędnicy, grupy oddolne oraz eksperci. Różnica pomiędzy nimi polega na tym, że w panice moralnej pojawia się strona zainteresowana utrzymaniem (lub obaleniem) dotychczasowego porządku, która rozpętuje debatę w mediach, wskazuje „wroga publicznego” pod postacią konkretnej grupy ludzi.

Tak jak wspomniano wcześniej, czynnikiem powstawania szumu medialnego mogą być też działania marketingowe. Wówczas szum jest produktem nie tylko mediów informacyjnych, ale różnych podmiotów, które za pośrednictwem mediów próbują się komunikować z odbiorcami. Szum wykreowany w mediach służy wówczas do nadania znaczenia promowanemu obiektowi mediów informacyjnych, jest efektem działań marketingowych czy sztucznie wykreowaną modą (Gray 2008; Thompson 2010: 193; Powers 2012).

Szum medialny może być zatem nie tylko wywołany przez spektakularne wydarzenia, ale również przez celowe działania aktorów sceny politycznej czy osoby odpowiedzialne za promocję produktów, usług, osób lub idei.

## PODSUMOWANIE

Szum medialny jest zjawiskiem złożonym, jeśli chodzi o przyczyny jego powstawania. Ma swoją genezę i w uwarunkowaniach społecznych – i w fundamentalnej wizji świata, której głównym elementem jest ryzyko czy też strach, ale równocześnie w dynamice społecznej, w której okresy aktywności przeplatają się z okresami spokoju. Szum medialny wywołują też wydarzenia o określonych cechach, dające się opisywać w określony sposób.

Do powstawania zjawiska przyczyniają się również mechanizmy działające w mediach: dziennikarze, którzy starają się reagować na potrzeby odbiorców, nie spuszczając jednocześnie z oka swoich koleżanek i kolegów po fachu, co jest wymuszane przez ostrą konkurencję w branży medialnej i redukcję etatów. Wpływa na to obniżenie progów gatekeepingu: do

agendy medialnej trafiają kolejne wiadomości na temat wydarzenia, które wywołało szum, choć w zwykłych warunkach zostałyby one odrzucone przez dziennikarzy.

W końcu szum, dzięki dynamice cross-mediowej, może powstać w mediach społecznościowych i przenieść się do mediów tradycyjnych. Do pojawienia się szumu medialnego przyczyniają się też intencjonalne zabiegi stron trzecich: wzniecanie paniki moralnej czy też prowadzenie działań marketingowych.

Zaproponowany podział powstał na podstawie dotychczas wskazywanych w literaturze przedmiotu przyczyn powstawania szumu medialnego, zweryfikowanych w toku badań. Nie jest to z pewnością podział wyczerpujący, który omawia wszystkie przyczyny występowania tego zjawiska, ze względu na to, że badania nad szumem medialnym są stosunkowo nowe. Listę podanych przyczyn z pewnością będzie można jeszcze rozwijać.

Znajomość przyczyn powstawania szumu medialnego jest przydatna w kilku obszarach. Może być pomocna dla medjoznawców badających relacjonowanie przez media niektórych tematów jako wyjaśnienie stosowanych sposobów przedstawiania problemu czy konkretnych zachowań dziennikarzy. Może też być wykorzystana jako jedna z perspektyw opisywania dynamiki mediów i powiązanej z nimi dynamiki społecznej. Może być w końcu stosowana przez ekspertów specjalizujących się w komunikacji politycznej, lobbingu i public affairs oraz public relations i komunikacji marketingowej. Pozwala bowiem określić, jakie wydarzenia mają największy potencjał do wywołania szumu, czy zrozumieć jego dynamikę w sytuacji kryzysowej.

Szum medialny jest z pewnością zjawiskiem interesującym, wymagającym dalszych badań we wszystkich wymienionych wyżej obszarach. Warto go wprowadzić jako pojęcie do piśmiennictwa naukowego w Polsce i rozwijać badania bazujące na jego koncepcji. Pozwoli to nie tylko na zrozumienie sposobu, w jaki funkcjonują media, i wykorzystanie tej wiedzy w prowadzeniu praktycznych działań z udziałem mediów, ale również na edukowanie odbiorców mediów, aby nauczyli się traktować to zjawisko z pewną dozą rezerwy i krytycznej ostrożności.

## BIBLIOGRAFIA

- Altheide, David L. 2002. *Creating fear: News and the construction of crisis*, Hawthorne, NY: Aldine de Gruyter.
- Altheide, David. L. i Sam R. Michalowski. 1999. *Fear in the news: A Discourse of Control*, „The Sociological Quarterly”, 40, 3: 475–503.
- Asp, Kent. 2014. *News media logic in a new institutional perspective*, „Journalism Studies”, 15, 3: 256–270.
- Auch, Adam. 2013. *Virtuous Argumentation and The Challenges of Hype*, w: Dima Mohammed i Marcin Lewiński (ed.), *Virtues of Argumentation. Proceedings of the 10th International Conference of the Ontario Society for the Study of Argumentation (OSSA)*, Windsor: OSSA, s. 1–7.
- Baumgartner, Frank. R. i Bryan D. Jones. 1993. *Agendas and instability in American Politics*, Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Beck, Ulrich. 2004. *Spoleczeństwo ryzyka. W drodze do innej nowoczesności*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.

- Boydston, Amber E., Anne Hardy i Stefaan Walgrave. 2014. *Two Faces of Media Attention: Media Storm Versus Non-Storm Coverage*, „Political Communication”, 31, 4: 509–531.
- Critcher, Cas i Julia Pearce. 2013. *A missing dimension: The social psychology of moral panics*, w: Charles Krinsky (ed.), *The Ashgate research companion to moral panics*, Abingdon: Routledge, s. 371–387.
- Cymanow-Sosin, Klaudia, Marcin Ciechanowski i Tomasz Podlewski. 2019. *Prawda, post-prawda, fałsz – konteksty medialnych kryzysów wizerunkowych na przykładzie kampanii promocyjnej i reklamowej filmu pt. Botoks*, „Studia de Cultura”, 11, 1: 90–100.
- Furedi, Frank. 1997. *The culture of fear: Risk taking and the morality of low expectations*, London: Cassell.
- Gans, Herbert J. 1979. *Deciding what's news: A study of CBS evening news, NBC nightly news, Newsweek, and Time*. Evanston, IL: Northwestern University Press.
- Geiss, Stefan. 2018. *The dynamics of media attention to issues Towards standardizing measures, dimensions, and profiles*, w: Peter Vasterman, *From Media Hype to Twitter Storm. News Explosions and Their Impact on Issues, Crises, and Public Opinion*, Amsterdam: Amsterdam University Press, s. 82–113.
- Giasson, Thierry, Marie-Michele Sauvageau i Colette Brin. 2018. *From media wave to media tsunami The 'Charter of Values' debate in Quebec, 2012–2014*, w: Peter Vasterman, *From Media Hype to Twitter Storm. News Explosions and Their Impact on Issues, Crises, and Public Opinion*, Amsterdam: Amsterdam University Press, s. 167–185.
- Glassner, Barry. 1999. *The culture of fear: Why Americans are afraid of the wrong things*, New York: Basic Books.
- Gray, Jonathan. 2008. *Television pre-views and the meaning of hype*, „International Journal of Cultural Studies”, 11, 1: 33–49.
- Hardy, Anne. 2018. *The Mechanisms of Media Storms*, w: Peter Vasterman (red.), *From Media Hype to Twitter Storms. News Explosions and Their Impact on Issues, Crises, and Public Opinion*, Amsterdam: Amsterdam University Press, s. 133–148.
- Kasperson, Roger E., Ortwin Renn, Paul Slovic, Halina S. Brown, Jacque Emel, Robert Goble i Samuel Ratick. 1988. *The social amplification of risk: A conceptual framework*, „Risk Analysis”, 8, 2: 177–187.
- Kepplinger, Hans Mathias. 2018. *Preface*, w: Peter Vasterman (ed.), *From Media Hype to Twitter Storm. News Explosions and Their Impact on Issues, Crises and Public Opinion*, Amsterdam: Amsterdam University Press, s. 13–16.
- Kepplinger, Hans Mathias i Johanna Habermaier. 1995. *The Impact of Key Events on the Presentation of Reality*, „European Journal of Communication”, 10, 3: 371–390.
- Kuran, Timur i Cass R. Sunstein. 1999. *Availability cascades and risk regulation*, „Stanford Law Review”, 51, 4: 683–768.
- Małyska, Aleksandra i Tomasz Twardowski. 2012. *Wpływ przekazów medialnych i dyskursu publicznego na kształt krajowego prawodawstwa regulującego kwestię GMO*, „Nauka”, 4: 143–153.
- Maneri, Marcello. 2013. *Media hypes, moral panics, and the ambiguous nature of facts. Urban security as discursive formation*, w: Peter Vasterman, *From media hype to Twitter Storm*, Amsterdam: Amsterdam University Press, s. 39–60.
- Miotk, Anna. 2017. *Skuteczne social media*, Gliwice: Onepress.

- Murdock, Graham, Judith Petts i Tom Horlick-Jones. 2003. *After amplification, rethinking the role of the media in risk communication*, w: Nick Pidgeon, Roger E. Kasperson i Paul Slovic (ed.), *The social amplification of risk*, Cambridge, UK: Cambridge University Press, s. 156–179.
- Pang, Augustine. 2013. *Social media hype in times of crises: Nature, characteristics and impact on organizations*, „Asia Pacific Media Educator”, 23, 2: 309–336.
- Petrykowska, Joanna. 2011. *Wybrane aspekty nowoczesnych form promocji*, „Acta Universitatis Nicolai Copernici, Zarządzanie”, XXXVIII, 404: 117–126.
- Pidgeon, Nick, Roger E. Kasperson i Paul Slovic (ed.). 2003. *The social amplification of risk*, Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Powers, Devon. 2012. *Notes on Hype*, „International Journal of Communication”, 6: 857–873.
- Przywara, Paweł. 2012. *News a fakt – wokół relacji między medialnym obrazem świata a rzeczywistością*, „Komunikacja Społeczna”, 1: 13–22.
- Roose, Vivian. 2018. *You won't believe how co-dependent they are. Or: Media hype and the interaction of news media, social media, and the user*, w: Peter Vasterman (ed.), *From Media Hype to Twitter Storm. News Explosions and Their Impact on Issues, Crises, and Public Opinion*, Amsterdam: Amsterdam University Press, s. 313–332.
- Gonçalo Pereira, Rosa. 2018. *How a small-scale panic turns into an unstoppable news wave about mass mugging on the beach*, w: Peter Vasterman (ed.), *From Media Hype to Twitter Storm. News Explosions and Their Impact on Issues, Crises, and Public Opinion*, Amsterdam: Amsterdam University Press, s. 187–208.
- Rutkowski, Mirosław. 2012. *Przegląd informacji medialnych dotyczących geologii – sierpień 2012*, „Przegląd Geologiczny”, 60, 10: 513–514.
- Ryfe, David M. 2006. *The Nature of News Rules*, „Political Communication”, 23, 2: 203–214.
- Schultz, Ida. 2007. *The journalistic gut feeling: Journalistic doxa, news habitus and orthodox news values*, „Journalism Practice”, 1, 2: 190–207.
- Thompson, John B. 2010. *Merchants of Culture*, Cambridge: Polity Press.
- van Atteveldt, Wouter, Nel Ruigrok, Kasper Welbers i Carina Jacobi. 2018. *News waves in a changing media landscape 1950–2014*, w: Peter Vasterman, *From Media Hype to Twitter Storm. News Explosions and Their Impact on Issues, Crises, and Public Opinion*, Amsterdam: Amsterdam University Press, s. 61–82.
- Vasterman, Peter. 2005. *Media-Hype: Self-Reinforcing News Waves, Journalistic Standards and the Construction of Social Problems*, „European Journal of Communication”, 20, 4: 508–530.
- Vasterman, Peter L.M. 2018. *Introduction*, w: Peter Vasterman (ed.), *From Media Hype to Twitter Storm. News Explosions and Their Impact on Issues, Crises, and Public Opinion*, Amsterdam: Amsterdam University Press, s. 17–35.
- Vasterman, Peter L.M., Joris C. Yzermans i Anja J.E. Dirkzwager. 2005. *The Role of the Media and Media Hypes in the Aftermath of Disasters*, „Epidemiologic Reviews”, 27: 107–114.
- Waldherr, Anne. 2014. *Emergence of News Waves: A Social Simulation Approach*, „Journal of Communication”, 64: 852–873.
- Wien, Charlotte. 2018. *Much ado about nothing. Five media hypes in a comparative perspective*, w: Peter Vasterman (ed.), *From Media Hype to Twitter Storm. News Explosions and*



- Their Impact on Issues, Crises, and Public Opinion*, Amsterdam: Amsterdam University Press, s. 149–165.
- Wien, Charlotte i Christian Elmelund-Præstekær. 2009. *An Anatomy of Media Hypes: Developing a Model for the Dynamics and Structure of Intense Media Coverage of Single Issues*, „European Journal of Communication”, 24, 183: 183–201.
- Wilczek, Bartosz. 2016. *Herd Behaviour and Path Dependence in News Markets: Towards an Economic theory of Scandal Formation*, „Journal of Interdisciplinary Economics”, 28, 2: 1–31.
- Wolsfeld, Gadi i Tamir Shaefer. 2006. *Competing actors and the construction of political news: The contest over waves in Israel*, „Political Communication”, 23, 3: 333–354.

#### OVER AND OVER AGAIN. HOW THE MEDIA HYPE IS GENERATED

Media hype was defined by Peter Vasterman as a media-generated wave of wall-to-wall news triggered by one specific event and amplified by the self-reinforcing process in media news production. Researchers studying this phenomenon refer to it by different names, indicate its typical features and present its course in the form of graphically visualized models, and reflect on its origins. The aim of the analysis described in the text was to systematize the knowledge about researchers of the causes of media noise on the basis of an analysis of the English-language literature on the subject. This is the first analysis of this type, both in Poland (where media hype as a spontaneous phenomenon has not been described so far) and abroad (where the phenomenon has not been systematized so far).

Keywords: media hype, agenda setting, gatekeeping, news features, media dynamics

Zgłoszenie artykułu: 27.10.2020

Recenzje: 8.11.2020

Rewizja: 13.11.2020

Akceptacja: 13.11. 2020

Publikacja on-line: 30.03.2021



## Mateusz Penczek\*

ORCID: 0000-0002-9907-8283

Uniwersytet Śląski w Katowicach

### POJĘCIE OPRESJI SPOŁECZNEJ W UJĘCIU ANN E. CUDD

Celem artykułu jest analiza i dyskusja definicji opresji społecznej zaproponowanej przez Ann E. Cudd. Na początku zostaną krótko scharakteryzowane wybrane sposoby rozumienia tego zjawiska w filozofii współczesnej. Następnie przedmiotem zainteresowania będą kluczowe elementy definicji opresji przedstawionej przez amerykańską autorkę. W dalszej kolejności scharakteryzowany zostanie społeczny i normatywny wymiar opresji oraz materialne i psychologiczne siły opresji. Do tych ostatnich zaliczają się takie czynniki, jak przemoc i wiarygodna groźba przemocy, nierówności ekonomiczne, racjonalne wybory ofiar opresji, bezpośrednie psychologiczne szkody opresji oraz pośrednie siły opresji psychologicznej, na przykład fałszywa świadomość czy zniekształcone pragnienia. Następnie zarysowane zostaną także najważniejsze interakcje między poszczególnymi rodzajami sił opresji. Na koniec wskazane zostaną zalety i ograniczenia omawianego ujęcia opresji.

Słowa kluczowe: przemoc, opresja społeczna, niesprawiedliwość, siły opresji, ekonomiczne siły opresji, psychologiczne siły opresji, Ann E. Cudd

### OPRESJA JAKO PRZEDMIOT REFLEKSJI FILOZOFICZNEJ

Iris Marion Young podkreśla, że „pojęcie opresji ma kluczowe znaczenie dla dyskursu współczesnych emancypacyjnych ruchów społecznych” (Young 1990: 9). Mimo to lektura współczesnych opracowań poświęconych opresji społecznej ukazuje znaczne rozbieżności w ujmowaniu natury tego zjawiska przez różnych autorów. Być może wynika to z ewolucji, jakiej podlegała treść pojęcia opresji. Nowożytni filozofowie traktowali opresję społeczną jako polityczny problem niesprawiedliwego ucisku stosowanego przez rządzących. Począwszy od XIX stulecia, zaczęło dochodzić do ważnych zmian w jej ujmowaniu. Po pierwsze, dostrzeżono, że opresja często pojawia się w relacjach między grupami społecznymi. Po drugie, za jej narzędzie zaczęto uznawać nie tylko nakazy rządzących, ale również takie czynniki, jak na przykład konwencje społeczne czy tradycja. Po trzecie, dostrzeżono psychologiczne aspekty opresji związane z dominacją lub odmową uznania równej

---

\* Autor do korespondencji: Mateusz Penczek, Uniwersytet Śląski, Instytut Pedagogiki, ul. Grażyńskiego 53, 40-126 Katowice; e-mail: [mateusz.penczek@us.edu.pl](mailto:mateusz.penczek@us.edu.pl)

wartości osób uciskanych. Po czwarte, zaczęto uwypuklać ekonomiczne uwarunkowania opresji<sup>1</sup> (Cudd 2006: 3–10).

Wyrastające z tych przemian, współczesne filozoficzne ujęcia opresji społecznej można podzielić na dwie grupy: koncepcje ujmujące opresję w kategoriach niesprawiedliwej dystrybucji oraz ujęcia opresji sprzeciwiające się przypisywaniu nadmiernego znaczenia dystrybucji. Stanowi to bezpośrednie odbicie podziału teorii sprawiedliwości na dystrybucyjne i niedystrybucyjne (Young 1990: 15–38). Wart odnotowania jest też zaproponowany przez Fraser podział sposobów rozumienia niesprawiedliwości, w tym również opresji, na socjoekonomiczne i kulturowe. W ramach pierwszego z nich naprawa niesprawiedliwości pojmowana jest jako redystrybucja, zaś w ramach drugiego jako przywrócenie ofiarom należnego im uznania (Fraser 1995: 70–74).

Teorie akcentujące znaczenie niesprawiedliwej dystrybucji dopatrują się sedna opresji społecznej w niesprawiedliwym przypisaniu praw, dóbr materialnych, władzy, możliwości czy szacunku. Zaliczyć do nich należy na przykład liberalne ujęcia opresji oparte na teorii sprawiedliwości Rawlsa<sup>2</sup>. W ich świetle opresja społeczna polega na tym, że członkom określonych grup społecznych odmawia się równego dostępu do podstawowych wolności lub dochodzi do niewłaściwego rozłożenia nierówności społecznych i ekonomicznych między grupami<sup>3</sup>. Do stanowisk akcentujących rolę dystrybucji zaliczają się również niektóre ujęcia opresji nieodwołujące się do liberalnej wizji sprawiedliwości. Według jednego z nich, warunkiem opresji jest dyskryminacja, czyli przypisywanie ludzi „do konkretnych kategorii społecznych z nierówną dystrybucją praw, zasobów, możliwości i władzy” (Thompson 2003: 82)<sup>4</sup>. Opresja polega na tym, że osoby przypisane do pewnych grup, na przykład niższych klas społecznych, są nierówno traktowane pod względem ekonomicznym, społecznym, politycznym, etycznym, ideologicznym lub psychologicznym (Thompson 2003: 10–11). Teorie opresji należące do tej grupy są krytykowane za stosowanie pojęcia dystrybucji poza sferą dóbr materialnych, pomniejszanie znaczenia instytucjonalnego kontekstu dystrybucji oraz ignorowanie niedystrybucyjnych rodzajów sprawiedliwości (Young 1990: 18–33).

Do drugiej grupy należą teorie opresji, które próbują uniknąć wspomnianych właśnie zarzutów. Przykładem jest koncepcja zaproponowana przez Young. Wyróżnia ona dwie formy niesprawiedliwości: opresję i dominację. Opresję ujmuje jako „instytucjonalne ograniczenie samorozwoju” polegające na „systematycznych, instytucjonalnych procesach,

<sup>1</sup> Dla ukazania społeczno-ekonomicznych mechanizmów opresji, jak również jej psychologicznych skutków, szczególne znaczenie miała filozofia Karola Marksa, na przykład analizy takich zjawisk, jak konflikty między klasami społecznymi, wyzysk, alienacja czy różne formy fałszywej świadomości (Elster 1986; Cudd 2006: 9, 12–16).

<sup>2</sup> Pierwsza zasada sprawiedliwości Rawlsa mówi, że „każda osoba winna mieć równe prawo do jak najszerzego całościowego systemu równych podstawowych wolności, dającego się pogodzić z podobnym systemem dla wszystkich”. Według drugiej zasady, „nierówności społeczne i ekonomiczne mają być tak ułożone, a) aby były z największą korzyścią dla najbardziej upośledzonych [...]; i jednocześnie b) aby były związane z dostępnością urzędów i stanowisk dla wszystkich, w warunkach autentycznej równości szans” (Rawls 1994: 414–415).

<sup>3</sup> Podstawowe wolności obejmują między innymi wolność polityczną, wypowiedzi, stowarzyszenia się, sumienia i myśli, wolność osobistą, prawo do posiadania majątku, ochrona przed arbitralnym aresztowaniem i uwięzieniem (Rawls 1994: 87–88).

<sup>4</sup> Może chodzić o klasy społeczne, narodowość, rasę, płeć, wiek, poziom sprawności itp.

które uniemożliwiają pewnym ludziom opanowywanie i stosowanie w społecznie uznanych obszarach zadowolających i szerokich umiejętności” (Young 1990: 37–38)<sup>5</sup>. Autorka ta wyodrębnia też pięć form opresji: wyzysk, marginalizację, bezsilność, imperializm kulturowy i przemoc (Young 1990: 48–63). Według innego autora, opresja to „doświadczenie powtarzającej się, rozpowszechnionej, systematycznej niesprawiedliwości”, która może przybierać pięć form: dystrybucyjną, proceduralną, karną, wykluczenie moralne, imperializm kulturowy (Deutsch 2006: 10). Do tej grupy teorii opresji zaliczane są między innymi jej ujęcia należące do tradycji heglowskiej, marksistowskiej czy psychoanalitycznej (Cudd 2006: 18–20, 56–68).

Zdaniem amerykańskiej badaczki opresji Ann Cudd, elementem wspólnym najważniejszych współczesnych ujęć opresji społecznej jest wiązanie jej z niesprawiedliwymi instytucjami społecznymi i politycznymi (Cudd 2005: 20; 2006: 20). Podjęła ona próbę przedstawienia całościowej teorii opresji społecznej, a ważnym elementem jej pracy było poddanie pojęcia opresji społecznej pogłębionej analizie (Cudd 2006: 20) i wskazanie właściwego sposobu jego rozumienia (Cudd 2006: 4)<sup>6</sup>. Celem rozważań podjętych w tym artykule jest przedstawienie i analiza kluczowych elementów zaproponowanej przez nią definicji tego zjawiska.

## DEFINICJA OPRESJI SPOŁECZNEJ WEDŁUG CUDD

Cudd pisze, że termin „opresja” oznacza „szkodę, za której sprawą grupy osób są systematycznie i nieuczciwie lub niesprawiedliwie ograniczane, obciążane, przymuszane przez dowolną z kilku sił” (Cudd 2006: 23). Pisze też, że „opresja to instytucjonalnie zorganizowana szkoda wyrządzona grupom przez inne grupy przy użyciu bezpośrednich i pośrednich, materialnych i psychologicznych sił, które naruszają sprawiedliwość” (Cudd 2006: 26). Nieco dalej rozwija tę definicję, zauważając, że opresja to „instytucjonalnie zorganizowana, niesprawiedliwa szkoda wyrządzana grupom przez inne grupy przy użyciu bezpośrednich i pośrednich, materialnych i psychologicznych sił” (Cudd 2006: 51). Dodaje również, że opresja „polega na istnieniu nierównych i niesprawiedliwych ograniczeń instytucjonalnych”, które „przynoszą szkodę poprzez bezpośrednie i pośrednie siły materialne i psychologiczne” (Cudd 2006: 52). W innym miejscu czytamy, że opresja to „społecznie systematyczna, niezasłużona szkoda, która dotyka jednostki w następstwie ich przynależności do grupy społecznej” (Cudd 2006: 88). Można ją również uznać za „systematyczną, niezasłużoną szkodę pewnej grupy społecznej, z której inna grupa społeczna czerpie korzyść, i która jest przenoszona przez systematyczne ograniczenia, które konstytuują te grupy społeczne” (Cudd 2006: 88).

Amerykańska autorka podkreśla dodatkowo, że „opresja jest pojęciem normatywnym, które desygnuje społeczną niesprawiedliwość. Opresja jest zawsze zła; nie można spójnie mówić o usprawiedliwionej opresji” (Cudd 2006: 23). Inna ważna uwaga precyzuje, że opresja

<sup>5</sup> Dominacja z kolei to „instytucjonalne ograniczenie dotyczące samostanowienia” (Young 1990: 37).

<sup>6</sup> Cudd nazywa to przedstawieniem normatywnego pojęcia opresji. Oprócz tego jej teoria opresji społecznej obejmuje również wnikliwą analizę psychologicznych, społecznych i ekonomicznych przyczyn tego zjawiska oraz możliwych sposobów walki z nim.

„nie jest krótkotrwałym zdarzeniem, lecz raczej długotrwałym procesem, składającym się z wielu wydarzeń na historycznym tle jeszcze wcześniejszych wydarzeń” (Cudd 2006: 167).

Cudd wskazuje też cztery warunki konieczne opresji. Pierwszy warunek (tzw. warunek szkody) polega na tym, że musi mieć miejsce szkoda, której źródłem jest jakaś instytucjonalna praktyka. Drugi warunek (tzw. warunek grup społecznych) jest taki, że szkoda, o której mowa w warunku pierwszym, powinna dotyczyć grupę społeczną, której tożsamość istnieje niezależnie od tej szkody. Trzeci warunek (tzw. warunek przywileju) mówi, że musi istnieć grupa społeczna, która czerpie korzyści z praktyk instytucjonalnych, o których mowa w pierwszym warunku. Czwarty warunek (tzw. warunek przymusu) jest taki, że źródłem szkody, o której mowa w warunku pierwszym, musi być nieusprawiedliwiony przymus lub siła (Cudd 1994: 24–26; 2005: 21–23; 2006: 25).

Łączna analiza treści przytoczonych definicji oraz czterech warunków koniecznych opresji pozwala wyodrębnić trzy kluczowe wątki. Po pierwsze, opresja ma charakter społeczny, co sprowadza się do tego, że dotyczy ona grup społecznych, jej sprawcami są inne grupy społeczne, a ważne dla jej trwania są ograniczenia i instytucje społeczne. Po drugie, opresja jest moralnie złą, niesprawiedliwą szkodą lub prowadzi do takiej szkody. Wiąże się z tym teza, że pojęcie opresji ma charakter normatywny. Po trzecie, opresja jest długotrwałym procesem, który realizuje się w działaniach materialnych i psychologicznych sił opresji.

## SPOŁECZNY CHARAKTER OPRESJI

Cudd przyjmuje, że sednem opresji społecznej są nierówne i niesprawiedliwe ograniczenia i instytucje społeczne (Cudd 2006: 52). Przez „ograniczenia” rozumie ona czynniki, które racjonalna jednostka bierze pod uwagę, planując swoje życie, podejmując działania czy wchodząc w interakcje z innymi ludźmi. Dzieli je na biologiczne, fizyczne, psychologiczne i społeczne. Do tych ostatnich zaliczają się takie czynniki, jak na przykład majątek, pozycja społeczna, prawa, obyczaje, normy moralne, praktyki społeczne czy stereotypy (Cudd 2006: 41–42)<sup>7</sup>. Ważnym rodzajem i źródłem ograniczeń społecznych są instytucje definiowane jako „formalne i nieformalne struktury i ograniczenia społeczne, takie jak prawa, konwencje, normy, praktyki i tym podobne” (Cudd 2006: 20). Jak czytamy nieco dalej:

instytucja społeczna ustanawia ograniczenia, które wyznaczają zachowania w pewnych konkretnych, powtarzających się sytuacjach, są milcząco znane pewnemu niemałemu podzbiorowi członków społeczeństwa, i albo podlegają samonadzorowi, albo są nadzorowane przez jakąś władzę zewnętrzną (Cudd 2006: 51)<sup>8</sup>.

Posługując się oboma tymi pojęciami, Cudd definiuje grupę społeczną jako „zbiór jednostek, które mierzą się ze wspólnymi ograniczeniami określanymi przez instytucje społeczne”

---

<sup>7</sup> Cudd podkreśla, że termin „ograniczenie” stosuje w sensie bardzo szerokim i normatywnie neutralnym, tj. na oznaczenie ram lub wskazówek dotyczących decyzji i działań.

<sup>8</sup> Inne podawane przez Cudd przykłady instytucji to rząd, szkoły, stereotypy, systemy klasyfikacji klasowej, rasowej czy etnicznej.

(Cudd 2006: 51). Dzieli grupy społeczne na dobrowolne i niedobrowolne. W pierwszym przypadku przynależność do grupy jest rezultatem świadomego wyboru, zaś w drugim przypisanie do grupy dokonuje się bez bezpośredniego udziału jednostki, na przykład na podstawie jej określonych cech i dotyczących ich stereotypów (Cudd 2006: 44).

Stwierdzenie, że ofiarą opresji jest zawsze pewna grupa społeczna, należy rozumieć w ten sposób, że jej ofiarami są jednostki przynależące do tej grupy i doznające opresji jako jej członkowie, tj. z powodu tego członkostwa (Cudd 2006: 23, 52, 121)<sup>9</sup>. Cudd nazywa to systematycznym charakterem opresji (Cudd 2006: 88)<sup>10</sup>. Warto podkreślić, że dla systematyczności opresji nie jest konieczne, aby u jej sprawców obecny był świadomy zamiar skrzywdzenia ofiar z racji ich przynależności do określonej grupy<sup>11</sup>. Nie ma tu też znaczenia, czy ofiary opresji uznają ją za opartą na przynależności grupowej<sup>12</sup>. O systematyczności nie przesądza również fakt, że pewne formy niesprawiedliwości powszechnie dotyczą członków danej grupy, gdyż mogą one dotyczyć nie tylko ich.

Ocena systematycznego charakteru danej niesprawiedliwej szkody powinna raczej brać pod uwagę to, czy jest ona „częścią wzorca szkód, które w sposób nieproporcjonalny dotyczą konkretną grupę społeczną” (Cudd 2006: 88). Oznacza to, że członkowie grupy ofiar muszą być nią dotknięci bardziej niż inne osoby. Co więcej, musi istnieć pewien wzorec szkód dotyczących ofiary, a rozważana szkoda musi być jego częścią. Istnienie takiego wzorca wymaga oczywiście tego, aby szkody dotyczyły ofiary przez dłuższy czas.

Innym ważnym aspektem społecznego charakteru opresji jest to, że przynosi ona korzyść pewnej grupie, którą można nazwać „grupą uprzywilejowaną”. Jej członków należy podzielić na dwie kategorie. Do pierwszej z nich Cudd zalicza osoby, które czerpią korzyść z opresji w sposób niezamierzony, często nieświadomy. Drugą kategorię stanowią świadomi ciemniejący, czyli osoby, które zyskują na opresji w sposób intencjonalny i przez aktywny udział w stosowaniu ucisku wobec członków grupy ciemnionej (Cudd 2006: 25).

## NORMATYWNY WYMIAR OPRESJI SPOŁECZNEJ

Zgodnie z analizowanym ujęciem, opresja społeczna sprowadza się do systematycznych szkód, które są moralnie złe, nieusprawiedliwione i niesprawiedliwe. „Wyrządzenie komuś szkody” oznacza naruszenie interesów danej osoby (Feinberg 1980: 45). Niektórzy etycy precyzują, że oznacza to także narażenie jej na ryzyko naruszenia jej interesów oraz niezachowanie należytej troski, gdy takie naruszenie jest nieuniknione (Beauchamp i Childress 2010: 153–155). Z kolei przez „wyrządzenie zła moralnego” rozumie się naruszenie

<sup>9</sup> Cudd zauważa też, że opresja może dotyczyć grupę społeczną jako grupę. Jest to jednak możliwe tylko w przypadku grup dobrowolnych i dlatego nie jest warunkiem koniecznym opresji. Co więcej, jej zdaniem, uznawanie grupy za ofiarę opresji jest wątpliwe w świetle liberalnego indywidualizmu (Cudd 2006: 52–53).

<sup>10</sup> Cudd odróżnia opresję od niesprawiedliwości, która nie jest związana z przynależnością grupową.

<sup>11</sup> Ocena zamiaru sprawcy ma natomiast znaczenie przy ocenie jego moralnej winy i odpowiedzialności.

<sup>12</sup> Ofiary mogą błędnie postrzegać przyczyny swojego położenia. Dlatego należy odróżniać opresję w sensie subiektywnym, czyli poczucie, że jest się ofiarą opresji, od opresji obiektywnej, czyli faktycznego jej występowania. Opresji obiektywnej nie musi towarzyszyć opresja subiektywna (Cudd 2006: 25).

moralnych praw danej osoby lub zasad moralnych (Feinberg 1990: xxvii–xxix). Podkreśla się też, że nie każda szkoda musi być czymś moralnie złym i nie każde moralne zło musi wiązać się z czyjąś szkodą. Pozwala to wyodrębnić szkodę w węższym sensie, który obejmuje naruszenie interesów jednostki jednocześnie naruszające jej moralne prawa (Feinberg 1992: 3–4). Pozwala to na konkluzję, że w każdym przypadku opresji społecznej ma miejsce takie systematyczne naruszanie interesów członków grupy uciskanej, które jednocześnie narusza ich prawa moralne.

Cudd wyjaśnia dodatkowo, że „opresja jest zawsze zła; nie można spójnie mówić o usprawiedliwionej opresji” (Cudd 2006: 23). Pozwala to dodać do przedstawionych właśnie wyjaśnień dodatkową kwalifikację: w każdym przypadku opresji społecznej systematyczne naruszanie interesów członków grupy uciskanej musi być też naruszeniem ich praw moralnych dokonującym się w sposób nieusprawiedliwiony. Amerykańska autorka w swojej pracy nie precyzuje tego, co rozumie przez termin „usprawiedliwienie”, jednak można zauważyć, że jej słowa otwierają drogę dla odmowy uznania za opresyjne tych sytuacji, w których systematyczne naruszanie praw moralnych danej grupy może zostać usprawiedliwione jako mniejsze zło.

Moralnie złe szkody składające się na opresję polegają na naruszeniu zasad sprawiedliwości w relacjach między grupami społecznymi. Ścisłej mówiąc, opresja realizuje się poprzez niesprawiedliwe ograniczenia społeczne dotyczące grupę uciskaną. Cudd podkreśla przy tym, że niesprawiedliwości ograniczeń społecznych nie można w prosty sposób utożsamiać z ich nierównością, ponieważ tą ostatnią można uzasadnić, na przykład powołując się na specjalne potrzeby określonej grupy społecznej (Cudd 2006: 51). Ostateczną podstawą dla uzasadnienia (nie)słuszności ograniczeń społecznych musi być jakaś wizja sprawiedliwości, jednak Cudd nie poświęca wiele uwagi temu ostatniemu pojęciu. Co prawda, w kilku miejscach przywołuje liberalne ujęcie sprawiedliwości, jednak nie wyjaśnia ostatecznie, którą z liberalnych teorii dotyczących tej wartości ma na myśli (Cudd 2006: 26).

Cudd zalicza pojęcie opresji do pojęć normatywnych. Warto podkreślić, że w swojej pracy autorka ta przywołuje dwa zupełnie różne sposoby rozumienia terminu „pojęcie normatywne”. Według pierwszego z nich, termin „pojęcie normatywne” oznacza poprawny sposób stosowania pojęcia (Cudd 2006: 4). Według drugiego, termin „pojęcie normatywne”, oznacza pojęcie, do którego treści należą elementy wartościujące. Zdaniem amerykańskiej badaczki, pojęcie opresji społecznej jest normatywne w drugim z wymienionych znaczeń, ponieważ do jego treści należy to, że każdy przypadek opresji jest moralnie zły.

## SIŁY OPRESJI

Zgodnie z analizowaną definicją, opresja społeczna realizuje się przez siły opresji. Jak czytamy, siły te szkodzą „bezpośrednio i pośrednio, ograniczając opcje członków grupy społecznej” (Cudd 2006: 85, 26, 120). Siłom tym przysługują wszystkie najważniejsze cechy opresji. Każda z nich jest więc niesprawiedliwą szkodą dotyczącą członków określonej grupy społecznej, inna grupa społeczna czerpie z nich korzyści, są też bisko związane z niesprawiedliwymi instytucjami i ograniczeniami społecznymi (Cudd 2006: 88, 52). Są one też niekiedy ujmowane jako przyczyny lub źródła opresji. Ma to dwa znaczenia. Po pierwsze,



siła opresji jest niesprawiedliwą szkodą dotykającą grupę i stanowiącą element jej opresji. Po drugie, siła opresji często wywołuje inną od niej szkodę, która zazwyczaj sama jest siłą opresji. Na przykład przemoc wywołuje u ofiar traumę psychiczną (Cudd 2006: 92, 159).

Siły opresji dzielą się na materialne i psychologiczne. Materialne siły opresji to „przemoc, ekonomiczny niedostatek oraz wiarygodna groźba każdego z nich” (Cudd 2006: 85)<sup>13</sup>. Z kolei psychologiczne siły opresji to inaczej psychologiczne szkody opresji (Cudd 2006: 158, 175). Działają one „przez stany umysłu, emocjonalnie lub przez manipulację przekonaniem, w taki sposób, że doznaje się stresu psychologicznego, uszczerbku na swym obrazie własnej osoby lub innej szkody psychologicznej” (Cudd 2006: 24, 155–183).

Siły opresji dzielą się również na bezpośrednie i pośrednie. Podział ten opiera się na umiejscowieniu sił opresji względem jednostki. Bezpośrednie siły opresji stanowią te spośród jej sił materialnych i psychologicznych, które są „zewnętrzne” wobec jednostki i stanowią element środowiska jej życia (Cudd 2006: 26, 52, 154, 156, 176). Tymczasem pośrednie siły opresji to autodestrukcyjne mechanizmy uruchamiane przez opresję społeczną w jej ofiarach. Są to emocje, przekonania, pragnienia i wybory członków grupy uciskanej, które im szkodzą oraz przynoszą korzyść ich ciemiężycielom (Cudd 2006: 26, 156–157, 176). Odrębne traktowanie pośrednich sił opresji ma także uzasadnienie normatywne: ich obecność rodzi problem współodpowiedzialności ofiar za opresję i przeciwdziałanie jej (Cudd 2006: 135, 157).

## PRZEMOC JAKO SIŁA OPRESJI

Cudd definiuje przemoc jako „działania mające na celu fizycznie zaszkodzić osobie lub osobom przez zastosowanie siły fizycznej” (Cudd 2006: 86). Jest to więc „intencjonalne, dokonujące się z użyciem siły wyrządzenie fizycznej szkody lub maltretowanie jednej lub większej liczby osób, czy też ich materialnej bądź zwierzęcej własności” (Cudd 2006: 87). Przemoc fizyczna będąca elementem opresji posiada wszystkie jej konieczne cechy, w tym systematyczność oraz niesprawiedliwość. Cudd wskazuje trzy rodzaje przemocy mogące spełniać te kryteria: wojna między narodami, sponsorowana przez państwo przemoc grup dominujących wobec niższych grup społecznych, niesponsorowana przez państwo przemoc grup dominujących wobec niższych grup społecznych (Cudd 2006: 89–90, 93–116). Przemoc systematyczna jest zaliczana przez Cudd do najmocniejszych sił opresji (Cudd 2006: 85, 117–118).

Siłą opresji jest także wiarygodna groźba przemocy. Jak zauważa Cudd, czasownik „grozić” oznacza:

relację czteroargumentową wiążącą dwa podmioty,  $a$  i  $b$ , zbiór warunków,  $w_1, \dots, w_n$  oraz stan rzeczy,  $S$ . Powiedzieć, że *osoba a grozi osobie b za pomocą S pod warunkami  $w_1, \dots, w_n$*  oznacza, że osoba  $a$  daje do zrozumienia, że dopilnuje tego, aby zdarzyło się  $S$ , o ile zajądą warunki  $w_1, \dots, w_n$ , zaś osoba  $b$  rozumie ten komunikat (Cudd 2006: 90).

<sup>13</sup> Groźba jest wiarygodna, gdy istnieją obiektywne racje świadczące o tym, że przy zajściu określonych warunków zostanie ona spełniona, a jednocześnie jej adresat sądzi, że zostanie ona spełniona (Cudd 2006: 91).



Sednem groźenia jest więc komunikowanie, że po spełnieniu określonych warunków nadawca groźby przyczyni się do zajścia pewnego zdarzenia, które jest niekorzystne dla adresata groźby<sup>14</sup>.

Groźby kierowane do ofiar opresji mogą komunikować perspektywę dokonania skierowanych przeciwko nim aktów przemocy fizycznej. Szczególnym przypadkiem takiej sytuacji jest groźba przemocy komunikowana przez same akty przemocy. Jak wyjaśnia Cudd, akty przemocy wobec konkretnych jednostek pełnią dodatkową funkcję pozawerbalnej groźby przemocy skierowanej do innych osób. Jej odbiorcami są osoby, które mają świadomość, że posiadają cechy, które motywowały te akty lub mają świadomość, że inni przypisują im takie cechy (Cudd 2006: 90). Krótko mówiąc, przemoc komunikuje groźbę kolejnych aktów przemocy. Dlatego akty opresyjnej przemocy dotyczące bezpośrednio tylko niektórych członków grupy uciskanej trzeba uznać za groźbę kierowaną, niekoniecznie intencjonalnie, do wszystkich innych jej członków<sup>15</sup>.

## EKONOMICZNE SIŁY OPRESJI

Opresja ekonomiczna to nierówność ekonomiczna lub redukcja możliwości ekonomicznych, która niesprawiedliwie szkodzi pewnej grupie społecznej, przynosi korzyść innej grupie i ma podłoże instytucjonalne (Cudd 2006: 120–121)<sup>16</sup>. Ekonomiczne siły opresji to z kolei „mechanizmy, przez które powstają i trwają opresyjne nierówności ekonomiczne” (Cudd 2006: 135) oraz wiarygodna groźba tego rodzaju nierówności (Cudd 2006: 85). Siły te dzielą się na dwa rodzaje: bezpośrednie oraz pośrednie<sup>17</sup>. Każda z tych sił musi oczywiście spełniać omówione powyżej warunki konieczne ujęte w ogólnej definicji opresji (Cudd 2006: 120–121)<sup>18</sup>.

Bezpośrednie ekonomiczne siły opresji to różne konkretne formy niesprawiedliwych nierówności ekonomicznych o charakterze systematycznym. Cudd zalicza do nich: niewolnictwo, segregację ze względu na przynależność grupową (mieszaniową, edukacyjną, zawodową itp.), dyskryminację w obszarze zatrudnienia i wynagrodzeń, nękanie w miejscu pracy ze względu na przynależność grupową, nierówny dostęp do możliwości (takich jak na

---

<sup>14</sup> Groźby mogą być jawne lub ukryte, obiektywne lub subiektywne, wiarygodne, niewiarygodne i nieskuteczne (Cudd 2006: 90–92).

<sup>15</sup> Aby objąć jednym terminem systematyczną przemoc fizyczną oraz różne formy groźenia nią, Cudd mówi o „sytuacji groźby społecznej”, choć jej intencje lepiej oddawałby termin „sytuacja groźby systematycznej”. Tak czy inaczej, amerykańska badaczka ma tutaj na myśli sytuację, w której jest powszechnie wiadome, że członkowie grupy A często grożą przemocą lub dopuszczają się przemocy wobec członków grupy B (Cudd 2006: 90).

<sup>16</sup> Bieda wzmacnia opresję ekonomiczną, ale nie jest dla niej konieczna, gdyż nawet przy jej braku nierówności ekonomiczne mogą dotyczyć daną grupę społeczną. Bieda nie jest też wystarczająca dla opresji, ponieważ nie musi być niesprawiedliwa (Cudd 2006: 120).

<sup>17</sup> Szczególnym rodzajem opresji ekonomicznej są opresyjne systemy polityczno-ekonomiczne. Nie zostały one jednak zaliczone do sił opresji (Cudd 2006: 153–154).

<sup>18</sup> Nie wszystkie nierówności ekonomiczne przynoszące szkody określonym grupom społecznym są niesprawiedliwe (Cudd 2006: 121).

przykład szkolnictwo, opieka zdrowotna), neokolonializm, korupcja na poziomie rządowym (Cudd 2006: 136–146). Podsumowując, są to:

środki, za pomocą których członkowie dominującej grupy społecznej utrzymują swój majątek i dochód przez intencjonalne działania mające na celu utrzymanie ekonomicznie gorszej pozycji oraz podatności na wyzysk członków podporządkowanych grup społecznych (Cudd 2006: 136).

Pośrednią siłą opresji ekonomicznej są racjonalne wybory członków grupy uciskanej funkcjonujących w warunkach niesprawiedliwych nierówności ekonomicznych i niedostatku. Warunki te sprawiają, że pewne opcje są poza ich zasięgiem lub stają się bardzo trudne do realizacji. W takiej sytuacji racjonalne jest ograniczanie wyborów do tego, co uznaje się za osiągalne lub przynoszące pewniejsze korzyści (np. rezygnacja z długotrwałej i kosztownej edukacji na rzecz pracy przynoszącej środki do życia)<sup>19</sup>. Tego rodzaju racjonalne wybory ofiar opresji są jednak korzystne dla nich tylko w krótszej perspektywie, a na dłuższą metę przynoszą im szkodę, utrwalając niesprawiedliwe nierówności dotyczące ich grupę społeczną (Cudd 2006: 85, 146, 154). Z jednej strony podkreśla się, że biorąc pod uwagę położenie ofiar opresji i wyzwania, przed jakimi stoją, takie obiektywnie nieoptymalne wybory są w pewnym sensie nieuniknione (Cudd 1994; Kymlicka 2009: 124, 161–162; Grant 2013: 420–423). Z drugiej strony przedmiotem analiz jest też stopień, w jakim ofiary opresji są za nią współodpowiedzialne (Cudd 1994; 2006: 135–136; Navin 2011: 538–543).

## PSYCHOLOGICZNE SIŁY OPRESJI

Psychologiczne siły opresji stanowią element psychiki ofiar opresji (Cudd 2005: 21; 2006: 157, 158). Cudd dzieli je na bezpośrednie i pośrednie. Bezpośrednie psychologiczne siły opresji to szkody psychologiczne członków grupy uciskanej powstające wskutek działań członków grupy dominującej skierowanych przeciwko nim lub komunikujących im ich niższe położenie pod względem władzy lub wartości (Cudd 2006: 156–158, 175–176). Cudd wskazuje siedem rodzajów bezpośrednich psychologicznych sił opresji, dzieląc je na dwa typy: siły punktowe i rozproszone (Cudd 2006: 157).

Do bezpośrednich punktowych psychologicznych sił opresji należą: (a) lęk i psychologiczna trauma; (b) poniżenie i wstyd; (c) uprzedmiotowienie (Cudd 2006: 158–167). Bezpośrednie rozproszone psychologiczne siły opresji to z kolei: (d) tradycje i konwencje społeczne; (e) religie; (f) ideologie<sup>20</sup>; (g) kulturowa dominacja. Warto przy tym podkreślić, że chodzi tylko o takie tradycje, konwencje, religie czy ideologie, które są niesprawiedliwe wobec członków niektórych grup społecznych. Tworzą one kulturowy kontekst

<sup>19</sup> Reakcją ofiar na taką sytuację może być albo dewaluacja, albo tylko ignorowanie opcji niedostępnych im wskutek opresji. Jak ujmuje to Cudd, ofiary opresji ekonomicznej albo „deklarują, że nieosiągalne winogrona są kwaśne, albo decydują, że fakt, iż winogrona są poza zasięgiem, jest niemożliwy do zmiany i trzeba go jakoś ominąć” (Cudd 2006: 152–154).

<sup>20</sup> Ideologia to teorie, na przykład filozoficzne lub naukowe, używane jako racjonalizacja tradycji i konwencji. Aby dana teoria była ideologią, musi być pod jakimś względem fałszywa lub wykraczać poza obszar swojego prawomocnego zastosowania (Cudd 2006: 170–171).

życia członków społeczeństwa sprzyjający opresyjnym relacjom społecznym (Cudd 2006: 157–159, 167–175).

Cudd wyróżnia trzy rodzaje pośrednich sił opresji psychologicznej: (h) nieadekwatny wstyd i niską samoocenę, (i) fałszywą świadomość, (j) zniekształcone pragnienia. Są to utrwalone, autodestrukcyjne sposoby funkcjonowania psychicznego ofiar opresji, pomagające grupie uciskającej utrzymać jej uprzywilejowany status. Odzwierciedlają one opresyjny kontekst kulturowy życia ofiar, a jednocześnie są trwałe, co sprawia, że mogą im szkodzić długo po tym, jak kontekst ten uległ zmianom (Cudd 2006: 156–157, 176–183).

Przez „wstyd i niską samoocenę” Cudd rozumie powstającą wskutek działania innych sił opresji utrwaloną dyspozycję psychologiczną jednostki do przeżywania całej gamy nieadekwatnych do sytuacji, negatywnych stanów emocjonalnych (np. wstyd, poczucie winy, wątpliwość w sobie itp.) (Cudd 2006: 176–178). Fałszywa świadomość to przekonania, które spełniają trzy warunki: (I) są fałszywe; (II) ich źródłem jest opresja; (III) wspierają utrzymywanie się niesprawiedliwych relacji społecznych składających się na opresję. Cudd dodaje, że za fałszywą świadomość można uznać również niektóre prawdziwe przekonania spełniające tylko warunki (II) oraz (III). Fałszywa świadomość jest często obecna nie tylko u ofiar, ale również u członków grup uprzywilejowanych (Cudd 2006: 178–180)<sup>21</sup>. Z kolei zniekształcone pragnienia to pragnienia będące konsekwencją fałszywej świadomości. Dotyczą one tego, co ofiary ucisku błędnie uznają za dobre dla siebie (Cudd 2006: 180–183). Dyskutowany jest problem autonomii tego rodzaju pragnień (Stoljar 2014) oraz analizowane są racje etyczne przemawiające za tym, aby blokować ich zaspokajanie przez ofiary (Cudd 2014).

## WYBRANE RELACJE MIĘDZY SIŁAMI OPRESJI

Siły opresji wchodzą ze sobą w różnego rodzaju interakcje (Cudd 2006: 26, 86, 175–183). Amerykańska autorka poświęca tym związkom sporo uwagi, warto więc na koniec odnotować najważniejsze z nich. Systematyczna przemoc i groźby jej stosowania mogą służyć narzucaniu grupie uciskanej różnych form niesprawiedliwych nierówności ekonomicznych (Cudd 2006: 116–118). Gorsze położenie ekonomiczne ofiar opresji utrudnia im z kolei obronę przed przemocą (Cudd 2006: 120). Wzajemne zależności łączą też materialne i psychologiczne siły opresji. Opresja często rozpoczyna się od działania bezpośrednich sił materialnych, które następnie aktywizują jej siły psychologiczne, takie jak na przykład lęk, trauma psychologiczna czy wstyd (Cudd 2006: 26, 86, 158–167). Przemoc i jej groźby mogą też być stosowane w celu zmuszania ofiar opresji do posłuszeństwa wobec niesprawiedliwych norm kulturowych czy prawnych (Cudd 2006: 107–108). Z kolei psychologiczne siły opresji zwrótnie wzmacniają skuteczność jej sił materialnych (Cudd 2006: 158–167, 176–183). Szczególną rolę odgrywają bezpośrednie psychologiczne siły opresji o charakterze rozproszonym, czyli niesprawiedliwe tradycje, konwencje, ideologie czy kulturowa dominacja. Dostarczają one uzasadnienia dla systematycznej przemocy lub nierówności ekonomicznych (Cudd 2006: 167–176).

---

<sup>21</sup> Przykładem fałszywej świadomości byłoby na przykład przyjmowanie przez ofiary opresji ideologii, norm czy stereotypów uzasadniających ich ucisk, nietrafne rozeznawanie przez ofiary dostępnych im opcji, przekonanie, że są winne swojego położenia.

Warto też odnotować niektóre uwarunkowania pośrednich sił opresji. Racjonalne, ale obiektywnie nieoptymalne wybory ofiar są rezultatem funkcjonowania w warunkach tworzonych przez bezpośrednie siły opresji ekonomicznej (np. nierówności ekonomiczne) oraz rozproszone siły opresji psychologicznej (np. dyskryminujące konwencje społeczne i tradycje). Wstyd i niska samoocena oraz fałszywa świadomość powstają między innymi wskutek internalizacji niesprawiedliwych tradycji, konwencji społecznych czy ideologii (np. przypisujących pewnym grupom niższy status, usprawiedliwiających przemoc, nierówności ekonomiczne czy przedmiotowe traktowanie). Fałszywa świadomość daje początek fałszywym pragnieniom (Cudd 2006: 167–183).

Wszystkie pośrednie siły opresji zwrótnie wzmacniają jej siły bezpośrednie. Na przykład racjonalne wybory ofiar opresji utrwalają trapiące je nierówności ekonomiczne. Wstyd, niska samoocena i fałszywa świadomość dostarczają ofiarom racji ku temu, aby nie sprzeciwić się różnym bezpośrednim siłom opresji (np. uznawać przemoc i nierówności ekonomiczne za zasłużone, nieuniknione czy naturalne) (Cudd 2006: 176–183). Ich obecność powoduje też u ofiar opresji skłonność do rezygnacji do wartościowych celów życiowych (Hay 2011: 25–26). Zamiast tych ostatnich ofiary obierają cele życiowe dopasowane do opresyjnych warunków społecznych. Dążenia ofiar opresji do realizacji tego rodzaju uwarunkowanych opresją celów, czyli ich zniekształcone pragnienia, potwierdzają i utrwalają opresyjne normy oraz ideały społeczno-kulturowe będące narzędziem ich ucisku (Cudd 2014).

## PODSUMOWANIE I UWAGI KRYTYCZNE

Definicja opresji społecznej i jej analiza zaproponowana przez amerykańską badaczkę jest ambitną próbą uporządkowania teoretycznych podstaw dyskusji dotyczących ucisku. Największą jej zaletą jest uwzględnienie tego, że w różnych przypadkach opresji i na poszczególnych etapach jej rozwoju może ona realizować się z różnym udziałem poszczególnych jej sił. Nie ma więc konieczności sprowadzania wszystkich jej przypadków do jednego zjawiska, na przykład dystrybucji lub wyzysku ekonomicznego. Propozycja teoretyczna Cudd ma też jednak słabe strony.

Niektórzy autorzy kwestionują słuszność wpisania w definicję opresji konieczności istnienia w każdym jej przypadku konkretnej grupy uprzywilejowanej czerpiącej z niej korzyści (Sample 2007). Za wątpliwe należy też uznać charakteryzowanie przez amerykańską autorkę wszystkich bezpośrednich sił opresji jako zewnętrznych wobec jednostki. Jednocześnie bowiem bezpośrednio psychologiczne siły opresji są przez nią ujmowane jako negatywne stany psychiczne dotyczące ofiary wskutek działań członków grupy dominującej (np. Cudd 2006: 156–157). Podobny zarzut stawiany jest w literaturze przedmiotu: zewnętrzne i wewnętrzne siły opresji są zdefiniowane nieprecyzyjnie (Benson 2009: 178–181). Trudne do zaakceptowania jest też klasyfikowanie niesprawiedliwych tradycji, konwencji, religii, ideologii oraz dominacji kulturowej jako sił opresji psychologicznej. Są to bowiem czynniki zewnętrzne wobec jednostki mające charakter społeczno-kulturowy. Psychologiczną naturę mają tylko niektóre skutki ich oddziaływania na jednostkę, na przykład fałszywa świadomość. Bardziej poprawne byłoby więc nazywanie ich kulturowymi siłami opresji. Pokazuje to, że podział sił opresji na psychologiczne i materialne wymaga uzupełnienia o ten rodzaj sił.

Kolejną rzeczą wartą odnotowania jest ignorowanie przez Cudd tego, że racjonalne, ale obiektywnie nieoptymalne wybory ofiar opresji mają swoje źródło w okolicznościach tworzonych nie tylko przez nierówności ekonomiczne, ale również przez przemoc. Wydaje się, że uzasadnione byłoby zaliczenie wyborów motywowanych chęcią uniknięcia przemocy i minimalizacji zagrożenia nią w poczet pośrednich sił opresji. Jeśli zaś chodzi o ekonomiczne siły opresji, to należy także zauważyć, że amerykańska autorka nie wyjaśnia, dlaczego niesprawiedliwe systemy ekonomiczne zostają przez nią uznane za rodzaj opresji ekonomicznej, ale nie za jedną z jej sił.

Warto też podkreślić, że Cudd sprowadza przemoc tylko do przemocy fizycznej. Pojęcie przemocy jest jednak zazwyczaj rozumiane szerzej<sup>22</sup>. Wyróżnia się między innymi przemoc fizyczną, psychiczną, emocjonalną, seksualną, ekonomiczną, strukturalną (instytucjonalną) i symboliczną (Jedlecka 2017; Widera-Wysoczańska 2010). Aby uchwycić wszystkie te odmiany przemocy, niektórzy filozofowie proponują, aby definiować ją jako naruszenie integralności. Przemocą byłaby więc sytuacja, w której „integralność albo jedność podmiotu (osoby lub zwierzęcia) albo przedmiotu (własności) jest intencjonalnie lub nieintencjonalnie naruszona, albo poprzez działanie, albo poprzez zaniechanie [...]. Naruszenie może pojawić się zarówno na poziomie fizycznym, jak i psychologicznym, spowodowane może być zarówno poprzez środki fizyczne, jak i psychologiczne” (Bufacchi 2019: 29).

Trzeba przyznać, że różnego rodzaju systematyczne, niesprawiedliwe szkody, które inni autorzy zaklasyfikowaliby jako formy przemocy emocjonalnej, seksualnej, ekonomicznej, strukturalnej czy symbolicznej, zostały przez Cudd uwzględnione zarówno wśród ekonomicznych, jak i psychologicznych sił opresji. Podjęła ona jednak decyzję, aby nie ujmować ich jako przemocy. Niestety, badaczka nie uzasadnia tego rozstrzygnięcia w przekonujący sposób (Cudd 2006: 86). Lepszym rozwiązaniem byłoby raczej uznanie systematycznej, niesprawiedliwej przemocy psychologicznej, emocjonalnej i seksualnej za jedną z bezpośrednich sił opresji psychologicznej. Użyteczne byłoby również wyraźne wskazanie, które z sił opresji ekonomicznej mają charakter przemocy ekonomicznej.

Kolejnym źródłem wątpliwości jest to, że zgodnie z wyjaśnieniami przedstawionymi przez Cudd grupa uciskana powinna istnieć niezależnie od opresji (Benson 2009: 178–181). Jej zdaniem, sam fakt, że pewne osoby są ofiarami niesprawiedliwości, nie czyni z nich grupy społecznej. Z drugiej jednak strony przyjęta przez nią definicja grupy społecznej sprowadza grupę do istnienia pewnego zbioru ograniczeń społecznych dotyczących pewną liczbę osób. Czy określone formy niesprawiedliwego traktowania początkowo niepowiązanych ze sobą osób nie mogłyby jednak zostać uznane za ograniczenia prowadzące do wyłonienia się składającej się z tych jednostek nowej grupy społecznej? Amerykańska autorka ignoruje również to, że przypadkowe ofiary dowolnej niesystematycznej niesprawiedliwości właśnie ze względu na jej doznanie mogą same zorganizować się w dobrowolną grupę społeczną.

Na koniec warto zauważyć, że mankamentem rozważań podjętych przez Ann Cudd jest również to, że nie precyzuje ona przyjmowanej przez siebie koncepcji sprawiedliwości. Deklaruje, co prawda, że bliskie jest jej liberalne rozumienie tej wartości, ale przecież nawet

---

<sup>22</sup> Chciałbym podziękować anonimowemu recenzentowi/recenzentce mojego artykułu za zwrócenie uwagi na ten ważny problem.

w tak zakreślonych ramach występuje niemała liczba rozbieżnych propozycji teoretycznych. Rozstrzygnięcia dotyczące tego, czym jest sprawiedliwość i jej naruszanie, mogą zaś mieć duże znaczenie dla praktycznego stosowania teorii Cudd, na przykład w badaniach empirycznych czy działalności politycznej.

## BIBLIOGRAFIA

- Benson, Paul. 2009. *Analyzing Oppression*. By ANN E. CUDD, „Hypatia”, 24: 178–181.
- Beauchamp, Tom L. i James F. Childress. 2009. *Principles of Biomedical Ethics*, New York: Oxford University Press.
- Bufacchi, Vittorio. 2019. *Przemoc: czym ona jest i dlaczego jest zła?*, „Edukacja Etyczna”, 16: 23–42.
- Cudd, Ann E. 1994. *Oppression by Choice*, „Journal of Social Philosophy”, 25: 22–44.
- Cudd, Ann E. 2005. *How to Explain Oppression: Criteria of Adequacy for Normative Explanatory Theories*, „Philosophy of the Social Sciences”, 35, 1: 20–49.
- Cudd, Ann E. 2006. *Analyzing Oppression*, New York: Oxford University Press.
- Cudd, Ann E. 2015. *Adaptations to Oppression: Preference, Autonomy, and Resistance*, w: Marina Oshana (ed.), *Autonomy and Social Oppression*, New York: Routledge, s. 142–160.
- Deutsch, Morton. 2006. *A Framework for Thinking About Oppression and Its Change*, „Social Justice Research”, 19, 1: 7–41.
- Elster, Jon. 1986. *An Introduction to Karl Marx*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Feinberg, Joel. 1980. *Harm and Self-Interest*, w: Joel Feinberg, *Rights, Justice, and the Bounds of Liberty: Essays in Social Philosophy*, Princeton: Princeton University Press, s. 45–68.
- Feinberg, Joel. 1988. *Harmless Wrongdoing*, New York: Oxford University Press.
- Feinberg, Joel. 1994. *Freedom and Fulfillment: Philosophical Essays*, Princeton: Princeton University Press.
- Fraser, Nancy. 1995. *From Redistribution to Recognition? Dilemmas of Justice in a “Post-socialist” Age*, „New Left Review”, 212: 68–93.
- Grant, Claire. 2013. *Freedom and Oppression*, „Politics, Philosophy & Economics”, 12, 4: 413–425.
- Hay, Carol. 2011. *The Obligation to Resist Oppression*, „Journal of Social Philosophy”, 42: 21–45.
- Jedlecka, Wioletta. 2017. *Formy i rodzaje przemocy*, „Wrocławskie Studia Erazmiańskie”, 11: 14–29.
- Navin, Mark. 2011. *Luck and Oppression*, „Ethical Theory and Moral Practice: An International Forum”, 14: 533–547.
- Sample, Ruth. 2007. *Review of Ann E. Cudd, Analyzing Oppression*, „Notre Dame Philosophical Reviews”, 2, <https://ndpr.nd.edu/reviews/analyzing-oppression/> [12.01.2021].
- Stoljar, Natalie. 2014. *Autonomy and Adaptive Preference Formation*, w: Andrea Veltman i Mark Piper (ed.), *Autonomy, Oppression, and Gender*, New York: Oxford University Press, s. 227–252.
- Kymlicka, Will. 2009. *Współczesna filozofia polityczna*, Warszawa: Fundacja Aletheia.

- Rawls, John. 1994. *Teoria sprawiedliwości*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Thompson, Neil. 2003. *Promoting Equality. Challenging Discrimination and Oppression*, New York: Palgrave Macmillan.
- Widera-Wysoczańska, Agnieszka. 2010. *Mechanizmy przemocy w rodzinie. Z pokolenia na pokolenie*, Warszawa: Wydawnictwo Difin SA.
- Young, Iris M. 1990. *Justice and the Politics of Difference*, Princeton: Princeton University Press.

#### THE CONCEPT OF SOCIAL OPPRESSION ACCORDING TO ANN E. CUDD

The purpose of the article is to analyze and discuss a definition of social oppression proposed by Ann E. Cudd. First, selected ways of understanding social oppression in contemporary philosophy will be characterized. Second, key elements of the definition will be identified. Third, social and normative dimensions of oppression will be examined. Next, material and psychological forces of oppression will be discussed, including violence, the credible threat of violence, economic inequality, rational choices of the oppressed, and psychological harms of oppression. Then, the most important interactions between the forces of oppression will be outlined. Finally, selected advantages and limitations of the definition will be pointed to.

Keywords: violence, injustice, social oppression, forces of oppression, economic forces of oppression, psychological forces of oppression, Ann E. Cudd

Zgłoszenie artykułu: 23.11.2020

Recenzje: 29.12.2020

Rewizja: 30.12.2020

Akceptacja: 30.12.2020

Publikacja on-line: 30.03.2021



## Karolina Król\*

ORCID: 0000-0003-4082-2183

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

### MOTYW AHASWERA W TWÓRCZOŚCI ALEKSANDRA WATA. OD FIGURY ZBIOROWOŚCI DO ZNAKU JEDNOSTKOWOŚCI

Artykuł stanowi analizę motywu Żyda Wiecznego Tułacza w twórczości Aleksandra Wata. Autorka sięga po teksty, które w dotychczasowych badaniach dotyczących tego tematu były pomijane. Ważną część refleksji na temat motywu Ahaswera stanowią listy do żony oraz notatnikowe zapisy poety. Postać Żyda Wiecznego Tułacza w twórczości Aleksandra Wata przechodzi drogę od figury zbiorowości do znaku losu jednostki. Ahaswer staje się jedną z figur kultury, które Wat czyta przez pryzmat swojego życia. Z czasem w twórczości Wata Ahaswer zostaje obdarzony poczuciem winy i koniecznością odpokutowania swoich grzechów. Chronologicznie ostatnie teksty dotyczące tej problematyki pozwalają na podjęcie próby interpretowania postaci Ahaswera jako figury nowoczesnej.

Słowa kluczowe: nowoczesność, Aleksander Wat, Żyd Wieczny Tułacz, Ahaswer, *Sny sponad Morza Śródziemnego*, notatniki Aleksander Wat, listy Aleksander Wat

## WSTĘP

Czesław Miłosz w szkicu poświęconym Aleksandrowi Watowi zawartym w *Prywatnych obowiązkach* pisze: „Nie, prawdy o naszej epoce nie przekaże żadna epopeja, żadna *Wojna i pokój*, żadna dogłębna socjologiczna analiza. Błyski, urwane słowa, krótkie sentencje – to najwyżej” (Miłosz 2001: 83).

Z tysięcy błysków i urwanych słów składa się dzieło Aleksandra Wata, o którym napisano już dziesiątki monografii, rozdziałów w pracach zbiorowych i tekstów zamieszczonych w czasopiśmie. Mimo że istnieje obszerna literatura przedmiotu, niektóre wątki nie zostały dokładnie przeanalizowane. Jednym z motywów, któremu warto poświęcić więcej uwagi, jest historia Żyda Wiecznego Tułacza, zwanego także Ahaswerem.

\* Autor do korespondencji: Karolina Król, Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Instytut Filologii Polskiej, ul. Fredry 10, 61-701 Poznań; e-mail: karolina.krol98uam@gmail.com

Postać ta pojawia się w twórczości Wata zarówno we wczesnych utworach, jak i tekstach późniejszych. Najobszerniejszą realizacją tego tematu jest opowiadanie *Żyd wieczny tułacz* (Wat 1960: 9–26). Imię wędrowca pojawia się także w innym utworze z tego samego cyklu – w opowiadaniu *Królowie na wygnaniu* (Wat 1960: 103). Ważne nawiązania do postaci Ahaswera przynosi także cykl wierszy *Sny sponad Morza Śródziemnego* (Wat 1992: 288–298) oraz utwór *Przemiany* (Wat 1992: 162). Wzmianki o Ahaswerze znajdziemy wreszcie w *Dzienniku bez samogłosek* (Wat 1990a: 124) oraz w listach do żony (Wat 2005: 632, 649–650), a także w notatkowych zapisach Wata, które ukazały się drukiem po jego śmierci w 2015 roku (Wat 2015: 316 i 418). W dotychczasowej refleksji nad interesującym mnie motywem nie zestawiano ze sobą wszystkich wymienionych utworów poety<sup>1</sup>. Dlatego chciałabym, czytając w porządku chronologicznym przedstawiony wyżej korpus tekstów, prześledzić, jakim przemianom w twórczości Wata ulegał motyw Żyda Wiecznego Tułacza.

## AHASWER – ŻYD WIECZNY TUŁACZ

Na legendę o Ahaswerze składają się dwa podania, które na przestrzeni wieków połączyły się w jedną całość: historia o Malcheusie i opowieść o świętym Janie (Anderson 1965: 11).

Pierwsza z tych legend opowiada o pojmaniu Jezusa w Ogrójcu, a konkretnie o scenie opisanej w *Ewangelii według Świętego Jana* [18,4]. Apostoł Piotr, stając w obronie swego nauczyciela, obciął mieczem ucho jednego ze strażników mających pojmać Chrystusa. Okaleczonym w ten sposób mężczyzną był właśnie Malcheus. Postać ta pojawia się także później, w opisie sądu Jezusa przed Piłatem. Mimo że w Biblii nie zostało powiedziane wprost, czy mężczyzną poganiającym Chrystusa i policzkującym go jest Malcheus, w legendzie przetrwało przekonanie o tożsamości obu osób.

Druga historia dotyczy postaci Świętego Jana. Według tej legendy zmartwychwstały Jezus przyszedł do apostołów i obwieścił im, że wśród nich znajduje się osoba, która nie umrze, dopóki nie powróci Zbawiciel. Opowiada o tym następujący fragment *Ewangelii według Świętego Mateusza* [16,28]: „Zaprawdę powiadam wam: Są niektórzy z tych, co tu stoją, którzy nie zazną śmierci, aż ujrzą Syna Człowieczego przychodzącego w królestwie swoim” (cyt. za: Piotrowski 2008: 65). Z *Ewangelii według Świętego Jana* [21,20] można wywnioskować, że wspomnianą osobą był Święty Jan.

Dzieje Malcheusa zostały spisane około 550 roku przez bizantyjskiego mnicha Jana Moschosa (Anderson 1965: 13). W następnych wiekach legenda ta była przekazywana ustnie i – najprawdopodobniej w okresie krucjat – pojawiła się także w Europie. Ważnym jej elementem było wskazanie winy Malcheusa, który uczestniczył w procesie skazania Jezusa na śmierć. Połączyła się ona w jedno z opowieścią o Świętym Janie (której kluczowym wątkiem była informacja o długowieczności mężczyzny).

<sup>1</sup> Wolff-Powęska (2008: 27) wspomina jedynie o *Snach sponad Morza Śródziemnego*. Piotrowski (1996: 125–127) natomiast pisze jedynie o *Żydie wiecznym tułaczem*, pomijając zupełnie śródziemnomorski cykl. Cykl ten jest pominięty także w antologii tekstów inspirowanych legendą. Piotrowski umieszcza w niej tylko fragment *Żyda wiecznego tułacza* (2008: 235–236). W dwóch tekstach Prokop-Janiec podejmujących temat Ahaswera pojawia się wzmianka o *Żydie wiecznym tułaczem*, jednak w żadnym z nich nie ma odniesień do *Snów sponad Morza Śródziemnego* (Prokop-Janiec 1992: 74–84; 2001: 120–134).

Momentem przełomowym w formowaniu się legendy o Żydzie Wiecznym Tułaczem była pierwsza drukowana postać tej opowieści pochodząca z 1602 roku – *Kurze Beschreibung und Erzehlung von einem Juden mit Namen Ahasuerus* (Piotrowski 1996: 25). Piotrowski twierdzi, że to od niej „rozpoczyna się powszechne spopularyzowanie legendy w Europie” (Piotrowski 1996: 24) i w ten sposób powstała opowieść o Żydzie Wiecznym Tułaczem, która w następnych wiekach wielokrotnie powracała w literaturze.

William Fredric Bowen wyróżnia cztery typy nawiązań do postaci Żyda Wiecznego Tułacza (Bowen 1970: 90–91). Pierwszy z nich, religijny, charakteryzuje się odniesieniami do historii biblijnej i wątków związanych ze znieważeniem Chrystusa. Drugi koncentruje się na postaci Ahaswera jako świadka dziejących się wydarzeń. Trzeci typ nawiązań skupia się na wątkach związanych z żydowskością, natomiast czwarty, najbardziej uniwersalny, dotyczy refleksji na temat ludzkiego cierpienia i ogólnej kondycji wygnança.

Odniesienia do postaci Ahaswera pojawiające się w twórczości Wata również oscylują wokół tych czterech wyszczególnionych przez Bowena wątków, jednak w późniejszych tekstach wyraźnie dominują dwa ostatnie. Motyw Żyda Wiecznego Tułacza przechodzi drogę od figury tego, co zbiorowe, do znaku indywidualnych przemysłów jednostki.

W opowieściach z *Bezrobotnego Lucyfera* na pierwszy plan wysuwa się refleksja dotycząca historii. Wat nawiązuje do postaci Ahaswera w sposób charakterystyczny dla początków XX wieku, pozbawiając bohatera znamion religijności (choć jednocześnie Żyd Wieczny Tułacz ulega kolejnym ideologicznym „konfesjom”). Poeta inspiruje się także wątkami anstymieckimi, próbując pokazać absurdalność stereotypów dotyczących Żydów.

W późniejszych odniesieniach Wata do historii Żyda Wiecznego Tułacza akcenty zostają przesunięte. Poeta zaczyna patrzeć na tę figurę przez pryzmat własnego życia, a nie, jak wcześniej, odnosząc się do niej przy okazji opowiadania historii mówiących o ideach kształtujących zbiorowość. Nie utożsamia się z Ahaswerem, jednak próbuje czytać literaturę przez własne życie, podkreślając plan egzystencjalny opowieści. Odniesienia do tematyki związanej z historią tracą na znaczeniu. Postać Ahaswera staje się kolejną z figur kultury, przez które Wat interpretuje swój los. Poeta snuje także refleksje dotyczące własnej relacji wobec żydowskości oraz kondycji więźnia sowieckiego systemu, zesłańca i w końcu emigranta.

Figura Ahaswera w pewnym aspekcie przechodzi u Wata odmienną drogę od tej opisaną przez Leschnitzera. Badacz zwraca uwagę na zanik odniesień religijnych i oderwanie tej historii od biblijnych korzeni. Wat natomiast z czasem obdarza Żyda Wiecznego Tułacza poczuciem winy i koniecznością pokuty za własne grzechy, łącząc tę postać w pewnej mierze z eschatologią judeochrześcijańską. W sowieckich więzieniach rodzi się u poety poczucie winy za grzechu komunizmu. Wątek ten wielokrotnie powraca w twórczości autora *Moje-go wieku*, a Ahaswer w późniejszych utworach Wata również nie jest wolny od narastającego przekonania o własnej grzeszności (Leschnitzer 1986: 232).

## WAT I SŁONIMSKI. MOTYW AHASWERA W PRZEMIANACH

Kluczowy w myśleniu o motywie Żyda Wiecznego Tułacza jest powstały w 1924 roku utwór *Przemiany*. Tekst ten jest najprawdopodobniej pierwszą w twórczości Aleksandra Wata próbą konwersacji z tym kulturowym wątkiem. Można zaobserwować w nim tendencję

charakterystyczną także dla chronologicznie ostatnich realizacji tego motywu. W przeciwieństwie do opowieści z *Bezrobotnego Lucyfera* – w *Przemianach* (teksty te dzielą dwa lata) Wat nie pisze o Ahaswerze jako reprezentancie pewnej zbiorowości. Mianem Żyda Wiecznego Tułacza w tym utworze określona zostaje konkretna osoba – Antoni Słonimski<sup>2</sup>. W *Przemianach* mamy zatem do czynienia w pewnej mierze z wykorzystaniem motywu Ahaswera do charakterystyki jednego ze skamandrytów. Czytamy:

W zeszłym roku o zwykłej wieczornej godzinie siedziałem w Ziemiance z świetnym poetą Stanisławem Bruczem („Nie ma mglistych Londynów, Londyn jest tylko jeden”) i rozmawialiśmy, jak zwykle, o poezji, o sztuce, o naszych kolegach.

Nagle osłupiałem! Przy sąsiednim stoliku – przy którym siedział i od którego (pamiętam to dobrze) nie odchodził Antoni Słonimski – teraz widziałem twarz inną, niezwykłą! nie twarz – ocean cierpienia, niebo łagodności, gwiazdę mądrości, noc dobroci! Była to nieprawdopodobnie znużona, wielowiekowa wschodnia twarz Żyda, której łagodność, której znużenie i dobroć bez granic oślepiły i wzruszały mnie niezmiernie.

Oszołomiony – (wszak zbyt dobrze pamiętałem jeszcze przed sekundą uśmiechającą się stamtąd miłą, dowcipną, zblagowaną twarz Słonimskiego) – nie zdając sobie sprawy z własnych ruchów, podniosłem się i wyciągnąłem doń rękę.

Uścisnął ją, i lekko skinąwszy głową, przedstawił się:

„Ahaswer, Żyd wieczny tułacz” (Wat 1992: 162).

W utworze tym pojawiają się wątki autobiograficzne związane ze znajomością obu poetów. W latach poprzedzających powstanie tego utworu mieli oni dość napięte relacje – Słonimski wielokrotnie dawał wyraz swojej niechęci do futurystów, w tym do autora *Piecyka* (Kuciel-Frydryszak 2012: 50).

Kwestią sporną był w dużej mierze stosunek do własnej tożsamości. Obaj poeci byli zasymilowanymi Żydami, jednak ich podejście do własnego pochodzenia różniło się diametralnie. Słonimski, choć postulował postawę tolerancyjną, pisał teksty niepochlebne wobec Żydów. W 1924 roku, czyli w roku publikacji wiersza Wata, pojawia się tekst Słonimskiego *O drażliwości Żydów*; w tym samym roku poeta pisze też recenzję *Mechano-bzdura* niewolną od inwektyw kierowanych pod adresem społeczności żydowskiej (Graf 2018: 274–300).

Kontekst znajomości ze Słonimskim jest o tyle ważny dla interpretacji motywu Ahaswera, że w *Przemianach* zarysowuje się tendencja charakterystyczna dla późniejszych Watowskich realizacji tego motywu – skupienie na jednostce i jej stosunku do własnej niejednoznacznej i problematycznej tożsamości.

---

<sup>2</sup> Co ciekawe, Słonimski w 1943 roku napisał wiersz *Ahaswer*, w którym tytułowa postać staje się „uniwersalną figurą losu tułacza” (Panas 1996: 138). Wiersz Słonimskiego brzmi następująco: „Ja już tej wojny nie wygram./ Serca już nie wyrwę z kleszczy./ Uciekam – zbieg i emigrant./ Jak uciekałem z Zaleszczyk./ Uciekam drogą zawiłą./ Od własnych uciekam wspomnień/ Jak ten co siadł nad mogiłą/ I szuka gwiazd nieprzytomnie./ Skulony, skryty w fotelu./ Czujny dezenter ze świata./ W małym londyńskim hotelu/ Węzły gordyjskie rozplątam./ Patrzący w popioły wygasłe./ Pledem okryty jak chustą./ Strudzony biegiem Ahaswer./ Owijam, otulam się pustką” (Słonimski 1964: 463).

## OPOWIEŚCI Z *BEZROBOTNEGO LUCYFERA*

Analizując motyw Ahaswera w twórczości Wata, badacze najczęściej interpretują utwór zatytułowany *Żyd wieczny tułacz*. Przedstawiona w nim historia opowiada o wydarzeniach rozgrywających się na przestrzeni kilkuset lat – od początku XX wieku aż do wieku XXIX, zatem łączy porządek czasu współczesnego autorowi z futurologią.

Najważniejsza wydaje się jednak kompozycyjna rama całej opowieści, wyznaczona przez dwa podobne do siebie wydarzenia, dzięki którym historia zatacza koło. Młody Żyd, Natan z Zebrzydowa, studiuje Torę. Pewnego dnia chce prosić rebege o radę, więc dogania go, chcąc porozmawiać. Mężczyzna odwraca się, a Natan „[...] z przerażeniem zamiast żółtaczkowej, piegowatej twarzy rebege zobaczył rumianego, lnianowłosego i niebieskookiego proboszcza” (Wat 1960: 13).

Po tym wydarzeniu Natan odkrywa, że jego edukacja była możliwa dzięki finansowemu wsparciu bogatego barona Goulda. Wdzięczny, postanawia odnaleźć swojego dobroczyńcę, porzucając naukę. Gdy dochodzi do spotkania z Gouldem, Natan ujawnia swój polityczny, a nie religijny cel – chciałby sfinansować światową rewolucję komunistyczną.

Mężczyzna wielokrotnie ulega gwałtownym ideowym przemianom, aż w końcu zostaje papieżem. W międzyczasie w społeczeństwie nasilają się kolejne podziały. Wybucho i kończy się wojna, jednak konflikty nie zostają zażegnane. Wszystkie kościelne posady zostają przejęte przez Żydów. Antysemita nie potrafią się z tym pogodzić i stają się największymi wrogami systemu oraz nowego ustroju.

W następnych wiekach próbowano narzucać nowe wiary i nakładać represje na społeczeństwo niepoddające się restrykcjom. Ponadto nastąpiło wiele absurdalnych z punktu widzenia historii wydarzeń, polegających na ponownych konwersjach religijnych, inkwizycjach i wojnach.

Przełomowy okazuje się rok 2900, kiedy to historia zatacza koło i drugi, mieszkający w Zebrzydowie Natan szuka pomocy u swego nauczyciela, który okazuje się jednak kimś innym. Choć od podobnego wydarzenia minęło prawie tysiąc lat, niewiele się zmieniło. Zarówno Natan z początku XX wieku, jak i Natan z przyszłości stracili rodziców w pogromie. Rodzice pierwszego z bohaterów zginęli w zamieszkach skierowanych przeciwko Żydom. Prawdopodobnie to samo stało się z rodziną drugiego z Natanów, który oddawał się studiowaniu Talmudu. Choć w wykreowanej przez Wata historii Żydzi tracą i odzyskują swoje prawa, żadne zmiany w ich postrzeganiu nie zachodzą raz na zawsze. Historia się powtarza i czytelnik może spodziewać się, że w następnych stuleciach opowieści nastąpiłyby kolejne rewolucje, spiski i wojny, niewiele mające wspólnego z roztrząsaniem zawichości religijnych czy jakkolwiek racjonalną logiką.

Postać Ahaswera nie pojawia się w opowiadaniu w postaci osobowego bohatera. Jedyne (poza tytułem utworu) bezpośrednie przywołanie legendy ma miejsce w szczególnym – bo wyodrębnionym dzięki szkatułkowej kompozycji – fragmencie opowieści, którym jest list Natana do barona Goulda. O tym, w jaki sposób Wat nawiązuje do historii o Ahaswerze, pisano już kilkakrotnie<sup>3</sup>, zatem chciałabym skupić się na innych realizacjach tego motywu, zazwyczaj pomijanych w opracowaniach.

<sup>3</sup> Zob. między innymi studium Prokop-Janiec (1992) „*Żyd wieczny tułacz*”. *Dialektyka, publicystyka, katastrofa*.

W *Królach na wygnaniu* interesujący mnie wątek jest zarysowany słabiej niż w pochodzącym z tego samego tomu *Żydzie wiecznym tułaczem*. Opowieść przedstawia historię niedawno odkrytej Wyspy Królów, leżącej nieopodal Madagaskaru. Na ten niezbadany kawałek lądu zostają wysłani zdetronizowani monarchowie rządzący niegdyś różnymi europejskimi mocarstwami. Historia zaczyna biec jak gdyby odwrotnie – postęp umysłowy i cywilizacyjny zostaje zastąpiony przez zamięłowanie do zabobonów, a kapitalizm wypiera system feudalny. Równocześnie, niejako dla ustabilizowania powrotu do archaicznych form społeczno-gospodarczych, wokół wyspy wyłaniają się niebezpieczne rafy, które na stulecia odcinają ją od świata zewnętrznego. Ląd zostaje zapomniany na lata. Europa przypomina sobie o jego istnieniu dzięki odkrytej w 2431 roku wzmiance o tajemniczej wyspie.

Jedną z postaci występujących w Watowskiej opowieści jest dziennikarz Tomasz Clark, który fascynuje się obserwowaniem absurdów i przypadków wpływających na bieg historii. Ciągłe zmienia poglądy (w czym przypomina Natana z *Żyda wiecznego tułacza*), dzięki czemu idealnie sprawdza się w pracy korespondenta wojennego. Tomasz zdaje relacje z pola bitwy, będąc sojusznikiem aliantów, później zaś bez oporów przejmuje stanowisko niegdyśszego wroga. Doświadczony przez życie, przeżywa wiele przygód – między innymi trafia do niewoli bolszewickiej, a później ucieka do Mongolii. Mężczyzna przemieszcza się po świecie, nigdzie nie czując się do końca u siebie. To właśnie on w jednym z fragmentów zostaje nazwany imieniem Żyda Wiecznego Tułacza:

Ala tylko najbliżsi przyjaciele znali istotny motor jego [Tomasza – przyp. K.K.] rozpędu. To szczególna patologiczna namiętność: niczym nieposkromione pragnienie posiadania kobiet wszystkich narodów i plemion – uczyniło z Tomasza niestrudzonego Ahaswera prasy. W trzydziestym piątym roku życia Tomasz mógł chętnie się bliskimi stosunkami z setką narodów i szczepów. Jego pesymizm polityczny brał początek z ograniczonej liczby grup etnicznych. Aby osiąść cuchnącą karliczkę z plemienia Pigmejów lub olbrzymią ogrodniczkę Matabele, nie zawahał się odbyć dalekich podróży do Kafrów. W pogoni za ostatnią kobietą czerwonoskórego szczepu Sioux-Ogallalla, występującą w music-hallu londyńskim, przybył do Anglii i tu wywietrzył tajemnice statku „Cromwell” (Wat 1960: 103).

Nawiązanie do postaci Żyda Wiecznego Tułacza jest w powyższym fragmencie ledwie zarysowane – pojawia się jako element charakterystyki Tomasza Clarka. Ahaswer w *Królach na wygnaniu*, podobnie jak w *Żydzie wiecznym tułaczem*, jest figurą wyłączonej z kontekstu religijnego powiązanego z ewangeliczną historią. Wątek Ahaswera zostaje tu wprowadzony najpewniej jako nośnik ironicznej oceny. O ile bowiem Żyd Wieczny Tułacz był świadomy własnych korzeni, o tyle Tomasz Clark, dzisiejszy „Ahaswer prasy”, podobnie jak tytułowy bohater zbioru opowieści, czuje się zagubiony w nowoczesnym świecie, pozbawionym trwałych fundamentów wiary. Sam też, zmieniając mocodawców i stronictwa, przyczynia się do rozwoju postaw z jednej strony ideologicznych, z drugiej – pragmatycznych, bo powiązanych z doraźną korzyścią „wyznawcy” coraz to innych światopoglądów. Wiara zostaje tu zastąpiona ideologią, co staje się także rysem charakterystycznym biografii Wata.



## MOTYW AHASWERA W EPISTOLOGRAFII POETY

Następne dziesięciolecia po napisaniu *Bezrobotnego Lucyfera* to czas braku poetyckiej aktywności autora *Piecyka* i okres jego zaangażowania w życie literackie oraz kwestie społeczno-polityczne.

Choć Wat jako poeta przez dziesięciolecia nie publikował swoich wierszy, cały czas pracował nad kolejnymi tekstami. Prowadził także korespondencję oraz notatnikowe zapiski, w których pojawiają się przemyślenia będące później zaczątkiem utworów poetyckich. Badacze wielokrotnie zauważali, że twórczość Wata warto czytać w całości jako jedno wielkie, niedokończone dzieło, w którym poszczególne wątki wielokrotnie pojawiają się w różnych konfiguracjach (Pietrych 2017: 116).

Postać Żyda Wiecznego Tułacza również powraca w twórczości autora *Bezrobotnego Lucyfera*. Warto podkreślić, że Ahaswer jest obecny zarówno w utworach publikowanych za życia Wata, jak i w listach oraz prywatnych zapiskach pozostających w notatnikach. Świadczy to o wielokrotnym podejmowaniu namysłu nad losem tej postaci i uczynieniu z niej ważnego przedmiotu refleksji.

Motyw Żyda Wiecznego Tułacza występuje między innymi w prywatnej korespondencji poety. W listach do żony z 1949 roku Wat dwukrotnie nawiązuje do postaci Ahaswera. Po raz pierwszy w liście do Oli Watowej napisanym 5 lutego 1949 roku przywołuje biblijną historię z *Księgi Estery*, na pamiątkę której obchodzone jest święto Purim<sup>4</sup>:

Kochanie!

Przyjeżdżaj! Bądź jednak przygotowana na surowy reżym: trochę jak królowa Esther z Ahaswerem. Nie miała prawa do niego się odezwać, dopóki on sam nie zagadnął jej lub nie dał znaku berłem. Ale przecież Ahaswer kochał Esterę, i Esther Ahaswera (Wat 2005: 632).

Druga wzmianka o Ahaswerze, pojawiająca się w liście z 29 września 1949 roku, nie odnosi się już do biblijnego rodowodu postaci. Wat wyraźnie pokazuje, że w jego wyobraźni literatura i kultura spleta się z autobiografią:

Jedyna moja

Od niedzieli jestem w Rzymie. Rozdarty między gwałtownym pociągiem do Was do domu a chciwością i ciekawością świata, no i wyrachowaniem. – Żyd wieczny tułacz w Rzymie – gdzie zresztą ma być, jak nie w Rzymie? Pomyśleć: w ciągu trzech lat – Pamir i Kapitol. [...] Oczywiście, nie szukam motyli pod Łukiem Tytusa, mimo tego piękna ogarnęła mnie jakaś spóźniona mocno, przelotna nienawiść, kiedy na wewnętrznym reliefie zobaczyłem sześcioramienny jerozolimski świecznik – tym bardziej że pierwszy jeniec za świecznikiem bardzo jest podobny do mojego ojca (Wat 2005: 649–650).

<sup>4</sup> W tym miejscu warto przytoczyć myśl Andersona, który uważał, że najprawdopodobniej imię Ahaswer pojawiające się w kanonicznych wersjach legendy o Żydzie Wiecznym Tułaczem zostało zainspirowane obchodami święta Purim (Anderson 1965: 50).



Warto zwrócić uwagę na dwa wątki, które pojawiają się w powyższym fragmencie i które będą charakteryzować późniejsze Watowskie nawiązania do motywu Ahaswera: skupienie na własnej relacji z żydowskością oraz poczucie bycia wygnańcem.

W liście do żony obecna jest zapowiedź refleksji związanych z poczuciem niezakorzenia i wyobcowania. Wat wspomina o rozłące z żoną spowodowaną wyjazdem do Wenecji na kongres Pen-Clubu, a następnie do innych włoskich miast. Obserwacja tamtejszych zabytków kultury stała się inspiracją do własnych poszukiwań artystycznych.

Wzmianka o Łuku Tytusa pojawia się w twórczości Wata jeszcze przynajmniej dwa razy – w *Moraliach* (Wat 1990a: 48–49) oraz w cyklu utworów *Na melodie hebrajskie* (Wat 1992: 211–213). Ten ostatni cykl Wat napisał w tym samym roku, w którym powstały wspomniane wcześniej listy do żony), co świadczy o trwałości i wadze rzymskiego doświadczenia. Poeta notował:

Mając przejść Bramę Tytusa, której piękno z naszej odległości, na tle nieba obok samotnych kolumn Kastora i Polluksa wstrząsnęło moim sercem – zaparłem się w ziemię jak osioł i: o, barbarzyńca! – splnąłem nagłą ogarnięty nienawiścią. Dopiero w chwili następnej przyjrzałem się wewnętrznej płaskorzeźbie, na której przodkowie moi skuci kajdanami, pędzeni w niewolę, niosą menorę jerozolimską, a wśród nich, jedna z pierwszych, twarz mojego ojca!... [...] Potem dowiedziałem się, że nigdy jeszcze, od paru tysięcy lat, żaden Żyd (przynajmniej rzymski, a byli wśród nich ludzie najświatlejsi) nie przeszedł tędy – natomiast w dniu ogłoszenia Państwa Izraelskiego Żydzi rzymscy przeciągnęli manifestacyjnie, tłumnie, z muzyką, w radości i triumfie (Wat 1990a: 48–49).

## ŻYDOWSKA TOŻSAMOŚĆ ALEKSANDRA WATA. AHASWER I POCZUCIE WINY

W interpretacji powyższych fragmentów przydatny wydaje się klucz biograficzny. Wat należał do grona tych polskich pisarzy, którzy byli zasymilowanymi Żydami. Poeta był świadomy swojego pochodzenia i historii własnej rodziny, obie kultury (polska i żydowska) w jego świadomości współistniały ze sobą, choć żydowska tradycja w pierwszej połowie życia pisarza nie była żywym elementem jego codzienności<sup>5</sup>.

Sławomir Jacek Żurek wyszczególnia kilka pokoleń żydowskich pisarzy w literaturze polskiej, począwszy od XIX wieku, i stwierdza, że aż do końca XVIII stulecia świecka literatura żydowska prawie nie istniała (Żurek 2004: 11). Dla pierwszych generacji kultura żydowska była ważnym punktem odniesienia. Młodszy twórcy, tacy jak Cezary Jellenta czy Wilhelm Feldman, należący według badacza do czwartej generacji polskich twórców pochodzenia żydowskiego, już od urodzenia (na przełomie lat sześćdziesiątych i siedemdziesiątych XIX wieku) byli wychowywani w duchu asymilacji. Dla kolejnych pokoleń żydowska tradycja

---

<sup>5</sup> Por. „Nigdy nie czułem się Polako-Żydem czy Żydo-Polakiem. Nie znosiłem Metysów. Zawsze czułem się i Żydem-Żydem, i Polakiem-Polakiem (jak by się powiedziało po francusku). Jednocześnie trudne do wytłumaczenia, ale prawdziwe. Zawsze byłem dumny (o ile wolno w ogóle być dumnym z przynależności do tej czy innej grupy ludzkiej), że jestem Polakiem, że jestem Żydem. A także zrozpaczony: że jestem Polakiem, że jestem Żydem. Fura nieszczęść!” (Wat 1990a: 19).

była mniej istotnym punktem odniesienia w codziennym życiu, coraz częściej istniejąc w świadomości jedynie jako element pamięci o własnych przodkach.

Żydowskość Wata nie łączyła się z konfesją – była raczej związana z poczuciem przynależności do pewnej tradycji, która dla poprzednich pokoleń rodziny stanowiła bardzo ważny punkt odniesienia. W wielu tekstach poeta odnosi się do starotestamentowych postaci i wyobrażeń. Warto powtórzyć, że z wątkiem dotyczącym żydowskiej tożsamości łączy się w powojennej twórczości Wata trwałe i nasilające się poczucie winy:

Dlaczego podkreślam swoje grzechy, swoje winy? Mówiłem o tym, że za dużo skrupułów sobie robię. Przypuszczam, że tu jeszcze się wypowiada moja żydowskość, rozumiesz. [...] Więc to jest dziedzictwo żydowskie. Generalnie mówiąc, ja ujmuję świat, życie i siebie – to jest niedobre – w kategoriach winy i kary. [...] Nie jestem kajający się inteligent ani nie jestem masochistą, tylko po prostu jest to obciążenie żydowskie (Wat 1990b: 300).

Główną przyczyną wyrzutów sumienia był „grzech komunizmu”, o którym Wat wspomina wielokrotnie, szczególnie w *Moim wieku*. W naznaczonych autobiografizmem tekstach poeta wielokrotnie dokonuje rozliczenia z samym sobą i własną przeszłością. Targające Watem poczucie winy staje się także ważnym wątkiem w jego literackiej konwersacji z legendą Żyda Wiecznego Tułacza – pojawia się w późniejszym okresie twórczości. Ahaswer występujący w opowieściach pochodzących z *Bezrobotnego Lucyfera*, *Przemianach* oraz listach nie interpretuje jeszcze swojego losu jako kary za grzechy. Świadomość własnej odrębności, która wiąże się z poważnymi konsekwencjami, dręczy dopiero bohatera pierwszego utworu z cyklu *Sny sponad Morza Śródziemnego*:

A droga szła przez rozlewiska oleiste, prawda, że płytkie, lecz noga tapła się w nich ciężko. Ich barwy przypominają gardła gołębie, gdy po całonocnym chodzeniu po mieście, o świecie wracałem do ciepła domu, krzepki Ahaswer, gnany z wyroku, nie ogłoszonego, ale już-już przeczującego (Wat 1992: 288).

Ten autobiograficzny cykl został bardzo dokładnie opisany i zinterpretowany przez Krystynę Pietrych (1999: 107–164), więc nie będę poświęcać mu więcej uwagi. Warto jednak zauważyć, że w przytoczonym fragmencie podmiot liryczny nazywa siebie mianem Ahaswera, targanego wewnętrzną potrzebą błakania się po okolicy. Jest on wygnańcem, który nie czuje się nigdzie dobrze, choć nigdy nie został oficjalnie skazany na banicję<sup>6</sup>.

Żyd Wieczny Tułacz staje się w późnych utworach Wata figurą jednostkowej egzystencji, figurą, którą poeta coraz częściej i bardziej jednoznacznie wykorzystuje do opisu własnego losu. W zacytowanym powyżej fragmencie wiersza wzmianka o wyroku prowadzi nas do

<sup>6</sup> O poczuciu bycia wygnańcem w ciekawy sposób pisała Małgorzata Łukaszuk: „A jest ta poezja właśnie świadectwem pragnienia powrotu. Wygnaniec, tułacz w przestrzeni i czasie łąknie powrotu – innego jednak niż ten, jaki stał się udziałem schodzącego z gór Zaratustry czy Makbeta zdążającego do »nie swojego« domu. Przechodzień na ziemi, której rzeźbę ustanowiła dla groźby wiekuiestej Ręka Mściwa, człowiek z wieku hańby, szmatławienia, eksterminacji, zdeprawowania mitów i upadku cywilizacji, dociera nie do kolejnej Arkadii lecz do Łuku Tytusa. Zgodnie z zamiarem wyrażonym w *Hymnie, Żówiu* – zbiera dane, uzupełnia luki genealogii, i w efekcie odkrywa twarz »srogą« Tytusa, a przede wszystkim – krwawy testament ojca, przeciw któremu niegdyś się zbuntował” (Łukaszuk 1989: 111).

myśli o jakimś wcześniejszym przewinieniu, za które później podmiot musi odpokutować. Odnajdujemy tu nowy element w Watowskich realizacjach motywu Ahaswera. Poeta powraca do korzeni biblijnej historii, w której, jak pamiętamy, Żyd Wieczny Tułacz wystąpił przeciwko Jezusowi podczas drogi krzyżowej.

Co mogło być przewiną Ahaswera? Czytając utwór w sposób biograficzny, od razu na myśl przychodzi „grzech komunizmu” Wata. Drugim ważnym tropem jest jednak wątek żydowski. Przewiną staje się samo bycie Żydem, które w XX wieku wiązało się ze śmiertelnym zagrożeniem. Ahaswer jest naznaczony niezawinionym piętnem – choć nie uczynił nic złego, okazuje się winny bycia Żydem<sup>7</sup>. Ten wątek, w pierwszym ze *Snów sponad Morza Śródziemnego* ledwie zarysowany, staje się szczególnie widoczny w jednym z fragmentów *Dziennika bez samogłosek*, który został napisany w czasie zbliżonym do momentu powstania śródziemnomorskiego cyklu:

Sen L... [Lucy Ulrich – przyp. K.K.] w 1938: miała 16 lat, jest pośrodku, a z obu stron dwa pochody biegnących Żydów z tobołkami, Ahaswerów pędzonych ku śmierci i dwaj esesmani, którzy ją chcą odpedzić: „Raus!” (broniono ją wtedy w szkole, była uprzywilejowana, widocznie była bardzo ładna).

Na temat antysemityzmu Wat pisał:

W Polsce antysemityzm idzie od ziemi, we Francji z etnospołecznych źródeł. Polska ziemia nie chce Żydów, odpycha i bodzie. Poza społeczno-etnicznymi powodami antysemityzmu, niewątpliwie silniejszymi niż gdzie indziej, obcość, wrogość ziemi, nie chce ona nosić Ahaswera, prześladowców Jezusa Chrystusa [Paryż, listopad 1963] (Wat 1990a: 124).

Ahaswer znieważył Chrystusa, więc teraz jest prześladowany. Jego historia zostaje wpisana w los dwudziestowiecznych Żydów, przewożonych z miejsca na miejsce, transportowanych do obozów koncentracyjnych i obozów zagłady. Warto jednak podkreślić, że choć Wat pisze o „pochod[ach] biegnących Żydów z tobołkami, Ahaswerów pędzonych ku śmierci”, ma na myśli nie tylko zbiorowość ludzi o podobnym pochodzeniu, dotkniętych tym samym okrutnym losem. Każda z tych osób jest odrębną jednostką, tak jak wymieniona z imienia i nazwiska Lucy Ulrich, w której obronie stawali nieliczni.

W powyższym fragmencie splatają się wątki religijne (wszak mamy tu do czynienia ze zderzeniem dwóch konfesji) z historycznymi (dwudziestowieczni Ahaswerowie są świadkami okropieństw swojego wieku), tożsamościowymi (wszystkich Żydów Wiecznych Tułaczy łączy ich pochodzenie) oraz uniwersalnymi, związanymi z wyobcowaniem jednostki. Wszystkie wymienione przez Bowena typy nawiązań do historii Ahaswera łączą się w jedną całość, którą można czytać przez pryzmat biografii Wata i historii, w której tworzeniu ma swój udział i której staje się ofiarą.

<sup>7</sup> Warto przytoczyć tu spostrzeżenie Łukaszk: „Tragicznym elementem tej »roli« jest wielokrotnie podkreślona wina – życie, spowodowane rozpiętym »baletem potencji« z jego wymiennością funkcji: jest się »widzem, zarówno jak autorem,/ kordebaletem, zapewne, lecz także tragicznym solistą« (*Przed Bonnardem*), jest życiem zawinionym, szukającym sankcji we własnych dobrowolnych decyzjach, w nierozumieniu onirycznych znaków, w lekceważeniu snów. Kara jest więc słuszna – poprzedził ją «grzech»: nierozważnych prorocत्व, bluźnierczych obrzędów, ciekawości eksperymentu, upadku, buntu... Ale los Żyda Wiecznego Tułacza, jak los Odyseusza, Hamleta, Jonasza, Hioba itd. – jest znów cytatem. I karą, która może spotkać jedynie potomka kasty kapłańskiej za przewinę »ucieczki«” (Łukaszk 1989: 108–109).

## NOTATNIKI. AHASWER JAKO FIGURA NOWOCZESNA

Wzmianka o Ahaswerze pojawia się także w innych osobistych uwagach Wata, a mianowicie w notatnikowych zapiskach, które powstawały w latach pięćdziesiątych i sześćdziesiątych ubiegłego wieku. Pierwsza ze wzmianek o Ahaswerze znajduje się w czwartym, druga zaś w piątym notatniku. Teksty te są, moim zdaniem, osobnym świadectwem zainteresowania Wata Ahaswerem. Mają charakter ulotnych notatek.

Czwarty zeszyt zawiera – jak głosi odręczny napis na zielonej okładce – „[c]ytaty i różne M[ateriały?]” (Wat 2015: 292). Pojawiają się w nim fragmenty zapisków w różnych językach, między innymi po polsku, rosyjsku i francusku. Wśród wielu luźnych notatek można znaleźć także fragmenty utworów lub krótkie teksty przepisane w całości, między innymi wiersz Anny Cwietajewej zanotowany z adnotacją „do *Antologii*” (Wat 2015: 309).

Imię Ahaswera pojawia się wśród zapisków dotyczących historii Rosji, opatrzonych konkretnymi datami. Starając się oddać notatnikowy charakter tekstu, przytaczam ten fragment z takim podziałem na poszczególne wersy, jaki widoczny jest w oryginale:

Do kniazia Kurbskiego<sup>8</sup> 1564 uciekł po przegranej  
bitwie. Z Litwy wysłał list oskarżycielski  
Korespondencja między banitą a carem 1564–1579  
Kurbski 4 listy, Iwan 2.  
Kurbski domaga się „*synklitu*”, rady adm[inistracji] bojarskiej przeciw autokracji  
„*Nous sommes libres de récompenser nos esclaves, libres  
aussi les exécuter*” (list z 1564)  
str. 72  
Saul,  
Ahaswer, Joab  
Kurbski, że nie wolno niszczyć „*les forts en Israël*”  
Kapłanów danych przez Boga, opierając się na  
!! „*homoncules guerriers*”  
„*Si vous étiez enfants d'Abraham, vous feriez  
aussi les œuvres d'Abraham. Mais de  
ces pierres Dieu peut susciter une postériorité  
pour Abraham*” / w 1564<sup>9</sup> (Wat 2015: 316).

<sup>8</sup> Andrzej Kurbski był księciem moskiewskim i zaufanym współpracownikiem cara Iwana IV. W 1564 roku przystał na propozycję podwładnych króla Zygmunta Augusta, przechodząc na służbę polskiego władcy. Decydując się na zdradę, przyczynił się do śmierci całej swojej rodziny – jego matkę, żonę i syna zgładzono w więzieniu. W 1979 roku wysłał list do Iwana IV (Kotarski: dokument online).

<sup>9</sup> W tłumaczeniu na język polski francuskie fragmenty brzmią następująco: „Wolno nam wynagradzać naszych niewolników, wolno/ nam też ich zgładzić. (*Nous sommes libres de récompenser nos esclaves, libres/ aussi les exécuter.*) [...] nie wolno niszczyć »fortów/ silnych [ludzi] w Izrealu« [z frazy jednoznacznie nie wynika]» („*les forts en Israël*”) [...] opierając się na !! »walecznych homunkulusach«/ »Gdybyście byli dziećmi Abrahama, czynilibyście/ również dzieła Abrahama. Lecz z tych kamieni/ Bóg może stworzyć Abrahamowi potomstwo«” („*homoncules guerriers*”/ „*Si vous étiez enfants d'Abraham, vous feriez/ aussi les œuvres d'Abraham. Mais de/ ces pierres Dieu peut susciter une postériorité/ pour Abraham*”). Za pomoc przy tłumaczeniu tekstu bardzo dziękuję dr. Krzysztofowi Hoffmannowi.

Kolejny raz imię Ahaswera pojawia się w notatniku piątym wśród luźnych notatek dotyczących historii i kultury:

Kierkeg[aard], *Ou bien... ou bien...*

Gallimard, 1943

*Enten-Eller*

= Victor Eremita<sup>10</sup>, Johannes de Silentio, Vigilius

Haufniensis, Johannes Climacus (prow[adzili] życie religij[ne])

estetyk – żyje w chwili (z tym Don Juan, Faust, Ahasverus

moralista – w czasie, w tristium życia

religia – w stos[unku] z wiecznością, chiliasmus nie zawsze tylko w związku z wieczność[cią]  
(Wat 2015: 419).

Powyższe fragmenty warto czytać obok siebie, wszak oba są jedynie scenariuszami opowieści, które miały wypełnić zapewne planowane dopiero dzieła. Postać Żyda Wiecznego Tułacza zostaje wpisana w tych notatkach w szeregi postaci, figur, które połączone miały pozwolić pisarzowi, jak możemy się domyślać, opowiedzieć o istotnych kierunkach ewolucji kultury i cywilizacji europejskiej. Wat, wymieniając w tych szeregach Ahaswera, czyni tę postać znakiem zmian dokonujących się w odziedziczonym i zmieniającym się na jego oczach świecie. Zanotowanie imienia Ahaswer obok wzmianki o postaciach, takich jak Don Juan czy Faust, których losy przywoływany przez Wata Kierkegaard uważał za przykład życia estetycznego (Mazurkiewicz 2005: 114–115), sugeruje pewne podobieństwo pomiędzy wszystkimi tymi osobami. Być może wynika ono z ciągłego poczucia niezaspokojenia i wyobcowania, które łączy wymienionych trzech mężczyzn. Wzmianka o Kierkegaardzie stwarza możliwość zastanowienia się nad tym, jak Wat określiłby życie Ahaswera – czy byłby to przykład życia estetycznego, etycznego, a może religijnego?

Wprawdzie Wat zapisuje imię Żyda Wiecznego Tułacza w tej samej linii, w której znajduje się skrót myślowy dotyczący sensu Kierkegaardowskiej refleksji o życiu estetycznym, jednak nie pojawia się tutaj wyraźne stwierdzenie, że Ahaswer jest według poety przykładem osoby będącej na tym właśnie etapie życia. Biorąc pod uwagę ewolucję, jakiej podlega Żyd Wieczny Tułacz w twórczości Wata, można skłaniać się ku widzeniu tej postaci jako bardzo niejednorodnej i przechodzącej przez różne stadia opisane przez Kierkegaardą. To wątek, który wymaga dalszych badań i zasługuje na osobne opracowanie.

Szczególnie ciekawe może okazać się zestawienie Żyda Wiecznego Tułacza z Faustem targanym poczuciem niezaspokojenia. Opowieść ta jest według Marshalla Bermana jedną z pierwszych historii nowoczesnych. Badacz przedstawia dzieje Goethowskiego Fausta jako trzy przemiany głównej postaci Marzyciela w Kochanka, a następnie w Developera (Berman 2006: 52). Trzecia z tych odsłon jest, według Bermana, zapowiedzią działań systemów totalitarnych. Faust chce stworzyć nowy porządek, nie licząc się z tym, że będzie się on wiązał z zagładą staruszków, Filemona i Baucis (Berman 2006: 85–91). Druga część *Fausta* Goethego przez Manfreda Ostena jest interpretowana także jako opowieść nowoczesna. Badacz

---

<sup>10</sup> Warto przypomnieć, że Victor Eremita, Johannes de Silentio, Vigilius Haufniensis oraz Johannes Climacus to pseudonimy Kierkegaardą.

uważa, że Faust jest ogarnięty „lucyferowym pośpiechem” i jego pochopne dążenie cechują nowoczesne niekonsekwencje<sup>11</sup>. Będąc osobą niecierpliwą i bardzo ciekawą świata, bohater Goethego próbuje stworzyć homunkulusa – człowieka z próbówki.

Sądzę, że *Faust* Goethego jest ważnym kontekstem w interpretacji przytoczonego fragmentu *Notatników* Wata. Wzmianka o „walecznych homunkulusach” (*homoncules guerriers*), których nie można wykorzystywać do niszczenia „fortów/ silnych [ludzi] w Izrealu” (*les forts en Israël*) (Wat 2015: 316) być może świadczy o sprzeczności wobec nowoczesności, której jednym z projektów była eugenika służąca udoskonaleniu człowieka – idea owocująca między innymi Zagładą. Oczywiście, Wat najprawdopodobniej cytuje fragmenty listów Kurbskiego do cara Iwana, jednak wyimki te znajdują się w *Notatnikach* obok imion biblijnych postaci. Można zatem pokusić się o interpretację całego zestawienia notatek, odrywając je od pierwotnego kontekstu konfliktu kniazia z carem.

Saul, Ahaswer i Joab są postaciami biblijnymi. O ile Saula i Joaba można jednoznacznie określić jako Żydów, o tyle postać Ahaswera może sprawiać problemy. Jeżeli zostanie ona interpretowana zgodnie z tradycją, będzie Żydem Wiecznym Tułaczem, którego historia została zapoczątkowana w Biblii, jednak pod zupełnie innym imieniem (Malchus). Jeżeli natomiast wzmianka o Ahaswerze będzie interpretowana jako napomknienie o postaci biblijnej pojawiającej się w *Księdze Estery*, wówczas osoba ta będzie kojarzona z perskim królem, skonfliktowanym z narodem żydowskim<sup>12</sup>. Myślę, że ta niejednoznaczność jest wpisana w tekst Wata. Ahaswer w *Notatnikach* funkcjonuje jako element kultury europejskiej. Wat powraca do biblijnych korzeni tej postaci, z jednej strony zwracając uwagę na jej podobieństwo do innych osób, z drugiej zaś nie rezygnując z podkreślania jednostkowości bohatera legendy. Wszak w zależności od tego, który Ahaswer zostaje wymieniony z imienia, interpretacja notatnikowych fragmentów będzie wyglądać inaczej.

Nie ma wątpliwości, że poeta intensywnie rozmyślał nad losami tej postaci. Oba fragmenty *Notatników* są kolejnym dowodem na to, że historia Ahaswera należała do ważnych dla Wata motywów i figur. Sądzę, że wątek związany z Żydem Wiecznym Tułaczem byłby ważnym komponentem *Gesamtkunstwerk*, którego napisanie Wat planował przez całe życie. Notatniki zawierają istną kopalnię motywów i pomysłów mogących w przyszłości stanowić zaczątek takiego dzieła (Pietrych 2017: 120).

Gdyby Watowi udało się zrealizować plany, być może w owym *Gesamtkunstwerk*, znalazłby się także wątek związany z Ahaswerem. Żyd Wieczny Tułacz jako postać pozwalająca odnieść się do najważniejszych rysów człowieka i ogarniającej go historii, wspólnoty i jednostki, kultury i cywilizacji europejskiej, a także religii, mógłby zajmować w dziele ważne miejsce.

Dobłą okazję na włączenie w obręb historii postaci Ahaswera mogłaby dawać także nigdy nieukończona przez pisarza *Ucieczka Lotha* (Wat 1989: 105–130). W notatnikach i maszynopisach znajduje się obszerny materiał, na podstawie którego można pokusić się o rekonstrukcję pierwotnego zamysłu powieści. Tomas Venclova zauważył, że istotnym komponentem dzieła prawdopodobnie byłaby tematyka religijna i relacja pomiędzy chrześcijaństwem a judaizmem

<sup>11</sup> Formuła *veloziferisch* powstała z połączenia dwóch słów: *Velaitas* [pośpiech] i *Luzifer* [Lucyfer] (Osten 2005: 47).

<sup>12</sup> Do tej postaci, pisząc o Ahaswerze, poeta już odnosił się w jednym z listów do żony (Wat 2005: 632).



(Venclova 1997: 278). Sama powieść mogłaby w ostatecznym kształcie przybrać formę nieco zbliżoną do *Doktora Faustusa* Tomasza Manna i zawierać pogłębioną refleksję na temat faszyzmu i innych totalitaryzmów (w tym najważniejszego dla poety – stalinizmu) oraz ich źródeł w europejskiej tradycji (Venclova 1997: 269). Wat planował także wiele nawiązań do historii biblijnych (głównie związanych z Księgą Rodzaju). Być może figura Ahaswera okazałaby się tutaj przydatna, łącząc się z innymi kulturowymi figurami, do których poeta nawiązywał i przez których pryzmat interpretował także własny los, choćby ze Świętym Pawłem, który w lekturze Wata jest przede wszystkim zdracją własnej kultury.

## PODSUMOWANIE

Realizacje motywu Ahaswera, które dotychczas pomijano w opracowaniach, pozwalają dostrzec inne ścieżki interpretacyjne i stworzyć twórczość Wata na nowe odczytania. Analiza przemian, jakim w twórczości Wata ulega wątek związany z Żydem Wiecznym Tułaczem, umożliwia analizę drogi poety od obserwacji zbiorowości do skupienia na losach pojedynczego człowieka. Czytanie literatury i kultury poprzez swoje życie daje możliwość odczuwania przynależności do kultury śródziemnomorskiej i jej wielowiekowego dziedzictwa.

Żyd Wieczny Tułacz w kolejnych dziełach autora *Bezrobotnego Lucyfera* przechodzi przemianę – choć wcześniej był postacią, której życie wpisywało się przede wszystkim we wspólnotowy wymiar żydowskiego losu, w późniejszych utworach polskiego poety staje się figurą egzystencji jednostki i biografii samego poety.

Obecne w twórczości intymistycznej poety nawiązania do postaci Żyda Wiecznego Tułacza pozwalają także na odczytanie Ahaswera jako jednej z ważnych figur nowoczesności. Szczególnie istotna wydaje się konieczność dokładniejszej analizy notatnikowych zapisów i podjęcia namysłu nad możliwymi odczytaniem postaci Żyda Wiecznego Tułacza przez pryzmat myśli Kierkegaarda.

Choć postać Ahaswera w twórczości Wata przechodzi różne przemiany, realizacja tego motywu nie wykracza nigdy poza ujęcia typowe dla modernizmu. Żyd Wieczny Tułacz jest dla poety figurą osoby, która nigdzie w świecie nie może znaleźć dla siebie miejsca. Mimo poczucia wyobcowania, a może właśnie z jego powodu Wat chętnie posługuje się językiem toposów kultury, wskazując na uniwersalne tęsknoty i pragnienia człowieka. Źródłem tych wykorzystywanych przez poetę figur jest oczywiście kultura śródziemnomorska, do której uniwersalnych narracji należy między innymi legenda o Żydzie Wiecznym Tułaczu.

## BIBLIOGRAFIA

- Anderson, George. 1965. *The Legend of the Wandering Jew*, Rhode Island: Brown University Press.
- Berman, Marshall. 2006. „*Wszystko, co stale, rozplywa się w powietrzu*”. *Rzecz o doświadczeniu nowoczesności*, tłum. Marcin Szuster, Kraków: TAIWNP Universitas.
- Bolecki, Włodzimierz. 2001. *Od „postmodernizmu” do „modernizmu” (Wat – inne doświadczenie)*, „Teksty Drugie”, 2: 29–39.



- Bowen, William Fredric. 1970. *A survey of thematic interpretation of the Legend of the Wandering Jew in literature*, <https://archive.org/details/Bowen1970/mode/2up> [1.03.2020].
- Graf, Paweł. 2018. *Automobil w pędzie. Szkice o futuryzmie i futurystach*, Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM, s. 274–300.
- Kotarski, Henryk, *Andrzej Kurbski ok. 1528–05.1583*, w: *Internetowy polski słownik biograficzny*, <https://www.ipsb.nina.gov.pl/a/biografia/andrzej-kurbski> [3.01.2020].
- Kuciel-Frydryszak, Joanna. 2012. *Słonimski. Heretyk na ambonie*, Warszawa: Wydawnictwo AB [plik mobi].
- Leschnitzer, Adolf. 1986. *The Wandering Jew. The Alienation of the Jewish Image*, w: Galit Hasan-Rokem i Alan Dumoles (ed.), *The Wandering Jew. Essays in the Interpretation of a Christian Legend*, Bloomington: Indian University Press, s. 227–235.
- Lukaszuk, Małgorzata. 1989. „...i w kołysankę przemieniony płacz...” *Obiit... Natus est w pozycji Aleksandra Wata*, Londyn: Kontra.
- Mazurkiewicz, Mariusz. 2005. *Jednostka a absolut w filozofii Sörena Kierkegaarda*, „Studia Redemptorystowskie”, 3: 97–119.
- Miłosz, Czesław. 2001. *O wierszach Aleksandra Wata*, w: tenże, *Prywatne obowiązki*, Kraków: Wydawnictwo Literackie, s. 79–94.
- Nyczek, Tadeusz. 1988. *Bach na dachu Łubianki (Aleksander Wat)*, w: tenże, *Emigranci*, Londyn: Wydawnictwo Aneks, s. 11–31.
- Olejniczak, Józef. 1999. *Aleksander Wat*, w: tenże, *Emigracje. Szkice, studia, sylwetki*, Katowice: Agencja Artystyczna „Para”, s. 203–220.
- Osten, Manfred. 2005. „*Lucyferowy pośpiech*”, czyli *Goethe odkrywa zalety powolności. O nowoczesności pewnego klasyka w XXI stuleciu*, przeł. Maria Krzysztofiak, Poznań: Wydawnictwo Poznańskie.
- Panas, Władysław. 1996. *Topika judajska w literaturze polskiej XX wieku*, w: tenże, *Pismo i rana. Szkice o problematyce żydowskiej w literaturze polskiej*, Lublin: Wydawnictwo Dabar, s. 117–142.
- Pietrych, Krystyna. 1999. *O „Wierszach śródziemnomorskich” Aleksandra Wata*, Warszawa: Wydawnictwo IBL PAN.
- Pietrych, Krystyna. 2017. *Notatniki zamiast opus magnum?*, „Teksty Drugie”, 4: s. 115–130.
- Piotrowski, Wojciech. 1996. *Legenda o Ahaswerze w literaturze polskiej*, Słupsk: Wyższa Szkoła Pedagogiczna w Słupsku.
- Piotrowski, Wojciech. 2008. *Legenda o Ahaswerze – antologia tekstów*, Piotrków Trybunalski: Naukowe Wydawnictwo Piotrkowskie.
- Prokop-Janiec, Eugenia. 1992. „*Żyd wieczny tułacz*”. *Dialektyka, publicystyka, katastrofa*, „Teksty Drugie”, 5: 74–84.
- Prokop-Janiec, Eugenia. 2001. *Żyd – Polak – artysta. O budowaniu tożsamości po Zagładzie*, „Teksty Drugie”, 1: 120–134.
- Słonimski, Antoni. 1964. *Poezje zebrane*, Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy.
- Venclova, Tomas. 1997. *Aleksander Wat. Obrazoburca*, przeł. Jan Goślicki, Kraków: Wydawnictwo Literackie.
- Wat, Aleksander. 1960. *Bezrobotny Lucyfer*, Warszawa: Czytelnik.
- Wat, Aleksander. 1989. *Ucieczka Lotha. Proza*, Londyn: Oficyna Wydawnicza Margines.
- Wat, Aleksander. 1990a. *Dziennik bez samogłosek*, Warszawa: Czytelnik.

- Wat, Aleksander. 1990b. *Mój wiek. Pamiętnik mówiony*, Warszawa: Czytelnik.
- Wat, Aleksander. 1992. *Poezje zebrane*, Kraków: Znak.
- Wat, Aleksander. 2005. *Korespondencja*, Warszawa: Czytelnik.
- Wat, Aleksander. 2015. *Notatniki*, Warszawa: Wydawnictwo IBL PAN.
- Wolff-Powęska, Anna. 2008. *Żyd Wieczny Tułacz: legenda i rzeczywistość*, „Przeгляд Zachodni”, 2: 21–44.
- Żurek, Sławomir J. 2004. *Synowie księżycy: zapisy poetyckie Aleksandra Wata i Henryka Grynberga w świetle tradycji i teologii żydowskiej*, Lublin: Wydawnictwo Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego.

THE WANDERING JEW (AHASWER) THEME IN LITERARY WORKS OF ALEKSANDER WAT.  
FROM THE FIGURE OF COLLECTIVITY TO THE INDIVIDUALITY SIGN

The article analyses the Wandering Jew theme in literary works of Aleksander Wat. The author focuses on those texts which have been neglected by researchers analysing this theme. An important part of article is the analysis of Wat's notebooks and letters to his wife. The Wandering Jew theme in literary works of Aleksander Wat transforms from the figure of collectivity into the figure of individual fate. Moreover, Wat interprets Ahaswer by means of the writer's own life. Ahaswer in later works of Aleksander Wat begins to show a consciousness of guilt and has a need to make atonement. An attempt of interpreting Ahaswer's fate as a modernistic figure can be made on the basis of chronologically last Wat's texts pondering on the life of the Wandering Jew.

Keywords: modernity, Aleksander Wat, Wandering Jew, Ahaswer, *Dreams from Mediterranean Sea*, notebooks Aleksander Wat, letters Aleksander Wat

Zgłoszenie artykułu: 27.09.2020

Recenzje: 30.11.2020

Rewizja: 31.12.2020

Akceptacja: 5.01.2020

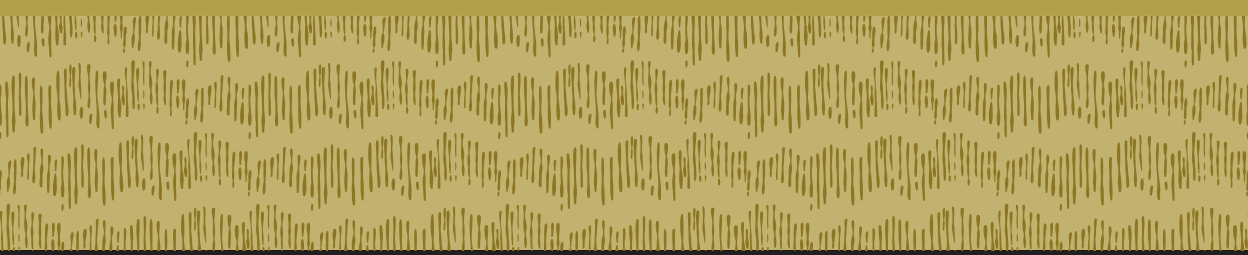
Publikacja on-line: 30.03.2021

## Informacje dla autorów

1. „Studia Humanistyczne AGH” publikują artykuły, recenzje, przekłady i sprawozdania z badań mieszczących się w obszarze dyscyplin naukowych: nauki socjologiczne, nauki o komunikacji społecznej i mediach oraz nauki o kulturze i religii, a także prace interdyscyplinarne. Redakcja przyjmuje teksty w trybie ciągłym. W ciągu miesiąca od wpłynięcia tekstu (o czym autor zostanie poinformowany) sekretarz redakcji przekaże autorowi decyzję o przesłaniu nadesłanego materiału do recenzji. Tekst należy przesłać jedynie za pośrednictwem systemu internetowego <https://www.editorialsystem.com/shagh>.
2. Artykuł nie może przekraczać 18 stron, a recenzja pięciu standardowych stron. Standardowa strona to Times New Roman, wielkość czcionki 12, odstęp między wierszami 1,5. Teksty ponadwymiarowe wymagają uprzedniego uzgodnienia z redakcją.
3. Przypisy bibliograficzne należy umieścić w obrębie tekstu głównego według stylu APA: (Beck i Grande, 2009, s. 55–58). Bibliografię należy umieścić na końcu tekstu.  
Przykładowy zapis pozycji bibliograficznych:
  - Beck, U. (2002). *Spółczesność ryzyka. W drodze do innej nowoczesności*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
  - Beck, U., Grande, E. (2009). *Europa kosmopolityczna. Społeczeństwo i polityka w drugiej nowoczesności*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
  - Coleman, J. (1993). Racjonalna rekonstrukcja społeczeństwa. *Studia Socjologiczne*, 1, s. 7–28.
  - Gorlach, K. (2003). *Plany i aspiracje a aktualna sytuacja życiowa*. W: K. Gorlach, Z. Drąg, Z. Seręga (red.), *Młode pokolenie wsi III Rzeczypospolitej. Aspiracje życiowe w przeddzień integracji z Unią Europejską*. Warszawa: Instytut Spraw Publicznych, s. 32–71.
  - Jawłowska, A., Kempny, M., Tarkowska, E. (red.) (1993). *Kulturowy wymiar przemian społecznych*. Warszawa: Wydawnictwo IFiS PAN.
4. Wszystkie teksty są recenzowane.

## Notes for Contributors

1. “Studia Humanistyczne AGH” (“Contributions to Humanities AGH”) publishes articles, reviews, translations and research reports in the field of disciplines such as: sociology, communication and media studies, cultural studies and religion studies, as well as interdisciplinary works.. Manuscripts can be submitted at any time. Within one month following the submission of the manuscript, the author shall receive the acknowledgment from the Secretary of the Editorial Board advising them whether the submitted manuscript has been qualified for further review. Manuscripts should be submitted only via journal platform: <https://www.editorialsystem.com/shaghen/>.
2. Articles should not exceed 18 standard pages; reviews: 5 standard pages. A standard page is written in Times New Roman Font, size 12, inter-line 1.5. Submission of oversize articles must be consulted with the Editorial Board beforehand.
3. References should be positioned within the main text body according to APA style, e.g.: (Beck and Grande, 2009, p. 55–58). Bibliography should be placed at the end of the article. Examples of bibliography are given below:
  - Beck, U. (2002). *Spółczesność ryzyka. W drodze do innej nowoczesności*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
  - Beck, U., Grande, E. (2009). *Europa kosmopolityczna. Społeczność i polityka w drugiej nowoczesności*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
  - Coleman, J. (1993). Racjonalna rekonstrukcja społeczeństwa. *Studia Socjologiczne*, 1, s. 7–28.
  - Gorlach, K. (2003). *Plany i aspiracje a aktualna sytuacja życiowa*. W: K. Gorlach, Z. Drag, Z. Seręga (red.), *Młode pokolenie wsi III Rzeczypospolitej. Aspiracje życiowe w przeddzień integracji z Unią Europejską*. Warszawa: Instytut Spraw Publicznych, s. 32–71.
  - Jawłowska, A., Kempny, M., Tarkowska, E. (red.) (1993). *Kulturowy wymiar przemian społecznych*. Warszawa: Wydawnictwo IFiS PAN.
4. All manuscripts accepted by the Editorial Board are subject to peer review.



Katarzyna Cieślak  
Karolina Król  
Anna D. Miotk  
Mateusz Penczek  
Andrzej Radomski