

Sztuka, projektowanie, empiria czyli – po co badania? (z obrazkami)

Znormalizowane marzenia.
lub
"Boop-Oop-a-Doop"
(Betty Boop)

0. Problem

Do czego przydatna jest empiria w projektowaniu graficznym (graphic design), a szerzej w projektowaniu komunikacji (communication design)? Czyż nie są to autonomiczne obszary działalności społecznej, posilkujące się kreatywnością, wyrażające osobowość artysty (o ile ten ją posiada oczywiście, jedną i drugą)? Już ta ostatnia, co nieco złośliwa, uwaga pokazuje, że kwestia nie jest może taka łatwa, jakby się wydawało, zwłaszcza gdy pozostać w modelu tradycyjnej, artystowskiej, a w sumie – romantycznej koncepcji artysty i jego działalności, polegającej, jak wiemy, na cierpieniu za miliony. Również ta złośliwa uwaga wskazuje na pewien istotny aspekt, a mianowicie na wymiar społeczny, bowiem cokolwiek tworzymy, czynimy to na tle, dla, w ramach ustaleń i relacji społecznych. Rzecz zatem jest nie tylko skomplikowana, ale również kompleksowa. Przedstawmy ją więc krok po kroku, wychodząc od spojrzenia na różne koncepcje estetyki i sztuki, by w rezultacie pokazać, do czego na tym obszarze przydatna jest empiria.

Na początku, ponieważ będzie to ważne dla dalszych rozważań, przedstawię (stosunkowo abstrakcyjnie) różnice wynikające z podejścia wewnątrz- i zewnątrzsystemowego, jako że jest to fundamentalne zagadnienie zarówno w wymiarze naukowym, jak i artystycznym, zwłaszcza kiedy podejść do tego ostatniego systemowo z uwagi na konstrukcję tego obszaru działalności społecznej. Następnie zajmę się krótko kwestiami teorii sztuki w obydwu tych wymiarach właśnie, gdyż w ten sposób najłatwiej będzie zauważyć systemowe różnice w rozumieniu sztuki oraz wynikające z tego konsekwencje dla jej uprawiania. Potem usytuuję grafikę na tle sztuki w ogóle oraz na tle komunikacji i jej projektowania w szczegól, na zakończenie przejdę do scharakteryzowania podstawowych metod podejścia empirycznego w badaniach, aby pokazać, do czego empiria może być lub zgoła jest przydatna w uprawianiu i funkcjonowaniu grafiki użytkowej. Technicznie zaś trzy uwagi: w tekście niniejszym będę znacznie (lub jeszcze bardziej) upraszczał, chcąc sprowadzić rzecz do jej kwintesencji, do jej podstawowych podstaw, gdyż wtedy dopiero można zobaczyć systemowe kryteria, na których bazuje analizowane tu zagadnienie; ponadto stosować będę dość prosty, potoczny i nierzadko humorystyczny język wywodu, głównie dla ułatwienia recepcji, oraz mowa będzie o sztuce jako takiej, czyli wszystkich jej działach i rodzajach (malarstwo, grafika, rzeźba, literatura, muzyka), ale ponieważ tekst dotyczy grafiki przykłady pochodzą z dziedziny sztuk wizualnych. Natomiast generalnie chcę jeszcze dodać, uprzedzając (jak w każdym wypadku konieczną) krytykę, że prezentowany tu punkt widzenia jest pewną propozycją

innego spojrzenia na kwestie sztuki, spojrzenia, które niekoniecznie oddaje (wszystkie) poglądy jego autora. Bo można też mieć inne.

1. Perspektywa wewnętrzna i zewnętrzna

Jak nietrudno zauważyć, cały problem ze sztuką (i nie tylko z nią) sprowadza się do kwestii różnicy między spojrzeniem wewnątrzsystemowym (stosowanym w paradygmacie tego, co określamy zwykle jako humanistyka) oraz zewnątrzsystemowym (czyli empirycznym). Przyjrzyjmy się zatem temu zagadnieniu od podstaw i sprowadźmy rzecz do jej istoty. W tym celu wyjdę od trywialnego, a równocześnie kontraintuicyjnego spojrzenia na te dwa wymiary. Całość natomiast przedstawię w paradygmacie co nieco humorystycznym i nielinearnym. Czyli – nie tłumaczę *ex catedra* jak jest, nie wykładam w celu zapamiętania tego, lecz staram się aktywować pewien proces, który Państwo sami możecie zrealizować, gdyż dokładnie tak działa konstrukcja lub rekonstrukcja czegokolwiek (a będzie mi to potrzebne dla późniejszych wywodów). Wyjdźmy więc od równania, pochodzącego w tej funkcji od Josefa Albersa (1969), oraz od tego co za tym równaniem stoi –

$$1 + 1 = 3$$

W zasadzie już tutaj wszystko jest jasne, mamy do czynienia z równaniem: nieprawdziwym, niezgodnym z naszą wiedzą, dziwnym, może zabawnym. Oceniamy je z perspektywy tego co widać, bo stosujemy tylko widzenie, a szerzej – postrzeganie. Po chwili zastanowienia dostrzegamy (skoro przecież wszyscy wiemy, że $1+1$ to 2), że czegoś tu brak, brak *subtekstu*, czyli wiedzy wymaganej na wejściu, by w następstwie jej zastosowania coś zrozumieć, to znaczy usytuować na odpowiednim tle, przez co rzecz nabierze dopiero sensu. I już to jest istotną cechą dla działań zarówno artystycznych, jak i szerzej – komunikacyjnych. Modelowanie działań (produkcji grafik, reklamy, projektowania komunikacji itd.) wymaga zawsze stosownej aktywacji odpowiedniego subtekstu w taki sposób, by pozostali uczestnicy tego procesu, odwołując się do tego samego subtekstu, mogli to działanie zrekonstruować, a w rezultacie zrozumieć, o co nam jako producentom komunikatu chodzi i jaki sens, cel, zamiar intendujemy.¹ Do tego jeszcze wrócę. Przejdźmy póki co na poziom tekstu – to ułatwi wyjaśnienie naszego problemu – i weźmy następujące sformułowanie:

'kiedy ignorancja napotyka ignorancję, wtedy wszystko jest piękne (lub brzydkie)'

Proszę zauważyć, że z pozycji wewnątrzsystemowej (czyli będąc ignorantem) fakt bycia nim jest niestwierdzalny, a zatem operacje przez tego ignoranta dokonywane oraz ich rezultaty są dla niego (oraz podobnego mu otoczenia) pewne, nieobalalne, stabilne i faktyczne. Wystarczy więc czegoś nie wiedzieć i już świat jest jasny i klarowny, piękny lub brzydki oraz mamy model widzenia tego co dookoła, więc na tym (jakoby) możemy poprzestać, aczkolwiek nie zrozumieliśmy jeszcze niczego. Bowiem:

¹ Prostym przykładem konieczności rozumienia subtekstu może być niemieckie sformułowanie 'der deutsche Wald' (niemiecki las). Bez znajomości subtekstu zwrot ten jest co najmniej denerwujący (od kiedy lasy mają paszporty?), znając natomiast stosowaną w Niemczech terminologię leśniczą (lasy dzieli się na naturalne oraz kulturowe, to jest takie, które zasadził człowiek, czyli plantacje, w tym wypadku usytuowane na terenie Niemiec), kwestia jest zrozumiała, a przynajmniej bardziej zrozumiała.

'kiedy ignorant rozmawia z ignorantem, to oni nie wiedzą, że są ignorantami, lecz są pewni, że wyrażają powszechnie uznane poglądy (to samo dotyczy obskurantyzmu, głupoty i kilku innych rzeczy)'.²

Dramat tej sytuacji polega więc na tym, że dla obserwatora zewnętrznego ignorancja jest co prawda widoczna, w równym stopniu jak jej oddziaływanie, jednak obserwatorowi temu nic to nie daje, gdyż jego kategorie (za pomocą których on obserwuje) są niedostępne uczestnikom obserwowanego przez niego procesu; lub odwrotnie – obserwator to ktoś, kto w celu obserwacji nie stosuje kategorii, za pomocą których pracuje obserwowany system. Co w przekorny sposób wykazał już dość dawno temu Herbert George Wells w powieści o znamienym tytule – "Kraina ślepców", w której podaje w wątpliwość powiedzonko "wśród ślepych jednooki królem". Otóż, jak pokazuje Wells, właśnie nie jest królem, lecz jest niepotrzebny. Ale to na marginesie.

Dla ścisłości dodać trzeba, że nie chodzi tutaj o obserwatora jako osobę, jako kogoś, kto patrzy, lecz (w rozumieniu Niklasa Luhmanna) o realizowaną przez system operację dokonywania rozróżnień, o generowanie dyferencji w środowisku ich pozbawionym, które to dyferencje dana jednostka wprowadza dopiero na podstawie swoich kryteriów, tworząc w ten sposób element nacechowany oraz element stanowiący nienacechowane tło, wtedy element nacechowany uzyskuje dopiero charakter obiektu.³ Innymi słowy – bez dyferencjacji nie ma obserwowalnych obiektów. Dokładnie tak zresztą zdefiniowana jest nasza śródziemnomorska sztuka: sztuka jest sztuką, bo różni się od nie-sztuki, a nie-sztuką jest wszystko, co nie jest sztuką. Do tego punktu jeszcze wrócimy, bo wyznaczając obszar sztuki można też stosować inne dyferencje. Za pomocą dyferencji generowanych przez nas podchodzimy do otaczającego środowiska na dwa sposoby:

- a) przez dyskusję i odwoływanie się do konsensu i wyważanie jednego mniemania wobec innego oraz uzasadniania swego poglądu za pomocą strategii uzasadnieniowych i przekonywania innych, że ma się rację, więc należy przejść na nasze pozycje; wymagany w tym celu zabieg polega na tym, że przesłanka wypowiedzi staje się jej argumentem; oraz
- b) przez badanie i konfrontację z rzeczywistością, czyli empirycznie.

Proszę zwrócić uwagę na to, że rezultat pojawia się w obydwu wypadkach, oraz że jest on identyczny (dokładniej – izomorficzny); posiada co prawda różny charakter (raz jest empirycznie sprawdzony, a raz retorycznie wmówiony i wymaga wiary), komunikacyjnie jednak jest tożsamy: wie się coś, raz, bo się to mniema (opinie, sądy, poglądy), a raz, bo się wie, jak jest (fakty). Tyle że z faktów nic nie wynika (fakty są asemantyczne), natomiast z opinii i sądów owszem, a mianowicie – komunikacje.⁴ Zgodnie z obietnicą, wracamy teraz (w celu wyjaśnienia perspektywy wewnętrznej i zewnętrznej) do naszego równania –

² W kwestii głupoty patrz – Kastner 2022, gdzie w niezmiernie precyzyjny i drobiazgowy sposób została zanalizowana. Por. też Fleischer 2023.

³ Por. szerzej – Spencer-Brown 1997.

⁴ Kiedy, dajmy na to, doszło do katastrofy samolotowej, to jest to fakt i już (można co najwyżej sprawdzić empirycznie czy to prawda); kiedy o tym samym zdarzeniu wyrażamy jakiś pogląd (latanie samolotem jest niebezpieczne, szkodliwe dla środowiska...), wtedy jest to powód do komunikacji (dla której samo zdarzenie jest indyferentne, bowiem powodem komunikacji może być cokolwiek).

$$1 + 1 = 3$$

i pytamy: prawda to czy nie? Odpowiedź – prawda. Dlaczego? Ponieważ w '1 + 1 = 3' mamy trzy elementy: '1' oraz '1' oraz '1 + 1 = 3', bowiem '3' to nie (równoważny wobec 1 i 1) element tego samego poziomu, lecz rezultat wewnątrzsystemowej operacji, który nie posiada rzeczywistości, lecz jest kategorią mentalną, wynikłą z zastosowania operacji liczenia i dlatego '+' oraz '=' to również nie elementy, lecz operacje. Proszę zauważyć, że w sytuacji '1 + 1 = 3' dostrzeżenie trzeciego elementu stanowi rezultat wyjścia z systemu i uwzględnienia również tła, na którym funkcjonuje system (tu liczenie).⁵ Czyli pytać zawsze powinniśmy: co widzę, oraz w czym znajduje się to, co widzę i stąd widzę to takim, jakim widzę? Dopiero wtedy będziemy mieli wszystkie decydujące o danym zjawisku elementy oraz będziemy wiedzieli, że można dane coś widzieć też inaczej. To zaś jasnym staje się dopiero z perspektywy zewnątrzsystemowej; pozostając wewnątrz systemu, dokonywane w nim operacje są niewidoczne, widoczne są tylko ich rezultaty, ale nie same operacje (patrz przykład z ignorantami). Obowiązująca wtedy maksyma brzmi – 'widzimy cyferki, ale nie matematykę'.⁶ Żeby coś zobaczyć (a nie tylko widzieć), musimy wyjść z systemu i z zewnątrz obserwować jego operacje (a nie same elementy), które do zaistnienia tych elementów doprowadziły. Z tego wynika podstawowa różnica między 'widzeniem' a 'obserwacją': 'widzenie' to operacja fizjologiczna (neuralna, zmysłowa), co widać uwzględniając, że (patrzac) nie można nie widzieć, bowiem kiedy patrzymy na przejeżdżający obok samochód, wtedy widzimy samochód, to wszystko. 'Obserwacja' natomiast to widzenie stosujące kryteria, obserwujemy zawsze z uwagi na coś, z jakiegoś powodu, w jakimś celu,⁷ które wcześniej założyliśmy jako kryterium obserwacji właśnie, stąd, kiedy obserwujemy przejeżdżający obok samochód, czynimy to dlatego, bo interesuje nas, na przykład, relacja model samochodu a jego kierowca, design tego samochodu na tle aktualnych trendów w designie, czy dany model samochodu prowadzi kobieta czy mężczyzna z tej lub innej subkultury, albo po prostu, czy nam się ten samochód podoba lub nie itd. (ładny rym). Jeszcze lepiej opisywane tu zjawisko widać na kolejnym przykładzie:

$$1 + 1 \neq 2$$

⁵ Równie ciekawa jest forma 'a + b = c', tu liczenie jest niewidoczne, ale za to panuje pełna arbitralność.

⁶ Widzimy na Instagramie zdjęcia śniadań, ale nie widzimy Instagrama (= nie wiemy, co to jest i jak działa).

⁷ Powód i cel to dwie różne rzeczy: powód to przyczyna czegoś (czyli sytuuje się temporalnie przed tym czymś), a cel to intendowany rezultat (czyli sytuuje się w imaginowanej przyszłości).

Zapytajmy znowu – prawda to czy nie? Prawda. Dlaczego? Ponieważ 'jedno jabłko + jedna gruszka $\neq$ 2 jabłka/gruszki' (to samo przy 1 euro + 1 złoty). Również teraz powstaje irytacja, gdyż matematyka nam szwankuje, więc dla uniknięcia irytacji dokonujemy na obiekcie 'jabłko + gruszka $\neq$ 2 jabłka/gruszki' wewnątrzsystemową operację i piszemy 'jabłko + gruszka = 2 owoce'. I tym się zadowolamy.⁸ Tyle że 'owoce' nie posiadają rzeczywistości, lecz są jedynie kognitywną kategorią nadrzędną (typologiczną, taksonomiczną). Jest to, nawiasem mówiąc, jeden z najczęściej stosowanych przez nas tricków komunikacyjnych w sytuacjach (dla nas) krytycznych. Uciekamy się do kategoryzacji, do tworzenia klas, gatunków oraz przypisywania im następnie tego samego charakteru co obserwowanym elementom czy obiektom tej klasy (imigranci, Szkoci, Niemcy są...). I tak mówimy, na przykład, 'na stadionie był tłum kibiców', aczkolwiek ani 'tłum' ani 'kibice' nie istnieją, lecz są jedynie ujęzykowionymi kategoriami. Natomiast to, co na stadionie było, można tylko postrzegać lub zaobserwować. Zaś chcąc to zakomunikować, musimy stosować jednostki językowe typu 'ludzie', 'dużo ludzi'. Ale ani 'ludzie' ani 'dużo' nie istnieje (istnieją tylko jednostki). Czyli: piszemy sobie '1 + 1 = 2' i to jest prawda, bo też jest to prawda. Ale tylko wtedy, kiedy nie ma semantyki, czyli kiedy nic to nie znaczy, kiedy jest bezwymiarową operacją, czyli stosunkowo rzadko, dużo częściej bowiem mamy do czynienia z postrzeganiem i obserwacjami konkretnych elementów. Proszę zauważyć, że na razie bawimy się tutaj jedynie jednowymiarowymi liczbami, czyli obiektami pozbawionymi semantyki (w terminologii Ch.S. Peirce'a pierwszościami), a już na tym poziomie napotykamy na spore trudności. Weźmy zatem samo postrzeganie.



Również tutaj mamy do czynienia z równaniem o tej samej liczbie elementów jak w poprzednim przykładzie, tyle że teraz do bezwymiarowej liczby (czy w miejsce liczby) dochodzi jeszcze forma oraz kolor. I nagle nasze operacje zawodzą, gdyż jak to równanie rozwiązać. Co wynika z dodania czerwonego kwadratu do czerwonego okręgu (albo szarego okręgu lub dwóch różnych trójkątów)? Wiem – niewiele. Pytanie jednak brzmi, dlaczego teraz nasze skądinąd trywialne operacje zawodzą? A proszę zauważyć, że ciągle jeszcze nie ma semantyki. Ale za to ten obrazek jest ładny, prawie sztuka.

Podejrzane zatem w '■ + ● = ?' nie jest '=' ani '?' (tym zajmuje się filozofia),⁹ lecz '+'. Co bowiem wynika z dodawania jabłek i gruszek oprócz pustej semantycznie operacji (dodawania) oraz oprócz konieczności tworzenia w tym celu klas lub identyczności, czyli mniemania, że dwa (zawsze różne) jabłka są identyczne. Ale jest jeszcze gorzej: co bowiem zmusza nas do mniemania, że, widząc równanie, zawsze musimy szukać i zawsze znaleźć wynik; a co jeśli podać w wątpliwość samą operację (twierdząc na przykład, że Fleischer się wygłupia)?

⁸ Na okoliczność tego, że matematyka jest dziwna, przytoczyć mogę dla rozrywki zagadkę. Jaki jest wynik tego równania: $1 + 1/2 + 1/4 + 1/8 + 1/16 + 1/32 + 1/64 + \dots$ $1/\infty$. Odpowiedź w ostatnim przypisie.

⁹ Mówiąc: mamy tutaj kwadrato-okrąg, wskazujący na heterogeniczny charakter zewnętrznego świata postrzeżeń z niewyjaśnioną funkcją ontologiczną, bo czymżesz jest... itp. (ironia, jeśli trzeba to dopowiedzieć). Zaś poważnie przychylam się do poglądu Stephena Hawkinga – "lecz filozofia umarła. Nie dotrzymała kroku najnowszemu rozwojowi w naukach przyrodniczych" (Hawking/Mlodinow 2020, 11).

Z tego wynika oczywiście tylko jedno – w rezultacie niewidzenia tych problemów mamy dobry humor. Filozofia może się zajmować podstawianiem w miejsce '?' takich lub innych odpowiedzi.¹⁰ A ponieważ odpowiedzi tu nie ma (bo zaprezentowany problem nie jest pytaniem), można udzielać praktycznie nieskończoną ilość odpowiedzi na to, czym tak naprawdę jest '?'. Jedno natomiast na końcu zawsze musi wyjść – nie może być tak, żeby dwa jabłka były po prostu różne i inne. One muszą być identyczne, bo to przecież owoce jabłonii. Czyli tracimy dyferencje i pracujemy dualistycznie.

Podsumowując: a) w pierwszej rzeczywistości (realność) każde jabłko jest różne/inne (a tak między nami – w pierwszej rzeczywistości nie ma jabłek, tylko kwarki/struny); b) w drugiej rzeczywistości (świat postrzegań) każde jabłko postrzegane jest jako inne (bo różne od czegoś innego), gdyż nie można postrzegać dwóch identycznych jabłek, ponieważ gdyby się spostrzegło, wtedy byłoby to jedno jabłko; c) w trzeciej rzeczywistości (świat wynikły z komunikacji) istnieje możliwość uznania dwóch jabłek za identyczne, ale tam nie są to już jabłka, lecz konstrukty językowe, czyli słowa, a te mogą być wszystkim, bo na tym polega 'możliwość'.

Ale to ciągle jeszcze nic nie znaczy, mamy tu tylko czystą składnię (jak na przykład we wszystkich algorytmach). Więc wprowadźmy w końcu semantykę. W formie prostej wypowiedzi –

'reklama manipuluje!'

Co na to podejście wewnątrz-, a co zewnątrzsystemowe? Wewnątrzsystemowcy mówią, że reklama manipuluje, ponieważ nas ogłupia, atakuje, chce nas za pomocą niecných metod zmusić do kupna... I teraz wszystko jest jasne i możemy dalej gaworzyć. Stojący za tym mechanizm jest prosty: 'manipuluje' (= przesłanka) i 'ogłupia, atakuje, itd.' (= argument) są funkcjonalnie tożsame (to synonimy), tyle że tu cecha ta jest przemilczana; w formie oczyszczonej od zabiegów wypowiedź zatem brzmi – 'reklama manipuluje, ponieważ manipuluje'. Bardzo ładnie widać tu wspomniany wyżej zabieg zamiany przesłanki na argument przy stałym zachowaniu przesłankowości przesłanki w procesie argumentacji. Technicznie mamy najczęściej do czynienia z niesłuchaniem trywialnym zabiegiem, polegającym na mniej lub bardziej zręcznym stosowaniu synonimów (na mechanizmie tym bazują prawie wszystkie definicje w humanistyce).

A co na to zewnątrzsystemowcy (czyli empiria)? Empiria wychodzi poza system (tu – tego sformułowania i tego, co ono milcząco zakłada) i pyta – kto nie manipuluje? I odpowiada – każdy/wszystko manipuluje, gdyż to podstawowa funkcja komunikacji (negocjacja znaczeń). W tej perspektywie widać, że problem zawiera się w tym, że słowo 'manipulacja' wyposażane jest (przez wewnątrzsystemowców) w wartościowanie, podczas kiedy w rzeczy samej opisuje ono nie-wartościowalne (bo stanowiące właściwość komunikacji) zjawisko, a tylko daje się strategicznie wartościująco stosować.

¹⁰ Gdyż, jak mawia Richard David Precht, "filozofia to produkt odpadowy nudy" ("Überlebt der Stärkere? Irrglaube Sozialdarwinismus", Das Philosophische Quartett, 01.03.2009; źródło: <https://beruhmte-zitate.de/zitate/133191-richard-david-precht-philosophie-ist-ein-abfallprodukt-der-langeweile/>; 20.10.2022).

W takim razie jak to w końcu jest: manipuluje czy nie manipuluje? To proste: jeśli chcemy wygenerować wypowiedź o zgubnym wpływie reklamy na ludzkość, to stosujemy słowo 'manipulacja' w funkcji wartościującej, a jeśli chcemy wygenerować aksjologicznie neutralną (agnostyczną) wypowiedź, to stosujemy słowo 'manipulacja' w funkcji nie-wartościującej. To wszystko. Widzimy, że podejście zewnątrzsystemowe jest najzupełniej inne, wymaga właśnie wyjścia z systemu i stosowania perspektywy zewnętrznej oraz innych dyferencji. Kwestia wartościowania nie jest jednak taka prosta, jakby się wydawało. Mamy bowiem dwa aspekty:

- a) *wartościowanie*, kiedy chodzi o aksjologiczne nacechowanie jakiegoś zjawiska *w relacji do innego* w ramach perspektywy wewnętrznej, a mówiąc prościej – kiedy nam się coś bardziej lub mniej podoba *niż* coś innego (mamy dwie panie i stosując wartościowanie, twierdzimy, że ta jedna jest ładniejsza/brzydsza niż ta druga, lub mamy dwóch panów i twierdzimy, że ten jeden jest ładniejszy/brzydszy niż ten drugi); oraz
- b) *ocenę*, lub inaczej – aksjologicznie agnostyczny opis, kiedy chodzi o uwypuklenie czegoś, o przedstawienie swojej pozycji wynikłej z oglądu zewnątrzsystemowego, czyli kiedy widząc coś z zewnątrz, manifestujemy preferencję wobec alternatywnych sposobów widzenia tego czegoś, a nie wobec samego tego czegoś (mamy, jak wyżej, dwie panie/dwóch panów i stosując ocenę/aksjologicznie agnostyczny opis, twierdzimy, że ta jedna/ten jeden jest taka/-i, a ta druga/ten drugi jest taka/-i).¹¹

Wartościowanie jest zawsze dualistyczne, ocena natomiast odnosi się do sfery zewnętrznej (rzeczywistości komunikacyjnej, sposobu działania, skuteczności, spójności...) projektu, teorii, koncepcji itp. i jest nondualistyczna.¹²

Weźmy dla wyjaśnienia bardziej kompleksowy przykład. Istnieje i działa na rynku od niejakiego czasu Instagram. To póki co nazwa czyli słowo. Ale czym to jest?

Wewnątrzsystemowo mamy wiele opisów tej maszyny, interdyskursowy znaleźć można w dowolnych wikipediach. I tak polska Wikipedia powiada: "Instagram – fotograficzny serwis społecznościowy hostingu zdjęć, połączony z aplikacją o tej samej nazwie (dostępną na systemy operacyjne iOS i Android, który umożliwia użytkownikom edycję zdjęć i filmów, stosowanie do nich filtrów cyfrowych oraz udostępnianie ich w różnych serwisach społecznościowych".¹³ Można jednak przyrzeć się zjawisku z perspektywy zewnętrznej, spojrzeć za kulisy i zanalizować Instagram na okoliczność tego, do czego on rzeczywiście służy, literatura na ten temat jest bogata, zdyferencjonowana i analitycznie oraz empirycznie bez zarzutu (Zuboff 2018, Bauman/Lyon 2013, Herrmann 2013, Rügemer 2018, Precht 2020, O'Neil 2017, Welzer 2016, syntetycznie – Fleischer 2022). Z tej perspektywy w celu opisu zagadnienia (a nie jego wartościowania) możemy komunikować na różne sposoby (tu dwa tylko):

¹¹ Weźmy inny przykład: mogę powiedzieć, 'moja żona jest ładna', wtedy jednak potrzebne są brzydkie w tle (kobiety, nie żony), a mogę powiedzieć, 'moja żona mi się podoba', wtedy nic innego nie jest potrzebne (oprócz żony i mnie). Pierwsza wypowiedź to wartościowanie, druga to opis/ocena.

¹² Dla wyjaśnienia – sferą zewnętrzną wobec rzeczywistości jest oczywiście realność; a poznać ją po tym, że realność nie ma alternatyw.

¹³ Źródło – https://pl.wikipedia.org/wiki/Instagram#cite_note-3, 25.08.2022.

- a) Możemy powiedzieć: Instagram służy do ekstrakcji danych swych użytkowników, tworzenia z tych danych specyficznych profili osobowościowych i taksonomicznych, a następnie sprzedawania tych profili i danych przedsiębiorcom, którzy za ich pomocą sprzedają nam swe produkty. To bardzo prosty triadyczny algorytm i mechanizm, w którym my jesteśmy surowcem na rynku kapitalizmu: raz, dostarczając danych, a dwa, kupując produkty tego kapitalizmu, w myśl maksymy sformułowanej przez Ulrike Herrmann – "w kapitalizmie konsumuje się, by stabilizować system, a nie, by zaspokajać swe potrzeby."¹⁴
- b) Możemy jednak powiedzieć (również w celu opisu): Instagram to szambo plus odpowiednia substancja napełniająca je, a napełniane jest ono przez influencerów i influencerki czyli content creatorów, których zadanie polega na tym, by istniejącą maszynę napełniali treścią, podobnie jak w sytuacji, kiedy do malarza przychodzi klient z ramą i prosi o namalowanie wypełniającego tę ramę obrazka, lub że najpierw jest 'powieść', a potem ktoś napełnia worek pod tytułem 'powieść' tekstem. Weźmy dla odróżnienia TikTok, będący szambem, które samo się napełnia w myśl wyznaczników jego algorytmu w celu – jak wyżej.

Obydwa opisy są rezultatem zewnątrzsystemowego podejścia do zagadnienia, bazują na badaniach wielu dziedzin nauki, przedstawione są w licznych powszechnie dostępnych publikacjach. Żaden z tych opisów nie wartościuje, obydwa stanowią ocenę wynikłą z empirii; jedna jest po prostu dosadna, druga deskryptywna, obydwa zaś są po prostu inne. To cała różnica. Wartościowanie natomiast jest dualistyczne i polega na tym, że zawsze musi być druga strona, dopiero wobec której sens ma i możliwe jest samo wartościowanie: nie byłoby ładnych ludzi, gdyby nie było brzydkich (i odwrotnie oczywiście, dlatego ten mechanizm jest stabilny), dużych, gdyby nie mali, mądrzy – głupi itd. Ocena natomiast jest nondualistyczna, gdyż jej obiekt leży poza systemem oceny, jest zewnętrzny wobec niej. Ale to się wszystko jeszcze wyjaśni. Dlatego przejdźmy nareszcie do sztuki widzianej wewnątrz- oraz zewnątrzsystemowo.

2. Sztuka – perspektywa wewnątrzsystemowa

Jak zwykle w takich przypadkach (humanistyka) wyjść trzeba od Arystotelesa, a generalnie od filozofii greckiej z jej podstawowym zabiegiem, generującym cały śródziemnomorski świat, a mianowicie *dualizmem*. U podstaw wszystkich naszych komunikacji (sztuki, polityki, filozofii, humanistyki, wojska, administracji itd.) leży generujący 'naszość' dualizm. Z jednej strony natura, z drugiej kultura, dobry/zły, mądry/głupi, my/oni, idealizm/materializm, humanistyka/nauki ścisłe, żołnierz/dowódca, urzędnik/petent, politycy/niepolitycy (ale już nie politycy/szewcy/hutnicy..., gdyż to by tworzyło wielowymiarowy świat).

Arystoteles (a w następstwie prawie cała historyczna filozofia idealistyczna) definiuje sztukę jako obszar tego, co nie jest naturalne, lecz stanowi produkt specyficznych procesów wytwórczych stosowanych przez człowieka; obszar określany jako *poiēsis*, w ramach którego przez odpowiednią kompozycję (*synthesis*) uzupełnia się rzeczywistość o to, co możliwe lub prawdopodobne (*kata to dynaton*). W rezultacie takiego ujęcia Arystoteles (a za nim kolejni filozofowie tej tradycji) wyróżnia trzy pola działalności: teorię, praktykę oraz sztukę właśnie, które z kolei funkcjonują na odpowiednich dualizmach:

¹⁴ Źródło – <https://www.youtube.com/watch?v=ZuOc6OdhTPw&t=291s>; 24.01.2022. Szerzej o tym – niżej.

teoria to sfera tego, co generowane jest przez opozycję 'prawdziwe/fałszywe' (stosowaną w nauce, filozofii i uzyskiwaniu wiedzy), a praktyka (do której zalicza się w tym ujęciu również sztukę) to sfera tego, co jest alogiczne i irracjonalne (w sensie filozoficznym). Sztuka zatem to wszystko, co nie powstaje samo z siebie, lecz jest celowo poietycznie wytworzone. Tutaj w tle oscyluje oczywiście opozycja 'natura/kultura'. Z tego wynika później dla teorii sztuki podział ludzkiej działalności na cztery obszary: *poiēsis*, *aisthesis* (procesy postrzegania), *technē* (technika), oraz *hedonē* (przyjemność, zadowolenie). W tym sensie sztuka stanowi największy obszar, ponieważ obejmuje zarówno technikę i *poiēsis*, jak i postrzeganie (gdyż odczuwa się ją zmysłowo) oraz przyjemność. Historycznie koncepcje oparte na pismach Arystotelesa doczekały się oczywiście licznych uzupełnień i modyfikacji. Co szczególnie widoczne staje się, przeglądając teorie sztuki różnych historycznych okresów, wychodzące przede wszystkim od definiowania wartości sztuki, kiedy jej specyfikę ocenia się na podstawie konceptu 'wartości dla x'. Mowa wtedy była o wartości: *kultowej* (w tym religijnej i rytualnej), *wystawienniczej* (wszelkie pokazywanie sztuki wraz z kryteriami tego, co warto pokazywać), *reprezentacyjnej* (nie – czym dzieło sztuki jest, lecz co reprezentuje, co/kto za nim stoi, głównie na podstawie opozycji 'piękne/brzydkie'), *estetycznej* (autonomia sztuki i artysty, a później koncepcja dzieła sztuki jako obiektu konsumpcji i roli artysty jako usługodawcy oraz hedonistyczna rola sztuki), a dziś nawet *performatywnej wartości prezencji* (gdzie postrzeganiowo znika stabilne dzieło sztuki). Również w teorii sztuki odchodzi się od pytań typu 'co to jest, czego chce sztuka?', w kierunku: 'co sztuka powinna, w czyjej służbie stoi, po co powstaje?'. Nie chodzi zatem o wyznaczanie celów czy istoty rzeczy, lecz o analizę tego, co już powstało. Nie debatuje się o tym, czym jest sztuka, a następnie w rezultacie debaty artyści ją tworzą, lecz powstają dzieła, a teoria analizuje, po co one powstały i dlaczego są sztuką; podejście to wynika oczywiście z kryterium specyficznie rozumianej autonomii sztuki.¹⁵

Dla naszych rozważań istotne są tu trzy punkty. Po pierwsze – wszystkie historyczne definicje sztuki (i nie tylko sztuki oczywiście) są dualistyczne. Po drugie – są one z reguły cyrkularne: sztuka operuje estetyką, a estetyka realizuje się w sztuce, lub sztuka jest przeciwieństwem techniki, a technika to nie-sztuka itd. Po trzecie – przeglądając stosowną literaturę przedmiotu nietrudno zauważyć, że każda epoka historyczna formułuje *swoją własną teorię sztuki*. W czasach baroku teorie były... barokowe, w czasach oświecenia oświeceniowe itd.; a zatem teorie służyły systemowi (a nie sztuce), a sztuka w następstwie tego – również. Szczegółowo omówię te frapujące zależności niżej.

Podsumowując wewnątrzsystemowe rozumienie estetyki i sztuki, uporządkujmy najpierw rzecz definicyjnie: 'estetyka' to komunikacyjnie uwarunkowany sposób postrzegania,¹⁶ a 'sztuka' to jedna z metod zastosowania estetyki w celach komunikacyjnych na obszarze definiowanym przez nas jako różnym od 'natury' i 'techniki'. Z czego wynika, że podstawą sztuki jest: po pierwsze, postrzeganie (wniosek – nie ma sztuki bez postrzegania, dowód – proszę namalować 'sztrung'),¹⁷ oraz, po drugie, takie a nie inne postrzeganie, które z kolei

¹⁵ Poprzedni akapit referuję za Stavrosem Arabatzisem (2018), który bardzo precyzyjnie analizuje sztukę z perspektywy wewnętrznej.

¹⁶ Ponadto mamy jeszcze fizjologicznie, neuronalnie i zmysłowo uwarunkowane sposoby postrzegania, które (współ-)decydują o kształcie komunikacyjnych uwarunkowań, ale te możemy tutaj pominąć, aczkolwiek są one istotne.

¹⁷ Wiem, wiem: można namalować cokolwiek, a potem twierdzić, że to właśnie sztrung. Ale to już wiemy z analizy roli semantyki w postrzeganiu z pierwszego rozdziału.

decyduje o konkretnym kształcie dzieła; obok tego występuje oczywiście 'estetyka' jako słowo, które można dyskursywnie w wielu funkcjach stosować i na wiele sposobów operacjonalizować.¹⁸

Sprowadzając europejską estetykę i sztukę do ich generatywnych kryteriów (a nie do przejawów; te bowiem, jak to przejawy, bywają różne), czyli do pytania, dlaczego coś, cokolwiek by to było, pojawia się w komunikacjach jako oparte na estetyce dzieło sztuki, można je, moim zdaniem, scharakteryzować za pomocą następujących 14 właściwości lub cech: 0) dualizm, 1) symetria, 2) przemiana mód, niestabilność, brak kontynuacji, 3) indywidualizm, gwiazdorstwo, 4) więcej/większe = lepiej, 5) krzykliwość, skrajności, 6) skomplikowanie (na przykład – całe płótno musi być zamalowane), 7) linearność, narratywność, 8) wyjątkowość, łamanie schematu, 9) zamkniętość, skończoność, gotowość (w sensie dzieła jako gotowego, kompletnego produktu), 10) reprezentacyjność, 11) innowacyjność, nowatorstwo, 12) dotyczy wybranych obiektów, materiałów, 13) sztuka jest czymś innym niż reszta naszego życia (szerzej patrz – Fleischer 2010).¹⁹



2.1. Dygresja – estetyka japońska

Wszystkie powyższe uwagi dotyczą modelu sztuki na miejscowych (śródziemnomorskich) terenach; od czasów antycznych po dzisiejszą Europę i USA podchodzimy do sztuki (i wszystkich innych zjawisk) dualistycznie. Powstał jednak i do dziś funkcjonuje również inny jeszcze model (a na innych terenach wiele innych modeli), który dla uproszczenia nazwać można japońskim (a patrząc szerzej – dalekowschodnim), *model nondualistyczny*, obecny na tych terenach od co najmniej trzech tysięcy lat, a zatem dość stabilny. Ponadto estetyka japońska i cechujący ją nondualizm bazują od około tysiąca lat na koncepcji zen, w ramach której jeszcze precyzyjniej skonstruowano – wychodząc od koncepcji funkcjonujących od dawna w Chinach – całościowy model społeczeństwa i działalności ludzkiej, w którym nie ma podziału na naturę i kulturę, z czego wynika holistyczne podejście do świata i traktowanie wszystkich aspektów życia społecznego i jego wytworów jako jedność. Bowiem zen to nie tylko prąd umysłowy, lecz również sposób na życie i organizację życia społecznego. W tym rozumieniu estetyka jest naczelną i prymarną kategorią tego modelu, z której wyprowadzane są następnie wszystkie pozostałe. Tutaj

¹⁸ Jak uczynił to swego czasu jeden z moich przyjaciół, który zapytany, dlaczego nie przychodzi na posiedzenia Rady Wydziału, odpowiedział – ze względów estetycznych.

¹⁹ Funkcja tego zdjęcia wyjaśni się niżej. Źródło – <https://www.diamantmalereikits.com/einsame-baum-malerei-kit>, 20.08.2022.

wyraźnie podkreślić trzeba, że japońska (w tym tradycyjna chińska) estetyka nie jest odwróceniem naszej europejskiej, lecz... *jest inna*. Wielu autorów zajmujących się nią podkreśla (do czego się przyłączam),²⁰ że jest ona dla Europejczyków niezmiernie trudna do zrozumienia i internalizacji, gdyż już na fundamentalnych jej poziomach jest odmienna od naszej. Nie miejsce tutaj na rozwijanie tego tematu (patrz szerzej – Fleischer 2010), więc przedstawię ów model krótko na przykładzie trzech konceptów.

Po pierwsze, funkcjonującego w Japonii konceptu 'myślenia kontemplatywnego' w relacji do stosowanego przez nas 'myślenia dyskursywnego' opartego na wymogu racjonalności. Ową inność najłatwiej przedstawić na parach pojęć (nie – opozycjach, stąd stosuję wyrażenia 'my/tam', a nie 'my/oni') w relacji do naszego wariantu: my myślimy logicznie i racjonalizujemy nasze komunikacje, tam myśli się asocjatywnie; my myślimy językowo, tam – obrazowo; my postępujemy za linearnością naszego języka, tam podchodzi się do zagadnienia 'wymiarowo', przestrzennie, zbliżając się poprzez kolejne kroki do tego, co ma zostać powiedziane; my wyłuszczamy coś punkt po punkcie, jedno po drugim, tamta komunikacja i myślenie polegają na powolnym zbliżaniu się do tego, co ten drugi ma zrozumieć, a nie do tego, co ten pierwszy chce, żeby zostało przyjęte; my mówimy według schematu – ja coś wiem, a teraz ci to tak powiem, jak ja zamierzam to powiedzieć, tam natomiast według schematu – wraz z tym drugim zbliżamy się do tego, co na końcu będziemy wiedzieli, nie chodzi zatem o narzucanie komuś czegoś, lecz o powolne wypracowywanie czegoś wspólnego, o czym jesteśmy później oboje przekonani, że razem to wymyśliliśmy, zakreślamy pewien obszar, zostawiając temu drugiemu przestrzeń na jego komunikację i myślenie; my komunikujemy sukcesywnie, tam – sukcesdanie (nie czasowo lecz przestrzennie); nasze języki orientują się na syntaktyczne relacje między pojęciami, tam pracuje się asocjacyjnym łączeniem obrazów dla wspólnego wypracowania wspólnej semantyki, nie to ma znaczenie, co się mówi, lecz to, co nie jest artykułowane, czyli realność; my gadamy o zewnętrznych wobec nas obiektach, tam wychodzi się z założenia, że to podmiot tworzy konstytuujące go obiekty, że "podmiot nie egzystuje przez siebie samego, lecz przez obiekty" (Izutsu/Izutsu 1988, 98).

Po drugie, konceptu *intencjonalnego rozumienia pojęć* w ramach etyki i (szerzej) jako sposobu myślenia. W przypadku pojęć niekoniecznie i nie zawsze chodzi o ich jednoznaczną semantykę i w ogóle o semantykę, lecz o tło danego pojęcia (w terminologii Ch.S. Peirce'a o obiekt znaku), o to, do czego pojęcie się odwołuje, na co wskazuje; chodzi o szerszy kontekst odnoszący się nie tylko do języka, lecz również do doświadczeń i przeżyć. Istotne jest, dlaczego ktoś mówi to a nie coś innego, dlaczego tak a nie inaczej, jakie intencje stoją za komunikacją, na co, mówiąc, ktoś stara się zwrócić uwagę, zaś wypowiedziane przy tym słowa schodzą na dalszy plan. Tym samym podejście to ukierunkowuje się na relacje społeczne oraz uodparnia je wobec narzuconych ideologii i prywatnych mniemań. Rzecz zatem nie w tym, że jeden mówi, a drugi słucha i stara się zrozumieć, lecz w tym, że razem staramy się wypracować w komunikacji to, o co nam wspólnie chodzi, przez co w rezultacie sam z siebie powstaje konsens. My natomiast konsens stale musimy specjalnie negocjować, tam powstaje on samoczynnie jako produkt uboczny sposobu komunikacji.

Po trzecie, konceptu *mono no aware* (dosłownie – współczucie z rzeczami), który stanowi jeden z głównych elementów poetyki *wabi-sabi* o bardzo bogatym znaczeniu i szerokim polu semantycznym. A oznacza: smutek przedmiotów, uczucie nieuchronnej

²⁰ Patrz: Brinker 2000, Izutsu/Izutsu 1988, Kurokawa 1988, Tanizaki 1988.

przemijalności rzeczy i zdarzeń i godzenia się z tym; zasadę estetyczną charakteryzującą nastrój współczucia ze wszystkimi rzeczami; piękno kruchości, delikatności i przemijalności, opisujące to co dzieje się z nami, kiedy postrzegając piękno zdajemy sobie sprawę z jego nietrwałości; chodzi o rzeczy, w których dostrzegamy ich ulotność, mającą siłę poruszania nas, o połączenie piękna, smutku i pogodnej melancholii w codziennych przedmiotach, które traktujemy zwykle jako niewarte uwagi i przechodzimy mimo nich nie zauważając ich piękna. Nic nie pozostaje jakim jest, wszystko jest cyklem stawania się i przemijania. Czuła, życzliwa melancholia w strumieniu natury. Żyjemy z naszymi wspomnieniami, ale nie pozwalamy im stanowić o nas. Radość i smutek z przemijania wszystkich rzeczy – kwiaty czereśni są piękne, ale niebawem przeminą. Głębokie wzruszenie radością i miłością, świadomość nieuniknionej ulotności życia i zdolność zobaczenia w niej kruchego piękna. Akceptacja zmienności przemieniająca się w estetyczną wrażliwość. Pozwolić odejść, bo nic nie jest na zawsze. Cicha radość i smutek, że możemy postrzegać piękno ludzi i rzeczy, mimo iż przemijają. Ciche westchnienie. Nie smuci nas przemijanie, akceptujemy je i uśmiejemy się, kiedy ze smutku powstaje krucha tęsknota i w nietrwałości piękna dostrzegamy jego istotę. Cieszymy się chwilą, bo zawarte w niej piękno niebawem przeminie. I powstanie nowe, tu i teraz.

Z tej i takiej konceptualizacji wynika bezpośrednio japońskie rozumienie sztuki. Skoro bowiem wszystko ma walory estetyczne, a świat jest nondualistyczny, więc w ramach tej estetyki... *wszystko jest sztuką*. Ale! Tutaj należy uważać, by nie popaść znowu w nasz dualizm. Tak, 'wszystko jest sztuką', ale zdanie to nie jest stwierdzeniem, lecz postulatem i wyzwaniem! Wniosek – wszystko, co w codziennym i niecodziennym życiu robimy, robimy tak, by było to estetyczne, a zatem sztuką. Bo i robienie czegoś jest sztuką i rezultat tego robienia.

Wychodząc od tej podstawowej perspektywy, wyprowadzić można z niej zestaw przesłanek japońskiej estetyki i sztuki:²¹ 0) non-dualizm i asymetria, 1) połączenie ze światem immanentnym, 2) dążenie do prostoty, 3) intuicja – pozbycie się tego, co zbędne, 4) intencjonalne rozumienie pojęć, 5) droga w pustkę, 6) widoczna harmonia, porządek wewnętrzny, 7) pełne opanowanie techniki, sztuka bez sztuki, 8) bez tradycji nie ma podstaw dla sztuki, 9) sposób patrzenia, abstrahujący od tego, co w rzeczach szczególne, 10) pustka jest lustrem tego, co jest, 11) piękno to kształtowanie pustki w przestrzeni i w czasie, 12) obserwator musi brać udział w procesie, obserwacja również jest sztuką, 13) w pustce nie ma wewnątrz i zewnątrz, 14) brak ram, otwartość – sam proces a nie dzieło jest ważne 15) sztuka to życie, wszystko powinno być sztuką, 16) kompletność to mniej niż stawanie się – prosty, oszczędny, delikatny, 17) nauczyć się pra-formy i opanować ją, bez indywidualizmu, 18) nie – odchodzenie od świata, lecz akceptacja sprzeczności jako sprzeczności i utrzymanie jej jako całości, 19) ciągle powtarzanie czyni mistrza, 20) praca bez zamiaru. "nawet zamiar, / by nie chcieć zamierzać, / jest zamiarem. podczas kiedy chodzi właśnie o to, / mój drogi, by bez zamiaru / zamiaru nie zamierzać" (Nampōroku).²²

²¹ Który zrekonstruowałem z wielu opracowań, w szczególności zaś z – Hasumi 1960, szerzej patrz – Fleischer 2010.

²² Tu wyjaśnia się różnica między śródziemnomorskim a japońskim podejściem do sztuki; zdjęcie z mojego archiwum.



Różnice między naszym a japońsko-chińskim paradygmatem widoczne są też w podejściu do perspektywy w malarstwie. Pojawiające się w europejskim renesansie dążenie do pomiaru człowieka i świata manifestuje się również w malarstwie, najwyraźniej w odniesieniu do perspektywy centralnej, która znana była już wcześniej, niemniej w epoce renesansu staje się dominującą i pozostaje taką do dziś (w naszych kręgach kulturowych!). "Wraz z centralną perspektywą weszła na scenę pewna technika kulturowa, która reprezentowała w obrazie spojrzenie idealnego widza, a równocześnie zredukowała perspektywę, z jakiej należy widzieć świat, do jednej tylko" (Scherer 2022, 47) i to takiej, która dana jest z góry, niejako narzucona jest przez system (tu – malarstwa i jego przesłanek) i wyznacza dla każdego oglądającego obraz jedno tylko podejście do przedstawianego w nim wycinka rzeczywistości. Podczas kiedy to nie jedyne rozwiązanie. W tradycyjnym malarstwie chińskim i japońskim nie stosuje się centralnej perspektywy,²³ wzrok może wtedy w obrazie wędrować, nie wyróżniając jednego właściwego punktu widzenia; obraz nie determinuje spojrzenia na świat, lecz otwiera je na wiele możliwości i patrzący sam porusza się w świecie obrazu. "Doświadczenie wizualne przypięte jest do ruchu, a nie do zafiksowanej architektury" (Scherer 2022, 48). Nasza sztuka natomiast poprzez centralną perspektywę zdefiniowała samo postrzeganie, nie było ono już – jak w Chinach, gdzie patrząc na obraz mogło się coś wydarzyć – procesem, lecz stawało oglądającego w pozycji aktywnego aktora, który z zajmowanej i zdeterminowanej przez siebie pozycji ogląda świat i w rezultacie widzi go uporządkowanym, bez konieczności opuszczenia własnej, z góry ustalonej pozycji. Człowiek jest wtedy tylko aktorem, tylko ogląda, a nie – wędruje.

Ponadto istotne są w tym wymiarze również przesłanki malarstwa europejskiego, w którym aż do moderny panował model (mniej lub bardziej dokładnego) odzwierciedlania rzeczywistości, stąd właśnie (od XIV/XV wieku) perspektywa centralna i reguły geometrii wykorzystywane dla produkcji iluzji realności. W malarstwie chińskim natomiast (a później japońskim) model ten jest co najwyżej marginalny. Nie oznacza to jednak, że zrezygnowano z perspektywy, lecz... zwielokrotniono ją. I to tak, że model ten nie ma już z naszym nic wspólnego. Wprowadzono bowiem zasadę dyferencjacji 'możliwych punktów widzenia' dla obserwatora, stojącego naprzeciwko, dajmy na to, krajobrazu. W rezultacie tego podejścia – sformułowanego przez Guo Xi (1020-1090) w dziele pod tytułem "Linqan gaozhi" – wyróżnia się i stosuje trzy perspektywy (też w jednym obrazie), traktowane jako 'odległości' (*yuan*), a mianowicie: a) 'wysoką odległość' (*gaoyuan*), "kiedy patrzy się z żabiej perspektywy od dołu wzwyż na wysoką górę"; b) 'głęboką odległość' (*shenyuan*), "kiedy z brzegu/krawędzi patrzy się w głąb masywu górskiego"; c) 'płaską/poziomą odległość' (*pingyuan*), "spoglądając z podwyższonego punktu w rozpościerającą się dal" (Pohl 2005, 222, patrz też – Yutang 1967, 79).

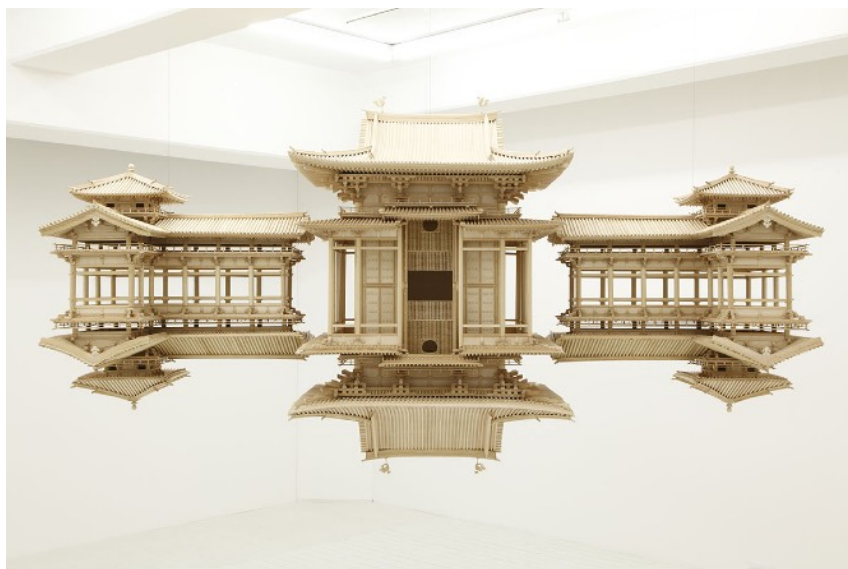
²³ Metoda ta przetrwała do dzisiaj, wystarczy spojrzeć na obrazy Wei Donga.

Estetyka ta nie byłaby ani estetyką, ani podstawą dla sztuki, gdyby nie było jeszcze jednego elementu – humoru, we wszystkich jego wymiarach, miejscach i w relacji do wszelkich obiektów, a to w funkcji zapobiegającej powstawaniu powagi, nadęcia, artystostwa czy kabotyństwa, czyli humor stosowany jako odtrutka, tkwiący w czymś od samego początku, a nie stanowiący dodatek, ornament, ozdobę. Przykład: w naszych kręgach demon, diabeł, szatan są kimś/czymś złym, ponurym, mającym wywołać strach; demony w zenowskiej estetyce są straszne z wyglądu i śmieszne z charakteru lub równie śmieszne z charakteru jak i z wyglądu. Smok co prawda przeraża, niemniej jednak strasznie boi się stonóg i farbowanego w pięciu kolorach jedwabiu oraz żelaza, zakochany jest natomiast po uszy w jaskółkach i wróblach. Podobnie diabły *oni*, przedstawiane z różkami i trzema palcami u rąk i nóg, wygląd mają dość ponury, ale boją się fasoli, więc wystarczy wysypać dookoła kilka ziaren fasoli, żeby zmusić je do ucieczki. Ich ulubioną czynnością natomiast jest zakłócanie spokoju i straszenie ludzi w czasie picia herbaty, co, z powodu fasoli, im oczywiście nigdy nie wychodzi. Brak natomiast w tym wszystkim strachu jako regulatora kontaktów międzyludzkich; podchodzi się do rzeczy poważnie, ale nie traci humoru i dystansu.

Z tej generalnej, bazującej na doświadczeniu koncepcji wyprowadzono następnie siedem praktycznych charakterystyk sztuki i designu (rozumianych szeroko jako projektowanie) dla artystów i projektantów, a już nie dziwi, że w latach 1990 nasi, europejscy designerzy je przejęli. Oto one: 1) *fukinsei* – asymetria, nieregularność formy; 2) *kanso* – prostota i skromność, redukcja, powściągliwość w doborze środków wyrazu pochodząca od *mu*;²⁴ 3) *kokō* – trzeźwa podniosłość, podniosła prostota, logika przestrzenna, odejście od uczuciowości i niedojrzałości; 4) *shizen* – spontaniczna naturalność, oczywistość; do tego dochodzi brak dystansu między twórcą a dziełem w trakcie tworzenia, nic nie może sprawiać wrażenia czegoś chcianego; 5) *yūgen* – niezgłębiona głębia, głęboka subtelność i powściągliwość, niewystawianie na pokaz; 6) *datsuzoku* – uwolnienie się od przyzwyczajeń, konwencji i formuł, przekroczenie zastanego świata, brak jakichkolwiek autorytetów, rozwiązania spoza utartych dróg; 7) *seijaku* – równomierny wewnętrzny spokój, wyważenie, skierowanie się do wewnątrz.

Przez konwergencje komunikacyjne i społeczne, przez globalizację działalności artystycznej i rynkowej obydwie modele występują dziś obok siebie, a w wielu miejscach mieszają się ze sobą, a w jeszcze innych również w Europie pracuje się w modelu japońskim, wystarczy przyrzeć się pracom takich designerów i designerek jak: Charlotte Perriand, Eileen Gray, Bruno Taut, a spośród współczesnych: Dieter Rams, Alberto Meda, Matteo Thun, Mathieu Lehanneur, Sou (Sōsuke) Fujimoto, Kengo Kuma, Kazuyo Sejima i wielu innych. Lub sztuce, na przykład, Takahiro Iwasaki.

²⁴ 'Mu' (chiń. wú) – nic, nie, żaden, pustka, błahość; też 'kū' – pustka, pozbawiona formy, koloru, właściwości.



Takahiro Iwasaki, Reflection Model (2010–12, sugi, cyprys japoński).²⁵

3. Sztuka – perspektywa zewnątrzsystemowa

Zacznijmy od prowokacyjnego stwierdzenia, które niech będzie naszym punktem wyjścia (skoro od niego zaczynamy).

Nie ulega kwestii, że sztuka jest do niczego!

Od zarania dziejów, czymkolwiek owo 'zaranie' jest, czyli już w jaskiniach epoki jaskiniowej pojawiał się w ówczesnych społecznościach osobnik, który na czymś tam, coś tam malował. Ponieważ malował, to nie pracował, nie polował, nie siał i nie zbierał, ale, skoro nadal malował, to widać jednak przeżył i ktoś go karmił i utrzymywał w grupie, w społeczności. Domyślamy się zatem, że sztuka jednak nie była do niczego, skoro tych malujących osobników lub ich czynności nie eliminowano z życia społecznego, co wiemy z oglądu jaskiń. Jakkolwiek humorystycznie tutaj argumentuję, to okazuje się, że (przynajmniej) u zarania dziejów sztuka (o ile traktowano to wtedy jako sztukę) miała pewne funkcje dla ówczesnych społeczeństw lub szerzej dla systemu społecznego. Dzisiaj nazywamy tę funkcję funkcją estetyczną. Nie bez powodu. Niemniej jednak nie ma konieczności ograniczania jej do sztuki tylko. Ale o tym za chwilę. W kolejnych epokach, krok po kroku, owi malujący osobnicy tworzyli w ramach społeczeństwa już dość spójną grupę, aż dzisiaj mamy nawet związki artystów takich lub owakich. Póki co, kiedy mowa o wczesnych epokach, mam na myśli nasze śródziemnomorskie obszary. Dla wszystkich tych epok obowiązywała, typowa dla naszych terenów, bipolarna zasada wyróżniania wszelkich nietechnicznych działań, bazująca na wewnątrzsystemowej, samostabilizującej się dualistycznej opozycji (to nie tautologia, są i inne, wielowymiarowe opozycje), funkcjonująca w niektórych regionach nawet do dzisiaj. W tym paradygmacie na pytanie – co to jest sztuka?, odpowiedź jest niezmiernie prosta – sztuka to takie wytwory, w których dominuje funkcja estetyczna. Samostabilizacja tej koncepcji natomiast polega na tym, że na pytanie – co to jest funkcja estetyczna?, odpowiedź brzmi – wyznacznik sztuki (że tak

²⁵ Źródło – <https://blog.qagoma.qld.gov.au/recent-acquisition-takahiro-iwasaki-reflection-model-perfect-bliss/>, 5.09.2022.

to w populacji funkcjonuje, patrz Fleischer 2008). Mamy zatem cyrkularną konstrukcję, która nie wymaga żadnych innych motywacji, gdyż sama sobie wystarcza. Od czasów przejścia na tryb osiadły (około 11 tysięcy lat p.n.e.), czyli kiedy zaczęto uprawiać rolnictwo i w rezultacie powstały pierwsze miasta jako funkcjonalne jednostki systemu społecznego, sztuka uzyskała – tym razem na poziomie stabilizacji danego społeczeństwa – kolejną funkcję, którą spełniała praktycznie do przełomu XIX i XX wieku (data umowna oczywiście), nie tracąc swej cyrkularności na okoliczność jej sensu. Sztuka przyjęła i posiadała przez najbliższych paręset lat nową funkcję oraz spełniała nową rolę, a mianowicie – stabilizacji danego modelu społeczeństwa w (szeroko rozumianym) wymiarze politycznym w odniesieniu do motywacji, wizualizacji i *stabilizacji typu władzy*. O ile zatem w epoce jaskiniowej dany malarz malował tak, a inny inaczej, a jeszcze inny jeszcze inaczej (a ograniczony był co najwyżej technologią), o tyle później, w epokach historycznych, zaczynają się pojawiać identyczności, konwergencje, takosamości. Skąd one się wzięły, skoro przecież każdy artysta (i człowiek)²⁶ jest inny i coś innego mu w duszy gra? To proste – *sztuka miała za zadanie wyrażać dany porządek społeczny w wersji estetycznej (postrzegalnej)*. O ile więzienia, wojsko, miasta, rolnictwo itd. służyły do wiadomych celów, o tyle sztuka miała panujący porządek wizualizować, czy to ku pokrzepieniu czy gnębieniu serc. A pojawiający się potem krytycy sztuki wymyślili na tę okoliczność nawet stosowne nazwy, jako to: romanizm, gotyk, renesans, barok, klasycyzm, romantyzm, pozytywizm, secesja, ale właśnie nie itd. Weźmy znowu trywialny przykład: w baroku (który trwał od wczesnego XVII wieku do ok. 1730 roku) wszystko było... barokowe (meble, karoce, pałace, ubrania, sztuce...), bo jakież miało być, skoro panowała monarchia absolutna, którą należało uwidocznic. Monarchii nie widać, baroku także nie, ale kiedy malować stosowne obrazy, wyrażające i pokazujące model tego społeczeństwa, kiedy architekci budują takie a nie inne pałace, a krawcy szyją takie a nie inne ubrania, wtedy monarchię można zobaczyć, a gdyby ktoś o niej zapomniał, sobie przypomnieć. A ponieważ (w tym czasie) *nie ma niczego innego*, barok jest stabilny.²⁷



²⁶ Na marginesie: powiedziałem właśnie – każdy artysta i człowiek. No, właśnie, do takich rzeczy prowadzi dualizm.

²⁷ Te obrazki różnią się od siebie dlatego, że, mimo iż pokazują ten sam obiekt, wizualizują różne epoki, systemy władzy i porządki społeczne, ale – jako ich dekoracja: Louis XIV (1710), Willem I (1823), Willem-Alexander der Nederlanden (2013); źródła – https://pl.wikipedia.org/wiki/Ludwik_XIV, 20.08.2022; <https://hart.amsterdam/nl/page/351277/portret-van-koning-willem-i-1823>; https://de.wikipedia.org/wiki/K%C3%B6nig_der_Niederlande, 20.08.2022.

Kiedy zmienia się system władzy (polityka, organizacja społeczeństwa itp.) i tym samym porządek społeczny, pojawia się konieczność nowej wizualizacji tego nowego modelu. Do tego służyła (między innymi) sztuka. O tym, że sztuka była w owych epokach zamawiana (przez dwór, arystokrację, mieszczaństwo) właśnie na okoliczność wyrażenia danego porządku i przynależności do niego, nie trzeba wspominać. Frapujące bowiem jest, przynajmniej dla mnie, pytanie: dlaczego na przykład w renesansie wszyscy malowali tak samo, a nierzadko też to samo? Czyż nikomu, można by dzisiaj zapytać, nie przyszło do głowy, jakoś inaczej malować, inaczej niż wszyscy? Nie. Ponieważ nie było w społeczeństwie niczego 'innego' oraz niczego innego do stabilizowania, a do tego służyła sztuka (kolejna cyrkularność). Zdaję sobie sprawę, że karygodnie tu upraszczam, ale tylko wtedy coś można zobaczyć ponad oceanem szczegółów (w których łatwo utonąć). Byli oczywiście artyści, którzy (w ramach paradygmatu) malowali niezupełnie tak jak pozostali, którzy trochę inaczej kształtowali swe dzieła. Oczywiście. Ale ciekawe, dlaczego traktowało i traktuje się ich jako: epigonów, pomniejszych, mniej wartościowych... artystów? Ano właśnie. Mamy zatem model sztuki służącej do wizualizacji panującego w danym czasie porządku społecznego i modelu jego władzy. W tym paradygmacie mówimy o stylach historycznych i epokach w sztuce. A same dzieła są strukturalnie homogenne i funkcjonalnie tożsame. Mamy co prawda różne szkoły, ale, by tak rzec, jeden system oświaty.²⁸

Mniej więcej (bo nie o daty tu chodzi, lecz o ewolucję systemu) w połowie XIX wieku coś się zmienia i to diametralnie. Co widać już wtedy, kiedy zapytamy, co było po secesji, jaki styl historyczny po niej panował? Otóż nie było już żadnych stylów historycznych. Krytycy sztuki próbują co prawda ratować swe kategorie opisu, mówiąc o neo-prądach, -stylach i tym podobnych wynalazkach (neogotyck, neobarok, neoklasycyzm itp.). Zmiany są jednak zasadnicze. A związane są oczywiście z rewolucją przemysłową i wszystkimi jej konsekwencjami.²⁹ W tej sytuacji artyści w ich tradycyjnej, dotychczasowej roli nie byli już potrzebni, bo cóż mieliby stabilizować w systemie, bazującym na dynamice, wzroście produktywności i kształtowaniu systemu poprzez dynamiczny rynek utrzymujący w ruchu produkcję. Artyści z kolei próbują się ratować (przed bezrobociem i pozbawieniem ich funkcji społecznej) tworząc ad hoc jeden neo-prąd za drugim lub tworząc – dualistyczną metodą odwracania kota ogonem – odwrotności tradycyjnych prądów (klasyka/impresjonizm, impresjonizm/ekspresjonizm itp.). Niewiele to jednak daje, gdyż system nadal ich nie potrzebuje. Jedyne wyjście, jakie artyści w tej sytuacji znaleźli, to... kolejne odwrócenie kota ogonem – skoro system nas nie potrzebuje, to w takim razie my potrzebujemy systemu. Wejdźmy do systemu i pracujmy w ramach *jego* wymogów. W ten sposób sztuka stała się towarem jak każdy inny na rynku kapitalizmu. Ale dyferencja

²⁸ A pamiętać trzeba jeszcze o tym, że artyści dzisiaj uważani za wielkich i wspaniałych, niekoniecznie byli takimi w swoich epokach lub tę właśnie rolę wtedy spełniali.

²⁹ Jako to: nowy system organizacji pracy, podział pracy, manufaktura i fabryki, produkcja seryjna i taśmowa, produkcja masowa (= nie – produkcja dla mas, lecz pozbawienie mas alternatywnych wyborów przez masową produkcję jednego produktu w jednej wersji), robotnik nie musi już znać całego wykonywanego przez siebie produktu (jak miało to miejsce w rzemiośle), upadek rzemiosła, powstanie miejskiej klasy średniej i jej popytu, niska cena produktów w relacji do rzemiosła, przedmioty otrzymują image i realizują ideologię danej grupy społecznej, pojawia się styl życia miejskiego, jakość w rzemiośle jest wysoka, a cena produktu również, jakość w przemyśle jest niska jak i cena, posiadanie wyraża status społeczny, powstaje funkcja znakowa produktu.

rynkowa musiała być inna niż dotychczas. Nie mogła to już być praca w służbie systemu i na jego zamówienie, lecz musiało to być coś, co stworzy wartość, za pomocą której mogę (ja jako artysta i moje dzieło) stać się towarem i wejść na rynek. A z drugiej strony musi to być tak proste, żeby objąć mogło całą produkcję sztuki.

Funkcja estetyczna oczywiście pozostaje, bo motywuje to pierwszą cyrkularność, zmianie uleg musiała *rola* sztuki, skoro system nie wymaga już wizualizacji władzy, gdyż wizualizuje się produkcją przemysłową i jej obiektami. Możliwości było kilka, lecz wykorzystano właśnie najprostszą, ale, jak się później okaże, obarczoną pewną toksyczną właściwością. Bauhaus próbował jeszcze ratować starą koncepcję w myśl maksymy – sztuka i design jako wyraz nowej epoki humanizmu i nowego człowieka, jako program zmiany świata poprzez design, generujący godziwe warunki życia.

Na przełomie XIX i XX wieku sztuka przechodzi jednak na nowy paradygmat motywacyjny – 'sztuka uznawana jest za sztukę, kiedy jej produkty są *inne*, niż to co było dotychczas'. Jak widzimy, to klasyczna dyferencja rynkowa kapitalizmu. Obowiązująca odtąd artystów maksyma brzmi: 'jeśli artysta A maluje tak, a artysta B tak, a artysta C tak itd., to ja (chcąc zaistnieć) muszę malować tak, jak żaden z nich, gdyż produkty rynkowe muszą być stale nowe (inne, lepsze, większe, modne, nowoczesne...)'.³⁰ W rezultacie obowiązuje poetyka towaru, artysta jest producentem jak każdy inny producent na rynku i oferuje na tymże swe dzieła, które w związku z tym spełniać muszą wymogi rynku. Ten ostatni, może się zmieniać, modyfikować, rozwijać, ale wtedy sztuka dostarczy dzieł pasujących do nowej wersji rynku. Toksyczna właściwość tego mechanizmu jest oczywiście ta sama, jak w wypadku całego kapitalizmu i podstawowej zasady jego działania – wzrostu gospodarczego; kapitalizm bez wzrostu jest niemożliwy (patrz Zuboff 2018, syntetycznie – Fleischer 2022). Problem, jak wiemy, bierze się stąd, że surowce niezbędne dla funkcjonowania kapitalizmu są skończone. Surowce dla kreatywności są (najprawdopodobniej) nieskończone (w co osobiście wątpię), ale ciągle produkowanie czegoś innego niż dotychczas, powoduje skracanie się okresów pojawiania się owego innego, a zatem prowadzi do zadyszki lub amoku (z jakimi mamy do czynienia w dzisiejszej sztuce), oraz do stałego dopasowywania się do coraz szybciej pojawiających się nowych wynalazków w technosferze i w ruchach społecznych, które decydują dla danego artysty o kierunku realizacji w jego sztuce 'inności' i 'nowości'. Kiedy pojawił się spotify, piosenki nagle się skróciły, bo użytkownik tego narzędzia słucha jednego kawałka średnio przez 1,5 minuty. Itd. Rzecz dotyczy oczywiście wszystkich zjawisk społecznych i polega na tym, że pozostaje się w paradygmacie, zmieniając jedynie manifestacje i/lub nazwy. Kilka przykładów.

Na pewnych zajęciach uniwersyteckich Annette Siemes opowiadała o tym, że w niektórych krajach nie stosuje się firanek w oknach, na co jeden ze studentów zapytał – a co używa się w zamian? Zastłanie okien zatem do przesłanka, a konkretna forma zastłania to decyzja. Decyzje mogą być różne, ale przesłanka jest nienaruszalna.

Okładanie się przez mężczyzn piściami, czyli boks, już od dawna działa (a wśród kobiet od niedawna) i stanowi mniej lub bardziej stabilny element rynku, ale skoro jest i działa na rynku, to warto może rozszerzyć ofertę na coś nowego, co jednak ma być nadal starym (w

³⁰ Proszę zauważyć, że w epokach historycznych kategoria 'nowoczesności' się nie pojawia, bo czyż Rembrandt jest bardziej nowoczesny niż Rubens lub odwrotnie.

innych szatach), więc »kreatywnie« wymyśla się coś nowego:³¹ MMA (Mixed Martial Arts), streetfight, streetbeefs, slap fight, bare knuckle fighting. I znowu – funkcjonalnie jest to tym samym, różnice są jedynie strukturalne. Lub mniej marsowo – dotychczas usługa i stosowny zakład nazywały się 'fryzjer', a teraz 'barber shop', ale można też jedno i drugie razem "Balwierz Barber Shop" (w Zgorzelcu).

Mój (ze zrozumiałych powodów) ulubiony przykład tego zjawiska to wegetariańskie kielbasy, kotlety, szynki itp., kreatorzy których pracują totalitarną opozycją o ukrytej i nienaruszalnej przesłance. Mamy zwierzęce kielbasy, ale mamy również wegetarian, którzy mają tę niekorzystną (rynkowo) cechę, że owych kielbas nie jedzą, co oznacza, że ich też nie kupują. Więc producenci mniej lub bardziej roztropnie zakładają (przesłanka), że co jak co, ale wegetarianie bez wątpienia (podobnie jak 'wszyscy') marzą o kielbasach, których nie mogą jeść, bo z nich zrezygnowali, a marzy się o tym, czego się nie ma, więc cierpią z tego powodu, zatem wegetarianie są niepełnosprawnymi uczestnikami rynku, w związku z czym producenci produkują i oferują wegetariańskie kielbasy i tym podobne wytwory. To że wegetarianie nie jedzą zwierząt ze względów etycznych lub przynajmniej ekologicznych (inna przesłanka), jest nieistotne, gdyż psuje nam to naszą, producentów, przesłankę oraz zmniejsza ich udział w rynku. 'Kielbasa' zatem jako przedmiot marzeń musi pozostać, trzeba tylko zmienić jej treść i wtedy producent może nadal sprzedawać to co sprzedaje, tyle że w dwóch wersjach, więc jego zasięg rynkowy rośnie.

Na pierwszy rzut oka paradygmat ten przypomina powrót do jaskiń, gdzie każdy artysta malował sobie co chciał. Ale tylko na pierwszy rzut oka. W jaskini artysta otrzymywał od swoich współjaskiniowców natychmiastowy feedback, który mógł jednak ignorować. Dzisiejszy artysta niczego nie może ignorować, gdyż sam jest produktem na rynku, produkującym produkty dla rynku, a rynek wyznacza jego dochody, czyli gwarantuje przetrwanie i daje prestiż w zawodzie, oraz określa, jak mu już malować nie wolno (tak jak dotychczas się malowało), jeśli chce osiągnąć sukces. Gerhard Richter uznawany jest za najdroższego spośród żyjących malarzy i tym samym wyznacza (chcąc nie chcąc) pułap dążeń, marzeń i górny szczebel w hierarchii malarzy.³² Problem – co malować, by drożej sprzedawać? Rozwiązanie – inaczej niż Richter; ale tak inaczej, żeby to kupiono, a ponadto owo 'inaczej' trzeba jeszcze wymyśleć; podczas kiedy w baroku wystarczyło malować barokowo, czyli tak jak wszyscy. Analogia z jaskinią jest więc tylko strukturalna, lecz nie – funkcjonalna.

Nasz nowy (współczesny) model sztuki to model rynkowy, zorientowany tylko i wyłącznie na uzyskanie dochodów przez artystę, które to dochody decydują o pozycji na (specjalnie na tę okazję sporządzonej) liście bestsellerów sztuki i artystów, a ta pozycja z kolei wyznacza, jak już nie można malować i na tle czego trzeba wymyślać coś innego wobec tego, co jest na liście bestsellerów. To klasyczna cyrkularność, czyli pętla sprzężenia zwrotnego obowiązująca w kapitalizmie generalnie (patrz Zuboff 2018, Herrmann 2013 i 2022). Tym samym artysta jest takim samym oferentem siły roboczej jak każdy inny oferent i działa w ramach praw rynku gospodarczego (a nie modelu władzy czy porządku społecznego). Sztuka wymaga oczywiście całego aparatu towarzyszącego: krytyków sztuki, kuratorów wystaw, samych wystaw, czasopism o sztuce, reklamy prac, marketingu, portali internetowych o sztuce, influencerów/-ek itd. Nie różni się to niczym od pozostałych

³¹ Znaki '»' «' stosuję w wypadku metaforycznego użycia danego słowa, kiedy nie jest to oczywiste.

³² Ceny jego obrazów sytuują się w granicach 20 do 40 milionów Euro.

arealów współczesnego rynku. Dla uniknięcia nieporozumień: nie oznacza to, pozostajmy przy tym przykładzie, że nie ma artystów malujących tak lub podobnie jak Gerhard Richter, oczywiście są, tyle że tworzą jedynie tło, z którego wyskakuje Richter, ma się rozumieć tylko dlatego, bo był pierwszy, a pierwszy wytycza 'inność' oraz kierunek, w którym nie można już iść (!). A zatem armia epigonów, naśladowców, artystów malujących w poetyce danej szkoły, danego stylu również jest (systemowo) potrzebna, gdyż generuje owego pierwszego, najlepszego, innowatora. Nie inaczej funkcjonują influencerzy na Instagramie. Wychodzi się od tego,³³ że na 100.000 influencerów czworo uzyskuje zasięg światowy, a ponieważ nie wiadomo, którzy to będą, bo innym można być tylko na tle czegoś, więc potrzebnych jest 100.000. Zakłada się setki tysięcy startupów, ale tylko kilka przetrwa na rynku, a ponieważ nie wiadomo które... itd. To jedyny mechanizm napędowy systemu, jakim dysponuje kapitalizm – konkurencja. Kooperacja nie wchodzi w rachubę.

4. Dekoratorzy, kuglarze i projektanci

Dla obydwu przedstawionych tu paradygmatów sztuki zaproponować chcę trzy (niewartościujące!) określenia: dekoratorzy, kuglarze (sztukmistrze) oraz projektanci (w pewnym sensie jako submodel kuglarzy), a wszystkich ich łączy realizacja funkcji estetycznej.³⁴

Dekoratorzy tworzyli historyczne typy sztuki; istniał pewien porządek społeczny, wymagający wizualizacji, więc artyści dekorowali go na sposób, o kształcie którego decydował ów porządek; kiedy zmieniał się system władzy i porządek społeczny, dekorowano je na ich sposób, bo do tego dekoratorstwo służyło.

Na przełomie wieków (XIX i XX) pojawiają się kuglarze i sztuka, którą każdy może uprawiać oraz każdy jak chce, ale o powodzeniu, miejscu w hierarchii i dochodach decyduje rynek, więc to on wyznacza, jak należy malować, a mianowicie – inaczej niż wszyscy; lub też podjąć można decyzję nie wchodzenia na rynek i malowania jak komu w duszy gra, ale wtedy nie ma się powodzenia i trzeba mieć jeszcze jakiś inny zawód.

Dawniej zatem sztuka służyła władzy; dzisiaj sztuka jest autonomiczna i nie musi służyć kapitalizmowi, gdyż jest na jego rynkach tylko jednym z wielu towarów³⁵ i w tym sensie go stabilizuje; ale jeśli sztuka chce przetrwać, musi funkcjonować w ramach jego kryteriów.

Dla ścisłości dodać trzeba, że kapitalizm nie jest systemem władzy lecz porządkiem gospodarczym, tyle że w swej aktualnej wersji (mniej więcej od lat 1950) przejął funkcje władzy, a tradycyjna władza (polityka, demokracja, parlamenty) dba o gwarantowanie warunków ramowych dla kapitalizmu. Natomiast dekoratorów i kuglarzy łączy jedynie to, że ich produkty nazywane były i nazywane są sztuką. Jedni tworzyli, a drudzy tworzą sztukę na mocy funkcji estetycznej, ale powody owej produkcji, jej przesłanki i rezultaty są różne.

Tu dla wyjaśnienia drobna uwaga: dekoratorzy (w niewielkiej liczbie) obecni są jeszcze dzisiaj, tyle że w formie skamieniałości społecznych (w sensie *fossilis*), swego rodzaju

³³ Patrz na przykład: <https://www.adzine.de/2020/04/instagram-analyse-zeigt-in-deutschland-dominieren-micro-influencer/>, 2.02.2023.

³⁴ Dlaczego kuglarze? Z dwóch powodów: ponieważ kuglarze stale muszą wymyślać coś innego, żeby zaistnieć; kiedy jeden zongluje trzema piłeczkami, to następny musi czterema itd., oraz ponieważ nie znalazłem lepszego słowa. Również w tym wypadku nie chodzi o osoby, lecz o paradygmaty pracy. Konkretna osoba może oczywiście w zależności od zadania, preferencji, upodobań pracować we wszystkich tych paradygmatach. Tyle że skutki dla niej są inne w zależności od wyboru.

³⁵ I dlatego może go/jej równie dobrze nie być. Towarów jest dość.

reliktyw; jako przykład podać można socrealizm i podobną sztukę nadworną wszelkich totalitaryzmów, jak widać na obrazkach.³⁶



Jedyny problem, jaki w obydwu tych paradygmatach się pojawia, polega na 'jak'. Jak malować? O ile w paradygmacie dekoratorów sytuacja była dość prosta – malowało się tak, jak nakazywał porządek władzy lub zleceniodawca dzieła (co na jedno wychodzi), więc barokowy artysta malował barokowo, a następnie jego dzieło nabywano, tym bardziej że najczęściej i tak było przedtem zamówione i w tym sensie artysta sytuował się na obszarze rzemiosła, do którego zresztą jego gilda należała. W ramach 'jak', trzeba było tylko wymyślić konkretne formy (ale nie sposób) namalowania baroku. O tyle w paradygmacie kuglarzy artysta sam musi wykoncypować, jak i co malować i żadna władza i żadna gilda mu tego nie powie, więc nie są mu potrzebne. Potrzebna jest *znajomość kontekstu* i ogląd sytuacji, czyli orientacja w tym, co malują koledzy i koleżanki (= konkurencji), oraz w tym, czego wymaga aktualnie rynek.³⁷ Tutaj pojawia się na horyzoncie

³⁶ Dla wyjaśnienia: obrazki zamieszczone z prawej strony nie są satyrą. Od góry i z lewej do prawej: Władimir Alexandrowitsch Serov (1962); Jon McNaughton "Crossing the Swamp" (2018); Włodzimierz Zakrzewski "Towarzysz Bierut wśród robotników" (1950); Jon McNaughton "You Are Not Forgotten" (2016); źródła: <https://www.mlpd.de/2017/kw01/das-jahrhundert-ereignis-die-oktoberrevolution-1917-veraendert-die-welt>; <https://jonmcnaughton.com/crossing-the-swamp-10x15-litho/>; <https://artdone.wordpress.com/2016/06/05/gerard-singer/wlodzimierz-zakrzewski-towarzysz-bierut-wsrod-robotnikow-1950-muzeum-narodowe-w-szczecinie/>; <https://jonmcnaughton.com/crossing-the-swamp-10x15-litho/>, 20.08.2022.

³⁷ Mechanizm ten zaczyna dziś funkcjonować również na terenie nauki, zwłaszcza filozofii, jak widać to na przykładzie książek Richarda Davida Prechta. Autor ten precyzyjnie analizuje rynek, patrzy na to »co chodzi«, a następnie błyskawicznie pisze o tym książkę, która ma tę zaletę, że zawsze jest aktualna, co wywołuje niekłamany podziw krytyków. Patrz – Precht 2020, 2021, 2022, Precht/Welzer 2022.

jeszcze jeden element, a mianowicie, dawno tu już nie wspomniana, empiria, ale jako kryterium decyzyjne dopiero wtedy, kiedy podejmowana jest przez artystę decyzja, czy produkuje bezpośrednio na rynek sztuki (kuglarze), czy też chce pracować na obszarze tak zwanej sztuki użytkowej (projektanci), która, co ciekawe, nie jest traktowana jako »prawdziwa sztuka« (stąd nazwa)! To znaczy na obszarze designu i, w naszym wypadku, grafiki użytkowej, ponieważ tutaj owo 'jak' ustalane jest przez użyteczność, skuteczność, praktyczność, funkcjonalność. A to wymaga badań. Sama kreatywność to za mało.

W modelu kuglarzy wystarczająca dla generowania sztuki (jako towaru) jest orientacja w tym, co jest, oraz kompetentny i precyzyjny ogląd sytuacji zastanej. Na tym tle produkować można następnie sztukę za pomocą metody odwracania kota ogonem, zmieniając jakiś element lub kilka lub wiele w tym, co namalowano dotychczas (mogą to też być czysto techniczne aspekty, jak na przykład wieszanie obrazów do góry nogami, jak czyni to Georg Baselitz).³⁸ Lub – skoro od wieków akty malowano, jak malowano, więc namalujmy inaczej.



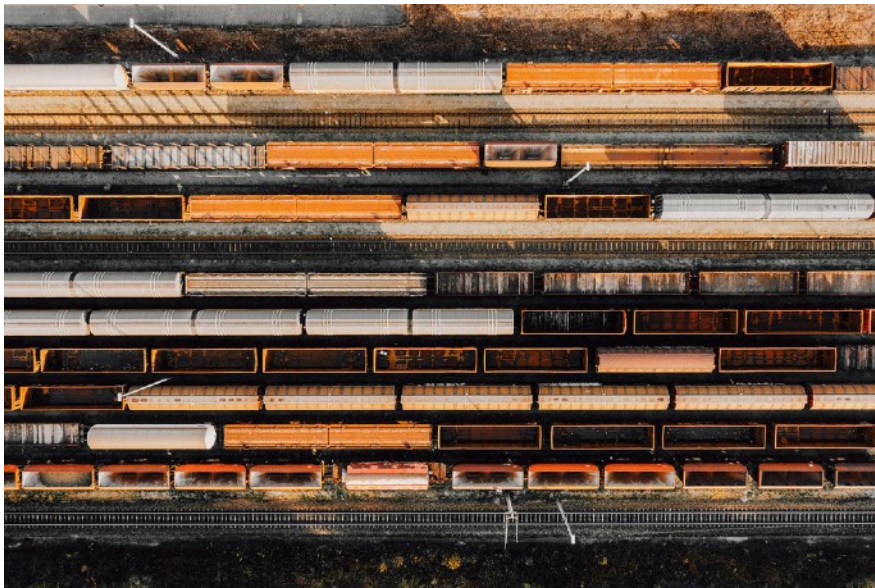
William Etty, Akt (1825), Marcel Duchamp, Akt (1912).³⁹

Lub zamiast "Litwo, Ojczyzno moja!...", bo to już jest, produkujemy dzieło – Klimacie, Ojczyzno moja! ty jesteś jak zdrowie; / Ile cię trzeba cenić, ten tylko się dowie, / Kto cię stracił. Więcej nie jest potrzebne. Również kreatywność nie jest tu istotna; można co prawda przy urynkowaniu produktów stosować słowo 'kreatywność' – słów można używać do woli – i zarówno jako artysta, jak i krytyk sztuki gaworzyć o tym, ach jakież kreatywny jest ten artysta, a tamten nie itp., ale dla produkcji nie jest ona wymagana, gdyż odwrócony kot lub cokolwiek innego pozostaje kotem lub owym czymkolwiek (powinno być – cokolwiek). Kuglarze pracują dualistycznie i bipolarnie. Uwaga: to nie

³⁸ Ceny jego obrazów dochodzą do 2 milionów Euro. Na temat generatywnej funkcji technicznych możliwości (nowych technologii) w sztuce patrz – <https://www.ardmediathek.de/video/ard-kultur/moderner-lustgarten-oder-kunst-experiment/wdr>, 2:40, 2.03.2023, gdzie napotykamy między innymi następujący tekst: "Pięcioro kreatywnych o odmiennej samoświadomości (sic!), dla których jedno jest wspólne – korzystają z digitalnych narzędzi"; proszę sobie wyobrazić, że ktoś powiedziałby dawniej – korzystają z pędzla.

³⁹ Źródło: lewe zdjęcie – <https://www.meisterwerke-online.de/gemaelde/william-etty/1605/akt.html>; prawe zdjęcie – <https://www.kunst-meditation.it/a-bis-h/duchamp/>, 10.09.2022.

wartościowanie, to opis/ocena (patrz wyżej). A ponadto w ramach tego modelu 'kreatywność' funkcjonuje wewnątrzsystemowo, czyli jako synonim 'inności'; kreatywny jest ten, kto wpadł na odwrócenie czegoś, czego dotychczas nie odwrócono. Więc skoro Aleksandr Rodczenko (Александр Михайлович Родченко) fotografował rzeczy z góry,⁴⁰ to też tak fotografujemy, tylko trochę inaczej.



Tom Hegen, Habitat (2018)⁴¹

Natomiast w modelu projektantów/designerów konieczna jest kreatywność w ścisłym tego słowa znaczeniu, czyli mechanizm kreatywności (a nie tylko słowo).⁴² Zewnątrzsystemowo zdefiniować można ją tak – w nowych sytuacjach znajdować (lub znajdować) nowe rozwiązania. Lub, jak definiuje John Cleese, "kreatywność to córka anarchii".⁴³ Dokładnie tego w dekoratorstwie nie było, tam mieliśmy zawsze do czynienia z czymś zastanym, co się jedynie tak lub inaczej modyfikowało, a kiedy pojawił się kolejny porządek społeczny, wtedy to co było przedtem stawało się starym, a to co wtedy było teraz – nowym. W modelu kuglarzy zaś wystarczy 'inność' w relacji do tego, co (aktualnie) już jest. Kreatywność natomiast musi być w stanie, »zauważyć« nowe zjawiska *oraz* wygenerować dla nich nowe metody ich asymilacji.

Można zatem zrobić plakat w poetyce kuglarzy, czyli odwrócić kota ogonem, żeby była inność, lub też można zaprojektować kreatywny plakat:



⁴⁰ Na przykład kolumnę Towarzystwa Sportowego Dynamo z 1932 roku.

⁴¹ Źródło – <https://www.wagner1972.com/seventytwo/habitat-von-tom-hegen/2018.>, 10.09.2022.

⁴² Nie trzeba oczywiście podkreślać, że we wszystkich paradygmatach realizatorom dzieł potrzebne są kompetencje, te jednak nie mają nic wspólnego z kreatywnością, to warsztat.

⁴³ Źródło – <https://www.sueddeutsche.de/kultur/woke-debatte-monty-python-1.5458248>, 22.10.2022.

Kreatywną poetykę subwersywną stosuje od lat satyryczna partia o nazwie "Partia" (Die Partei),⁴⁴ powstała w roku 2004 w Niemczech jako żart w redakcji czasopisma satyrycznego "Titanic", której celem nie jest oczywiście dojście do władzy lub pojawienie się w parlamencie, lecz wykorzystanie polityki i instytucji demokratycznych oraz sposobów ich funkcjonowania w celach satyrycznych dla zwiększenia zasięgu oddziaływania satyry właśnie.⁴⁵ A wszystko to za pomocą środków komunikacji subwersywnej.⁴⁶ Tu w roli przykładu jeden z plakatów ulicznych "Partii" (z niemieckich wyborów parlamentarnych 2017 roku). Wykorzystuje on dwuznaczność słowa 'töten' (zabić/zabijać) w zależności od trybu mowy. Napis "Nazis töten", kiedy rozumie się go w trybie rozkazującym, oznacza "Zabić nazistów" i spotyka się ze zrozumiałym sprzeciwem; kiedy jednak traktuje się go w trybie oznajmującym, wtedy znaczy on "Naziści zabijają", co odpowiada przeszłej i aktualnej sytuacji w odniesieniu do ruchów faszystowskich. Na dole dodatek "Uprzejma wskazówka PARTII".

Jako projektanci napotykamy, wynajdujemy coś nowego, konfrontowani jesteśmy stale z czymś, czego jeszcze nie było, co dopiero pojawiło się w społeczeństwie i wobec czego trzeba zająć stanowisko i znaleźć nowe rozwiązanie dla asymilacji tego w ramach sztuki użytkowej.⁴⁷ Pojawia się dotychczas nieobecne zjawisko społeczne (media społecznościowe, Instagram, TikTok), nowe aspekty funkcjonowania kapitalizmu i wynikłe z tego nowe relacje społeczne itp. W tym momencie do głosu dojść musi kreatywność właśnie: jak się zachować wobec tych zmian, jakie stanowisko zająć, jaką ideologię w swej pracy i swą pracą poprzeć, a jakiej zaprzeczyć oraz – jakie nowe rozwiązania znaleźć dla asymilacji tego nowego. W tym względzie konieczna jest jednak pewna nowa dyferencja, tyle że nie rynkowa, lecz estetyczna, a mianowicie bazująca na kryterium, nazwijmy to, 'celu mówienia/komunikowania'.

O ile dla kuglarzy realizacja dzieł w ramach tego kryterium oparta jest tylko i wyłącznie na 'mówieniu' – każde dzieło kuglarzy »mówi« bowiem tylko jedno: 'I was here' (to ja, ja to namalowałem, patrzcie, jak ładnie/brzydko potrafię malować, czyż nie jestem wspaniały; czego znakomitym przykładem są tagi murali).⁴⁸ Uwaga: nie mówię tutaj o osobie stojącej przed obrazem (lecz o jego malarzu). Oglądający obraz może się nim oczywiście

⁴⁴ Pełna nazwa brzmi "Die Partei für Arbeit, Rechtsstaat, Tierschutz, Elitenförderung und basisdemokratische Initiative" (Partia dla pracy, państwa prawa, ochrony zwierząt, wspierania elit i inicjatywy oddolnej demokracji). Partia ta, biorąca rzeczywiście udział w wyborach, pracuje w ramach paradygmatu powstałego w 1957 roku z inicjatywy Guy Deborda ruchu sytuacionistów (Międzynarodówka Sytuacionistów) i podobnego ruchu w Japonii, Zengakuren, założonego w roku 1948. Patrz: Debord 2013, Fleischer 2022a.

⁴⁵ Zabawny jest w tym kontekście fakt, że (były) redaktor naczelny tego czasopisma, Martin Sonneborn, w rzeczy samej został posłem w Parlamencie Europejskim. A twierdzi się często, że satyra jest nieskuteczna. Zdjęcie plakatu pochodzi ze strony internetowej "Partii" – www.die-partei.de. 20.08.2022.

⁴⁶ Bazuje ona na demaskowaniu negocjacji znaczeń w sytuacjach, w których adresat korzysta ze stereotypów, uprzedzeń, spiskowych mitów itp. Mówimy coś, czego sami nie myślimy, i konfrontujemy z tym adresata, uzmysławiając mu (pośrednio), że reprezentantem prezentowanych mu opinii jest on sam. Innymi słowy – pokazujemy ludziom ich poglądy (które nie są naszymi), a oni obrażają się na nas, zamiast zastanowić się nad sobą. Szerzej na temat komunikacji subwersywnej patrz – Fleischer 2012.

⁴⁷ Dla wyjaśnienia: nie mówię tu o osobach, lecz o modelach uprawiania sztuki. Ta sama osoba może oczywiście pracować w każdym z tych modeli, nawet jednocześnie.

⁴⁸ Powtarzam się, ale trzeba jednak dodać, że również w tym wypadku nie wartościuję, lecz (przyznaję, w sposób spuentowany) opisuję pewne zjawisko. Rzecz podobna jest tu do sytuacji, kiedy lekarz diagnozuje chorobę psychiczną, wtedy on też nie wartościuje, lecz (lepiej czy gorzej) diagnozuje stan faktyczny.

zachwycać, tak samo jak zachwyca się nowym smartfonem, Instagramem, nowym kubłem na śmieci czy modelem samochodu. Lub nie zachwycać. Zachwyt jest bowiem indyferentny obiektowo, jest właściwością, operacją podmiotu i nie ogranicza się do sztuki. W tym kontekście warto wspomnieć o jeszcze jednej cesze, charakterystycznej zarówno dla kuglarzy, jak i dekoratorów oraz generalnie dla naszej, śródziemnomorskiej, sztuki (w przeciwieństwie do estetyki japońskiej, patrz – wyżej), a mianowicie tej, że nasz artysta nie pozostawia w dziele miejsca dla oglądającego, ten ma patrzeć na obraz o charakterze gotowego produktu, służącego wyłącznie do recepcji (w formie zachwytu, podziwu lub ich braku). W ramach japońskiej estetyki natomiast dzieło sztuki jest jedynie swego rodzaju partyturą, obiektem mającym wywołać współdziałanie widza/czytelnika w jego produkcji, w rezultacie powstaje tak zwany 'trzeci obiekt': a) to co artysta inicjuje, b) co oglądający wprowadza od siebie oraz c) rezultat tego procesu, czyli $1 + 1 = 3$. Takie dzieło sztuki zawiera tylko tyle elementów, ile koniecznych jest do zasygnalizowania tego, co ma zostać wyrażone; dzieło jest szkicem scenariusza recepcji, koniecznym dla rozpoczęcia procesu, bowiem rezultat nie jest produkowany przez artystę, lecz przez użytkownika wspólnie z artystą. Przez to sztuka jest głęboko społeczna i nie podkreśla dominacji jednego z jej uczestników, chodzi o proces, a nie o obiekt.

O tyle dzieła projektantów realizowane są w paradygmacie 'komunikacji', czyli negocjacji znaczeń na mocy maksymy – 'mam coś do powiedzenia; pokazując coś, chcę powiedzieć (a nie tylko pokazać) coś, co w społecznie relewantny sposób wykracza poza samo dzieło'. I nie jest to kwestia techniki, ta wśród dekoratorów, kuglarzy i projektantów jest taka sama (zarówno jej opanowanie, jak i jej repertuar), co widoczne jest na poniższych obrazkach. Wszystkie pokazują, że artysta się napracował, wypełnił bez luk całą powierzchnię obrazu oraz znakomicie opanował technologię i warsztat, tyle że jeden dekoruje system, drugi ma o systemie coś do powiedzenia, a trzeci – również.⁴⁹



Albrecht Dürer "Beweinung Christi" (1509/10), Adriaen van Ostade "Der Tanz im Wirtshaus" (1650-55)

⁴⁹ Źródła: A. Dürer – <https://www.van-ham.com/de/kuenstler/albrecht-duerer/albrecht-duerer-beweinung-christi.html>; A. van Ostade – <https://www.kunsthalle-bremen.de/de/view/exhibitions/exb-page/ostade>; W. Smith – <https://horrorvacuiblog.altervista.org/winston-smith-punk-surrealist/>, 20.09.2022.



Winston Smith "Pax Americana" (1987)

Lub odwrotnie: jeden miał o systemie coś do powiedzenia, a drugi nie ma.⁵⁰



Paradygmat projektantów rudymmentarnie obecny był oczywiście już wcześniej, jednak swego czasu stanowił margines (nierzadko sytuowany poza granicami »prawdziwej« sztuki), a dziś to jedna z metod zabierania głosu w kwestiach społecznie istotnych.⁵¹

⁵⁰ Źródła: Lewe zdjęcie – Otto Dix, fragment tryptyku "Großstadt" (Wielkie Miasto) 1927/28, <https://www.spiegel.de/geschichte/otto-dix-grossstadt-1927-28-a-19741d20-0002-0001-0000-000168895817>; prawe zdjęcie – plakat filmowy <https://www.filmweb.pl/film/Dziewczyny+z+Dubaju%C2%AE-2021-847757>. 10.11.2022.

⁵¹ Źródła: W. Hogarth – <https://www.royalacademy.org.uk/art-artists/work-of-art/gin-lane-1>; A. van Ostade – <https://collections.tepapa.govt.nz/object/40241>; G. Crewdson – <https://www.sothebys.com/en/buy/auction/2020/contemporary-art-online-new-york-2/gregory-crewdson-untitled-pregnant-woman-pool>, 20.09.2022.



William Hogarth "Gin Lane" (1751), Adriaen van Ostade "The breakfast" (ok. 1652), Gregory Crewdson, Untitled (1999)

Różnica między dekoratorami a projektantami/designerami w odniesieniu do kreatywności bardzo dobrze widoczna, bo zwizualizowana, jest przez następujące zestawienie.⁵²



Dekorator (Gustave Eiffel) zbudował wieżę Eiffla (1887-89) na okoliczność stulecia Rewolucji Francuskiej, z jednej strony wizualizując, co ciekawe, przymierający model władzy oraz siebie samego, a z drugiej starając się wpisać w nową sytuację rodzącego się współczesnego kapitalizmu, ale za pomocą dotychczasowych metod stabilizowania porządków władzy.⁵³ Natomiast projektant (Anton von Rieppel) zbudował most Mungsten (Müngstener Brücke, 1895-97), pozwalający przekroczyć 107 metrową dolinę między

⁵² Źródła: Wieża Eiffla – <https://pixers.pl/naklejki/eifelturm-eifel-tower-paris-2125467>; Most – https://de.wikipedia.org/wiki/M%C3%BCngstener_Br%C3%BCcke; Von Smial - Eigenes Werk, FAL, <https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=3873677>; 11.10.2022.

⁵³ Stąd wieża rośnie w górę jak wzrost gospodarczy.

dwoma miastami (Remscheid i Solingen), most używany przez kolej do dziś. Trzy rzeczy są tu znamienne: po pierwsze, nazwisko dekoratora jest powszechnie znane, to projektanta mało komu (o samym moście nie wspominając); po drugie, obydwaj panowie byli inżynierami; po trzecie, dla obydwu budowli została użyta ta sama ilość stali. Jedna konstrukcja służy systemowi, druga ludziom. Podziwiać można obydwie, lecz nie to samo.

5. Empiria – czyli po co badania

Ale to jeszcze nie wszystko. Poza kreatywnością projektantom potrzebna jest jeszcze empiria, i to w dwóch wymiarach.

Z jednej strony mieć trzeba precyzyjny i głęboki ogląd sytuacji, wiedzę o tym, co dzieje się dookoła, wynikłą z empirycznej obserwacji środowiska (a nie jego oglądania) i dziejących się w nim rzeczy. Technicznie natomiast trzeba w tym wymiarze odpowiedzieć sobie na kilka pytań: czy jestem uczestnikiem systemu, czy jego obserwatorem; czy jestem częścią systemu, czy też wiem, w czym tkwię i jak to działa? Można bowiem być nieświadomym osobnikiem biegnącym za resztą stada i projektować tak jak wszyscy, lub też wiedzieć i wiedzieć co się robi, bo ma się pojęcie o tym, jak jest zrobiony i jak działa dookolny świat.⁵⁴ Lub jak mawiał Enzo Mari – kształtować czy reagować. Co oczywiście nie oznacza izolacji od świata, gdyż chodzi o dyferencję typu: 'czy jestem na Instagramie, bo wszyscy tam są; czy też jestem tam, bo ja tego chcę, ale wiem, co to jest i jak działa Instagram'. Z drugiej strony trzeba przeprowadzać badania (lub wykorzystać wyniki już istniejących badań), chcąc dowiedzieć się czegoś o obiekcie, problemie, zjawisku, na temat którego ma się wykonać jakiś projekt (na przykład graficzny). Najpierw powinniśmy zatem zrozumieć, co się dzieje, a następnie wygenerować metody dotarcia za pomocą sztuki użytkowej do odbiorców, którzy, a to ważne, sami jeszcze nie rozumieją zmian w swoim otoczeniu, są zdezorientowani, nie zasymilowali jeszcze tego co nowe. A ponadto najpierw musimy wiedzieć, jaka jest, dajmy na to, firma, dla której coś projektujemy, abyśmy dla niej coś sensownego byli w stanie zrobić, co też będzie później na rynku funkcjonowało. Jakżesz bez badań (czyli analizy sytuacji zastanej) projektować wizerunek firm lub cegokolwiek?⁵⁵

Weźmy dla ilustracji kilka mniej trywialnych zagadnień, chcąc pokazać, do czego grafikom i szerzej projektantom potrzebna jest empiria.

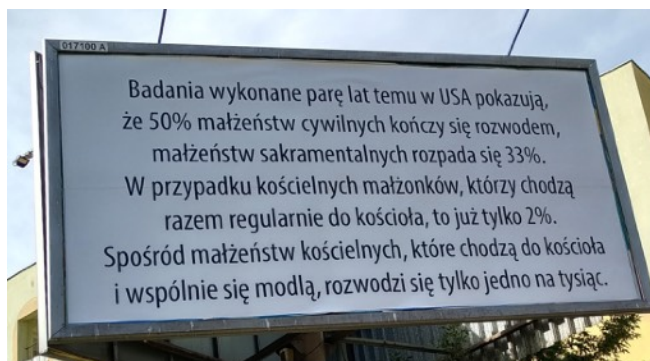
Na przykład *transformation design* w odniesieniu do zmian klimatu. Chcąc zaprojektować grafikę użytkową informującą o tym zjawisku, przedstawiającą je w odpowiednim świetle (w jakim?), mającą wskazać odbiorcom, jak się w tej nowej sytuacji zachować itd., konieczne jest dla grafika zaznajomienie się ze stanem badań na ten temat, ze stanem świadomości w danej populacji, równie konieczne jest przeprowadzenie lub wykorzystanie badań na temat sposobu dotarcia do populacji, wyboru nośnika, miejsca publikacji swego projektu itd.⁵⁶ Wiedząc już, co się dzieje, trzeba zacząć szukać kreatywnych rozwiązań dla wizualizacji swego stanowiska lub stanowiska zlecniodawcy. Nowy problem zatem to – jak zwizualizować zmiany klimatu dla tych, którzy wiedzą, w czym rzecz, oraz dla tych,

⁵⁴ Więc można jak wszyscy mówić 'Silicon Valley', lub powiedzieć techno-kalifat. Drobną różnicą.

⁵⁵ Można oczywiście wymyślić jakieś »ładne« logo lub wziąć z powietrza pomysł na wizerunek (to każdy potrafi), ale nasz klient, odbiorca, zlecniodawca oczekują *funkcjonującego* logo i wizerunku. A jeśli się przedtem nie sprawdzi, czy one funkcjonują, to mamy tylko sztukę.

⁵⁶ I jeszcze raz – można to wziąć z głowy, tyle że tam też tego nie ma, bo jeszcze nie ma wiedzy na ten temat. Tę trzeba wyprodukować przez badania. Własne czy zleczone to bez znaczenia.

k którzy nie mają o tym pojęcia, i tych, którzy zaprzeczają tym zmianom. Trzy różne grupy odbiorców, ale projekt ma być jeden. Teraz szukamy nowego rozwiązania. Niełatwo go znaleźć, bo takiego i tego problemu jeszcze nie było. To samo dotyczy oczywiście wielu innych nowych zjawisk: jak zwizualizować kompleksowe teksty (na przykład prawnicze) dla ludzi, mających problemy z asymilacją kompleksowości, jak za pomocą grafiki przedstawić ideologie, jak graficznie pokazać pojawiające się zjawiska tak zwanego współczesnego świata.⁵⁷ Można oczywiście tak, jak na poniższym obrazku, ale może da się to zrobić inaczej lub przynajmniej rozsądniej.⁵⁸



Inny przykład. Jak dotrzeć do ludzi, którzy nie chcą, żeby do nich docierać, zwłaszcza z czymś, co jest dla nich niewygodne, na przykład do TikTowców, koronasceptyków, faszystów lub innych znajdujących się w filter bubble? W szczególności zaś do tych, którzy nie chcą wiedzieć. Co ciekawe, na prawym obrazku widać jeszcze paradygmat dekoratorów, co prawda w formie skamieliny komunikacyjnej, niemniej jednak:⁵⁹



Lub do tych, którzy nie są w stanie wiedzieć:⁶⁰

⁵⁷ Dla ułatwienia dodam, że ja też nie mam rozwiązań, moje zadanie polega tu na zobaczeniu i (na ile mi się uda) precyzyjnym opisanu problemów. Podane niżej przykłady można mnożyć, bo leżą na ulicy.

⁵⁸ Zdjęcie plakatu Fundacji Kornice, autor (zdjęcia) – MF.

⁵⁹ Źródła: lewe zdjęcie – <https://ewastankiewicz.wordpress.com/2015/11/10/polska-dla-polakow-polacy-dla-polski-marsz-niepodleglosci-2015/>, 14.04.2019; prawe – z mojego archiwum.

⁶⁰ Źródło – https://twitter.com/marian_zawieja/status/1554812307879956481?ref_src=twsrc%5Etfw, 5.09.2022.



To proste – trzeba założyć na TikToku profil i tam to propagować. Ano właśnie – odwracanie kota ogonem, czyli coś z obszaru kuglarzy, którzy, nie wiedząc dlaczego, chcą nierzadko pracować jako projektanci. Jak ten problem zatem rozwiązać?

Dekoratorów już nie ma, a kuglarze albo nie widzą problemu, albo nie mają narzędzi, by rozwiązywać tego typu problemy. Tu otwiera się pole działania dla projektantów, co jest o tyle łatwe, że narzędzia już są, na przykład komunikacja subwersywna lub indeksalna.

Kolejny przykład. Wszyscy znamy firmy z obszaru wielkich agregatorów (GAFAM), możemy je wymienić z głowy bez namysłu, tym bardziej że to bohaterowie naszych marzeń (a ostatnio nawet bochaterowie). A można by na przykład zadać pytanie – do kogo należą te firmy i dlaczego? Przedtem oczywiście trzeba wpaść na możliwość i sens zadania takiego pytania (= orientacja w otoczeniu). W perspektywie wewnątrzsystemowej to niemożliwe, tu wystarczy zachwyt; dobrze zatem że dysponujemy zewnątrzsystemową, bowiem po przejrzeniu powszechnie dostępnych źródeł okazuje się, że ich właścicielami są (% posiadanych akcji – 30.03.2022):⁶¹

Meta	Tesla	Amazon	Alphabet
należy do:			
Vanguard Group 7,9 Blackrock 6,5 State Street Corp. 4,0 Price (T.Rowe) 3,3	Vanguard Group 6,3 Blackrock 5,3 Capital World Inv. 3,5 State Street Corp. 3,1 Price (T.Rowe) 1,3	Vanguard Group 6,7 Blackrock 5,7 State Street Corp. 3,3 Price (T.Rowe) 3,2 JP Morgan Chase 0,9	Vanguard Group 6,8 Blackrock 6,1 Price (T.Rowe) 3,9 State Street Corp. 3,3 JP Morgan Chase 1,2
Microsoft	Apple	Netflix	Disney
należy do:			
Vanguard Group 8,3 Blackrock 7,0 State Street Corp. 4,0 Price (T.Rowe) 2,6 Capital World Inv. 1,4	Vanguard Group 7,9 Blackrock 6,4 Berkshire Hathaway 5,5 State Street Corp. 3,8 Price (T.Rowe) 1,4 Bank of America Corp. 0,9	Vanguard Group 7,7 Blackrock 6,3 State Street Corp. 3,8 Price (T.Rowe) 3,2 Capital World Inv. 1,9	Vanguard Group 7,7 Blackrock 6,4 State Street Corp. 4,0 Morgan Stanley 2,0 Bank of America 1,5
Twitter	Spotify	Zoom	

⁶¹ Tutaj należy jeszcze wyjaśnić, dlaczego tak niewielka ilość posiadanych przez te organizacje akcji ma istotne znaczenie. Nie chodzi bowiem o wielkość udziałów w danej firmie, lecz o to, czy jest się głównym lub jednym z głównych udziałowców (a w tym celu wystarczy posiadać tyle akcji, ile BlackRock i pozostali z reguły posiadają), gdyż tylko ci mają prawo podejmowania stosownych decyzji oraz odpowiedni dostęp do informacji dotyczących danej firmy; drobni akcjonariusze nominalnie mają te same prawa co główni, tyle że brak im możliwości wpływu na decyzje z powodu ich rozdrobnienia.

należy do:			
Vanguard Group 10,8 Blackrock 6,7 Morgan Stanley 5,0 State Street Corp. 4,8 Aristotle Capital 2,7 Geode Capital 2,0	Baillie Gifford & Co. 13,0 Price (T.Rowe) 9,0 Morgan Stanley 6,0 Vanguard International 3,7 Blackrock Inc. 2,3	Vanguard Group 5.5 Blackrock Inc. 5.2 Morgan Stanley 4.6 Price (T.Rowe) 2.3 JP Morgan Chase 2.2 State Street Corp. 1,9	

Można oczywiście umieścić na plakacie informacyjnym powyższą tabelę, stosownie ją umaiwszy i »kreatywnie« pokolorowawszy, ale może można to zrobić i mądrzej i ładniej i dosadniej. Z tego wynika od razu następne zadanie – wyjaśnienie i zwizualizowanie tego, czym są Vanguard i BlackRock, zadając kolejne pytanie – do kogo należą te dwie organizacje kapitałowe oraz dwa istotne w tym kontekście banki? Wtedy otwiera się wielkie pole dla kreatywności, bowiem rzecz ma się tak (% posiadanych akcji):

BlackRock	Vanguard	Goldman Sachs	PNC*
należy do:			
PNC 34,4 Vanguard 8,4 Wellington 7,2 BlackRock 6,9 Capital World 6,6 Goldman Sachs 0,5	BlackRock 10,4 Vanguard 9,2 Vanguard Inc. 9,04 T. Rowe Price 6,8 Wellington LLP 4,7	Vanguard 7,5 Blackrock Inc. 6,09 State Street 5,8 T. Rowe Price 2,4	Vanguard 7,9 Blackrock Inc. 6,3 T Rowe Price 6,2 State Street 4,3 Wellington LLP 3,3 JP Morgan Chase 3,1

* PNC (Pittsburgh National Corporation) mały regionalny bank]

Z tym łączy się problem – jak wizualizować teksty? W dwóch aspektach: jak za pomocą layoutu zaprezentować tekst tak, żeby stał się łatwo zrozumiały (tu trzeba empirycznie ustalić, jak ludzie czytają jakie teksty), oraz jak przełożyć teksty na wizualizacje, co da się zwizualizować, a co nie itd. (tu narzuca się metoda eksperymentów), co umożliwiała wizualizacja, czego tekst nie potrafi i odwrotnie, co potrafi tekst, a grafika nie? Inne zadanie to problem wizualizacji konceptów komunikacyjnych; tu przykład ciekawego rozwiązania dla wizualizacji 'plotki'.



Jeszcze inny przykład. Ogłosiłem niedawno konkurs na nowe gesty uliczne. Chodząc po mieście nietrudno zauważyć, że dookoła ludzie wykonują różne (mniej lub bardziej dziwne) gesty związane głównie z używaniem urządzeń typu smartfon. Sam zaobserwowałem osobnika, który, jadąc na rowerze, trzymał w jednej ręce kierownicę, a w drugiej smartfona, którym filmował siebie, jadącego na rowerze; lub liczne osobniczki, które trzymają obydwie ręce zgięte w łokciach z poziomo wyciągniętymi na bok dłońmi, w zgięciu łokcia jednej ręki wisi torebka, a w dłoni drugiej ręki leży smartfon; lub mojego sąsiada starającego się, idąc ulicą i trzymając w jednej ręce butelkę piwa a w drugiej papierosa i smartfona, mimo to rozmawiać przez telefon i popijać piwo. Lub taka zaobserwowana ostatnio scenka: matka idzie z dwojgiem małych dzieci na ulicy, jedna dziewczynka trzyma mamę za rękę, a druga wyciąga rączkę do drugiej ręki mamy, ta jednak trzyma w tejże smartfona, więc dziewczynka smutna opuszcza rączkę. Warto by to zwizualizować.

Sposoby trzymania smartfona w przestrzeni publicznej i wiele innych gestów są tak liczne i znaczące, a problemy społeczne przez to widoczne, że warto stworzyć leksykon takich gestów, które, jak nietrudno się domyślić, domagają się grafiki i grafików. Rzecz wymaga ponadto empirii. Trzeba wyjść na ulice i zaobserwować tego typu gesty i zebrać spory ich repertuar. Dla pamięci trzeba je oczywiście sfotografować. Tyle że fotografia to nieodpowiedni nośnik dla naszego zadania, gdyż, jak to fotografia, zawiera zbyt wiele nieistotnych szczegółów. Tu otwiera się pole do opisu dla grafików, którzy narysują te gesty tak, by wydobyć tylko elementy charakterystyczne dla samego gestu. Dokładnie tu potrzebna jest kreatywność (i kompetencje oczywiście). Ale przed kreatywnością konieczna była empiria, czyli ogląd tego, co dzieje się w tej kwestii wokół nas na ulicach. Z głowy tego wziąć nie można.

Trudność nie polega już teraz na tym, jak malować (to zadanie dla kuglarzy), lecz na tym, jak dostrzec istniejący problem i jak go merytorycznie rozpracować, a następnie graficznie przedstawić. To właśnie zadanie dla projektantów. Jedno w tym wszystkim jest pewne – projektowanie, design bez badań są niemożliwe; chyba że zlecniodawcy wystarczy, co nam w duszy gra. To też się zdarza. Aczkolwiek nie polegałbym na tym.

6. Metodologia empirycznej nauki o komunikacji

Na zakończenie tych dziwnych rozważań naszkicuję krótko empiryczną metodologię nauki o komunikacji (w tym projektowania) i przypomnę trzy relewantne dla nas kompleksy metod (szerzej patrz – bibliografia). Nie jest bowiem możliwe podanie zamkniętego ich katalogu, jako że konkretne procedury badań komunikacyjnych muszą być koncipowane z uwagi na problem, który chcemy rozwiązać.

(i) Z jednej strony jest to szeroko rozumiane pole *badania ankietowych*, obejmujące wszystkie te podejścia, które dla rozwiązania problemu, dla sprawdzenia danej hipotezy aktywują respondentów. Reprezentatywność próby może zostać określona z uwagi na populację lub też specyficznie komunikacyjnie (patrz Fleischer 2018). W ramach tego pola wyróżnić można trzy subgrupy metod:

⁶² Źródło – <https://www.mutualart.com/Artwork/Das-Gerucht--I-/2014905E05BEBF3B>, 2.09.2022.

- a) *ankiety*, za pomocą których stwierdza się zgodność (lub jej brak) z uwagi na dany obiekt, właściwości, cechy itp.; ankiety służą do rekonstrukcji określonej zgodności (lub stwierdzenia jej braku) wśród uczestników komunikacji i pozwalają na ustalenie obiektu oraz odgraniczenie go od innych (najczęściej z uwagi na jego semantykę);
- b) *ustalenia*, służące do testowania komunikacji rzeczywistych (a nie tylko hipotetycznych) uczestników komunikacji w odniesieniu do jakiejś wypowiedzi, cechy, właściwości itp., użytej w charakterze oferty (= materiału prezentowanego respondentom);
- c) *eksperymenty*, za pomocą których sprawdzane mogą być na respondentach prognozy wyprowadzone z danej teorii w odniesieniu do konkretnego obiektu komunikacji.

Różnica między tymi trzema metodami sprowadza się do sposobu podejścia do problemu oraz rodzaju oczekiwanej reakcji. W uproszczeniu powiedzieć można, że w przypadku ankiet stawiane jest respondentom specyficzne pytanie lub zadanie, a z uzyskanych odpowiedzi rekonstruowany jest obiekt, dla stwierdzenia którego ankietą została zaprojektowana, a pytanie/zadanie postawione. W przypadku ustaleń chodzi o reakcję respondentów na specyficzną ofertę komunikacyjną. Inaczej niż w ankietach, w ustaleniach nie odpytujemy »treści« obszaru kognitywnego z uwagi na jakiś jej konkretny aspekt, lecz ustalamy kognitywno-emocjonalnie uwarunkowane reakcje w relacji do tej konkretnej oferty lub zmian dokonanych (przez badacza) w tych ofertach. W przypadku eksperymentów natomiast chodzi o potwierdzenie lub falsyfikację sterowanych przez teorię oczekiwań i prognoz. Eksperymenty służą więc do tego i tak są konstruowane, by ich przeprowadzenie w kontrolowanych warunkach pozwoliło na potwierdzenie lub obalenie hipotezy wynikającej z danej teorii. Sumarycznie: eksperymenty są procedurami sprawdzającymi, ankiety procedurami stwierdzającymi zgodność lub jej brak, a ustalenia procedurami badającymi oddziaływanie.⁶³

(ii) Pytania i problemy dotyczące historycznych (lecz tradycjonalizowanych) stanów systemu stawiane/podejmowane są za pomocą metod z zakresu szeroko rozumianej *archeologii dyskursu*. W tym wypadku możliwe są tylko pośrednie drogi analizy. Elementem pośredniczącym jest w każdym wypadku stradycjonalizowana wypowiedź lub ich zbiór, z których cech i właściwości oraz zawartych w nich nastawień, wartości, norm itp. rekonstruowany jest dany historyczny obiekt lub system. Stosować można tutaj wszystkie procedury analityczne zorientowane na wypowiedzi (lub ich korpusy), o tyle, o ile są one problemami komunikacyjnymi i wynikają z jakiejś teorii komunikacji. U podstaw archeologii dyskursu leżą generalne założenia, że w stradycjonalizowanych wypowiedziach zawarte są także cechy i właściwości komunikacji, które je swego czasu wytworzyły i przez które same zostały wytworzone, oraz, że wypowiedzi te są relewantne i istotne także dla aktualnego stanu systemu, skoro nie zostały »zapomniane«. Głównie stosuje się w tym celu metody analizy dyskursu/treści. W tym obszarze metodologicznym mieszczą się na przykład badania słowników i encyklopedii (stanowiących z jednej strony obiekt badań, a z drugiej źródło innych obiektów) lub badania historycznych grafik, plakatów, reklam, dzieł sztuki itp., w których zawarte są interdyskursowe ukierunkowania

⁶³ Por. na przykład próbę ustalenia 'literackości' w Fleischer 2008. Odpowiedź na zagadkę, czyli wynik równania – 2. Zadanie dla projektantów – proszę to równanie tak zwizualizować, aby każdy to od razu zrozumiał.

stradycjonalizowanych konceptów i konstruktów, a także odpowiednie komponenty obrazów świata (por. Fleischer 1997).

(iii) Jako trzeci zespół metod wyróżnić można analizy specyficznych *korpusów wypowiedzi*, a więc w węższym zakresie – analizę dyskursu, którą stosować można zarówno do aktualnych wypowiedzi jak i do badań w ramach archeologii dyskursu. Zalety tej metody polegają na tym, że umożliwia ona zarówno porównania jak i uogólnienia. Poprzez tworzenie homogennych korpusów wypowiedzi (z jakiegokolwiek punktu widzenia i z uwagi na jakiekolwiek właściwości) otrzymujemy możliwość: z jednej strony uogólnienia wyników dotyczących zachowania się wypowiedzi na cały stan systemu, a z drugiej strony możliwość przeciwstawienia sobie i porównania korpusów wypowiedzi z dwóch lub z kilku systemów społecznych lub przestrzeni komunikacji. Co z kolei umożliwić może uzyskanie wyników dotyczących właściwości systemu ogólnego i pozwolić na odkrycie jego fundamentalnych właściwości. Do grupy tej zaliczyć można także badania różnych odmian i gatunków wypowiedzi naturalnych (językowych czy wizualnych). Koherencja danego korpusu nie musi być przy tym wyprowadzana koniecznie z cech samych wypowiedzi, może opierać się także na innych czynnikach biorących udział w komunikacji. I tak na przykład ustalić można jako kryterium zestawienia danego korpusu instancję producenta, grupy konsumentów, gatunki wypowiedzi itp., mogą to być także wielkości dyskursowe lub społeczne.

Na tym można by zakończyć.

7. Literatura

- Albers Josef, 1969, One Plus One Equals Three or More: Factual Facts and Actual Facts. W: Josef Albers, Search Versus Re-Search. Hartford, 17-18.
- Arabatzis Stavros, 2018, Kunsttheorie. Eine ideengeschichtliche Erkundung. Wiesbaden.
- Babbie Earl R., 2009, Podstawy badań społecznych. Warszawa.
- Bauman Zygmunt, Lyon David, 2013, Daten, Drohnen, Disziplin. Ein Gespräch über flüchtige Überwachung. Berlin (ang. Liquid Surveillance. Cambridge 2013).
- Braungart Michael, McDonough William, 2008 (Red.), Die nächste industrielle Revolution: Die Cradle-to-Cradle-Community. Hamburg.
- Brinker Helmut, 2000, Zen in der Kunst des Malens. München.
- Brzeziński Jerzy, 2005, Metodologia badań psychologicznych. Warszawa.
- Debord Guy, 2013 (1967), Die Gesellschaft des Spektakels. Berlin (tytuł oryginału: La Société du spectacle. Paris 1967).
- Fleischer Michael, 1997, 'Svoboda', 'Wolność', 'Freiheit'. Die kulturelle Bedeutung von Kollektivsymbolen (ein inter- und subkultureller Vergleich). W: M. Fleischer, Weltbildgesteuerte Wirklichkeitskonstruktion. Band 2. Beiträge zum Phänomen Weltbild. München, 117-169.
- Fleischer Michael, 2007, Ogólna teoria komunikacji. Wrocław.
- Fleischer Michael, 2008, Rozpoznawalność cech 'literackości' i 'funkcji estetycznej' przez kompetentnych odbiorców. Wyniki badań empirycznych. W: Bogdan Balicki, Bartosz Ryż, Emil Szczerbuk (Red.), Anatomia dyskursu. Wiedza o literaturze z punktu widzenia obserwatora III. Wrocław 2008, 277-327 (wersja niemiecka: Die Erkennbarkeit der Merkmale 'Literarizität' und 'ästhetische Funktion'. Eine empirische Untersuchung am polnischen Material. W: Gerd Freidhof, Holger Kuße, Franz Schindler (Red.) Slavische Sprachwissenschaft und Interdisziplinarität, 5. München 1998, 9-65).
- Fleischer Michael, 2010, Estetyka tu i tam i jej wpływ na komunikację. Łódź.
- Fleischer Michael, 2012, Typologia komunikacji. Łódź.

- Fleischer Michael, 2014, *Kapitał, niestety nie()ludzki*. Kraków.
- Fleischer Michael, 2018, Jak empiryczna może być nauka o komunikacji. W: Mariusz Wszolek, Marcin Pielużek (Red.), *Communication Design. Antologia*. Kraków, 229-298.
- Fleischer Michael, 2022, *Kapitalizm i jego sztuczna inteligencja*. Kraków.
- Fleischer Michael, 2022a, Z obserwacji demonstracji. W: *Dziennikarstwo i Media*, nr 17, 13-41.
- Fleischer Michael, 2023, O antropocenie i głupocie. Oraz o tym, co ma jedno do drugiego (w druku).
- Flick Uwe, 2010, *Projektowanie badania jakościowego*. Warszawa.
- Frankfort-Nachmias Chava, Nachmias David, 2001, *Metody badawcze w naukach społecznych*. Poznań.
- Gackowski Tomasz, Łączyński Marcin, 2009, *Metody w badaniach wizerunku w mediach*. Warszawa.
- Grech Michał, 2012, *Badanie wizerunku – metody ankietowe. Metodologia badań*. W: Michał Grech (Red.), *Badanie wizerunku: ludzie, marki, branże*. Łódź.
- Hasumi Toshimitsu, 1960, *Zen in der japanischen Kunst*. München.
- Hawking Stephen, Mlodinow Leonard, 2020, *Der große Entwurf. Eine neue Erklärung des Universums*. Reinbek (ang. *The Grand Design*. New York 2010).
- Herrmann Ulrike, 2013, *Der Sieg des Kapitals. Wie der Reichtum in die Welt kam: Die Geschichte von Wachstum, Geld und Krisen*. Frankfurt am Main.
- Herrmann Ulrike, 2016, *Kein Kapitalismus ist auch keine Lösung. Die Krise der heutigen Ökonomie oder was wir von Smith, Marx und Keynes lernen können*. Frankfurt am Main.
- Herrmann Ulrike, 2022, *Das Ende des Kapitalismus: Warum Wachstum und Klimaschutz nicht vereinbar sind – und wie wir in Zukunft leben werden*. Köln.
- Herteux Andreas, 2019, *Erste Grundlagen des Verhaltenskapitalismus: Bestandsaufnahme einer neuen Spielart des Kapitalismus*. Korbach.
- Izutsu Toshihiko, Izutsu Toyo, 1988, *Die Theorie des Schönen in Japan. Beiträge zur klassischen japanischen Ästhetik*. Köln.
- Kastner Heidi, 2022, *Dummheit*. Wien.
- Kurokawa Kisho, 1988, *Rediscovering Japanese Space*. New York.
- O'Neil Cathy, 2017, *Angriff der Algorithmen*. München (ang. *Weapons of Math Destruction*. New York 2016).
- Oxfam, 2022, *Gewaltige Ungleichheit. Warum unser Wirtschaftssystem von struktureller Gewaltgeprägt ist und wie wir es gerechter gestalten können*. Herausgeber: Oxfam Deutschland e.V., Januar 2022.
- Pohl Karl-Heiz, 2005, *Ästhetik der Fülle und Ästhetik der Leere – Anmerkungen zur Ästhetik der traditionellen und zeitgenössischen Malerei in China*. W: Walter Schweidler (Red.), *Weltbild – Bildwelt*. St. Augustin, 221-239 (przedruk w: *Zeitschrift für Qigong Yangsheng*, 2006, S. 37-49; lub: https://www.uni-trier.de/fileadmin/fb2/SIN/Pohl_Publikation/aesthetik_der_fuelle.pdf, 20.10.2022).
- Precht Richard David, 2020, *Künstliche Intelligenz und der Sinn des Lebens*. München.
- Precht Richard David, 2021, *Von der Pflicht – Eine Betrachtung*. München.
- Precht Richard David, 2022, *Freiheit für alle. Das Ende der Arbeit wie wir sie kannten*. München.
- Precht Richard David, Welzer Harald, 2022, *Die vierte Gewalt – Wie Mehrheitsmeinung gemacht wird, auch wenn sie keine ist*. Frankfurt am Main.
- Rügemer Werner, 2018, *Die Kapitalisten des 21. Jahrhunderts. Gemeinverständlicher Abriss zum Aufstieg der neuen Finanzakteure*. Köln.
- Scherer Bernd, 2022, *Der Angriff der Zeichen. Denkbilder und Handlungsmuster des Anthropozäns*. Berlin.
- Schneider Norbert, 2002, *Geschichte der Ästhetik von der Aufklärung bis zur Postmoderne*. Stuttgart.
- Sennholz-Weinhardt Barbara, Peters Michael, Zöllner Uwe, 2021, Oxfam. *Gewinne auf Kosten der Allgemeinheit. Wie Konzerne Aktionärsinteressen bedienen, statt Klima und Menschenrechte zu schützen*. Herausgeber: Oxfam Deutschland e.V., Finanzwende GmbH.
- Siemes Annette, 2011, Jak badać komunikację – dlaczego potrzebujemy podejścia jakościowego i na czym ono polega? W: *cd-magazine* nr 1/2011, [dokument online:] http://cd-magazine.uni.wroc.pl/artikul/jak_badac_komunikacje/.

- Siemes Annette, 2014, *Technologia dla nas – czy my dla technologii? Znaczenie telefonu mobilnego z perspektywy młodych użytkowników – wyniki ankiety*. W: Karina Stasiuk-Krajewska, Marek Graszewicz (Red.), *Teorie komunikacji i mediów 7 – od teorii do empirii*. Wrocław, 283-309.
- Silverman David, 2009, *Prowadzenie badań jakościowych*. Warszawa.
- Spencer-Brown George, 1997 (1969), *Laws of Form. Gesetze der Form*. Lübeck.
- Sztompka Piotr, 2005, *Socjologia wizualna. Fotografia jako metoda badawcza*. Warszawa.
- Tanizaki Jun'ichirō, 1988, *Lob des Schattens. Entwurf einer japanischen Ästhetik*. Zürich.
- Trzeciak Przemysław, 2002, *Idea i tusz. Malarstwo w kręgu buddyzmu chan/zen*. Warszawa.
- Welzer Harald, 2013, *Selbst Denken*. Frankfurt am Main.
- Welzer Harald, 2016, *Die smarte Diktatur. Der Angriff auf unsere Freiheit*. Frankfurt am Main.
- Wilkoszewska Krystyna, 2000, *Estetyki filozoficzne XX wieku*. Kraków.
- Wilkoszewska Krystyna, 2001, 2005, 2009, *Estetyka japońska. Tom I – Wymiary przestrzeni, antologia. Tom II – Słowa i obrazy. Tom III – Estetyka życia i piękno umierania*.
- Yutang Lin, 1967, *Chinesische Malerei – eine Schule der Lebenskunst*. Stuttgart.
- Zuboff Shoshana, 2018, *Das Zeitalter des Überwachungskapitalismus*. Frankfurt am Main (pol. *Wiek kapitalizmu inwigilacji*. Poznań 2020; ang. *The Age of Surveillance Capitalism*. New York 2019).