

notatki

notatki



michael fleischer

seria wydawnicza
projektowanie komunikacji

Spis treści

Duża ilość fragmentów.

Życie trzeba umieć.

Rzecz ma się tak.

W trakcie ostatnich wydarzeń i czasów nazbierało się wiele pomysłów, idei, cudzych powiedzonek, zasłyszanych cytatów lub przez siebie samego wyprodukowanych sformułowań, które posiadają jedną wspólną cechę, a mianowicie tę, że nie mają ze sobą nic wspólnego i się ze sobą nie wiążą. Jeśli jednak chwilę pomyśleć, okazuje się, że w rzeczy samej wspólnego mają dość wiele, generalnie tyle, że pochodzą z tej samej parafii, reprezentują ten sam styl myślenia, tę samą perspektywę poznawczą, ten sam sposób zainteresowania światem, niezależnie od ich autorstwa. Notowałem sobie te powiedzonka, idee czy pomysły przez parę lat, i teraz doszedłem do przekonania, że chciałbym się nimi z Państwem podzielić. Może się Państwu przydadzą.

Z drugiej strony chodzi mi też o samo zjawisko. O pytanie: dlaczego wydaje nam się, że fragmenty te są niekoherentne, niespójne? Skąd bierze się spójność? Jakie konwencje aktywizujemy, kiedy układamy, w rzeczy samej w głowie niepokładane, myśli, spostrzeżenia w koherentną całość, i dlaczego inaczej złożona całość nagle staje się czy jest niekoherentna? Niech więc ta publikacja będzie taką inną całością.

Zobaczmy, co się stanie.

Co do niektórych fragmentów – nie jestem w stanie podać ich autorów; raz – ponieważ są tu i ówdzie zasłyszane, dwa – ponieważ ich autorstwo jest nieznanne (skrzydlate słowa), trzy – ponieważ niewykluczone, że sam je sformułowałem; nie będąc jednak pewnym, czy aby nie mam ich skądinąd, tyle tylko że zapomniałem, skąd, nie chciałbym ich podawać jako swoje. Tam więc, gdzie dany fragment jest adresowalny, podaję stosowny adres, tam, gdzie nie – nie.

Dokonajmy więc pewnego eksperymentu komunikacyjnego na materiale językowym. A mianowicie zestawmy niezwiązane ze sobą na pierwszy rzut oka (oraz na kolejne) fragmenty wypowiedzi różnych uczestników komunikacji na różne niezwiązane ze sobą tematy, wypowiedzi utrzymane w różnych poetykach, stylistykach i realizowane w różnych typach komunikacji, i zobaczymy (doświadczymy, bo raczej o to mi chodzi), co z tego może wynikać dla właściwości, którą zwykło się określać jako semantykę czy sens wypowiedzi (tekstu). Zastanówmy się nad tym, jak mimo braku koherencji tekstowej, tematycznej czy autorskiej generuje się sens i semantyka zestawionego w taki sposób tekstu. Zwróćmy przy tym również uwagę na (stylistyczną i genologiczną) różnogatunkowość zestawionych fragmentów oraz ich własne konteksty wewnętrzne (to znaczy wpływ kontekstu, z jakiego pochodzi dany fragment, na tego ostatniego adresowalność oraz stopień rekonstruowalności danego kontekstu), z uwagi na powstawanie nadrzędnego sensu i znaczenia prezentowanego tu zestawienia, a tym samym nowego tekstu. Generalne pytanie brzmi zatem: jak powstaje sens i znaczenie tekstu w sytuacji rezygnacji z (typowej dla niego i wielopoziomowej) koherencji? Nietrudno się oczywiście domyślić, że sens taki powstanie, bo w odniesieniu do komunikacji jako zjawiska konstrukcyjnego sens zawsze powstaje, sęk tylko w tym – jak. Sens powstaje zawsze, gdyż nawet w sytuacjach, w których konstatujemy bezsensowność czegoś, argumentujemy sensem i orientujemy się na sens; od sensu bowiem (w komunikacji) nie ma ucieczki, gdyż stanowi on tło o charakterze przesłanki, decydującej o sy-

tuowaniu wypowiedzi na jego (czyli swoim własnym) tle właśnie, przesłanki, która następnie organizuje zastosowane w tekście argumentacje. To samo dotyczy oczywiście znaczenia. Cokolwiek byśmy powiedzieli, zawsze będzie to miało znaczenie, bo wypowiedź za pomocą znaczenia lub na tle oczekiwania znaczenia jest produkowana; również znaczenie stanowi zarówno tło, jak i perspektywę realizacji wypowiedzi. Skonstatować zatem możemy, że są to zjawiska funkcjonalnie tożsame, nawet jeśli ich wystąpienie w charakterze konceptów komunikacyjnych lub zgoda słów jedynie sugerowałoby coś innego. Obydwa zjawiska posiadają bowiem dwie odmienne charakterystyki: z jednej strony są elementami generującymi wypowiedzi, a z drugiej (na innym jednak poziomie) – budulcami tychże. Mamy tu do czynienia z klasyczną sytuacją podwójnego zabezpieczenia, znaną z ogólnej teorii systemów.

Ze względów oczywistych fragmenty wypowiedzi prezentowane będą tu w formie linearnej w określonej kolejności, gdyż tego wymaga książka; dla przynajmniej częściowego przełamania tej linearności postugiwać się będę ekscesywnie przypisami. Kolejnym krokiem w eksperymencie mogłoby zatem być wycięcie poszczególnych fragmentów, ich dowolne przemieszanie, a następnie kolejna recepcja tak powstałej nowej wypowiedzi. Krok ten można, ma się rozumieć, powtórzyć wielokrotnie. Również w tym wypadku zawsze powstanie jakieś znaczenie; zapytać wtedy należałoby, czym znaczenia tych kolejnych recepcji (kolejnych wersji tekstu) się od siebie różnią i czy w ogóle się różnią oraz jakie ma to znaczenie dla w ten sposób powstałych całości. W każdym wypadku mamy tu do czynienia ze swego rodzaju semantycznym perpetuum mobile. Mnie jako nie tyle autora tekstu, ile eksperymentatora (zestawiacza fragmentów) nie będą w tym miejscu interesowały wyniki przeprowadzonej procedury, lecz jedynie jej generowanie i wynikające z tego możliwości. Czytelnikom tego tekstu pozostawiam zatem wyciągnięcie wniosków i zastanowienie się nad procesem generowania znaczeń. Obiecuję, że ja też będę się nad tym zastanawiał. Przejdźmy zatem do samej zabawy.

Lekturę tej książki można oczywiście rozpocząć w dowolnym miejscu i kontynuować ją w dowolnym kierunku. Zaś pomieszczone na końcu książki zdjęcia są jej integralnym elementem i wizualnie uzupełniają tekst.

Przedtem może jeszcze pewna uwaga: w całej pracy nie wartościuję, nawet jeśli niektóre sformułowania taki wniosek by dopuszczały lub wręcz narzucały, lecz jako autor stosuję jedynie wartościowania w charakterze zabiegu, jako jeden ze środków organizacji tekstu, pozwalający na wprowadzanie do niego elementów emocjonalnych, ułatwiających recepcję bądź produkujących u czytelnika odpowiednie nastawienia wobec tego, co zostało powiedziane, i wobec autora oczywiście. Pracuję jedynie w myśl generalnej zasady – moim zawodem nie jest zmienianie lub ocenianie świata, lecz wyjaśnianie, jak działa ten, który jest.

Wszyscy to jest tam, gdzie jest wielu ludzi, lub coś takiego się mnie-
ma albo imputuje.

Od dłuższego czasu interesuje mnie bardzo koncept ‘wszyscy’. W pierw-
szej linii jest to oczywiście słowo, jak każde inne, tyle że w tym wypadku –
rzeczownik. Ponadto jednak jest to koncept pozwalający na doko-
nywanie wielu dość dziwnych operacji w wymiarze komunikacyjnym.
‘Wszyscy’ bowiem to zawsze ci, do których dane ‘ja’ też się zalicza. Kiedy
mówimy, że ‘wszyscy tak robią’, to po to, by podkreślić, że nasze działa-
nie, mówienie itp. mieści się w pewnym szerszym kontekście i dlatego
jest to działanie/mówienie uzasadnione. Niezależnie oczywiście od tego,
czy w rzeczy samej tak jest. ‘Wszyscy’ jednak służą również do tego, by
zastosować ten koncept w sytuacji dokładnie odwrotnej. ‘Wszyscy tak
robią, więc ja tego tak robił nie będę’. Jest to zatem koncept posiada-
jący, wyróżnioną przeze mnie swego czasu¹, funkcję jokera, zamiennika,
sytuującego dane coś na szerszym tle, po to by takie tło postulować
i na nim dokonać stosownej operacji, niezależnie od ukierunkowania
intendowanego rezultatu takiej operacji. ‘Wszyscy’ więc to nie muszą być
wszyscy, może ich nawet w ogóle nie być, wystarczy bowiem, że się to
mniema, czyli sądzi, że obserwuje, lub wystarczy nawet, że się to impu-
tuje. Dla interlokutora mniemanie i imputowanie nie jest obserwowalne
ani nie jest rozstrzygalne wystąpienie jednego z nich. Nigdy bowiem
nie wiadomo z całą pewnością, czy ma się do czynienia z mniemaniem
czy z imputowaniem (można to tylko zakładać). Dość, że na powierzch-

¹ Por. Michael Fleischer: *Koncepty – elementy sterujące komunikacji*. Wrocław 2008.

ni komunikacji pojawiają się ‘wszyscy’, gdyż na ten *temat* możemy się spierać, i dokładnie o to chodzi. Kiedy ktoś twierdzi, że tak robią wszyscy, my możemy z równym powodzeniem twierdzić, że jednakowoż nie, gdyż tak naprawdę wszyscy robią to inaczej. Trudne natomiast jest podawanie w wątpliwość ‘wszystkich’. Możemy co prawda powiedzieć, że jednak nie wszyscy tak robią, a tylko niektórzy; ale również ta operacja dokonywana jest na tle ‘wszystkich’. Gdyż jeśli tylko niektórzy tak robią, to wynika z tego, że po drugiej stronie stoją wszyscy, którzy tego właśnie nie robią. I znowu mamy słabsze karty.

Widzimy tu klasyczny przykład funkcjonowania dualizmu; jednak nie poprzez jego, by tak rzec, gołe zastosowanie czy skonstruowanie, lecz poprzez umożliwiane przez niego operacje. Sam dualizm jest nieistotny; ciekawe i komunikacyjnie funkcjonalizowalne jest dopiero jego zastosowanie. I nie przeszkadza nam w tym względzie ani logika, ani brak sensu, ani paradoksalność, bo przecież wiemy, kim są wszyscy; a jeśli tego nie wiemy, to też nie szkodzi, bo oni nadal są, tylko my ich aktualnie nie znamy, ale możemy ich i ich mniemania poznać, jeśli się tylko rozejrzymy. Prototypowy jest w tej dziedzinie wykorzystany przeze mnie już wielokrotnie przykład klusek śląskich, który pewnie wszyscy już znają, ale dla reszty jeszcze raz go przytoczę. I już to zdanie znowu mnie zdradza, gdyż skoro wszyscy ten przykład już znają, to kim jest reszta?

“Wiesz co? Nie ma klusek śląskich bez jajek, a to, że ty próbujesz je zrobić bez, nie znaczy że są. Prawdziwe kluski śląskie zawsze robi się z jajkami i nie zabiera to czasu, a pozatym wszyscy robią z jajkami, bo tak się robi”².

² http://kuchnia.o2.pl/przepisy/obiekt_int.php?id_p=5701, 1.11.2008, pisownia oryginalna.

Jak nietrudno zauważyć, problem, z jakim zmagają się autorka tekstu, polega tylko i wyłącznie na pomieszaniu się rzeczywistości. W rzeczywistości oraz w drugiej rzeczywistości bowiem kluski śląskie występują oczywiście w postaci z jajkami oraz bez jajek; problem w tym, że jedne z nich występują niestłuszenie. Ale to już trzecia rzeczywistość. W związku z czym autorka wprowadzić musi normatywy ("prawdziwe"), insynuacje ("próbujesz zrobić"), autorytety ("wszyscy"), normy ("tak się robi") itp. Interlokutor autorki robi co prawda kluski bez jajek, ale nie oznacza to oczywiście, że takie kluski istnieją. Istnieje bowiem tylko to, co ma prawo istnieć, a istnieć ma prawo tylko to, co jest normalne, a normalne jest to, co robią wszyscy. 'Wszyscy' to oczywiście obiekt trzeciej rzeczywistości, gdyż skoro interlokutor (i pewnie więcej jeszcze osób, w tej liczbie na przykład również ja) robi kluski bez jajek, to nie wszyscy robią je z jajkami. Niemniej jednak to, że wszyscy (tu: oczywiście inni 'wszyscy') robią te kluski z jajkami, jest absolutnie pewne, gdyż tak się robi. W związku z tym 'wszyscy' to na pewno nie wszyscy. Ale nie ma to znaczenia, gdyż w trzeciej rzeczywistości 'wszyscy' służą do czegoś innego niż w pierwszej lub w drugiej. W pierwszej to wszyscy, zaś w drugiej ich nie ma, ponieważ druga rzeczywistość to świat postrzeżeń, a tych może dokonywać tylko każdy z osobna. Można jednak mówić, czyli komunikować, o tym, że wszyscy coś widzą. Na przykład to, że kluski śląskie robi się z jajkami.

Przykład ten jest o tyle ciekawy i adekwatny, że w sposób bardzo prosty pokazuje interesujący nas tu mechanizm. Mechanizm tworzenia kategorii i obiektów trzeciej rzeczywistości. Nawiasem mówiąc: prawie każdy tekst filozoficzny skonstruowany jest według tego samego schematu, tyle że nieco zgrabniej; w związku z czym trudniej zajrzeć za kulisy jego konstrukcji i zobaczyć jego szwy. Jeżeli zajrzemy, wyjdą kluski. Pod jednym warunkiem, a mianowicie – gdyby autorka nie popełniła w tekście błędu ortograficznego ("pozatym"). To ją bowiem natychmiast sytuuje w określonej grupie/warstwie społecznej i w określonym dyskursie. Przez co możemy się z niej śmiać i naigrywać. A z filozofów – nie. Dlaczego? Po-

nieważ nie robią błędów ortograficznych. Jestem przekonany, że (w tym kontekście) to jedyny powód.

Oczywiste w tej sytuacji jest, że ‘wszyscy’ to produkt trzeciej rzeczywistości. W pierwszej rzeczywistości nie istnieje, gdyż ta składa się z atomów albo ze strun, i nie ma w niej możliwości wyróżniania wszystkich strun czy atomów, gdyż są one formą istnienia energii i w zależności od obserwatora pojawiają się raz jako materia lub fale, a raz jako energia, a energia jest i tyle. ‘Wszyscy’ zatem w tym świecie to co najwyżej cała energia, co do której wiemy z pierwszej zasady termodynamiki, że jest ona constans; czyli że energii nie można stworzyć ani zniszczyć. W drugiej rzeczywistości również nie ma wszystkich, gdyż nie można postrzegać wszystkiego, jako że nasz aparat postrzegania operuje dyferencjami oraz tylko na ograniczonej liczbie elementów; wszystko, co przekracza nasze możliwości sensoryczne lub jest w danej sytuacji nieistotne, jest pomijane. A zatem wszyscy występują tylko w trzeciej rzeczywistości, ale tak, że możemy o ‘wszyscy’ gadać do woli, tyle że ich nie ma i są tylko gadani.

Jaki kolor ma okrąg?

Ciekawe pytanie. Ciekawe oczywiście niebezpośrednio, gdyż zastosowany zabieg jest przejrzysty – przeniesiono tu po prostu pewną cechę na obiekt niewykazujący tej cechy. Interesujące jest natomiast, dlaczego okrąg nie posiada koloru, skoro wszystkie obiekty drugiej rzeczywistości go posiadają. Niewykluczone, że dlatego iż okrąg tam nie istnieje, gdyż jest obiektem trzeciej rzeczywistości, a tu z kolorami jest już różnie. I w rzeczy samej w przyrodzie nie ma okręgów (są co najwyżej prawie okręgi), a zatem nie można ich również postrzegać (= druga rzeczywistość). Ale kiedy narysuje się okrąg, wtedy posiada on już kolor. I to dopiero jest ciekawe. Gdyż narysowany okrąg, występujący tym samym

zarówno w pierwszej, jak i w drugiej rzeczywistości, jest jednak elementem trzeciej rzeczywistości, a mimo to ma kolor. Rzecz jest zatem jeszcze bardziej skomplikowana.

W takim razie raz jeszcze o trzech rzeczywistościach.

a) Realność jako taka – jest.

I więcej o niej powiedzieć nie można; jeśli zdefiniujemy ją tak, jak ją w nauce definiujemy.

Natomiast kiedy mówimy o realności, wtedy mówimy o realności.

Nie jest to realność realnościowa, o której mówimy, lecz jest to realność w trzeciej rzeczywistości, o której w tej komunikacyjnej realności mówimy.

b) Teraz pojawia się drugi krok, a mianowicie patrzenie (a generalnie – postrzeganie), czyli druga rzeczywistość.

I też – kiedy patrzymy, to patrzymy, a za pomocą patrzenia widzimy. Koniec.

Natomiast kiedy mówimy o patrzeniu czy o rezultatach patrzenia, to nadal jest to znowu trzecia rzeczywistość, gdyż mówimy o patrzeniu, a nie mówimy patrzeniem czy patrzenia, gdyż mówimy.

c) Z kolei kiedy mówimy, wtedy zawsze jesteśmy w trzeciej rzeczywistości, ponieważ komunikujemy: o realności, o postrzeganiu, o mówieniu. Mówieniem.

Nie można bowiem postrzegać i automatycznie tego (postrzegania i jego rezultatu) przenieść w komunikację. Postrzegamy, widzimy to, co widzimy, i o tym nie da się mówić, ponieważ to widzimy; nato-

miast z chwilą, kiedy zaczynamy mówić, jesteśmy w trzeciej rzeczywistości i o patrzeniu *mówimy*.

W tym sensie o rzeczywistości nie można mówić, i o postrzeganiach nie można mówić. Można tylko mówić o rzeczywistości mówionej i można mówić o postrzeganiach mówionych.

Przychodzi mi też na myśl stosowny przykład:

“Kurtka żeglarska. 100% szczelne szwy”³.

Mnie natomiast interesuje charakter szwów w 90 procentach szczelnych. Oraz rzeczywistość oczywiście.

Kto myśli? Kto to jest, kto myśli?

To bardzo intrygujące pytanie. Nie tylko dlatego że jest sympatycznie sformułowane, ale przede wszystkim dlatego że w interesujący sposób wskazuje na konsekwencje wynikające z neurofizjologii, a w rezultacie z konstruktywistycznego podejścia do komunikacji. Jak na nie bowiem odpowiedzieć? Trywialnie możemy oczywiście powiedzieć, że to mózg myśli. Tyle że to metafora. Mózg dokonuje stosownych operacji neuronalnych opartych na bodźcach elektrochemicznych. Możemy te operacje, ma się rozumieć, określić za pomocą słowa ‘myślenie’ właśnie, czyli zamiast ‘elektrochemiczna aktywizacja określonych areałów mózgu’ mówić: myślenie. Dobrze, ale wtedy powstaje pytanie: co robimy my, co robi ‘ja’, kiedy myśli? Lepiej w takim razie nie nazywać tego myśle-

³ Tekst na plakacie reklamowym firmy Decathlon. Wrocław, 1.04.2013.

niem lub powiedzieć, że 'ja' elektrochemicznie aktywizuje... itp. Ale to oczywiście nieprawda, gdyż 'ja' to właśnie produkt owych elektrochemicznych aktywacji. Ale teraz pojawia się problem z 'kto'. Kto to jest, kto to robi, czyli myśli czy elektrochemicznie aktywizuje? Nie 'kim jest ten, kto...', gdyż to aktywizowałoby nam dualizm, czyli jeszcze bardziej plątało zagadnienie, ponieważ wtedy wprowadzilibyśmy chyłkiem 'kto' i debatowali już tylko o tym, kim on jest, jego samego (owego 'kto') już nie tematyzując; to tradycyjny trick dualizmu. Z tego niezbiec wynika, że nie ma 'kto'. Skoro zaś nie ma 'kto', nie ma również 'co', gdyż to jedynie dwie strony dualizmu; a, jak wiemy, likwidując jedną stronę dualizmu, powodujemy, że sens traci również jego druga strona. Gdyż jeśli nie ma 'daleko', to nie ma również 'blisko', jeśli nie ma 'zdrowia', to nie ma i 'choroby', jeśli nie ma 'dużo', to nie ma 'mało' itp. Wniosek z tego wszystkiego jest jednak prosty (aczkolwiek niemiły) – o 'kto' można tylko mówić, po to by mówić. Nic więcej.

To samo widać w kolejnym fragmencie:

“W tu i teraz nie ma blisko albo daleko” – powiedział kiedyś (o ile się nie mylę) Kodo Sawaki (tyle że nie wiem, gdzie i kiedy).

Jest to o tyle ciekawy fragment, że pokazuje dość wyraźnie, iż czas i przestrzeń są kategoriami, w ramach których postrzegamy; są tłem, na które dokonujemy projekcji naszych postrzeżeń. Mamy więc dwie (wydawałoby się funkcjonalnie tożsame) opozycje: 'tu i teraz' oraz 'blisko i daleko'. To co prawda w rzeczy samej dwie opozycje, ale na pewno nietożsame. Pierwsza bowiem wcale nie jest opozycją, lecz synonimem przestrzeni (tu) i czasu (teraz), czyli dwóch zjawisk konstruowanych przez nasz mózg w celu wytworzenia tła dla postrzeżeń (przestrzeń) oraz następstwa przeżyć (czas), gdyż jesteśmy tak skonstruowani, że nie możemy posiadać dwóch doznań naraz, lecz tylko każde z osobna. Z tej osobności doznań nasz mózg tworzy następstwo, a więc w rezultacie czas. Czas (o czym

mowa będzie jeszcze niżej) jest więc produktem dokonywanego przez nas łączenia ze sobą doznań. Pewnie po to by usieciwić naszą pamięć z danym aktualnie doświadczeniem, czyli zbudować możliwość uczenia się z doświadczeń, porównując ich sekwencje, w tym celu stworzone jako sekwencje.

Wracając zaś do wyjściowych opozycji, widzimy wyraźnie, że 'blisko' i 'daleko' to kategorie dotyczące tylko przestrzeni; coś może być blisko lub daleko nas/od nas. I to zawsze z naszym udziałem i z nami jako punktem odniesienia; trudno bowiem powiedzieć (sensownie), że coś jest daleko, ale jednak tam, gdzie my też jesteśmy (i nawet czas przeszły nam w tym nie pomoże). Ciekawe natomiast jest to, że da się takie zdanie jak powyższe zbudować. Niemniej jednak od razu odmawiamy mu sensu. A zatem język to jedno, a sens – drugie. Język służy do komunikacji, a nie do wyrażania sensu. A o sensie będzie dalej.

My natomiast mamy tendencję sytuowania tej opozycji (blisko/daleko) również w czasie (z którym w rzeczy samej nie ma ona nic wspólnego), gdyż do miejsc położonych daleko możemy dotrzeć tylko później/potem. Nie ma zatem 'daleko', gdyż to tylko rezultat zastosowania skonstruowanego przez nas czasu w celu stworzenia relacji przestrzennych, *symetrycznych* do relacji czasowych. Te ostatnie jednak są jedynie zabiegiem stosowanym przez nasz mózg.

Ponadto mamy do czynienia z dość zabawnymi relacjami odniesienia. O ile bowiem 'tu i teraz' nie wymagają odniesień zewnętrznych wobec tu i teraz (te są dane niezależnie od tego, kto je z jakich pozycji definiuje), o tyle druga opozycja wymaga odniesień wobec obserwatora, gdyż 'blisko i daleko' można być tylko blisko czegoś i daleko od czegoś, co właśnie stanowi punkt odniesienia. 'Tu i teraz' pozornie też. Ale tylko dlatego że 'blisko i daleko' to sugerują; sugerują, jakoby były to dwie tożsame opozycje. Czym, jak widzimy, nie są.

Wróćę niżej do tego wątku jeszcze raz przy okazji omawiania pewnego spostrzeżenia Ernsta von Glasersfelda. Również tu (w poprzednim zdaniu) 'niżej' sugeruje 'później'. Ale nie ma 'później', gdyż w tym momencie (teraz) to tylko obietnica dokonywana w tu i teraz. Natomiast kiedy będziemy już przy wspomnianym fragmencie Glasersfelda, wtedy będziemy znowu w 'tu i teraz' i będziemy sobie przypominali poprzednie 'tu i teraz', ale to poprzednie będzie wtedy już 'wtedy'. Czyli elementem naszej pamięci, a nie konkretnym tu i teraz. Z czego wynika, że jest tylko jedno tu i teraz, natomiast nie ma blisko ani daleko ani niżej ani wyżej, lecz tylko o *ty*m się mówi. A mówi się zawsze w tu i teraz. Również w przypadku komunikacji konserwowej i każdej innej. Nie można postrzegać tu i teraz. Postrzega się tylko w tu i teraz, tych ostatnich nie reflektując, bo stanowią one przesłankę naszych postrzeżeń.

"Żyj ten moment tak, jak on jest, a nie tak, jak w Twoich oczach miałyby być" (Kodo Sawaki, jak wyżej).

Ciekawe dla mnie w tym zdaniu jest to, że nie można go powiedzieć; a w każdym razie powiedzieć tak, jak by się chciało. Rozumie się, o co w nim chodzi, lecz trudno to wyrazić, nie kalecząc reguł gramatyki. Bowiem "żyj ten moment" wyrazić należałoby poprawnie jako 'żyj w tym momencie'. Tak, ale wtedy tworzymy dualizm, między żyjącym 'ja' a (znajdującym się obok niego) 'momentem', dodatkowo tworzymy relację, sytuując ten jeden w tym drugim, oraz kolejną relację (kontekstualną) – między tym momentem a innymi. Podczas kiedy nie ma różnych momentów (bo niby gdzie miałyby one być?; natomiast możemy o nich mówić, ale wtedy to temat wypowiedzi, a nie momenty), lecz jest zawsze tylko ten jeden. A jak wyrazić to bez dualizmu? Właśnie tak jak w cytacie. Ale dlaczego gramatyka nie chce wziąć w tym udziału i wzbrania się

przed wyrażeniem czegoś, co jesteśmy w stanie pomyśleć? Dlaczego jej na tym tak zależy?

Oczywiście dlatego że o tym jednym można mówić, a *tego* (sic!) drugiego – nie.

To samo dotyczy “tak, jak on jest”, kiedy poprawnie byłoby: ‘takim, jakim on jest’. Ale wtedy dopuścilibyśmy przypadek, że momenty mogą być różne, i moglibyśmy na ich temat filozofować. I pewnie dokładnie o to chodzi – poruszane tu trudności służą, jak widać, do gwarantowania nawiązywalności komunikacji i rozszerzania pola możliwych komunikacji. Pozostawszy przy cytowanej formie zdania, komunikacje szybko by się skończyły lub zgoła nie zaczęły. Gramatyka gwarantuje nam nawiązywalność i przewidywalność komunikacji. Nic więcej. Trywialnie oczywiście wydaje się, że gwarantuje porozumienie. Nic błędniejszego – porozumienie to również śmierć komunikacji, gdyż jest jej zaprzestaniem. A tego komunikacja nie lubi. Nikt by nie lubił.

Każda historia⁴ ma swoją własną dynamikę. Powinno się dać jej przebiegać. Ona sobie poradzi. Wystarczy wziąć udział i pozwolić jej się zabrać. Kiedy ta historia się nie podoba, wtedy lepiej ją zostawić. I zrobić swoją własną. Ale też ona nas zabierze i będzie prowadzić ze sobą. Także tu nie trzeba nic robić. Tylko historia. Bo i tak jest się tym samym co ta historia. Zawsze jest się tą historią.

⁴ W sensie: *story*.

Jesteś moim marzeniem, którego nawet nie muszę marzyć, bo stało się rzeczywistością.

Dlaczego takie zdania są możliwe? Są przecież kompletnie bez sensu.

Ale są ładne. I pewnie dlatego nie przeszkadza nam brak sensu. Lub nawet pomaga.

Jak na przykład w:

Pragnę zacałować twoje oczy na sen o mnie.

Też ładnie. Generalnie wynika z tego wniosek, że również estetyka może być sensem komunikacji i powodem jej generowania, nawet jedynym⁵.

A dlaczego kolejne zdanie, też poetyckie, już nie jest takie ładne:

Zanika zmierzchu łagodny poranek.

Pewnie dlatego że widzimy, iż ktoś z nas robi głupka. Może więc nie być sensu, ale już nie lubimy, kiedy się z nas robi głupka. Czyli obok estetyki istotne są jeszcze emocje. Wychodzi na to, że muszą one współgrać z estetyką i nie mogą być przeciwbieżne.

⁵ Nie chodzi mi w tym miejscu o literaturę czy sztukę, w których estetyka, tyle że w roli funkcji, oczywiście też występuje, lecz o generalne zjawisko, kiedy estetyka staje się generatorem (nie tematem) komunikacji.

“Z perspektywy indywidualizmu moje włosy, moja ręka i ja są czymś odmiennym, z perspektywy życia to wszystko jest jednością. Wszystko to należy do życia. A życia nie można pokazać, bo jest puste”
(Kodo Sawaki).

Bardzo ładnie widać tutaj kwestię perspektywy wewnętrznej i zewnętrznej, czyli pozycję obserwatora. W rzeczy samej moje włosy, moja ręka i ja są różne, ale tym, kto o tym decyduje, jest ‘ja’, które siebie i swoje elementy widzi jako osobne. Kiedy jednak to samo ‘ja’ (!) spojrzy na zagadnienie z zewnątrz, a to znaczy: za pomocą innego kryterium, tyle że zewnętrznego wobec owego ‘ja’, nadrzędnego dla tego ‘ja’, wtedy nagle (lub powoli) wszystko wygląda inaczej. Tak, ale wtedy ‘ja’ już nie stoi w centrum, a dokładnie niespecjalnie to lubi. Włosy i ręce ‘ja’ może postrzegać, dlatego mniema, że siebie, czyli ‘ja’, również. Życia natomiast już nie, więc tym bardziej, jako ‘ja’, tej perspektywy nie lubi. A życie jest puste, ponieważ nic nie znaczy, czyli jest puste semantycznie. A tylko semantycznie puste obiekty pozwalają dostrzec ogrom zawartych w nich możliwości. Są one (te obiekty) co prawda puste semantycznie, czyli nie da się za ich pomocą dokonywać operacji, ale zawierają wiele możliwości. Z chwilą, kiedy w grę wchodzi semantyka, kończy się ogromny horyzont możliwości, a zaczynają się dyferencje (najczęściej – dualistyczne). Dyferencje między danym obiektem a całą resztą, czyli środowiskiem. Zawartym oczywiście w obiekcie. I teraz już nie ma żadnych możliwości.

A kim jest owo ‘ja’? W tym miejscu zatrzymam się nieco nad tym problemem i przedstawię stanowisko neurofizjologii mózgu w tej kwestii. Najprecyzyjniej wypracowane jest ono w koncepcji, jaką zaprezentował

stosunkowo niedawno Gerhard Roth⁶. Przepraszam, że popadnę znowu w dyskurs naukowy.

Wychodząc od neurobiologii, Gerhard Roth zaproponował integratywny punkt widzenia, to znaczy połączenie w ramach konstruktywizmu aspektów społecznych i zorientowanych na indywiduum, szczególnie z uwagi na zjawiska konstrukcji 'ja' i tak zwanej 'wolnej woli' oraz z uwagi na problem 'czynniki indywidualne versus społeczne'.

Punkt wyjścia, w świetle najnowszych danych empirycznych neurofizjologii, stanowi z jednej strony przekonanie, że 'ja', tak samo jak wszystkie inne wewnątrzsystemowe produkty mózgu, jest konstrukcją realnego mózgu i wiąże się ściśle ze świadomością, a z drugiej strony –

"(...) że ja stanowi – odpowiednio w odniesieniu do różnych form świadomości – wiązkę bardzo różnorodnych funkcji i stanów przeżyć i że nie ma ono *żadnego* bezpośredniego dostępu do sterujących zachowaniem centrów w mózgu. Ja, w swych różnych indywidualnych manifestacjach, jest konstruktem, który mózg projektuje, aby lepiej móc opanować kompleksowe zadania kognitywne, egzekutywne i komunikacyjne. Owe różne formy ja rozwijają się w ściślejszej zależności od dojrzewania mózgu w ramach procesów przebiegających przed narodzeniem i w fazie wczesnodziecięcej. W swej późniejszej autorefleksywnej formie ja jest w sposób istotny wyznaczone przez język, a tym samym przez społeczeństwo" (Roth 2003, 551; tłumaczenie wszystkich cytatów obcojęzycznych – MF).

⁶ Gerhard Roth: *Fühlen, Denken, Handeln. Wie das Gehirn unser Verhalten steuert*. Frankfurt am Main 2003; Gerhard Roth: *Das Gehirn und seine Wirklichkeit. Kognitive Neurobiologie und ihre philosophischen Konsequenzen*. Frankfurt am Main 1996. Unikam, nie tylko w bibliografii, zmieniania nazw niepolskich miast, gdyż bardzo nie lubię, kiedy mówi się Warszawa, Breslau czy Krakau.

Jak widzimy, ja łączy się bezpośrednio ze świadomością, przy czym musimy je traktować jako produkt, zaś świadomość – jeśli nie jako producenta, to przynajmniej jako miejsce, »w którym«⁷ ja funkcjonuje i spełnia swą rolę. Problem z rozsądnym ujęciem świadomości zawierał się zawsze w tym, że jej ustalanie było cyrkularne; tradycyjnie definiowano świadomość “jako stan, który niezawodnie dostępny jest tylko temu, kto ten stan posiada” (Roth 2003, 196). Świadomość, jak mówi Roth, musi być zatem definiowana szerzej, a to znaczy: z jednej strony z perspektywy zewnętrznej, a z drugiej – wychodząc od jej funkcji. Pozostanie ona co prawda zawsze stanem, który posiada tylko jedno indywidualum i który zawsze jest usytuowany w pojedynczym mózgu, stanowi ten stan jednak – w tym szerokim ujęciu – wiązkę właściwości. Jeśli rzecz widziana jest w ten sposób, świadomość odnosi się do następujących aspektów:

1. “postrzeganie zjawisk w środowisku i we własnym ciele;
2. mentalne stany i czynności, takie jak: myślenie, wyobrażenie sobie czegoś i przypominanie;
3. emocje, afekty, stany potrzeb;
4. przeżywanie własnej tożsamości i ciągłości;
5. »mojość« własnego ciała;
6. autorstwo i kontrola własnych działań i aktów mentalnych;
7. umiejscowienie samości oraz własnego ciała w przestrzeni i w czasie;
8. charakter realnościowy tego, co przeżyte, oraz rozróżnienie między realnością a wyobrażeniem” (Roth 2003, 197).

Stany od 4 do 8 tworzą jeden z rodzajów świadomości, a mianowicie – świadomość tła [*Hintergrundbewußtsein*], przed którą stany świadomości od 1 do 3 konstytuują stale zmieniającą się świadomość aktual-

⁷ Słowa lub wyrażenia wyróżnione za pomocą » « oznaczają ich metaforyczne użycie w przypadkach, kiedy nie jest to oczywiste.

nościową [*Aktualitätsbewußtsein*]. Wspólnie dają one to, co nazywamy strumieniem świadomości. Świadomość podlega przy tym "jasno zdefiniowanym warunkom fizjologicznym, które charakteryzują się wysokimi nakładami energii i materii" (Roth 2003, 218), a więc jest energetycznie bardzo droгим stanem, który przez mózg stosowany jest, by tak rzec, jako doradca, kiedy chodzi o opracowywanie określonych tylko procesów. Większość procesów w mózgu natomiast przebiega nieświadomie, ponieważ taki ich sposób realizacji jest energetycznie tańszy i szybszy; niewielka tylko ilość operacji delegowana jest do świadomości (ze względu na energetyczną kosztowność tych procesów i powolność operowania tej ostatniej), w której następnie są realizowane w funkcji doradczej i motywującej (uzasadnieniowej).

"Mózg posiada tendencję transponowania funkcji świadomych, a tym samym z punktu widzenia fizjologicznej przemiany materii drogich, powolnych i podatnych na błędy, w funkcje nieświadome, a tym samym z punktu widzenia fizjologicznej przemiany materii tanich, szybkich i precyzyjnych" (Roth 2003, 549).

Nie chcąc postulować niedostępnych nauce epifenomenów i popaść tym samym w metafizykę, musimy to, co zwykle nazywane jest 'duchem' [*Geist*], oraz świadomość, jako produkt realnego mózgu, ujmować w ramach nauk przyrodniczych "jako stany fizyczne. Aby móc to czynić, wystarczy wykazać, że (a) współoddziałują one z innymi stanami fizycznymi, że (b) odbywa się to w ramach istniejących praw fizyki oraz że (c) nie pojawiają się nigdzie zjawiska, które tym prawom jaskrawo przeczą" (Roth 2003, 253).

Oczywiście mogą się w tym wymiarze pojawić prawa własne tego systemu, ale również one muszą się dać zintegrować i w żadnym wypadku nie mogą przeczyć prawom ogólnym. Jest to bardzo ważny punkt, ponieważ jeśli będziemy przez jeden moment nieuważni, powstać może

prawie niezauważalny dualizm wyjściowy (między duchem a materią właśnie). Również tutaj mogą tylko powiedzieć: jest tylko jeden świat. Jeden świat, do którego muszą się stosować prawa natury, a więc nie mogą (jeśli nie chcemy popaść w dualizm) być postulowane wielkości wołające o inne, nowe modusy bytu. Proszę bowiem zwrócić uwagę, że jeśli w sposób naukowy (czyli w ramach nauk przyrodniczych) chcemy wyjaśnić 'życie', 'ducha', 'ja' itp., czynimy to zwykle tak, że wyjaśniamy pojęcie, które wynaleźliśmy za pomocą naszych komunikacji, by (między innymi) móc uprawiać nauki przyrodnicze. Podczas kiedy także w tym wypadku musimy wyjść z założenia, że mamy tu generalnie do czynienia z konstruktami. Świadomość nie jest zatem niczym innym niż uważnością plus pamięcią. Jeden spowodowany czymś stan mózgu interpretowany jest przez kolejny stan.

“Większość »filozofów ducha« nie uwzględnia epistemologicznego faktu, że cały nasz świat przeżywania jest konstruktem mózgu. Kiedy jako filozof lub jako uczonego neurobiolog zajmuję się relacją ducha i mózgu, wtedy czynię to w odniesieniu do ducha i mózgu jako stanów w tym świecie przeżywania. Mózg, który jest mi dostępny przeżyciowo (nazwałem go »rzeczywistym« mózgiem) nie jest (odpowiednio) tą jednostką, która wytwarza ducha, lecz jest, jako *stan przeżyciowy*, sam konstruktem. Jako że ducha powoduje tylko niezależny od świadomości »realny« mózg (tak to przynajmniej zakładamy). Ten jednak, jak wiadomo, w moim świecie przeżywania się nie pojawia! (...) Jeśli teraz filozof ten argumentuje że nie jesteśmy nigdy w stanie *wyobrazić* sobie jedności ducha i materii (lub ducha jako stanu funkcyjnego mózgu), to mówi on pełną prawdę, ponieważ dokładnie temu nasz mózg chce zapobiec. Duch wytwarzany jest przez *realny* mózg, a nie przez mózg *rzeczywisty*. Zjawisko to jednak przez nas może być tylko myślane i odtworzone, ale nie zrealizowane przeżyciowo, i dlatego powstanie ducha w mózgu jawi się jako niewyobrażalne” (Roth 2003, 254 i 255).

W tym ujęciu również 'ja' nie jest jednorodną wielkością, lecz wiązką różnych stanów, a mianowicie (między innymi) następujących:

1. "Ja ciała, tzn. uczucie, że to, w czym ja »tkwię« i nad czym ja naprawdę lub pozornie panuję, jest *moim* ciałem;
2. ja umiejscowienia, tzn. świadomość, że znajduję się właśnie w tym miejscu, a nie gdzie indziej lub zgoła w dwóch miejscach równocześnie;
3. ja perspektywy, tzn. wrażenie, że ja stanowią centralny punkt przeżywanego przeze mnie świata;
4. ja jako podmiot przeżycia, tzn. uczucie, że to *ja* mam te postrzeżenia, idee, uczucia, a nie zgoła ktoś inny;
5. ja autorstwa i kontroli, tzn. uczucie, że ja jestem tym, kto powoduje i kontroluje moje myśli i działania;
6. ja autobiograficzne, tzn. przekonanie, że ja jestem tym, kim byłem wczoraj i że owo ja przeżywa *ciągłość* w moich różnych wrażeniach (tutaj ważną rolę odgrywa mówienie o sobie samym);
7. ja autorefleksywne, tzn. możliwość myślenia o sobie samym (również tutaj język odgrywa ważną rolę); i w końcu
8. ja etyczne lub sumienie, a więc uczucie, że istnieje instancja we mnie, która mówi lub każe mi, co mam robić, a czego robić nie mam" (Roth 2003, 379–380).

Te różne komponenty *przeżywamy* (odczuwamy) jako jednorodne ja. Dopiero kiedy w przypadku uszkodzeń mózgu odpowiednie areaty nie działają, jesteśmy w stanie widzieć (brak) oddziaływania tych poszczególnych komponentów. Ważne jest tu również uwzględnienie, że ja uważa się co prawda za wielkiego sternika, dzierżącego w rękach ster wydarzeń, nie jest ono nim jednak; funkcje sterujące posiada zawsze nieświadomość.

Kiedy ujmujemy ja jako wiązkę elementów, wtedy możemy też widzieć, że spełnia ono różne funkcje, przy czym pamiętać trzeba o tym, "że w przy-

padku ja chodzi o centrum *wirtualnego świata*, którego my doświadczamy jako nasz świat przeżywania, jako rzeczywistość, jak to swego czasu nazwał (Roth 1996)” (Roth 2003, 395). Roth wyróżnia w tym kontekście co najmniej trzy fundamentalne funkcje ja:

- a. Ja jako *ja przypisujące*. “Mózg wytwarza instancję, której towarzyszy świadomość, poprzez nią staje się on korykalnym *światem przeżywania*, a przez to dochodzi do wytworzenia się *tożsamości*. (...) Wprowadzenie w konstruowaną przez mózg rzeczywistość instancji, sądzącej o sobie samej, że poszczególne postrzegania, myśli, wyobrażenia, wspomnienia i uczucia są *jej* stanami, stanowi widocznie dużą zaletę. Umożliwia w ogóle dopiero, jak się wydaje, niezawodne odróżnienie własnych stanów mentalnych od stanów innych [ludzi – MF].
- b. Druga funkcja zawiera się w *ja działania* względnie *woli*. W podobny sposób jak przedtem, chodzi o stworzenie wirtualnej instancji, która przypisuje sobie samej intencje, zamiary i zdolność działania. (...)
- c. Trzecia funkcja zawiera się w *ja interpretacyjnym* i *legitymizującym*. Świadome językowe ja ma za zadanie spojenie i uzasadnienie przed sobą samym, a szczególnie przed środowiskiem społecznym własnych działań w przekonującą całość, a to niezależnie od tego, czy dostarczane wyjaśnienia odpowiadają faktom. (...) Do osobliwości tego ja należy, że uporczywie przeczy ono istnieniu swego producenta, mózgu” (Roth 2003, 396).

I mimo że to, co realny mózg postrzega, dzieje się (ca o jedną trzecią sekundy) wcześniej niż to, co rzeczywisty mózg sądzi, iż postrzega, ten ostatni postrzega to jako równoczesne. “Ja postrzegania napotyka bezpośrednio przeżyciowo postrzegany świat, co nie stanowi nijakiej trudności, ponieważ chodzi w tym wypadku o napotkanie dwóch konstruktów w *rzeczywistości*, a nie w *realności*” (Roth 2003, 397).

Ten sam mechanizm odnajdujemy również w przypadku woli (patrz również niżej). Tym, co napędza moją rękę, jest co prawda realny mózg (i to napędza wcześniej, niż spostrzega to ja), doświadczane jest to jednak (później!) przez mój rzeczywisty mózg jako spowodowane przez niego.

“Jest to proces automatycznego przyswajania (autoatrybucji) przez ja stanów psychicznych. Wszystko, co pojawia się w mojej świadomości, tzn. postrzegania, wyobrażenia, myśli, uczucia, ruchy itp., *przyswajane* jest przez inny stan świadomości, przez ja albo samość. Owo ja nie jest oczywiście producentem tych stanów, ale nie ma ono żadnej możliwości, prześledzenia wstecz (...) innych nieświadomych procesów (tak samo jak siebie samego) do ich właściwych źródeł (inaczej nie byłyby one nieświadome). Odbywa się to bowiem według zasady wykluczenia: jeśli nie jest rozpoznawalna żadna inna przyczyna, to stany te muszą pochodzić ode mnie!” (Roth 2003, 514).

Kiedy coś się bowiem tak, a nie inaczej regularnie powtarza, widzimy w tym relację przyczynową; nie musi to jednak taką relacją być (Roth 2003, 517).

Poczucie autorstwa naszych działań może być między innymi również “następstwem przypisań przez otoczenie społeczne”. Dzieci dowiadują się od matek i ojców, że przypisywane jest im jakieś działanie (Ale to ładnie zrobiłeś!), “i prawdopodobne jest, że dziecięce ja w ogóle dopiero przez tę atrybucję konstituuje się jako *podmiot działań*. Tak samo dowiaduje się od osoby odniesienia autowyaśnień typu »Ja to zrobiłem, ja to tak chciałem...«. Uczy się: jest ktoś, kto jest ja, i owo ono powoduje działania!” (Roth 2003, 517).

Z drugiej strony musimy uwzględnić, że świadome ja zapośredniczone jest językowo (Roth 2003, 427). Jest konstruktem świadomości, której używa, i potem może być językowo zapośredniczane.

Tym samym dochodzimy do zjawiska wolnej woli. Nie odnosząc się tu szczególnie do stanu badań na ten temat (por. Roth 2003, 498–504; Singer 2002)⁸, rezultaty aktualnej dyskusji w neurofizjologii naszkicować można następująco.

Świadome decyzje, które podejmujemy jako indywiduum, nie są dokonywane na mocy wolnej woli, lecz na podstawie nieświadomie przebiegających procesów w systemie limbicznym oraz na mocy decyzji tego ostatniego, jeśli są one *emocjonalnie akceptowalne* (Roth 2003, 527). A stany afektywno-emocjonalne są dokonaniem systemu limbicznego (Roth 2003, 373).

“Nasz rozum widziany może być jako sztab ekspertów, którym *posiłkuje się* sterujący zachowaniami system limbiczny. (...) Emocjonalna zgodność nie oznacza zatem w normalnym wypadku irracjonalności, lecz *rozważanie i działanie w świetle wszystkich dotychczasowych doświadczeń*” (Roth 2003, 527).

Działanie (w odróżnieniu od reagowania, przebiegającego wewnątrzsystemowo) Roth (2003, 472) definiuje jako (wewnątrzsystemowe) dążenie do celów, jako próbę wprowadzenia w czyn życzeń, planów, zamiarów.

Pamiętać przy tym trzeba zawsze, że większość procesów tego rodzaju przebiega w nieświadomie pracujących areałach mózgu, a tylko stosunkowo niewielka ich część staje się świadoma. Z tym związana jest konstrukcja samości (względnie ja; definicja ‘samości’ – patrz niżej), która w ten sam sposób oddziaływa jako instancja wyjaśniająca lub uzasadniająca.

⁸ Wolf Singer: *Der Beobachter im Gehirn*. Frankfurt am Main 2002.

“W odniesieniu do życia oraz przetrwania w bardzo kompleksowym środowisku naturalnym i społecznym, mózg wykształca *samość* względnie *ja*, które umożliwia świadomościową i zachowaniową tożsamość. Istotną podstawą ku temu jest wykształcenie autobiograficznej pamięci. Owa *samość/ja* tylko wtedy jest zdolna do spełniania funkcji, kiedy przypisuje sobie intencje, zamiary i zdolność do działań, wychodzące na powierzchnię z nieświadomości, i zakłada, że działania sterowane są bezpośrednio przez nią, a nie przez liczne nieświadome procesy limbiczne, egzekutywne i motoryczne. Tylko tak jest możliwe »fokusowanie« woli na określony zamiar działania oraz długofalowe planowanie działań, ponieważ wymaga to wirtualnego »centrum planowania«. A w końcu – ważna funkcja *ja* zawiera się w *interpretacji* i *legitymizacji* własnych działań. Świadome, językowe *ja* ma za zadanie spojenie w przekonującą całość i uzasadnienie działania przed sobą samym oraz przed środowiskiem społecznym, i to niezależnie od tego, czy dostarczane wyjaśnienia odpowiadają faktom. Konstruowanie planującego i sterującego działania *ja* i jego woli jest niezbywalną przesłanką dla organizacji naszego społeczeństwa; (...) nasza społeczna organizacja i komunikacja bazują na *intencjonalnej interpretacji* ludzkiego (a w części także zwierzęcego) działania. Nie możemy opisać tego działania w ogóle inaczej niż za pomocą intencjonalnych pojęć, takich jak życzenia, zamiary, plany, cele i wola” (Roth 2003, 528).

Najnowsze dane neurofizjologii pokazują więc, jak mówi Roth, że wolność woli jest fikcją. Stanowisko to uzasadniane jest następująco:

1. “Moje działanie nie dlatego już jest wolne, ponieważ *jawi* mi się jako wolne.
2. Z (częściowej) nieprognozowalności ludzkiego działania nie wynika w sposób logicznie wiążący, że działanie to jest (częściowo) wolne” (Roth 2003, 539).

3. Nie ma przyczynowego związku między wolą a odczuwanym jako wolicjonalne działaniem.
4. Wola jawi nam się jako wolna, ponieważ nie możemy świadomie śledzić jej przyczyn/początków. "Wolni czujemy się wtedy, kiedy możemy robić to, co przedtem chcieliśmy lub – w odniesieniu do skonwencjonalizowanych przyzwyczajeń – zawsze już chcieliśmy" (Roth 2003, 530).
5. Intencje zależą również od nieświadomych i społecznie przebiegających procesów.
6. "Uczucie, by chcieć teraz coś zrobić, pojawia się *po* podjęciu w mózgu, a dokładniej w systemie limbicznym i w jądrach podstawnych [*Basalganglien*], nieświadomej decyzji o tym, czy coś ma teraz w ten określony sposób zostać zrobione.
7. Proces starannego świadomego rozważania, poprzedzającego niektóre działania wolicjonalne, odbywa się, jak wszystkie mentalne akty w mózgu, w ramach zapośredniczeń/ofert emocjonalnej pamięci doświadczeniowej i również orientuje się na *emocjonalnych* konsekwencjach [sic! – MF] alternatyw działań. Rezultat tego rozważania musi poza tym być emocjonalnie akceptowalny, aby wejść w proces decyzyjny.
8. Imputowanie intencji w formie życzeń, celów, zamiarów, planów i woli odbywa się w naszym działaniu, jak i w działaniu naszych współludzi mniej lub bardziej automatycznie i służy przede wszystkim łatwiejszemu opisowi ludzkiego zachowania się i uzasadnianiu naszego działania przed nami samymi i przed innymi" (Roth 2003, 531).

Uwaga do punktu 4 i 6 (wyżej): Proszę zauważyć, że najpierw czegoś chcę, a *dopiero potem*, kiedy to już osiągnąłem, czuję się takim, jakim przedtem chciałem być; z tego dopiero wyciągam wnioski, że jestem wolny. Podczas kiedy stwierdzam tylko przystawanie tego, co chciałem, do tego, co teraz mam; tyle tylko że to, czego chciałem, pochodzi od przebiegających nieświadomie procesów limbicznych, a to, co mam/

stwierdzam, konstruowane jest przez świadomość. To pierwsze budowane jest na podstawie emocjonalnego przystawiania do poprzednich doświadczeń; to drugie konstruowane jest za pomocą zabiegów kognitywnych.

(Zbyt) prosty przykład: System limbiczny chce podnieść rękę (bo zachodzi taka konieczność), więc wysyła stosowne polecenia do operatorów/mięśni i ręka się podnosi; świadomość to (potem!) rejestruje i uzasadnia, i stwierdza, że to ona chciała podnieść rękę i czuje się dobrze, bo chciała i podniosła rękę, z czego wynika, że jest wolna i posiada wolną wolę. Tyle tylko że to nie ona chciała; ale właśnie tego nie wie. Systemowi limbicznemu to wszystko nie przeszkadza, bo on podniósł rękę wtedy, kiedy trzeba było, nie czekając na świadomość; natomiast gdyby czekał na świadomość i realizację jej wolnej woli, to podniósłby rękę dopiero teraz. Niewykłuczone, że za późno. Zwłaszcza gdyby chodziło nie o rękę, ale na przykład o reakcję na zbliżającego się lwa, czyli o ucieczkę.

W tym sensie jesteśmy autonomiczni; ponieważ potrafimy poddać nasze działania samoocenie, a w następstwie tego nimi sterować. Jesteśmy zatem co prawda autonomiczni i działamy autonomicznie, ale sterowani jesteśmy przez doświadczenia, gdyż wszystkie zmiany w mózgu zależne są od doświadczeń (Roth 2003, 153).

Podlegamy tu wyprodukowanemu przez nas samych złudzeniu. Mniemy, że jesteśmy wolni wtedy, kiedy możemy robić to, czego chcemy, lub nie robić tego, czego (nie) chcemy (i tak też wyrażamy to przekonanie językowo), podczas kiedy, patrząc z perspektywy realnego mózgu, w rzeczy samej wolni czujemy się wtedy, kiedy możemy robić to, czego przedtem już chcieliśmy, to znaczy przed pojawieniem się tego konkretnego chcenia, tego aktu wolicjonalnego w świadomości. Innymi słowy: wtedy, kiedy robimy to, co do czego 'czujemy, że tak trzeba'. A owo 'czucie' mamy wtedy, kiedy robimy to, co przedtem już chcieliśmy robić, ponieważ jest to emocjonalnie akceptowalne, a dokładnie na mocy

kryterium 'emocjonalnej akceptowalności' podejmujemy decyzje. To zatem, że coś się dzieje, to jedno, że to tak, a nie inaczej przeżywamy, to coś zupełnie innego. Coś może się dziać w określony sposób, możemy to jednak inaczej *przeżywać* (Roth 2003, 526). "Jakkolwiek rezultat racjonalnego rozważania może wypaść, podlega on ostatecznej decyzji systemu limbicznego, gdyż musi być *emocjonalnie akceptowalny*. (...) a mianowicie w ramach moich dotychczasowych doświadczeń" (Roth 2003, 527).

"Poczucie »wolnego« aktu woli powstaje w nas *po* tym, jak struktury i funkcje limbiczne już ustaliły, co mamy robić. Poczucie wolnej woli w mocnym sensie 'możności-działania-inaczej' służy samoprzypisywaniu ja, bez którego nie jest możliwe kompleksowe planowanie działań. Nasze świadome życzenia i zamiary, i nasza wola stoją pod kontrolą nieświadomej, limbicznej pamięci doświadczeniowej, i dokładnie przez tę instancję ustalone jest, czy i w jakiej mierze to, co było świadomie chciane, rzeczywiście będzie robione. W ten sposób gwarantowane jest, że wszystko, co robimy, dzieje się w świetle całego indywidualnego (też społecznie zapośredniczonego) doświadczenia, które zmagazynowane jest w systemie limbicznym. (...) Ludzie *czują* się wolni, kiedy mogą robić to, co przedtem chcieli; pytanie o wolność tego chcenia nie jest przy tym przez nich przeżyciowo w ogóle poruszane. Owo *działanie z własnego chcenia* jest podstawą ludzkiej autonomii, a nie rzeczywistą możliwością-innego-działania. Jawiłoby się to bowiem w wielu sytuacjach jako arbitralne działania i uczyniłoby przyjemne ludzkie współżycie niemożliwym" (Roth 2003, 553 i 554).

Kiedy uwzględnimy przedstawiony wyżej punkt widzenia na wolną wolę i na ja jako na rezultaty procesów wewnątrzmoźgowych, a więc jako wielkości odniesione tylko i wyłącznie do indywidualium, wtedy musimy zintegrować z tą zależnością również komponenty społeczne. Funkcjonu-

jemy co prawda jako indywidua i konstruujemy każdy dla siebie światy przeżywania, z drugiej strony nie funkcjonujemy jednak sami, i musimy, jeśli chcemy wspólnie funkcjonować, owe indywidualne światy przeżywania synchronizować i w sposób ciągły koordynować. Nasza zdolność wprowadzania w myślenie i działanie każdego z nas tego, co myślą lub czują inni, posiada przy tym fundamentalne znaczenie.

Równie ważna jest nasza zdolność opracowywania i asymilowania nowych i/lub kompleksowych sytuacji.

“Funkcja ta powiązana jest z sensoryczną świadomością przeżyć (postrzegania i uczuć) oraz ze świadomością uwagi [*Aufmerksamkeit*]. Stany te ze swej strony są usytuowane w tak zwanej świadomości tła, do której należą świadomość ciała, miejsca, ja, autorstwa i realności” (Roth 2003, 547).

Zauważyć tu trzeba, że do naszej świadomości dociera zasadniczo tylko i wyłącznie to, co wywołuje aktywności w korze kresomózgowia (*Großhirnrinde*).

“Umiejscowione poza kresomózgowiem centra mózgowe nie są w stanie dokonywać szybkich przestrukturyzowań dużych sieci jako nośników dużych ilości danych. Sterują one jednak w sposób długotrwały towarzyszącymi świadomości procesami w korze mózgowej i używają kory mózgowej do rozwiązywania problemów, których same nie są w stanie opanować. (...) Ta funkcja sterująca obowiązuje przede wszystkim hipokamp jako organizatora pamięci deklaratywnej, system limbiczny jako producenta i kontrolera stanów afektywnych i emocjonalnych oraz formacje retykularne (siatkowate) i bazalne przodomózgowie jako kierujące niespecyficzną względnie specyficzną uwagą. Każdy stan świadomości poprzedza odpowiednio faza nieświadomego wstępnego opracowania sensorycznych

informacji, w której podejmowana jest decyzja, czy i w jakiej mierze kora kresomózgowie ma się tą informacją zajmować. To, co my potem świadomie przeżywamy, to tylko »produkt końcowy« nad wyraz kompleksowego opracowywania informacji” (Roth 2003, 548).

Mamy zatem z jednej strony neurobiologiczne, a z drugiej – społeczne komponenty działania, woli, samości i ja. Jak teraz, na tle tego, co powiedziane zostało wyżej, wyglądają relacje między nimi oraz ich stosunki dominacji? Czy jesteśmy zatem istotami zdeterminowanymi neurofizjologicznie czy społecznie? Toczone aktualnie dyskusje na ten temat sprowadzić możemy (w sporym uproszczeniu oczywiście) do dwóch zasadniczo przeciwstawnych stanowisk. Z jednej strony do antyindywidualizmu, argumentującego według dogmatu: “Człowiek jest w swoim jądrze istotą społeczną, jest tylko tym, co społeczeństwo z niego zrobi” (Roth 2003, 555). Z drugiej strony do neurobiologicznego redukcjonizmu, który z kolei (równie dogmatycznie) twierdzi: wszystko, co w tym kontekście jest dla nas relewantne, jest wrodzone i zdeterminowane przez neuronalne struktury. W odniesieniu do tych dwóch stanowisk Roth stara się zająć pozycję pośrednią, jasno jednak ustalając priorytety.

“Społeczna natura człowieka wynika z jego biologicznej natury, a nie odwrotnie, i dlatego społeczna natura człowieka bez jego (neuro)biologicznej jest niezrozumiała. Tylko dlatego że człowiek dysponuje wrodzonymi mechanizmami, które go biologicznie, psychicznie i komunikacyjnie wiążą z innymi ludźmi, coś takiego jak ludzkie społeczeństwo w ogóle istnieje” (Roth 2003, 555).

“Ciekawym aspektem pobocznym jest to, że socjologizm tak samo jak neurobiologia odrzuca tradycyjną ideę wolności woli, jeśli nawet za pomocą zupełnie innych argumentów. Socjologizm wychodzi – słowami Martina Kohlisa – od tego, że indywidua, również wtedy, kiedy wierzą w to, że są wolne i działają w sposób wolny, reproduku-

ją programy społeczne – że grają role, spełniają normy, przestrzegają reguł, stosują się do społecznych scenariuszy (scripts) lub realizują wzory interpretacji... W miejsce woli, idei i ducha pojawiają się społeczeństwo, ideologia i kultura. Indywidualne działanie wyznaczone było zasadniczo przez owe społeczne programy – to było wypełnienie konceptu *homo sociologicus* (M. Kohlis – nieopublikowany manuskrypt). Niklas Luhmann zaś rozumiał indywidualność nie jako faktycznie wolne działanie, lecz »wyłącznie jako społeczny modus przyporządkowania; innymi słowy: jako kod, za pomocą którego członkowie społeczeństwa czynią sobie symbolicznie dostępnymi stany rzeczy« (Kohlis)” (Roth 2003, 556).

Podobnie, nawet jeśli z innych powodów, formułuje Roth, a mianowicie, “że przeżywanie wolności woli jest aktem indywidualnego oraz społecznego *przypisania*, również wtedy, kiedy stanowisko to stoi w zupełnie innej zależności uzasadnieniowej” (Roth 2003, 557).

Na aktualnym poziomie wiedzy dochodzi się do przekonania, iż należy zrezygnować z tych skrajnych, polaryzujących stanowisk i podjąć próbę połączenia obydwu aspektów – społecznego i indywidualnego. Roth reprezentuje takie właśnie stanowisko, to znaczy stanowisko nieredukcjonistycznego fizykalizmu. Wyjaśnia to na następującym przykładzie.

“Przykład dotyczy sterowania naszymi uczuciami przez chemiczne substancje sygnałowe, tzn. przez transmitery, neuromodulatory, neuropeptydy i neurohormony. Bardziej jeszcze niż elektrofizjologiczne zjawiska decydują one w naszym mózgu o naszym czuciu, myśleniu i działaniu; brak równowagi w tym neurofarmakologicznym »gospodarstwie« prowadzi do masywnych zmian naszego psychicznego samopoczucia. Przez cokolwiek nasze życie uczuciowe mogłoby być ukierunkowane, skutek musi być zapośredniczony przez te wymienione substancje. Chybione zatem jest widzenie tego stanu rzeczy

jako niespecyficznego przesłanki naszych poza tym społecznie uwarunkowanych procesów. Oczywiście postawić tu bowiem trzeba pytanie, co w molekuły dopaminy jest napędzające, w molekuły serotoniny uspokajające, a w molekuły noradrenaliny podniecające. Nic – tak brzmi odpowiedź. Molekuły te nie oddziałują po prostu jedynie chemicznie, lecz jako *transmitery*, jako dostawcy *znaczeń*. Są one wysyłane z określonych centrów mózgu, spełniających konkretną funkcję, np. funkcję obietnicy nagrody, do innych centrów, gdzie po doczepieniu się do specyficznych receptorów wywołują lub wpływają na określone procesy, np. wybór jednego działania spośród różnych alternatyw. Oddziaływanie dopaminy z substantia nigra na receptory D2 w prążkowi grzbietowym [dorsales Striatum] mogą tym samym znaczą: »Rób to, bo obiecuje to nagrodę!«. Odpowiednio do tego odblokowana zostaje pętla grzbietowa [dorsale Schleife] i przeprowadzone zostaje określone działanie, pozwalające oczekiwać nagrody” (Roth 2003, 563).

Uwzględnić w tym kontekście trzeba jeszcze język, odgrywający ważną i decydującą rolę dla procesów społecznych oraz ich sterowania. Wtedy co nieco inaczej, niż do tego przywykliśmy, widzieć trzeba także funkcję języka.

”Język nie służy w pierwszej linii do wymiany wiedzy i przekazywania wglądu w coś, lecz do legitymizacji przed nami samymi i przed innymi w przeważającej mierze nieświadomie sterowanego zachowania. To jest ważnym faktem indywidualnego emocjonalnego przetrwania i społecznego współżycia. Komunikacja językowa tylko wtedy powoduje zmiany w naszych partnerach, kiedy ci na podstawie wewnętrznych procesów wytwarzania znaczeń lub przez komunikację niejęzykową już znajdują się w stanie konsensualnym z nami. Wiedza nie może być przekazywana, lecz tylko wzajemnie/obopólnie konstruowana” (Roth 2003, 551–552).

Komunikację Roth definiuje następująco: "Komunikację należy zatem rozumieć jako wzajemną/obopólną względnie równoległą konstrukcję znaczeń między dwoma lub więcej partnerami" (Roth 2003, 422).

Wszystkie dalsze, bazujące na języku, wielkości (takie jak: racjonalność, rozsądek, rozum) mogą być w związku z tym widziane jako konsekwencje, wynikające z zastosowania tego mechanizmu, jako jego rezultaty.

"Racjonalność usytuowana jest w afektywno-emocjonalnej strukturze podstawowej zachowania; system limbiczny decyduje, czy, kiedy i w jakiej mierze rozum i rozsądek dochodzą do głosu. Kolejna istotna różnica zawiera się w tym, że to nie optymalizacja relacji kosztów – korzyści, nawet przy uwzględnieniu wszystkich »warunków brzegowych«, jest najważniejszym kryterium ludzkiego podejmowania decyzji i działań, lecz zachowanie możliwie stabilnego i wewnętrznie niesprzecznego stanu emocjonalnego. Do tej niesprzeczności zalicza się oczywiście uboga w napięcia relacja między »ja« (szczególnie jego nieświadomymi częściami) a tym »innym«, między życzeniem samourzeczywistnienia się a życzeniem sobie przychylności grupy" (Roth 2003, 560).

Istotne przy tym jest, że owo życzenie i owa przychylność oraz dążenie do stabilności są w najwyższym stopniu *asemantyczne*. Sam ów stan nie jest i nie musi być zdefiniowany, ponieważ dochodzi on do skutku w innym systemie niż to, co go wywołuje. Zadowoleni jesteśmy na poziomie emocjonalnym (by tak rzec – w systemie limbicznym). Tego zaś, z powodu czego jesteśmy zadowoleni, szukamy i znajdujemy w rzeczywistości komunikacji, a więc w trzeciej rzeczywistości. A tam zawsze coś znajdziemy, ponieważ jest tam wszystko. A to, że zawsze się to udaje, nie jest niczym dziwnym, ponieważ obchodzenie się ze środowiskiem jest – jak mówi Roth (2003, 424) – autostabilizujące.

Nie jest zatem decydujące to, by widzieć zieloną plamę, lecz by wiedzieć, “jak to jest, kiedy się widzi zieloną plamę” (Joseph Levine cytowany za: Roth 2003, 251).

“Ten, kto chciałby widzieć światło, sam jest światłem. Światło nie może samo siebie widzieć. Trzeba doświadczyć widzenia widzenia. Samość nie może zostać zobiektywizowana, to znaczy: nie można samości innym opowiedzieć czy przekazać, można ją tylko samemu zrealizować. Dogen Zenji mówi: »Całkiem jasno poznałem, że duch nie jest niczym innym jak góry czy rzeki, wielka ziemia, słońce, księżyc i gwiazdy!«. Ponieważ rzeczywista rzeczywistość jest najzupełniej pusta, nie ma widzącego. Jest co prawda akt widzenia, ale nie ma nikogo, kto widzi, i nic, co jest widziane. W zbiorze koanów Shoyoroku jest też następujące pytanie koanowe: »Kiedy my nie widzimy, to dlaczego nie możemy widzieć niewidzenia?«. Pustka nie jest pusta, lecz pełna energii i nieskończenie wielu możliwości”⁹.

Również ten fragment dotyczy, między innymi, poruszanego wyżej problemu obserwatora zewnętrznego. Bowiem – widzimy sobie. I dobrze. Nie można co prawda widzieć tego widzenia, ale można go doświadczyć, to znaczy zdać sobie z niego sprawę, poprzez widzenie z uważnością, poprzez koncentrację na samym widzeniu. Oczywiście dotyczy to również słyszenia, słuchania, mówienia itp. Ale owo widzenie z uważnością nie jest już komunikowalne. Tego dokonać może tylko każdy dla siebie. Realność jest bowiem semantycznie pusta i dlatego jest niekomunikowalna. Komunikować możemy tylko komunikowalną rzeczywistość,

⁹ Yamada Koun Roshi: *Die Niederschrift vom blauen Felsen – Hekiganroku*. Band 2. München 2002, 126.

ale ta nie jest wtedy już doświadczeniowa, lecz jest tylko mówieniem, nieustannym mówieniem o czymś.

W momencie doświadczania tego zjawiska nie ma już tego, co widziane, i tego, kto widzi, lecz jest tylko ktoś, kto obserwuje jedność widzianego i widzącego. To, nawiasem mówiąc, bardzo zabawne doświadczenie, kiedy widzimy tę jedność i brak w niej semantyki, brak wszelkich możliwości gaworzenia i opowiadania komuś innemu tego doświadczenia. Doświadczana wtedy pustka to ogrom możliwości, które są i które zrealizować można, tylko mówiąc. I dokładnie wtedy przestają one być możliwościami, a stają się komunikacją, czyli rezultatem wyboru spośród alternatyw i realizacją jednej z nich. Komunikacją o czymś, czyli brakiem możliwości. I wtedy nie ma już ani wielu możliwości, ani jednej możliwości. Jest już tylko i aż gadanie; na przykład – jak ja w tym miejscu – *na temat* możliwości. Semantyka niszczy możliwości, i dokładnie do tego zewnątrzsystemowo służy; a wewnątrzsystemowo służy do umożliwiania negocjacji jej samej. Już nie doświadczamy, lecz mówimy; mówimy o dokonanym wyborze, który przez to i w tym samym momencie przestaje być wyborem i staje się rzeczywistością; tą komunikacyjną, bo innej, gadając, nie ma.

Ale również to nie jest istotne i nie ma najmniejszego znaczenia, jak tłumaczył już mistrz Ho:

“Któregoś dnia chiński mistrz zen Ho zdecydował się powiedzieć do unsui [uczniowie zen]: »Wiedza, którą znamy tylko ze słyszenia, jest do niczego. Dopiero kto potrafi wiedzę zastosować, jest kimś. Również to jednak trzeba zostawić za sobą, by osiągnąć shinka, stan rzeczywistego zrozumienia«. Na to jeden mnich zapytał: »wyjaśnijcie shinka trochę szerzej«. Mistrz odpowiedział: »ćwicz się w biciu w bęben. W końcu trzeba się czegoś nauczyć«. O cokolwiek unsui

potem pytał, mistrz niezłomnie odpowiadał: »bij w każdym wypadku w bęben«¹⁰.

Również stosowanie wiedzy (uzyskanej z doświadczenia) powinniśmy zapomnieć; zapomnieć stosowanie wiedzy, a tylko ją stosować, na przykład bijąc w bęben; po prostu bijąc w bęben. Za pomocą uzyskanej wiedzy, ale bez niej; stosując ją, ale nie zastanawiając się nad nią i nie myśląc o niej. Po prostu bić w bęben; lub robić cokolwiek innego oczywiście. Dopiero kiedy robimy coś, nie zastanawiając się nad tym, jesteśmy w domu. Nie ma powodów, celów, przyczyn. Wymagań, oczekiwań, zamiarów. Robimy to i już. A nawet jeszcze mniej – robimy. Lub inaczej:

Nie oczekujcie niczego, kiedy coś robicie. Róbcie to po prostu.

Wielu robi niesamowicie dużo, by jutro mogli żyć, przez co dzisiaj nie żyją, a kiedy będą to robili zawsze, nie będą żyli praktycznie nigdy.

Lub jeszcze inaczej: żyję. A oni mówią o tym, że to robią. A zatem nie mogą wcale żyć, bo właśnie o tym mówią. Ale są zadowoleni, bo to, o czym mówią, uważają za życie. I tak można się mylić*.

* 523 osoby, którym podobał się ten fragment, interesowały się również ostatnią i przedostatnią płytą Bad Religion, jeansami Lee Brooklyn oraz książką Grega Graffina *Anarchy Evolution*.

¹⁰ <http://www.zensite.de/Kultinstrumente/hokku.htm>, 23.04.2011.

“Mistrz już nie szuka, lecz znajduje”¹¹.

Każdy z nas to zna. Kiedy czegoś szukamy, najczęściej bardzo trudno nam to znaleźć. Natomiast kiedy niczego nie szukamy, to znajdujemy to, czego nie szukaliśmy. Sęk w tym, że my zawsze chcemy znajdować to, czego szukamy, a nie po prostu znajdować. Znajdować to, co potem będziemy mieli.

Najwięcej rzeczy, które znalazłem, znalazłem, chodząc z psem po okolicy, niczego oczywiście nie szukając, tylko chodząc. To samo dotyczy psa. Chodzimy sobie, a on tu lub tam zawsze coś znajduje; pełno mam w domu rzeczy, które on znalazł, a jeszcze więcej pozostawialiśmy tam, gdzie je znaleźliśmy. Z czego wynika, że zawsze jest coś do znalezienia, byle się nie szukało¹². A znaleźć można to, lub inaczej: zdefiniowane jako ‘do znalezienia’ jest to, co nie pasuje do kontekstu. Czyli nie można znaleźć patyka, krzaka, drzewa, kamienia, a więc tego, co jest tam, gdzie jest. Lecz musi to być coś, co nie pasuje do sytuacji, miejsca i kontekstu właśnie. Pies znalazł kiedyś całego krupnioka, a ja zegarek (albo odwrotnie, już nie pamiętam). Ale kto powiedział, że krupniok i zegarek nie mają nic do szukania tam, gdzie je znaleźliśmy. To oczywiście konwencje, przyzwyczajenia. W sumie – normalność, taka, a nie inna normalność, w tym miejscu, w tej sytuacji, w tym czasie. Nie ma zatem sensu szukanie, bo i tak się znajdzie. A to, co się znajduje, i tak określa dany moment i daną

¹¹ Eugen Herrigel: *Zen in der Kunst des Bogenschießens*. Frankfurt am Main 1985, 58 (pol.: *Zen w sztuce łucznictwa*. Przeł. Michał Kłobukowski. Bydgoszcz 2007).

¹² I ma to tę zaletę, że kiedy się czegoś szuka, to się tego często nie znajduje, co powoduje stres i zły humor; kiedy się natomiast nie szuka, wtedy zawsze się coś znajduje i nigdy nie ma stresu, że się szukało, ale nie znalazło, bo się zawsze znajduje. To bardzo zdrowa technologia.

normalność. Nie można bowiem praktycznie nie znajdować; wystarczy tylko manipulować normalnością. I nie szukać.

Przykład:

Czyż obraz sosny rozdartej nie jest ciż dla nas wszystkich symbolem?

Problem zatem w tym, czy taka sosna jest normalna czy nie; czy da się ją przenieść do komunikacji, czy też można ją z powodzeniem zostawić w lesie, tak samo jak rozdarty wiąz czy dzięcielinę (czymkolwiek ta ostatnia by była, gdyż o niej wiadomo tylko tyle, że pała). Więc niech sobie stoi. Sosna*.

* Ci, którzy interesowali się tym towarem, kupili też inne rzeczy.

“To, co drukowane jest małą czcionką, musi od zaraz być drukowane wielką”¹³.

Też ładny cytat. Chodzi w nim o walkę z drukowanymi małą czcionką fragmentami w umowach i tym podobnych tekstach, w których zwykle ukryte są dla nas (klientów) niewygodne warunki takich umów. Ciekawe jest to, że wszystko, na co dziennikarza w cytowanej audycji stać, to odwrócenie kota ogonem, czyli postulowanie, by owe niewygodne i niekorzystne dla klientów passusy i warunki umowy, sprzedaży itp. wybić i wysunąć na pierwszy plan. Do głowy nam jednak nie przychodzi usunięcie tych passusów i pozbawienie umów niekorzystnych warunków. Bardzo chętnie walczyliśmy bowiem ze światem, odwracając rzecz do góry nogami, jako że jest to zabieg prosty i przemawiający do każdego. Usu-

¹³ TV, ZDF heute, 1.11.2008, godzina 19.00.

wanie przyczyn niedogodności (które likwidowałoby sam problem) nie leży, jak się okazuje, w naszym interesie. Oczywiście, gdyż o czym byśmy wtedy rozmawiali i czego żądali. W tym miejscu jest to naturalnie zabieg dość humorystyczny, jeśli jednak samo zagadnienie przenieść na istotniejsze aspekty naszych komunikacji, rzecz staje się dramatyczna.

Tradycyjna japońska estetyka bazuje na zupełnie innym niż nasze, bo na kontemplatywnym, myśleniu, podchodzącym do zjawisk w sposób asocjatywny, a nie logiczny, za pomocą obrazów, a nie środków językowych, przestrzennie, a nie linearnie, sukcedannie, a nie sukcesywnie, to znaczy: nie jako następstwo zdarzeń, jako ich temporalna linearność (= sukcesywnie), lecz przestrzennie, niechronologicznie (= sukcedannie). W ramach tej estetyki nie tworzy się syntaktycznych odniesień między pojęciami, rzeczami, generalnie – obiektami komunikacji i postrzegania, lecz asocjatywne relacje między obrazami. Chodzi w tej estetyce o doświadczenie, a nie o logiczno-językowe zależności i proces myślenia. Jediną realnością w tym kontekście i tym ujęciu jest 'nic'; czyli to, co nieartykułowane. Znajdujemy się wtedy w sytuacji, w której podmiot tworzy obiekty, a obiekty konstytuują podmiot. Czyli kiedy nie ma podmiotu i nie ma obiektu, a jest tylko...

Bardzo dobrym przykładem tego myślenia i odnoszenia się do rzeczywistości jest enso w swojej graficznej formie¹⁴.

¹⁴ <http://www.bujinkangodaidojo.com/enso-curiosidades-del-japon/>, 28.08.2013.



Enso – niczego nie brakuje i nic nie jest zbędne.

Z enso z kolei można sobie ukuć regułę designu w formie pytania:

Czego jest za dużo i czego brakuje? Jeśli niczego, to dobrze.

“Pozwolę sobie przedłożyć jako dowód, nie tyle wdzięczności, ile rzeczowy” (gdzieś to usłyszałem).

Jeden i ten sam przedmiot może, jak widać, być nieodzownym elementem aktu korupcji i procesu sądowego w tej samej sprawie. Bardzo ładnie widać tutaj, czym jest realność, a czym jest semantyka, i że jedna i druga nie mają nic wspólnego z obiektami, lecz tylko je tworzą. I dokładnie do tego służą.

Ja dlatego jestem taki wspaniały, bo wiem, że chęć bycia wspaniałym jest bez sensu¹⁵.

I tu jeszcze jeden przykład na moc i funkcję języka. Jeśli to zdanie potraktować dosłownie, wychodzi na to, że jego autor jest kabotynem (czyli ja oczywiście; a nie mówiłem?). Jeśli zastanowić się jednak nad samym zjawiskiem, dopiero jest ciekawie. Nie dość bowiem, że zdanie jest ładne, estetyczne i eleganckie, pokazuje ono również funkcjonowanie metapoziomów i przenoszenie konceptów (tu: 'wspaniały') występujących w tej samej formie językowej na inne poziomy, przy jednoczesnej zmianie semantyki samego konceptu i całego zdania. Ponadto widać funkcję negacji, mimo iż koncept jest negowany, nadal nadaje się on bowiem do komunikacji. Bycie wspaniałym jest bez sensu, ale zrozumienie właśnie tego może być znowu wspaniałe. Przy czym to jedno 'wspaniałe' jest elementem wewnątrzsystemowym, a to drugie – elementem ze świata obserwatora zewnątrzsystemowego. Obydwie semantyki zostają zachowane, mimo iż są przeciwbieżne. Naprawdę wspaniały jest więc tylko język. Szkoda.

Ale chyba nie, gdyż przykład pokazuje też, że jest coś poza językiem. Co niestety wyrazić możemy tylko za pomocą języka. Czy aby na pewno?

W tym miejscu może jeszcze (i na przyszłość) definicja obserwacji i perspektywy obserwatora – obserwacja to refleksowanie kategorii, za pomocą których dochodzi się do rezultatów tej operacji.

¹⁵ Jeśli 'ja' Państwu przeszkadza, proszę to potraktować i czytać jako Państwa 'ja'.

Jako termin naukowy 'obserwacja' nie ma oczywiście nic wspólnego z potocznym rozumieniem tego słowa, nie chodzi więc o czynność patrzenia czy obserwowania czegoś za pomocą zmysłów, lecz o takie podejście do zjawisk, które w procesie tworzenia (konstrukcji) tych zjawisk »widzi« i uwzględnia także kryteria, koncepty i kategorie w tej konstrukcji dla niej stosowane. Przez co uzmysłowić można sobie nie tylko, co powstało/powstaje, lecz również *jak* do powstania tego czegoś doszło/dochodzi. Również obserwator to oczywiście nie człowiek (obserwujący), lecz mechanizm operacji.

Kiedy pozbawi się czegoś kontekstu lub produkuje wypowiedzi niemające społecznego kontekstu, wtedy to coś staje się niekomunikowalne; wypowiedzi nie są już wtedy nawiązywalne. Pozbawiwszy czegoś społecznego kontekstu, w ramach którego można by to coś komunikować, zawartość głowy staje się niekomunikowalna. Gdy nie ma nikogo, kto też tak mówi jak my i to, co my, wtedy nie da się nic powiedzieć, a kiedy mimo to się mówi, nikt tego nie rozumie; również dlatego że samemu nie potrafi się tego powiedzieć. Wygląda na to, że bez przynajmniej podobnych doświadczeń nie ma społeczeństwa. Ale doświadczenia te mogą pochodzić od komunikacji lub od własnych doświadczeń (od doświadczeń doświadczeń).

Bez podobnych doświadczeń nie ma społeczeństwa, ale właśnie dlatego wygenerowaliśmy komunikację, bo mają one tę ciekawą cechę, że są w stanie zastąpić doświadczenia, a tym samym wygenerować społeczny kontekst wypowiedzi i zagwarantować nawiązywalność i perpetuowanie się komunikacji; nie poprzez wymianę doświadczeń, lecz wymianę mówienia o doświadczeniach. To w sumie banalne, ale ciekawe. Nie muszą doświadczyć, jaki kolor ma być, żeby móc o tym mówić. Z tego przykładu widać jednak wyraźnie, że to bezsens i bezsensowna komunikacja. Co jednak, kiedy tego nie widać? Wniosek, że wtedy są to pewnie sensowne

komunikacje, niekoniecznie jest słuszny, a w każdym razie nie jest jedynym możliwym. To nadal/również może być bezsens, tyle że my do niego przywykliśmy. Nie zapominajmy bowiem, że co prawda to komunikacja komunikuje, ale my jesteśmy tymi, którzy na to patrzą. I się dziwią bądź nie.

Ale to wszystko nieważne, istotne jest tylko i wyłącznie to, żeby się komunikowało. Sensem komunikacji jest komunikowanie, a nie jej obiekt. Czyli posiadanie czegoś, co jest niekomunikowalne, świadczy po prostu o chorobie. Którą trzeba leczyć.

Warto by sprawdzić, czy zdanie: sny nie są hierarchiczne, lecz kierują się kognitywnymi możliwościami śniącego, aby się nie zgadza. Nie ma snów lepszych i gorszych, tylko takie i takie. Co jednak, kiedy śniącego kognitywnie nie stać na więcej? I co znaczy 'więcej'?

Stereotypy, uprzedzenia, kultura/-y i tym podobne elementy komunikacji mają jeden sens, jedną generalną systemową funkcję, służą do tego, by uczynić zachowania, komunikacje, działania przewidywalnymi. Podstawową właściwością systemu społecznego byłaby w tym sensie przewidywalność.

Jest bowiem systemowo absolutnie istotne, by używając społeczeństwa, wiadomo było dla każdego, co się wydarzy jako następne, kiedy wychodzimy na ulicę, kiedy wchodzimy do urzędu, kiedy spotykamy sąsiada lub osobę nieznaną. Proszę sobie wyobrazić sytuację, kiedy byśmy tego nie wiedzieli, kiedy trzeba by było za każdym razem wypróbować rozwiązania na nowo i próbować asymilować każdą sytuację, każdy problem, przed którym stoimy, na nowo. To, że społeczeństwo

stałoby się wtedy nieznośne, to jeszcze nic, jego by po prostu nie było. Przewidywalność gwarantuje nam oszczędność czasu, możliwość odwoływania się do zastanych, bo zsocjalizowanych, procedur organizacji procesów grupowych. Jednostka sama dla siebie tego oczywiście nie potrzebuje; niemożliwe jednak w tej sytuacji byłoby społeczeństwo. I w ten sposób za pomocą komunikacji (w liczbie mnogiej) dochodzi do generowania społeczeństwa poprzez przewidywalność. Przewidywalność działań i zachowań gwarantowaną przez komunikację.

Weźmy sobie dwa twierdzenia:

- Pijani policjanci przejechali profesora Uniwersytetu Wrocławskiego.
- Pijany profesor Uniwersytetu Wrocławskiego wszedł pod samochód (trzeźwych) policjantów.

Co jest bardziej prawdopodobne i dlaczego?

I dlaczego to policjanci niechybnie byli pijani w obydwu wypadkach?
O czym nawet świadczy uwaga, że byli (niby) trzeźwi.

A jeszcze gorzej z profesorem. Bo z pierwszego twierdzenia wynika, że profesor jest kimś lepszym niż inni ludzie (gdyż po co podano zawód?) oraz że na pewno nie był pijany, tylko roztrzępany (jak to profesor), a z drugiego, że 'te profesory to same pijaki'. Więc co w końcu? Stereotyp profesora może się diametralnie zmieniać, a policjanta nie. Skąd my to wiemy?

Zadanie dla PR-owców: Ekonomiści mówią, że Grecja splajtuje.

Proszę to zaprezentować jako dobrą wiadomość¹⁶.

“Tu sobie stoi, a w domu mógłby leżeć” (takie bawarskie powiedzonko).

“Kto marnuje teraźniejszość, ten zależny jest od przyszłości” (Klaus de Huber).

Obserwator to jest ktoś, kto się patrzy na nas, kiedy mówimy, i kogo nie interesuje, co mówimy, lecz zadaje sobie pytanie, dlaczego tyle mówimy i dlaczego tak. W tym sensie każdy i w każdej chwili może być obserwatorem, będąc równocześnie uczestnikiem komunikacji i użytkownikiem społeczeństwa¹⁷. A wszystko to na swoim poziomie; na poziomie swojego dyskursu i swojej supragrupy (czy subkultury). Niepotrzebne jest oczywiście fizyczne wyjście z systemu, które i tak jest niemożliwe, wystarczy pytanie o to, dlaczego coś się dzieje tak, jak się dzieje, a nie inaczej, dlaczego w danej sytuacji niemożliwe jest inaczej, i co uniemożliwia owo inaczej. Co by się stało, gdyby coś (z)robić inaczej? Odpowiedź jest prosta – wtedy inne ‘inaczej’ byłoby niemożliwe. A zatem robimy coś, jak robimy, i pytamy, dlaczego tak. Jednak nie po to, żeby to robić inaczej, lecz aby się dowiedzieć, z jakich przesłanek korzystamy, jakich

¹⁶ Przykład rozwiązania: Prognozy ekonomistów dotychczas prawie nigdy się nie sprawdziły.

¹⁷ Ulrich Warnke sformułował kiedyś bardzo ciekawą definicję obserwatora: “Obserwatorem jest ktoś, kto bierze udział w powstawaniu jakiegoś sensu” (<http://www.youtube.com/watch?v=z6yVok7wL9M>, 10.02.2013).

wyjściowych założeń dokonujemy, że wychodzi nam to, co wychodzi. Z czego z kolei wynika, że możemy wybrać inne przesłanki i wychodzić z innych założeń. Na końcu jednak zawsze coś zrobimy. Nawet jeśli nic. To też coś. Bowiernie nie można się nie zachowywać i nie można nie komunikować, to ostatnie z chwilą, kiedy pojawia się ktoś inny. Nie zachowywać nie możemy się też sami (o negacji będzie później).

Do czego zatem potrzebny jest obserwator czy pozycja obserwatora? Do tego, by móc wybierać inne przesłanki dla tego, co potem i tak wyjdzie. Ale może inaczej. Ale na pewno będzie to coś.

Skąd się bierze owo 'coś'? Bierze się według mnie z tego, że wymyśliliśmy czas i przestrzeń, które umożliwiają zastosowanie porównania tego, co jest, z tym, co, naszym zdaniem i w naszej głowie, było. Gdybyśmy nie stosowali porównań, czyli nie generowali czasu i przestrzeni, wtedy nie byłoby 'coś', lecz zawsze tylko tak, jak jest. Ale wtedy nie byłoby też czasu i przestrzeni. Wszystko to wynika zatem ze sposobu funkcjonowania naszego mózgu, który musi porównywać, żeby wytworzyć sobie obiekt, za pomocą którego może pracować, bo pracuje na obiektach, którymi manipuluje, czyli na stanach takiej, a nie innej aktywacji neuronalnej odnoszonej do innej aktywacji. Coś jest takie, a nie inne, bo było 'inne'. W ten sposób powstaje 'było'. Czyli czas. To samo z tu i tam; wtedy powstaje 'przestrzeń'. A kiedy w ten sposób powstały czas i przestrzeń, z nich wzięła się cała reszta. I dlatego możemy potem mówić o czasie i przestrzeni, mimo że ich nie ma. Ale mówimy tylko o produktach naszego mózgu. Zawsze. Za pomocą tego mózgu¹⁸.

¹⁸ A kiedy nie mówimy, wtedy nie mówimy również o produktach naszego mózgu, za pomocą tego mózgu, gdyż my wszystko robimy za pomocą naszego mózgu. Na szczęście tylko naszego.

Czy jak to ktoś kiedyś powiedział: nie możemy sobie zdać sprawy z organu, za pomocą którego zdajemy sobie sprawę*.

* Podoba się także tym, którzy kupili: Scarpa Brooklyn Mid i Mojito oraz Fjällräven Yupik Parka.

Kiedy ignorancja napotyka ignorancję, wszystko jest piękne (lub brzydkie).

To w sumie nic innego, jak słynne zdanie Humberta Maturany, że widzimy tylko to, co wiemy.

Albo ostatnio w sformułowaniu Haralda Lescha (będącego zresztą przeciwnikiem konstruktywizmu):

“Istnieją rzeczy, o których coś wiemy; istnieją rzeczy, o których wiemy, że ich nie wiemy; oraz istnieją rzeczy, o których nie wiemy, że ich nie wiemy”¹⁹.

Jakie rodzaje 100-procentowej bawełny istnieją? Istnieją bowiem, jak się dowiaduję, różne rodzaje bawełny (ekologiczne, zdrowe, zanieczyszczone itp.), ale wszystkie one składają się ze 100 procent bawełny. Problem zatem tkwi w tym, co to jest bawełna. Okazuje się więc, że bawełna to nie zawsze jest bawełna, skoro nawet 100-procentowa może być różna. Po raz kolejny widać, że chodzi tutaj o język. Oraz widać, że w rzeczywistości nie ma bawełny; jest dopiero w języku, a tam możliwe jest wszystko. Jeśli nie więcej. A nie mówiłem?

¹⁹ Harald Lesch, <http://www.youtube.com/watch?v=u29--YNGMyg>, 3.01.2013.

Czy komunikacja o czymś innym jest inną komunikacją?

W licznych próbach klasyfikacji komunikacji spotykamy się często z poglądem sprowadzalnym do potwierdzającej odpowiedzi na postawione wyżej pytanie. Jeśli jednak chwilę pomyśleć, oznaczałoby to, że temat jakiejś konkretnej komunikacji wyznacza czy wręcz determinuje zastosowanie innych, odmiennych narzędzi i metod komunikacji. Co w konsekwencji sprowadzalne jest do wniosku, że temat, stanowiący jedynie element komunikacji (absolutnie nierелеwantny zresztą), jest w stanie wyznaczać rodzaj swojego producenta, czyli komunikacje. Jak nietrudno zauważyć, jest to oczywiście bezsens.

Skoro, jak widzimy i o czym nietrudno się obserwacyjnie przekonać, komunikacja jest zjawiskiem indyferentnym treściowo, to funkcjonować może tylko jedna komunikacja (jako mechanizm), produkująca, ma się rozumieć, wiele manifestacji, czyli wiele i różnych produktów. Jest tylko jeden mechanizm i jest wiele jego produktów.

Co jest walutą kapitalizmu?

Na pierwszy rzut oka narzuca się oczywiście odpowiedź typu: pieniądze. Ale już na drugi widać, że tak być nie może, bo kapitalizm (chodzi tu oczywiście o system, a nie o ludzi) tylko wewnątrzsystemowo pracuje za pomocą pieniądza, i ten ostatni jest jedynie elementem czy materiałem pozwalającym mu na funkcjonowanie, podobnie jak organizmy są jedynie materiałem dla ewolucji, a nie mechanizmem napędowym tej ostatniej. A zatem chodzi o znalezienie takiego elementu, który, widziany z perspektywy zewnętrznej, pozwalałby zobaczyć, na jakim mechanizmie

napędowym opiera się kapitalizm i co w nim samym nie może być reflek-
towane (widziane), aby funkcjonował. Nie mogą to być, wspomniane już,
pieniądze, bo ani ich ilość, ani ich charakter (symbolu pewnej obietnicy),
ani ich nośniki (gdyż 'pieniądze' to nie tylko bilety narodowego banku)
nie są skończone ani czymkolwiek limitowane oraz są przez kapitalizm
reflektowane, gdyż nimi operuje. Można w kapitalizmie zarabiać nawet
pieniądze wirtualne, patrz: *high-frequency trading* czy krótka sprzedaż
(*short sale*) z pokryciem lub bez; w przypadku tych pierwszych dokonuje
się transakcji z szybkością wynoszącą 30 procent prędkości światła;
w przypadku tych drugich – bez udziału towaru. Musimy zatem pomy-
śleć o takich jednostkach, które są czymkolwiek limitowane i ich ilość
jest skończona, gdyż tylko takie elementy mogą stanowić walutę, czyli
ostateczny punkt odniesienia, bazę wszystkich pozostałych operacji
zachodzących w i przeprowadzanych przez kapitalizm.

Nietrudno się domyślić, że taką jednostką, czyli walutą kapitalizmu, jest
czas. Wszystkie operacje dokonywane w kapitalizmie bazują na czasie;
ten następnie i z kolei jest potem wyrażany (symbolizowany) za pomocą
pieniędzy (czyli banknotów, nieruchomości i ruchomości, akcji, obligacji,
opcji, aktywów itp.), ale to już tylko didaskalia. Czas reglamentuje nam
granice i możliwości kapitalizmu; wszystkie jego operacje można wyrazić
za pomocą czasu, czyli przeliczyć na czas. A więc to czas jest wartością,
a pieniądze jego konstrukcyjną wizualizacją.

W tym kontekście jeszcze ciekawszym zjawiskiem staje się *high-fre-
quency trading*, gdyż powstaje pytanie, co się stanie, kiedy poprzez dalszy
rozwój technologii dojdziemy do sytuacji, w której będziemy już w stanie
dokonywać operacji finansowych z prędkością światła właśnie (a nie jak
dotychczas tylko z 30-procentową prędkością światła), ciekawe jest to,
dlatego że, jak wiemy, prędkość światła jest nieprzekraczalna (przynaj-
mniej przy aktualnym stanie wiedzy i teorii względności). I w tym sensie
czas jest jednostką skończoną i nieprzekraczalną. Czyli świetnie nadaje

się do pełnienia roli waluty. Ale co potem, kiedy dojdziemy do granicy? Na razie system ten funkcjonuje, ponieważ granica czasu jest tylko horyzontem działań, takim jednak, który w przeciwieństwie do typowego wizualnego horyzontu jest osiągalny. Więc jakim horyzontem będziemy się posługiwać, kiedy osiągniemy horyzont czasu, który przez to przestanie być horyzontem?

Uwagi powyższe sprawiają wrażenie bajkowych spekulacji lub pozbawionych jakichkolwiek podstaw dywagacji, niemniej jednak ekonomiści i fizycy tym się właśnie ostatnio zajmują (generalnie – teorią systemów). Dodajmy więc jeszcze pewien konstruktywistyczny aspekt: czas rozumiany jako funkcja prędkości światła, czyli czas rozumiany jako ruch (prędkość właśnie) lub możliwość dokonywania określonej ilości operacji w tak rozumianej jednostce czasu, to jedna kwestia, druga natomiast to ta, że czas jest kategorią kognitywną, to znaczy: jest sposobem naszego postrzegania i w tym sensie w rzeczywistości nie istnieje. Tyle tylko że kapitalizm tym drugim czasem nie operuje, lecz operuje tylko w tym drugim czasie, i tylko dlatego może mu się wydawać, że pracuje coraz szybciej i zbliża się do prędkości światła, czyli granic swoich możliwości, podczas kiedy w rzeczy samej pracuje za pomocą operacyjnej fikcji (czasu), czego oczywiście widzieć nie może, bo to element zewnętrzny wobec systemu. Czyli czasu stanowiącego konstrukcję systemu nim się posługującego. Z tym czasem i w tym czasie nie będzie problemów, nie dlatego że jest nieskończony, lecz dlatego że go nie ma.

Znakomicie widoczne stało się to w jednej rozmowie, kiedy pewien Kenijczyk skonfrontowany z turystą z Europy, chwalcącym się ceną, jakością i funkcjami swojego zegarka, odpowiedział na to: wy macie zegarki, a my mamy czas.

I dokładnie o tę różnicę chodzi: kapitalizm pracuje zegarkiem, a ludzie – czasem. Nam się nic nie może stać*.

* Inni (nierzadko) oglądali również bawarskie stroje ludowe typu janker.

Proszę zanalizować zjawisko (w tym wypadku stereotyp) pod tytułem 'Rzeczy produkowane w Chinach są tandetne', i sprawdzić, czy to się zgadza, czy taka norma się zgadza. Co jest konieczne, jakie założenia są wymagane, żeby to zdanie miało komunikacyjny sens?

Wiemy bowiem (pytanie: skąd?), że w Chinach produkuje się tandetę i że Chińczycy z tego słyną. I mamy stereotyp, który, jak to stereotyp, gwarantuje *nam*, że my jesteśmy lepsi, jako że u nas się oczywiście tandety nie produkuje. To co prawda nieprawda, ale jeśli zapomnimy na chwilę o tym, że my też produkujemy tandetę, to mamy lepszy humor, do zapewnienia którego potrzebni byli nam, w tym wypadku, Chińczycy. Jak dobrze więc, że oni są, i co byśmy bez nich zrobili. Podczas rozmowy z pewnym przemysłowcem dowiedziałem się, że Chińczycy są w stanie dostarczyć każdą jakość, jaką u nich zamówimy. Wynika z tego, czego ten przemysłowiec z uprzejmości (i z braku szacunku wobec swoich produktów i klientów) nie dodał, że to myśmy u nich tę tandetę zamówili, bo dokładnie możemy ją u nas dobrze sprzedać (proszę wejść do sklepów typu C&A, H&M itp.). Nie dość zatem, że Chińczycy dostarczają nam to, czego my nie musimy produkować, oni dostarczają nam jeszcze powodu, żeby ich obrażać oraz móc mieć dobre mniemanie o sobie, czyli o nas. Jakaż ciekawa zbitka realności i komunikacji.

I znowu pojawia się syndrom ignoranta. Jeśli bowiem ignorant rozmawia z ignorantem (o Chinach), to obaj/oboje nie wiedzą, że są ignorantami, lecz mniemają, że wyrażają powszechnie uznane poglądy, dla wyrażenia których Chińczycy, oprócz tandety, dostarczają nam również stereotypu, który jednak w tym wypadku nie jest oczywiście stereotypem, lecz powszechnie znaną oczywistością, której zobaczyć nie można,

jeśli nie przyjmie się pozycji obserwatora zewnętrznego; wtedy jednak traci się dobry humor. Z czego wynika, że komunikacja dostarcza nam dobrego humoru, a realność jej w tym przeszkadza. Na szczęście – rzadko skutecznie. Bo przecież wiemy, że chińskie produkty są tandetne. Można to nawet wykazać poglądowo, analizując jakiś chiński tandetny produkt. I tak przesłanka staje się argumentem. Zapomniawszy uprzednio, że była przesłanką.

Ten trick jest stary jak świat,
dlatego też działa
i dlatego jest też taki stary.

Jeden powód, a dwa skutki. Coś jest stare, bo działa, i działa, bo jest stare. To się fachowo nazywa usieciowiona przyczynowość. I jak pomyśleć, że każdy hipercykl tak działa, i każda nasza komórka, i wszystkie inne ożywione systemy tak działają, aż dziw, że na poziomie komunikacji miałyby to nie działać i miałyby być inaczej. Skutki będące swoją własną przyczyną. I odwrotnie. W fizyce, w biologii i chemii, w systemach społecznych i w komunikacji. Niesamowita elegancja.

Ładna twarz odbijała się w szybie autobusu, już jej potem nigdy nie widziałem.

“Dlaczego te debile wyglądają zawsze dokładnie tak, jak ich sobie wyobrażamy?”

Takie pytanie sobie zadałem (usłyszawszy to sformułowanie od Franka-Markusa Barwassera). I widzimy, że to znowu usieciowiona przyczynowość. Bo kiedy oni nie wyglądają tak, jak ich sobie wyobrażamy, wtedy nie są to te debile. Pewnie jednak inne. Od jakiegoś czasu jestem dość pewny, że nie ma nic głępszego niż komunikacja. Ale to też, tylko dlatego że nie ma nic innego. Proszę mi powiedzieć: co?

Świat zredukował się do widoku z okna.

Nie to jednak jest straszne. Straszne jest to, że trzeba w nim żyć. Ale tylko tak długo, póki nie wiemy, że się zredukował.

Pieniądze to bardzo ciekawa rzecz. Ale nie dlatego, o czym Państwo pewnie myślą.

Lecz dlatego że pieniądze nie mają przedmiotowości (charakteru obiektu), co widać po tym, że jest najzupełniej obojętne, jakie 100 złotych posiadam, to znaczy: który banknot 100-złotowy fizycznie mam w rękach, grunt, że mam. Z przedmiotami to nie funkcjonuje. Tu jest ważne, żebym posiadał ten, a nie inny. Bo kiedy zamienię się z kimś z Państwa na długopisy, to będziemy mieć różne, i ja będę żałował, że oddałem Państwu mój (lub Państwo – że swój). Natomiast kiedy zamienimy się na banknoty 100-złotowe, wszyscy będziemy zadowoleni, tyle że będziemy pytać, po co się zamienialiśmy. Bo przecież to wszystko jedno, który banknot mamy. Właśnie.

“A przelał ci kasę, bo mnie, kurwa, nic nie przelał”²⁰.

Zawsze w takich wypadkach interesowało mnie pytanie: dlaczego ten jeden nie czeka na odpowiedź tego drugiego, żeby dopiero potem powiedzieć to, co chce powiedzieć? Widać go to w ogóle nie interesuje. Pytanie dla nas brzmi oczywiście: dlaczego?

Mamy tu ciekawy, ale i typowy przykład komunikacji autystycznej, która znacznie się w aktualnych systemach społecznych rozprzestrzenia. Każdy mówi swoje i nikogo nie interesuje, co mógłby mieć do powiedzenia ten drugi; ciekawe, że nie interesuje to obydwu interlokutorów. Można nad tym ubolewać, ale niekoniecznie trzeba, bo mamy tu również do czynienia z bardzo skuteczną metodą komunikacji. Daje ona bowiem wysoką sprawność komunikacji, gwarantuje nawiązywalność i zaspokaja z nawiązką naszą chęć mówienia. Bo kiedy wszyscy mówią naraz i nie nawiązują do tego, co mówią inni, wtedy każdy z osobna komunikuje więcej, niż gdyby mówił jeden po drugim. Produkuje się (ilościowo) więcej komunikacji i nie trzeba generować koherencji, której brak i tak nie ma wpływu na produkowane akty komunikacji. I tak komunikacja trwa co prawda krócej, ale za to produkuje więcej wypowiedzi, a brak koherencji jej nie (c)hamuje. Komunikacja gwarantuje tym samym sobie samej swoje trwanie, a my ją tylko realizujemy. Ale jej trwanie i realizacja utrzymują system społeczny w ruchu i zapewniają jego istnienie.

Dla nas natomiast równocześnie widoczny staje się tu sens komunikacji – nie chodzi o to, co się komunikuje, lecz tylko o to, że się to czyni, przez co komunikacje się odbywają. I tak perpetuuje się system społeczny. Dawniej, kiedy wszystko było jeszcze wspaniałe, musieliśmy też myśleć o tym,

²⁰ Wypowiedź pewnego pana – Wrocław, 10.11.2009, godzina 10.30.

żeby coś powiedzieć, z czego wynika, że musieliśmy mieć coś do powiedzenia (znam człowieka, który z kolei zna sześć języków i w żadnym z nich nie ma nic do powiedzenia, ale mówi). Dzisiaj natomiast wystarczy, że mówimy. Jedno i drugie jednak działa i gwarantuje nam system społeczny. Z czego znowu wynika, że dawniej wcale nie było lepiej. A szkoda.

“Skup żywca, import węgla, konstrukcje stalowe, nawozy”²¹.

Też niby niekoherentny tekst. Ale jeśli chwilę pomyśleć, to nie bardzo wiadomo, dlaczego miałby być koherentny. A zatem: do czego służy koherencja, komu służy i po co ją wymyśliliśmy? A czy nasz mózg aby pracuje inaczej?

Trzeba by przemyśleć następujące zagadnienie: z jednej strony mamy w komunikacji (zasadniczo komunikacyjnie nieistotną, ale jednak obecną) informację, z drugiej – semantykę. Kwestia informacji jest jasna. Informacja jest indywidualna, dotyczy zawsze tylko poszczególnego indywiduum, gdyż tylko pojedynczy organizm może usuwać niewiedzę lub uzyskiwać wiedzę (a to definicja informacji); informacja się zużywa, gdyż bezpośrednio po uzyskaniu za jej pomocą wiedzy znika. Bowiem kiedy dowiaduję się czegoś, dokładnie w tym samym momencie to coś nie zawiera już informacji, gdyż już to wiem, gdyż teraz to już wiedza, a nie usuwanie niewiedzy itp.

Z drugiej strony za pomocą semantyki tworzone są wypowiedzi, a te nie mają nic (lub niewiele tylko) wspólnego z informacją, bo wypowiedź (na

²¹ Reklama firmy B&M Kobylin, <http://www.bmkobylin.pl>, 20.11.2012.

przykład: to jest idiota) prawie wcale lub wcale nie ma *wartości informacyjnej* (gdyż ta ostatnia i tak zależy od stanu wiedzy danej jednostki), lecz *wartość wypowiedzeniową*. To znaczy: można tę wypowiedź uznać za prawdziwą, za kłamstwo, za nieciekawą, za produktywną, za nie na miejscu itp., nie jest się jednak o niczym informowanym. Najwyżej informowanym o tym, że ten drugi powiedział coś (cokolwiek powiedział), czego ja nie oczekiwałem. I tak każda wypowiedź ma z uwagi na swoje pojawienie się wartość informacyjną i zawiera w sobie informację (lub nie, wtedy ma zerową wartość informacyjną). To jednak ukierunkowane jest wyłącznie na fakt jej pojawienia się.

Z trzeciej strony jednak wypowiedź jako wypowiedź niesie ze sobą wartość wypowiedzeniową, która pozwala nam się orientować w komunikacji. Przez semantykę wypowiedzi otrzymuje się pomoc w orientacji; zaś przez (mniej lub bardziej oczekiwane) pojawienie się wypowiedzi – informację. Tym samym w ramach teorii uratowalibyśmy obydwa procesy: proces informacyjny i semantyczny.

Jakkolwiek ciekawie to rozwiązanie brzmi i wydaje się wyjściem z dylematu ‘informacja/semantyka’, trzeba to jednak jeszcze przemyśleć. Można bowiem pójść też innym tropem i skonceptualizować rzecz tak: w trakcie komunikacji mamy do czynienia z obydwooma procesami łącznie, tyle że na różnych poziomach. Z chwilą pojawienia się wypowiedzi ma ona dla pojedynczego organizmu walory informacyjne (w większym lub mniejszym stopniu, w zależności od stanu wiedzy/niewiedzy danego kogoś); ta sama wypowiedź w tym samym momencie ma *również* (tyle że na innym poziomie właśnie) walory semantyczne, te jednak w wymiarze społecznym, gdyż semantyka pozwala mi się orientować w tym, jak mówić w społeczeństwie (czyli do innych), by być przynależnym (lub jak prowokować, manifestując tym brak przynależności). Informacja natomiast usuwa moją i każdego innego z osobna niewiedzę; to zaś poszerza nam obszar tego, o czym teraz możemy mówić z innymi, czyli

uspółecznia mnie w tym wymiarze, w jakim dowiedziałem się czegoś nowego, co teraz mogę wnieść do komunikacji. Jako zaskoczenie, o ile inni tego nie wiedzieli, lub jako potwierdzenie przynależności, jeśli inni już to też wiedzieli. W tym ujęciu informacja dawałaby każdemu z osobna font dla generowania wypowiedzi, a semantyka dawałaby to, co nas wszystkich łączy. Mamy więc procesy co prawda przeciwbieżne z punktu widzenia ich mechanizmu, ale współgrające i interdependentne z punktu widzenia ich funkcji. Obydwa na różne sposoby służą do tego samego – tworzą i gwarantują nawiązywalność i przewidywalność komunikacji. Informacja podsuwa mi to, o czym będę mógł mówić; semantyka umożliwi mi takie, a nie inne mówienie. Bo kiedy czegoś nie wiem, kiedy nie posiadam wiedzy, wtedy też nie mogę o tym mówić. Bo proszę spróbować mówić o czymś, czego Państwo nie wiedzą. Ale o tym z kolei można mówić. Jak widać.

Z czwartej strony można by pójść dalej i wyróżnić jeszcze *wartość postrzeganiową* i skorelować to z algorytmem, który sformułowany został przeze mnie na inną okoliczność:

- Ciągle coś widać.
- Więc ktoś to musiał zaprojektować²².
- Kiedy już jest zaprojektowane, wtedy powinno to też działać.
- A kiedy działa, wtedy to widać.
- A widać to, co rzuca się w oczy.
- A rzuca się w oczy to, co jest inne, nowe, nieoczekiwane.
- A kiedy to widać, wtedy zagospodarowana została nasza uwaga.

Bo nawet wtedy, kiedy widzimy na przykład drzewo, ktoś je zaprojektował. A mianowicie – ja sam, który postrzegam to drzewo tak, a nie

²² A kiedy nikt nie zaprojektował, wtedy projektujemy to sami, gdyż nie można niczego zobaczyć, kiedy nie ma to znaczeń.

inaczej, który wrywam to drzewo z kontekstu lasu, i widzę właśnie to drzewo (a nie cały las), i przypisuję mu pewne cechy itd. Czyli projektuję, generuję widziane przeze mnie drzewo, i to można by uznać za wartość postrzeganiową, na którą potem nakłada się wartość informacyjna i semantyczna. Można by nawet wyróżnić jeszcze *wartość społeczną* i zobaczyć, jak ona funkcjonuje.

“Bo klej kurwa chujowy. Rozwinęła się taśma pierdolona. Wszystko się rozwinęło w pizdu”²³.

Ten pan się po prostu zdenerwował. I sobie z tym, jak słycać, nie radzi. Pytanie brzmi: z jakiej pozycji można zauważyć, że sobie nie radzi, i dlaczego my sądzimy, że sobie nie radzi, podczas kiedy on sam sądzi, że świetnie sobie poradził (ze zdenerwowaniem, nie z taśmą). Oczywiście tylko dlatego że nam nie podobają się słowa, których użył. Merytorycznie bowiem ten pan nie dość, że precyzyjnie podał przyczyny niepowodzenia (klej, taśma), to jeszcze równie precyzyjnie określił swój stosunek do jakości stosowanych w budownictwie materiałów budowlanych, podkreślając ów stosunek ponadto emocjonalnymi elementami komunikacji. Dlaczego więc nam się to nie podoba? Nie podoba nam się słownictwo tego pana. Z czego wynika, że są słowa ładne i nieładne, oraz pytanie, w jaki sposób do języka wchodzi estetyka. Nie mówienie o estetyce, lecz estetyka jako generujący semantykę element wypowiedzi. Równie ciekawe jest pytanie o to, kto, z jakich pozycji i w jakim celu decyduje o tym, co jest ładne, a co nie. Jak nietrudno zauważyć, chodzi o to, by dzielić społeczeństwo na kulturalnych i niekulturalnych. Po co? A co by się stało, gdybyśmy wszyscy zaczęli tak mówić? Nic.

²³ janKomunikant: *Słownik polszczyzny rzeczywistej*. Łódź 2011, 52.

Wtedy po prostu nikt by tego nie zauważył, a ja nie miałbym o czym pisać. Ale tak nie jest.

Pytanie zatem nie brzmi: dlaczego on tak mówi, lecz dlaczego my tak nie mówimy? Bo wtedy komunikacje zatraciłyby jeden z poziomów dyferencjacji systemu społecznego, poziom realizowany za pomocą środków komunikacji. I trzeba by wymyślić inny poziom i sposób. Równie dobrze zatem możemy zachować ten. Dlaczego jednak z punktu widzenia moralności to rozwiązanie nieładnie pachnie? *Wanjet*, jak mawiają Rosjanie. Dlaczego nie wyposażamy w semantykę innych dyferencji, i nie deprecjonujemy na przykład ludzi używających imiesłówów albo czasu zaprzędnego, albo zdań podrzędnie złożonych, lecz koncentrujemy się na tak zwanych wulgaryzmach, które specjalnie w tym celu jako takie wyróżniliśmy, gdyż, jak wiadomo, język sam w sobie nie posiada brzydkich i ładnych słów, lecz tylko słowa? Brzydkie i ładne mogą być tylko dla kogoś, z jakichś określonych i dla tego kogoś ważnych powodów oraz spełniać dla niego jemu miłe funkcje. I dlaczego wulgaryzmem nie są imiesłówy lub brak imiesłówów? Szalenie ciekawa sytuacja i kwestia.

“Tak się na mnie patrzył, a ja mówię, o kurwa”²⁴.

Tu natomiast pojawia się jeszcze kwestia wizualności i obrazowych aspektów języka (czy ideacyjnych aspektów, jak określają to Grażyna Habrajska i Aleksy Awdiejew)²⁵. Niespecjalnie co prawda wiemy, o co

²⁴ Tamże, 62.

²⁵ Aleksy Awdiejew, Grażyna Habrajska: *Wprowadzenie do gramatyki komunikacyjnej*. Tom 1 i 2. Łask 2006; Aleksy Awdiejew: *Gramatyka interakcji werbalnej*. Kraków 2004; Aleksy Awdiejew: *Reprezentacja świata w ujęciu komunikatywistycznym*. W: Władysław Chłopiński (red.): *Kognitywizm i komunikatywizm – dwa bieguny współczesnego językoznawstwa* (Język a komunikacja, 9). Kraków 2006, 59–66.

w tym cytacie chodzi (o ile, właśnie, nie byliśmy przy tym), a jednak potrafimy sobie z materiału językowego wyobrazić sytuację, którą z kolei opisać można znowu językowo jako zdziwienie. Jeden na drugiego patrzył i oboje się zdziwili. Niby nic, a ładna scenka, wręcz filmowa. Ile mamy tu języka, a ile postrzegania i próby tego ostatniego przekładu na pierwszy. A co się stanie, jeśli przekażemy powyższą wypowiedź tak: Tak się na mnie patrzył, a ja mówię: oj jo joj. Czegoś brakuje, pozostaje pewien niedosyt. Również semantyczny. I mniejsza o kwestię: wulgaryzm czy nie. Jeśli coś do czegoś służy, to wtedy ma funkcję. Może nam się to coś nie podobać, ale trudno, żeby się nam funkcja nie podobała. Funkcje nie są do podobania, lecz do funkcyjowania. Kiedy więc stosujemy perspektywę uczestnika, wtedy się oburzamy, kiedy stosujemy perspektywę obserwatora zewnętrznego, wtedy widzimy więcej. Co by się zatem stało, gdybyśmy stosowali perspektywę obserwatora zewnętrznego w roli uczestnika? Czyli wbudowali obserwatora i rezultaty jego operacji w funkcję uczestnika komunikacji i w ten sposób produkowali wypowiedzi. Zasadniczo nic nie stoi temu na przeszkodzie. A w każdym razie komunikacji to by nie przeszkadzało. Może by nawet coś sensownego z tego wyszło.

To samo w kolejnym cytacie. Zanika w nim nawet prymat struktur syntaktycznych, na rzecz struktur scenariuszowych, czyli takich, jakie stosuje się zwykle przy sporządzaniu storyboardów. Jest już tylko schematyczny opis otoczenia i zarys sytuacji sytuujących się w niej panów. Ale tekst działa. I to zasadniczo wystarcza.

“Pić nam się chciało, no to chuj, tam w tym kiosku, tam taka lada była, takie stały butelki”^{26*}.

* Recenzje naszych klientów: Napisz własną recenzję.

²⁶ janKomunikant: dz. cyt., 47.

Trash i dziadostwo to dwie różne rzeczy. To pierwsze trzeba umieć, to drugie nie.

A tak już zupełnie na marginesie: dlaczego ci ludzie mówią do mnie wszyscy per ty. Przecież ja ich nie znam. Mało tego – nie chcę znać. A oni swoje:

“Weź oryginalny przepis, dodaj orientalne produkty i poczuj smak egzotyki.

Sposób gotowania makaronu: 1. Wrzuć makaron do wrzącej wody i gotuj przez 2–3 minuty. 2. Odsącz i przepłucz w zimnej wodzie“ (opakowanie makaronu mie).

Nie lubię.

A jeśli chodzi o sens, to trzeba by zapytać: skąd on się bierze, a przede wszystkim – gdzie on jest? Sens nie może się pojawiać z zewnątrz systemu, gdyż tam nie ma sensu, jest tylko funkcjonowanie systemu jako funkcjonowanie systemu (i to zresztą jest tego systemu, i każdego innego, sens). Sens możliwy jest tylko z punktu widzenia preferencji wprowadzanych do systemu przez instancję funkcjonującą wewnątrz tego systemu i stosującą rozróżnienia tego właśnie systemu, czyli stanowiącą jego element; w tym rozumieniu sens jest sposobem realizacji tego systemu w celu – z perspektywy zewnętrznej – jego stabilizowania. Ponadto sytuowanie sensu na zewnątrz zakładałoby jakieś zewnątrz, a to znaczy jakiś mechanizm sterujący, który oddziałuje na stosujący

sens system jako stojąca na zewnątrz instancja sterująca. A jeśli dokładnie spojrzeć, to na zewnątrz nie ma sensu. Nigdzie w przyrodzie nie ma sensu, są tylko funkcje. Sens natomiast jest tylko w komunikacji, i to jako coś, o czym się mówi. Sensu nie ma, kiedy nikt o nim nie mówi. A zatem sens jest wewnątrzsystemową kategorią, a to taką, która funkcjonuje w samym systemie. Bowiem sensem funkcjonowania systemu jest funkcjonowanie systemu.

A więc sens systemu jest elementem funkcjonowania systemu, system funkcjonuje (między innymi) na sensie i sens zawarty jest tym samym w samym systemie, dba on od strony systemu o jego funkcjonowanie, a zatem musi być zagadnieniem hipercyklowym, samosterującym i samoutrzymującym się.

Co widać też po tym, że sens zawsze musi być sensem dla kogoś. Nie ma sensu dla drzewa, dla kamienia, dla lasu itp.; zawsze tylko dla kogoś coś innego, od tego kogoś, ma sens. A jeśli mówię o sensie mojego życia, tworzę na tę okoliczność dualizm pod tytułem 'ja i moje życie' oraz tworzę temat komunikacji, które to komunikacje możemy sobie stosować, gwarantując tym samym perpetuowanie i nawiązywalność komunikacji. Funkcjonalnie jednak również wszystko inne może być takim tematem, byle dało się o tym komunikować, i byle zagwarantowana była nawiązywalność. A ponieważ stworzyliśmy dualizm (ja i moje życie), z punktu widzenia mojego życia mogę pytać o sens mnie, i na odwrót. Tym samym sam zabieg tworzenia dualizmów również stanowi element pomagający w perpetuowaniu komunikacji. Równie dobrze jednak możemy go nie tworzyć i perpetuować komunikacje za pomocą innych środków czy zabiegów.

Weźmy stosowny przykład. Przykład maila, jaki ostatnio otrzymałem. A brzmiał on tak:

“Witaj Fleischer

Ja jestem Pan Norbert Hamza Degraft, adwokat do pó nego pana Aleksandra Fleischer (mój spó niony klient), obywatel kraju, który zgini w wypadku samochodowym wraz z rodzin w 2003. r. Zajmuje si na ropie naftowej przedsi biorstw powi zanych, ale mieszka w moim kraju i zajm jego ca e prawnych spraw biznesowych. Jestem zabieganie za wspó prac , aby odzyska swój fundusz, poniewa jest to moja legalne prawo do nominowania beneficjenta. W wyniku jego mierci, jego bank poleci mi wyznaczy beneficjenta jego konto o warto ci US \$ 36,350,000.00. Konto zostanie skonfiskowana jako nieodebrane fundusz, je eli nie mog em wyznaczy beneficjenta, poniewa zosta u piony przez 9 lat. Wi c chc do wspó pracy w celu zabezpieczenia funduszu przez prawnie mianowania ci jako beneficjenta, poniewa mój klient zmar testamentu (bez testamentu). B d zalegalizowa dokumenty potrzebne do tej transakcji z prawem i stosuje do uwolnienia funduszy.

B d szcz liwy, aby ci odwiedzi w odniesieniu do tej transakcji, jak tylko sfinalizowa transfer.

Zrobi dokumentów prawnych do dopuszczenia banku i transferu funduszu do Ciebie jako mojego wyznaczonego beneficjenta mojego konta klienta. Prosz o kontakt poprzez e-mail aby uzyska wi cej informacji i procedur: Zadzwo do mnie na +229 96 12 34 62 lub odpowiedzie mój prywatny adres e-mail

szczerze,“

Mimo zaniku, jak widać, znaków diakrytycznych oraz przekładu tekstu przez (jak mniemam) automatyczny program translatorski oraz mimo wielu innych niedogodności tekst ten zachowuje swój sens, a jego brzmienie generuje określone znaczenie; wspomniane niedogodności zmniejszają co prawda jego wiarygodność, nie mają jednak wpływu na

sens. Jako czytelnicy dokładnie wiemy, o co chodzi, w czym rzecz i jakie kolejne kroki, nie tylko komunikacyjne (nawiązywalność komunikacji), powinniśmy podjąć, by do wspomnianej w tekście sumy się dobrać. Sens tekstu powstaje bowiem na tle folii sensu tego rodzaju (gatunku) tekstów i to niezależnie od konkretnych wyznaczników językowych tej konkretnej wersji wypowiedzi. Gdyż nawet bezsens tego tekstu analizujemy za pomocą sensu właśnie, pochodzącego spoza wypowiedzi. Niesympatyczny, w tym wypadku, jest dopiero kontekst wynikły z odpowiedniego usytuowania generowanego z tej konkretnej wypowiedzi znaczenia, dopiero znajomość kontekstu (czyli wiedza z poziomu społecznego, to znaczy odbyte dotychczas komunikacje na temat takich listów i uzyskana z nich wiedza właśnie) zmusza mnie do rezygnacji ze starania się o uzyskanie wspomnianych w mailu milionów, było nie było, dolarów. Gdybym tego kontekstu (oraz generowanej przez niego wiarygodności) z dotychczasowych komunikacji nie znał, trud taki bym pewnie podjął. Niepotrzebnie jednak, jak wiem. Skąd ja to wiem? Z komunikacji. Dobrze zatem znać kontekst. Sens bowiem powstaje zawsze. Ale czy ten sens ma sens, wiemy dopiero z kontekstu generowanego przez komunikację. Nie ma zatem bezsensownych komunikacji, bo każda generuje i stabilizuje swój własny sens, niechby w formie bezsensu. Również bezsens bowiem stabilizuje sens. Na tego ostatniego tle. A tło jest zawsze. Bo inaczej nie byłoby komunikacji.

Czego nas ten przykład i poprzedzające go deliberacje uczą? Wydaje mi się, że można z tego, z całą ostrożnością, wyprowadzić następujące algorytmy:

- Znaczenie pojawia się, chcąc nie chcąc, kiedy coś przyjmuje charakter trzeciości (= jest w stanie taki charakter przyjąć). Samo znaczenie jest więc trzeciością (ostatnie – w rozumieniu Charlesa S. Peirce’a).
- Sens to szukanie kontekstu ten sens motywującego; czyli sens to samonapędzająca się drugość.

- Znaczenie ma zatem charakter społeczny, a sens – postrzeganiowy; sens definiuje każdy z osobna, a potem wynik takiej operacji komunikuje bądź nie. Jednak nie komunikuje się samego sensu, lecz tylko o sensie.
- Kontekst zaś jest (bo się komunikacyjnie wykształcił). Jest pierwszością. Jeśli znajdzie się dla czegoś kontekst, to jest temu czemuś atrybuowany sens.
- Sens przypisuje się wszystkiemu, poza nim samym; bezsensowi też przypisuje się sens, a możliwe jest to, gdyż sens jest tylko operacją.
- Znaczenie się uzyskuje, sens jest mu przypisywany na tle kontekstu, wynikającego z poprzednich/zastanych znaczeń.

Wniosek: brak sensu konstatujemy, gdy nie da się znaczenia przypisać do zastanych znaczeń (czyli wprowadzić do systemu znaczeń).

- Znaczenie to mechaniczny rezultat przypisań (ewaluowanych przez sens).
- Sens to (semantycznie pusta) operacja.
- Kontekst posiada tylko funkcję.

Dlatego mechaniczny rezultat przez zastosowanie (pustej) operacji aktywizuje funkcję wywołującą mechaniczny rezultat.

Konceptualizacja tego autoreferencyjnego i samonapędzającego się mechanizmu wymaga oczywiście jeszcze przemyślenia, wydaje mi się jednak, że dotyka ona pewnych podstawowych i istotnych właściwości komunikacji, już dlatego że udaje się przez to połączyć charakter pierwszości, drugości i trzeciości w ramach procesów komunikacyjnych, i niewykluczone, że umożliwia połączenie aspektów społecznych z indywidualnościowymi.

Dlaczego ja, podczas kiedy Państwo coś robią lub mówią, mogę wyciągać wnioski o tym, jacy Państwo są (w wypadku mówienia – lepiej); a Państwo o tym, jaki ja jestem, na podstawie tego, jak ja coś robię, mówię? No i oczywiście po co?

Odpowiedź na pierwsze pytanie (dlaczego w ogóle) jest stosunkowo prosta: dobrze jest wiedzieć, jacy Państwo są, abym w komunikacjach z Państwem mógł stosować odpowiednie i efektywne oraz adekwatne środki. Proszę zauważyć, że nie jest istotne, czy moje wnioski są słuszne, prawdziwe itp., lecz tylko, czy je wyciągam; walidowane są one poprzez następujące następnie komunikacje. Jeśli wnioski były nieadekwatne, to dochodzi do sporu, jeśli były adekwatne, to się zrozumieliśmy (to znaczy: każdy dla siebie to właśnie mniema). W obydwu wypadkach jednak komunikacja przebiegła i jej mechanizm się zrealizował. Tak czy siak pogadaliśmy sobie.

A co by się stało (odpowiedź na pytanie drugie), gdybyśmy takich wniosków nie wyciągali i innych nie szufladkowali? Cokolwiek Państwo czy ja byśmy mówili, ten drugi/ci drudzy mówiliby swoje; komunikacja i w tym wypadku dochodziłaby do skutku i przebiegała; też byśmy sobie rozmawiali. Mielibyśmy co prawda czasem zły humor (bo nikt by nas nie rozumiał, bo każdy mówiłby tylko swoje), ale komunikacji by to nie przeszkadzało. Mielibyśmy w tym wypadku do czynienia z komunikacją autystyczną (jaką wyróżniłem w innym miejscu²⁷), ale z komunikacją. Zły humor mamy bowiem również w pierwszym przypadku, kiedy dochodzi do sporu na skutek błędnie wysnutych wniosków o tym drugim. Po co zatem komunikacji potrzebny jest nasz dobry humor? Pewnie potrzebny jest on tylko nam, ale to już nie problem komunikacyjny, lecz kognityw-

²⁷ Michael Fleischer: *Typologia komunikacji*. Łódź 2012.

ny czy szerzej: psychiczny. Jeśli mamy dobry humor, to się lepiej czujemy i (między innymi)... więc mówimy. A więc jednak.

Kiedy produkcja nie wzrosła tak mocno, jak tego oczekiwano, wtedy wnioskuje się w mediach, że spadła.

Albo jeszcze lepiej: kupując coś taniej, mówi się (na przykład w reklamie), że zaoszczędziło się x złotych. A nie, że wydało się (czyli straciło) o x złotych mniej. Jak to działa?

Czyli produkcja musi wzrastać, gdyż inaczej spada. A zatem nie 'jest, jak jest', lecz jest tylko albo lepiej, albo gorzej. Dlaczego nie ma niczego pośrodku? W ten sposób działają koncepty komunikacyjne. Ponieważ istnieje koncept postępu, wszystko, co nie jest postępem, jest zacofaniem. Albo stagnacją, ale to to samo, o czym świadczy już słowo 'stagnacja'. Jeśli zrezygnować z tego konceptu (i z dualizmu), mogłoby również być, jak jest. Niewykluczone jednak, że wtedy to właśnie byłoby postępem. Przed konceptami bowiem nie ma ucieczki; posiadają one tę ciekawą cechę, że funkcjonują również wtedy, kiedy im przeczemy lub z nimi walczymy. Ponieważ są asemantyczne. Koncepty nie służą semantyce, lecz są operatorami i posiadają funkcję generowania komunikacji, same w sobie nic nie znaczą; znaczą tylko słowa, w postaci których koncepty występują, udając przed nami słowa, byśmy ich używali i nie dostrzegali ich funkcji, gdyż wtedy komunikacja mogłaby ustać, a dokładnie to ma się nie stać.

A jeszcze lepiej widać to w odniesieniu do procentów: kiedy cena jakiegoś produktu, który dotychczas kosztował 5 złotych, podniesiona została o 5 złotych (a więc teraz kosztuje 10 złotych), wtedy wzrosła ona o 100 procent, natomiast kiedy cena czegoś, co kosztuje 10 złotych, spadła do 5 złotych, wtedy spadła ona o 50 procent. Z czego wynika,

że 5 złotych to raz 100 procent, a raz 50 procent. Realnie istnieje bowiem tylko 5 złotych. Ale i to jest nieprawda.

Niektórzy całe życie mówią o tym, co trzeba zrobić, by żyć.
Inni natomiast żyją. I to przez całe życie.

Widać tutaj znakomicie różnicę między, w tym wypadku, 'życiem' rozumianym jako działanie, a 'życiem' w sensie komunikacyjnym. Proszę bowiem zauważyć, że w obydwu wypadkach życie jest realizowane. Raz mamy do czynienia z fizycznie mierzalnym działaniem; ktoś coś robi, coś wykonuje, generalnie – działa. Te odbywające się w rzeczywistości działania konstytuują jego życie, realizowane na poziomie fizycznych dokonań. A raz mamy do czynienia z kimś, kto wiele czasu zużywa na planowanie życia, na rozważanie istniejących możliwości, na dyskusowanie o tym z innymi, na snucie mniej lub bardziej realistycznych planów; fizycznie niczego w tym wypadku nie produkuje, jego życie nie ma odniesień do rzeczywistości. Owo mówienie o życiu przechodzi jednak w wymiarze temporalnym w działanie, co prawda nie w działanie fizycznie mierzalne, jednak w działanie komunikacyjne. Z czego wynika, że możemy wyróżnić również taki aspekt komunikacji (obok wszystkich innych, zorientowanych czysto komunikacyjnie, takich jak: nawiązywalność, przewidywalność, gwarantowanie i stabilizowanie systemu społecznego). Aspekt pokazujący, że komunikacja również może być działaniem, tyle że nie jej tak zwana treść czy to, o czym się mówi, lecz sam fakt jej przebiegania, czyli to, że się mówi. Aspekt ten mógłby stanowić element łączący system społeczny w jego wymiarze fizycznych oddziaływań z mechanizmem komunikacji.

O ile więc działania produkują mierzalne efekty w rzeczywistości, bo kiedy strugam fujarkę, to na końcu (jeśli mi się to uda) pojawi się produkt w formie fujarki, o tyle komunikacje produkują mierzalne zużywanie

czasu, bo kiedy w rozmowie strugam wariata, wtedy nie pojawia się żaden produkt, ale zużyty został czas, który w tym sensie jest produktem o charakterze i funkcji działania, temporalnym produktem. Istnieje więc życie jako zjawisko biologiczne (wynikające z termodynamiki procesów nieodwracalnych) oraz istnieje życie jako zjawisko komunikacyjne. Komunikując, żyję raz biologicznie (czyli realnościowo), a raz komunikacyjnie, w obydwu wypadkach zużywam czas; raz owo życie jest zjawiskiem biologicznym, a raz komunikacyjnym. Każdy z nas ma zatem dwa życia, jedno przebiega w sposób ciągły, drugie wtedy, kiedy się (o nim) komunikuje, czyli od przypadku do przypadku.

“Brak pojęcia to obiektywizm ludzi ubogich duchem” (Georg Schramm).

Nie mieć o czymś zielonego pojęcia to nic strasznego, każdy z nas czegoś tam nie wie. Straszne natomiast jest nie mieć pojęcia o tym, że się nie ma pojęcia. Zaś dramatem jest mówienie o czymś, o czym się nie ma pojęcia, i bycie jedynym, który tego nie widzi. Najczęściej jednak tacy ludzie mówią wyłącznie wśród swoich i do swoich. I wtedy wszystko jest obiektywne. A co, jeśli my, którzy to wszystko widzimy i dlatego jesteśmy lepsi, też tylko nie widzimy, że nie mamy pojęcia? Jak to dobrze, że wszyscy ubodzy duchem wejdą do królestwa niebieskiego.

Wszystko, co jest mówione, a zatem – co jest do kogoś mówione, a zawsze coś jest mówione do kogoś, jest poszukiwaniem potwierdzenia lub zaprzeczenia ze strony tego drugiego. Chodzi więc o to, by uzyskać orientację. I chociaż odrobinę przewidywalności. Wynika z tego jasno, że tak zwana treść jest tylko materiałem komunikacji, czymś, co pojawia się

z faktu używania znaków, gdyż te zawsze posiadają się semantyką, z której powstaje treść, jaką następnie rozumiemy lub jej nie rozumiemy. Ale to właśnie nie ma znaczenia. Istotne jest tylko, czy wypowiedź pozwala nam się orientować w tym, jak należy mówić, by przynależeć, by brać udział w społeczeństwie, tym samym je równocześnie tworząc. Co widać już po tym, że my bez przerwy mówimy, nawet wtedy, kiedy nikt/nic nas do tego nie zmusza ani tego od nas nie wymaga.

Skalowania: ile stopni pośrednich wyróżniamy między 'ładny' i 'nieładny' oraz między 'zawsze' i 'nigdy'.

Skalowania w ogóle są bardzo ciekawym problemem w ramach badań komunikacji. Generalnie chodzi o zjawisko stopniowania elementów, zjawisk zarówno w ramach komunikacji, jak i postrzegania. Obserwując coś, wyróżniamy w tym różne stopnie natężenia jakiejś cechy czy właściwości. Robimy to wszyscy i nie byłoby w tym nic dziwnego ani godnego uwagi czy badań, gdyby nie można było obserwować, że uczestnicy niektórych komunikacji czy niektórzy postrzegający wyróżniają więcej takich tak rozumianych poziomów, a inni mniej. Chodzi więc o sytuacje (i wynikające z tego konsekwencje), kiedy ktoś wyróżnia dwa takie poziomy (dobry/niedobry), a ktoś inny wiele poziomów. Również ten fakt, jako taki, nie jest godny zainteresowania. Co jednak, kiedy i jeśli ilość wyróżnianych przez uczestnika komunikacji poziomów skalowania ma bezpośredni wpływ na same wypowiedzi i (rozumianą niewartościująco) jakość komunikacji. Jakość w sensie jej efektywności, sprawności, adekwatności wobec innych elementów. W tym sensie wyróżnić można by komunikacje budowane za pomocą niskiego skalowania (wtedy, kiedy chodzi o szybkie i efektywne uzyskanie jakiegoś rezultatu, na przykład pytanie o godzinę) oraz za pomocą zdyferencjonowanego skalowania (na przykład prace filozoficzne).

Drugi wymiar takich badań ukierunkować można by w kontekście socjologii czy psychologii społecznej i wypracować typologię (nie klasyfikację) uczestników komunikacji czy działań społecznych, czy typów psychicznych, wyróżniając jednostki prosto i kompleksowo ustrukturyzowane. Tu oczywiście konieczna jest ostrożność, nie chodzi bowiem o denuncjowanie konkretnych ludzi, lecz tylko i wyłącznie o diagnozowanie zakłóceń komunikacyjnych wynikłych z takiego, a nie innego skalowania w kontekście na przykład patologii społecznych. Czyli w celach diagnostycznych i pedagogicznych. Pytać bowiem możemy o to, na ile szkoły przygotowują do życia w kompleksowych współczesnych społeczeństwach, na ile uczą adekwatnych skalowań i na ile skalowania te wchodzą następnie w codzienne komunikacje. Czy zatem będę mówił, że nos tego pana/tej pani jest brzydki, czy też, że nos ten tam, gdzie u innych ludzi się kończy, u tego pana/tej pani się z powodzeniem kontynuuje (ostatnie sformułowanie z Kabaretu Starszych Panów)? Sens w obydwu wypadkach jest ten sam, skalowanie – nie. A tym samym różna jest wymowa takich wypowiedzi.

To oczywiście przykład żartobliwy. Mniej żartobliwe natomiast jest komunikowanie stale na niskim poziomie skalowania. Czyli produkowanie wypowiedzi pracujących stale bipolarnymi skalami typu: ładny/brzydki, dobry/niedobry, bez sensu/z sensem, generalnie – 'A/nie-A', czyli skalami o dwóch tylko wartościach skrajnych. Dotyka to oczywiście problemu dualizmu i pytania, na ile dualizm pomaga w generowaniu takich komunikacji i na ile spełnia on stosowne funkcje. A co by się stało, gdybyśmy komunikowali nondualistycznie, gdybyśmy stosowali zdyferencjonowane skalowania nieoparte w ogóle na dualizmach? Jak wtedy należałoby komunikować i jak kompleksowe musiałyby być komunikacja i wypowiedzi? W każdym razie musielibyśmy dłużej mówić. Co z kolei służyłoby komunikacji i generowanemu przez nią społeczeństwu. Z czego wynika, że proste skalowania są asocjalne.

A bardziej kompleksowe, jak poniższe, głęboko społeczne.

Życie o takiej jakości, jaką ja chcę.

Znał cenę wszystkiego, ale niczego wartości (dwa zasłyszane powiedzonka).

A skoro już jesteśmy przy powiedzonkach, pozwolę sobie przytoczyć kilka autorstwa Alberta Einsteina, które w jakiś tam sposób pasują do tego, o czym tutaj cały czas mowa²⁸.

“Im bardziej dana kultura rozumie, że jej aktualny obraz świata jest fikcją, tym wyższy jest jej naukowy poziom”.

“Naprawdę dobrą ideę poznaje się po tym, że jej urzeczywistnienie od samego początku wydawało się wykluczone”.

“Problemów nigdy nie da się rozwiązać za pomocą tego samego sposobu myślenia, za pomocą którego one powstały”.

“Tak prosto, jak to możliwe, ale nie prościej!”

W takim razie jeszcze parę powiedzonek Karla Krausa²⁹:

“Nie wystarczy nie posiadać myśli, trzeba też być niezdolnym do ich wyrażenia”.

²⁸ Wszystkie cytaty za: http://www.anabell.de/biographien/albert_einstein/albert_einstein_zitate.php, 23.11.2012.

²⁹ Karl Kraus, <http://suite101.de/article/karl-kraus-zitate-eines-vielzitierten-a53406#axz-z20844X6hh>, 21.03.2013.

“Tajemnicą agitatora jest, by uczynił się tak głupim, jak głupimi są jego słuchacze, żeby ci wierzyli, że są tacy mądrzy jak on”.

“Wolność myśli mamy. Teraz potrzebujemy już tylko myśli”.

Wyżej wspomniałem o różnicy między typologią a klasyfikacją. Ponieważ wyróżnienie to oraz wynikające z niego rezultaty będą się tu jeszcze pojawiały częściej, chciałbym nieco szerzej wyjaśnić różnicę między tymi zjawiskami. Zjawiskami, gdyż to nie tylko operatory stosowane w badaniach, lecz generalnie submechanizmy komunikacji, stosowanie których daje daleko idące konsekwencje dla tej ostatniej. Mamy więc klasyfikację i typologizację czy typologię.

O ile klasyfikacja jest ułatwiającym życie opisem różnic między elementami na podstawie wprowadzonego z zewnątrz (systemu) jednego, najczęściej dualistycznego, kryterium, niemającego nic wspólnego z samym obiektem (i w tym sensie klasyfikacja jest zawsze zamknięta i skończona oraz niczego nie tłumaczy, a tylko dzieli coś na klasy, w których jedna strona dualistycznej opozycji dane kryterium spełnia, a druga strona, którą stanowi z reguły cała reszta, tego zewnętrznego kryterium nie spełnia), o tyle typologizacja nie posiłkuje się kryteriami, gdyż bazuje na empirycznym opisie, to znaczy na stwierdzeniu oddziaływania opisywanego zjawiska poprzez jego egzemplifikację właśnie, a następnie stosowny opis oraz (w rezultacie) próby falsyfikacji oczywiście. Przed typologią (‘przed’ – w sensie temporalnym) stoi zatem zawsze opis obiektu wynikły z zastosowania określonej teorii wiodącej, w ramach której dana obserwacja i jej rezultat (obiekt i jego opis) stają się możliwe i istotne³⁰. Przed klasyfikacją

³⁰ Pojęcie ‘istotne’ stosuję tutaj w sensie, w jakim wprowadził je do nauki Mario Bunge, to znaczy jako charakterystykę elementu niezbędnego do działania systemu; istotne są za-

natomiast nic nie stoi, gdyż jest ona wtórna wobec (wcześniej wyróżnionego) obiektu. Pracuje się tu zatem w myśl zasady: kryterium typologizacji, na przykład tych określonych zwierząt, jest istnienie tych zwierząt; natomiast kryterium klasyfikacji tych zwierząt jest... cokolwiek nam do głowy przyjdzie (na przykład ilość nóg, wielkość, kolor)³¹. Typologizacja jest więc zawsze strukturalna i funkcjonalna, a tym samym podlega falsyfikacji, gdyż coś twierdzi; zaś klasyfikacja jest deskryptywna (i niczego nie twierdzi, jeno coś opisuje). Kiedy więc klasyfikujemy, na przykład ludzi, to stwierdzamy, że wyróżnić możemy ludzi małych, średnich, dużych, jasnoskórych, ciemnoskórych, o niebieskich, zielonych, brązowych... oczach, długich i krótkich włosach/paznokciach, no i oczywiście mądrych i głupich. Mamy więc piękne klasyfikacje. Kiedy natomiast typologizujemy ludzi, to widzimy, że (z punktu widzenia biologii = teoria wiodąca) występują oni w dwóch strukturalnie i funkcjonalnie odmiennych płciach. I tyle. Ponadto jednak widzimy także, że płeć cechuje również niektóre inne jeszcze zwierzęta, przez co możemy ludzi przypisać również do szerszego typu, na przykład ssaków. W wypadku klasyfikacji operacja taka nie prowadzi do sensownych rozwiązań, jako że, wyróżniając ilość kończyn lub kolor skóry, dochodzimy do wyróżnienia wspólnej klasy białych ludzi i białych

tem te elementy danego systemu, które gwarantują jego funkcjonowanie i stabilność i bez których nie może się on jako taki obejść. Por. Mario Bunge: *Epistemologie. Aktuelle Fragen der Wissenschaftstheorie*. Mannheim–Wien–Zürich 1983.

³¹ Nawiasem mówiąc: rezultatem mylenia klasyfikacji z typologią jest na przykład dzielenie istot żywych na ludzi i zwierzęta za pomocą kryterium języka. Wszyscy przecież widzimy, że zwierzęta, w przeciwieństwie do nas, ludzi, nie mają języka, a zatem tym właśnie różnią się od nas, a my od nich. I już. Podczas kiedy co wnikliwsi z nas zauważają zastosowany w tym wypadku zabieg, a mianowicie, że kryterium podziału pochodzi od jednej strony opozycji i to *nim* jako kryterium zostało zastosowane oraz że kryterium to jest wewnątrzsystemową cechą jednej ze stron opozycji i nie stanowi elementu zewnątrzsystemowego. Jeśli natomiast zastosować typologizację, przed uzyskaniem jej rezultatu widzimy, że w świecie ożywionym występują istoty posiadające się komunikacją oraz istoty niekomunikujące (językową komunikacją czy inną, to bez znaczenia). Tak, ale w tej sytuacji my nie różnimy się od zwierząt, lecz tylko zaliczamy się do zwierząt, które komunikują i których jest stosunkowo dużo. Ale to nam się nie może podobać. I w ten sposób gusty wchodzą do nauki.

budynków oraz ludzi i stołów (o czterech nogach/kończynach), a poza tym klasyfikacja niczego o obiekcie nie twierdzi, lecz tylko go opisuje.

Ponadto w przeciwieństwie do klasyfikacji typologizacja nic nie znaczy; to, co prezentuje typologizacja, po prostu takie jest (na aktualnym poziomie wiedzy); natomiast to, czy za danym typem stoi specyficzna funkcja, należy dopiero zbadać. Rezultat klasyfikacji zaś obłożyć można znaczeniami, przez co wejść on może w komunikację, a nawet, jak w przypadku mądrych i głupich, pozwala na wymyślenie ilorazu inteligencji, umożliwiającego odróżnianie tych jednych od tych drugich, skoro, jak *już* wiemy, są. W tym sensie inteligencja jest tym, co mierzone jest przez iloraz inteligencji (i odwrotnie). Natomiast istnienie dwóch płci jest istnieniem dwóch płci, komunikacyjnie zaś spotyka się dosyć mało sporów na ten temat; w przeciwieństwie do klasyfikacji, które nadają się prawie tylko do sporów. Argumentuję tutaj co nieco humorystycznie, sprawa jednak jest dość poważna i w badaniach różnicę między typologią a klasyfikacją powinniśmy mieć zawsze przed oczyma³².

A: Istnieją tylko mądrzy i głupcy.

B: Jak pan chce to rozstrzygać?

A: Nie muszę tego rozstrzygać, ja to widzę.

To, że pan A nie ma racji, nie ulega kwestii. Powstaje jednak ciekawy problem, a mianowicie: jak mu to wyjaśnić i dlaczego to w zasadzie niemożliwe. Więc zobaczymy, jaki algorytm za tym stoi.

³² Nie oznacza to oczywiście, jakoby klasyfikacja była czymś zdrożnym, czego należałoby unikać jak ognia. Klasyfikacje po prostu służą do czegoś innego, a przydatne są również w nauce, tyle że nie do wyjaśnień.

Ponieważ pan A ogląda świat za pomocą swoich kategorii, z obecności których zdaje sobie co prawda sprawę, ale ze sposobu działania których sprawy sobie nie zdaje, nie jest on w stanie, wygłaszając jakiś pogląd, spojrzeć za przesłanki wymagane, by taki pogląd, nie wygłaszać, lecz mieć. Posiada on jako narzędzie dualizm, który w aktualnej tu wersji pozwala mu na wyróżnienie mądrych i głupich oraz wszelkich innych realizacji dualizmów, te ostatnie zaś mają to do siebie, że posiadają zawsze tylko dwie strony i dwa elementy, przy czym oczywiście jeden jest warunkiem istnienia drugiego, czyli obydwa są funkcjonalnie tożsame: głupi jest ten, kto nie jest mądry, a mądry ten, kto nie jest głupi; innych możliwości nie ma. Stosując to narzędzie, świat jawi mu się prosty, bo i narzędzie jest dość trywialne. Dokonując oglądu świata, widzi mądrych i głupich. W danej sytuacji zatem nie jest on w stanie widzieć niczego innego, gdyż stosowane narzędzie mu na to nie pozwala, oraz narzędzie to nie pozwala mu na widzenie samego tego narzędzia. A zatem widząc, co widzi, ma absolutną i nieobalalną rację, gdyż w rzeczy samej nie ma nic innego. Oczywiście w tym świecie. Nie są więc problemem jego sposoby widzenia, lecz świat, w którym patrzy. Problem zatem w tym, jak mu to wyjaśnić. Odpowiedź: nijak.

Dlaczego jednak my wiemy to, co wyżej? Skoro to wiemy, to musimy operować w innym świecie, w którym zarówno dualizmy, czyli narzędzia, jak i ich produkty są widoczne. Co to za świat?

To świat, w którym stosuje się perspektywę obserwatora, czyli obserwację zewnętrzną nie wobec świata, lecz obserwatora; to świat, w którym obserwator jest jednocześnie uczestnikiem systemu oraz obserwatorem siebie w tym systemie. Wtedy widać, że wyniki operacji są wynikami właśnie oraz że są produktami zastosowanych w operacjach narzędzi, w tym wypadku dualizmów komunikacyjnych. Ponadto widoczne staje się, że w rzeczywistości dualizmów nie ma, gdyż tam nie ma wyróżnień, jako że te są zawsze tylko produktami obserwatora pierwszego stopnia (czyli

uczestnika), który stosuje je w celu konstrukcji swojego świata. Wyróżnień dokonuje bowiem zawsze i tylko uczestnik systemu w ramach tego systemu i dla funkcjonowania tego systemu. Pan A nie może zatem widzieć, że nie widzi, bo to uniemożliwiłoby mu widzenie tego, co widzi. Gdyby bowiem widział, czego nie widzi, czyli widział kategorie, za pomocą których widzi rezultaty ich zastosowania, wtedy nie widziałby, co widzi, i nie mógłby strukturyzować świata, czyli w tym wypadku dzielić ludzi na mądrych i głupich. A zatem nie mógłby budować świata, w którym żyje. Ale mógłby żyć w innym, w którym co prawda nie stosowałby dualizmów, lecz perspektywę obserwatora, która od jego świata różni się tylko tym, że obok uczestnictwa w systemie stosuje jeszcze obserwację operacji dokonywanych przez tego uczestnika. Moim zdaniem, to lepszy świat.

Co uważniejsi czytelnicy zauważyli oczywiście od razu, że teraz również ja stosuję dualizm (lepszy/gorszy). I właśnie to jest pułapką i siłą dualizmów, że można je stosować również w innych światach, w tych lepszych. W takim razie powinniśmy powiedzieć, że to nie lepszy świat, lecz inny. Po prostu inny. Teraz jednak mamy kolejny problem. Nie mamy co prawda już dualizmu, ale za to mamy wielość światów, z którą sobie musimy poradzić. Wszyscy jesteśmy inni i nie ma mądrych i głupich. Jak jednak zarządzać innością i jak organizować komunikacje, w których jest tylko inność? Lub inaczej: o czym w takim świecie mówić i po co?

Widzimy dość wyraźnie, że wprowadziliśmy niechcący kolejny dualizm, dualizm świata z dualizmami oraz świata z innością. Równocześnie jednak widać, że popełniliśmy pewien błąd, polegający po prostu na tym, że pozostajemy przy wyróżnieniach, przy koncepcji czy metaforyce wielości światów. Sytuacja natomiast jest dużo prostsza.

Mamy bowiem świat, w którym żyje pan A, stosując swoje dualizmy, oraz mamy operację samoobserwacji, która nie produkuje oddzielnych

światów, ani w ogóle żadnych światów, lecz jest tylko narzędziem pozwalającym na obserwację stosowanych przez siebie operacji, czyli wprowadzającą same operacje do konstrukcji tego jednego świata.

Mamy zatem swego rodzaju triadyczną konstrukcję: a) uczestnika konstruującego swój świat, b) ten konstruowany świat oraz c) obserwację narzędzi do tej konstrukcji stosowanych. Czyli nie ma mądrych i głupich, ale wiem, że tak można mówić, czyli że można mówić, że są. A to już zupełnie inna sytuacja. Gdyż teraz możemy pytać o to, dlaczego tak można mówić, komu to jest do czego potrzebne, co przez to można dla siebie uzyskać (na przykład dobry humor) itp. Przedtem pytać o to nie było można, gdyż przecież było widać, że są głupi i mądrzy, i to nie podlegało kwestii, co najwyżej można się było spierać o to, czy ci lub ci są głupi/mądrzy, a nie przypadkiem jednak tamci.

Chodzi więc po prostu o to, żeby wiedzieć, co się robi, kiedy się coś robi. I w tym wypadku nie ma dualizmów, lecz jest tylko operacja i jej obserwacja, przy czym operacja i obserwacja nie są funkcjonalnie ani strukturalnie tożsame, lecz operacja jest producentem, a obserwacja jest modusem, z perspektywy którego rezultat procesu widzi producenta w jego roli (i ograniczeniu) producenta. Przez co stosunkowo mało istotny staje się produkt, a dużo ciekawszy producent.

Lub jak oddać to można przez kolejne powiedzonko:

Odkrywamy światy, istnienia których się nie spodziewaliśmy. I tym samym je tworzymy. Ale to ciągle ten sam świat.

Można by oczywiście też zapytać: a po co pan A i pan B w ogóle gadają, po co w ogóle ta komunikacja, skoro produkuje taki stres? Odpowiedź na to pytanie zawarta jest w poniższym zasłyszonym powiedzonku (autora którego niestety zapomniałem):

“Czterech ludzi – cztery zdania. Gdyby czterech miało to samo zdanie, to potrzebny byłby tylko jeden”. Ale jest ich czterech*.

* Klienci, których interesował ten produkt, oglądali też *The Wire* oraz *Star Trek TNG* i *DS9*.

Można by zarzucić, że podany wyżej przykład z panem A i B (“Nie muszę tego rozstrzygać, ja to widzę”) jest skonstruowany i w przyrodzie nie występuje. Nic błędniejszego, jak widać z kolejnego cytatu:

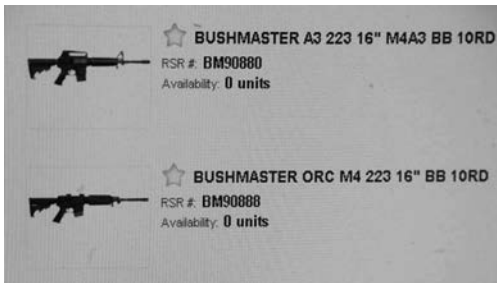
“Jedyne, co może zastopować uzbrojonego złego, to uzbrojony dobry”³³.

Jest to wypowiedź Wayne’a LaPierre’a, wiceprezesa National Rifle Association, który tymi słowami skomentował wydarzenia w Newtown (Connecticut) 14.12.2012 roku, kiedy w Sandy Hook Elementary School Adam Lanza zamordował 28 osób, w tym 20 dzieci.

Więcej nawet: samo wydarzenie i stojąca za wypowiedzią na jego temat logika miały i mają swoje reperkusje nie tylko w systemie społecznym, lecz również w gospodarce. Okazuje się bowiem, że bezpośrednio po masakrze w Newtown sprzedaż narzędzia zbrodni (półautomatycznego karabinu Bushmaster AR-15) i podobnych mu karabinów szturmowych wzrosła rekordowo o 49 procent w odniesieniu do porównywalnego okresu roku poprzedniego, mało tego: karabiny te były w grudniu (2012) wyprzedane, jak widać na poniższym obrazku³⁴.

³³ <http://www.bild.de>, 3.01.2013, oraz <http://www.focus.de>, 3.01.2013; por. szerzej: http://www.focus.de/politik/ausland/usa/erschreckende-fbi-daten-nach-newtown-massaker-amerikaner-kaufen-noch-mehr-waffen_aid_890863.html, 3.01.2013.

³⁴ <http://www.bild.de/news/ausland/waffengesetz/fg-27939980.bild.html>, 28.08.2013.



Widzimy zatem, że konkretne wydarzenie w rzeczywistości wskazuje na nastawienia społeczne obecne w komunikacji, nastawienia manifestujące się następnie w systemie gospodarczym (wyprzedaż karabinów), pokazując tym samym, że są obecne, to znaczy, że panują w USA, stosowne poglądy, opinie w komunikacjach, skoro dochodzi do dalekosiężnych konsekwencji w systemie społecznym. Zjawiska komunikacyjne obserwować możemy więc nie tylko w samych komunikacjach, w wypowiedziach, w mediach itp., lecz posiadają one konsekwencje również dla systemu społecznego i jego subsystemów, i w nim/w nich również mogą być obserwowane. Tym samym z obserwacji systemu społecznego możemy wyciągać także wnioski o samych komunikacjach, i odwrotnie oczywiście. Co nie dziwi, gdyż systemy społeczne są produktem komunikacji, i również to tutaj wyraźnie widać.

Sam cytat natomiast, czyli nastawienie manifestujące się w wypowiedzi Wayne'a LaPierre'a, nie wymaga specjalnej analizy. Widzimy, że w obrazie świata tego pana i jego kręgów, ale (bacząc na wyprzedaż karabinów) pewnie również w społeczeństwie, istnieje podział na ludzi dobrych i złych, podział, by tak rzec, a priori, dany na wejściu; i teraz uzbrojenie dobrych i złych daje stosowne skutki, czyli dobre i złe; to znaczy w przypadku mordercy z Newtown zastrzelenie 28 ludzi, a w przypadku nas, tych dobrych, zastrzelenie tego mordercy. A więc to nie nasze zachowania świadczą o tym, kto jest dobry lub zły, lecz aprioryczna komunikacyjna opozycja

'my/oni'. 'My' jesteśmy zawsze dobrzy, a 'oni' są źli (i dlatego my jesteśmy dobrzy, a oni są źli!); strony opozycji zdefiniowane są przedtem, czyli nim podejmiemy stosowne przypisanie wypowiedzi. Znamy ten typ nastawień z każdego totalitaryzmu i wielokrotnie zostały one już opisane.

Ciekawe jest natomiast coś innego, a mianowicie brak w mediach i generalnie w komunikacjach i ich wypowiedziach debat na temat samej opozycji. Dyskutujemy zazwyczaj o sposobach zapobiegania takim zbrodniom, o delegalizacji broni, o sposobach ochrony szkół, sądów itp., czyli ludzi (dobrych) przed kryminalistami; nie debatujemy natomiast o samym podziale na złych i dobrych ani o tym, skąd taki podział się bierze, do czego służy, w jakim celu go gdzie stosujemy itd. Sam podział nie podlega dyskusji, jest jasny, oczywisty, ewidentny i nienaruszalny. Ma się rozumieć, dlatego że jego aprioryczne założenie jako przesłanka, a tym samym martwy punkt (w terminologii Niklasa Luhmanna), umożliwia nieskończenie wiele komunikacji nawiązujących. Latami można debatować o tym, jak postępować z ludźmi złymi: czy ich wybijać (jak czyniliśmy to w historii, nawet wtedy, kiedy było ich dużo), czy resocjalizować, czy zamykać w więzieniach na zawsze itd. Przyjęcie tej opozycji (i jej podobnych oczywiście), czyli przyjęcie tego dualizmu, gwarantuje niezmierną nawiązywalność komunikacji. Natomiast debaty o sensie podziału na dobrych i złych nie dość, że nie posiadają stosownego scenariusza komunikacyjnego, to jeszcze nie gwarantują takiej ciągłości komunikacji, jaką gwarantują produkty tej opozycji. I pewnie dlatego nie są stosowane. Ponadto debatom o przesłankach wypowiedzi brak jest z reguły szans na powodzenie komunikacji, to znaczy na uznanie rezultatu podawania w wątpliwość takiej przesłanki za problem. Bo w czasie dyskusji o tym, co wynika z podanego wyżej cytatu, nasuwa nam się cała paleta rozwiązań dla poruszanego w nim problemu (społecznego), a to znaczy wiele nowych wypowiedzi, czyli perpetuowanie komunikacji. Kiedy dyskutujemy o samej totalitarnej przesłance tej wypowiedzi, usuwa nam się grunt pod nogami i stajemy w próżni, bo jeśli nie ma dobrych i złych

i nie wiadomo, kto jest kto, to co począć. Ano uzbroić się. Niekoniecznie w cierpliwość, jeśli pozwolą mi Państwo na taki tani dowcip.

Ale to niekoniecznie dowcip:

“Jak informuje rmf24.pl powołując się na PAP Tom Horne, prokurator generalny w stanie Arizona zaproponował, żeby dyrektorzy szkół, którzy wyrażą chęć, dostali broń palną. Horne chce również, żeby dyrektorzy lub oddelegowane osoby przeszły szkolenie, które nauczy ich sprawnego posługiwania się bronią. Ma to ich również przygotować do reagowania w sytuacjach stwarzających zagrożenia, jak ta w Newtown”³⁵.

Jak dowiaduję się właśnie z doniesień medialnych, dokładnie takie kursy i dokładnie takie wyposażanie dyrektorów w sprzęt aktualnie się w USA odbywa. Kolejne zwycięstwo komunikacji nad jej użytkownikami.

Na tym tle ciekawy jest również następujący cytat.

“Najpierw włącz myślenie, potem bierz broń do ręki!!!”

Jest to zdanie widniejące na ulotce z instrukcją obsługi pistoletu USP Compact, jaką to (ulotkę!) znalazłem swego czasu na spacerze z psem w parku³⁶, pistoletu sprzedawanego w polskich sklepach z bronią

³⁵ <http://natemat.pl/44793,propozycja-prokuratora-po-masakrze-w-newtown-dyrektorzy-szkol-z-bronia-palna>, 4.01.2013.

³⁶ Z czego może wynikać, że przed moim pojawieniem się jako spacerowicz w parku odbywały się w nim stosowne ćwiczenia w używaniu tegoż pistoletu. Dla wścibskich czytelników uwaga: chodzi o park z placem zabaw dla dzieci w centrum Wrocławia (ulica – nomen omen – Armii Krajowej).

(o czym świadczy przynajmniej instrukcja w języku polskim). Abstrahując tu oczywiście od niezręczności sformułowania i (pewnie) niezamierzonej drugiej możliwej interpretacji tego zdania (typu: najpierw myśleć, a potem mimo to – lub właśnie dlatego – strzelać). W ramach zamierzonej (jak mniemam) wymowy tekstu bronimy się i klienta przed bezmyślnym stosowaniem broni palnej, nie podaje się natomiast w wątpliwość samego sensu jej stosowania. Ten ostatni jest bowiem oczywisty. W kwestii używania broni mamy zatem do czynienia ze zjawiskiem nie tylko amerykańskim.

Fascynuje mnie od jakiegoś czasu syndrom *'american way of life'* (ogniskujący się w hasło: 'Żyjemy w kraju nieograniczonych możliwości!'), gdyż, jak okazuje się po wyczerpującej analizie, bazuje on na niesłychanie skomplikowanym algorytmie komunikacyjnym³⁷. Postaram się go tutaj naszkicować, a rzecz rozsypać.

Trudność (nie tylko dla czytelnika) polega teraz na tym, że syndrom ów (a w rezultacie również algorytm) nie jest linearny, lecz wielopoziomowy, natomiast można go zaprezentować (inaczej niż myśleć) tylko linear-

³⁷ Uwaga: Zajmując się tym syndromem, nie mam na myśli USA (przynajmniej nie tylko) ani jakiegoś innego konkretnego kraju, lecz jedynie sam syndrom, który może być (i jest) stosowany w różnych systemach społecznych i tym samym w różnych krajach. To zaś, że w USA również, to już nie moja wina.

Jako, raczej zabawny, przykład tego syndromu przytoczę tu wypowiedź Stephana Particka Tahy'ego (szefa koncernu zabawkowego Mattel) na temat sprzedawanej przez ten koncern lalki Barbie: "Barbie reprezentuje nieograniczone możliwości i pozwala wejść w każdą rolę (...) marka ta to dużo więcej niż lalka, a mianowicie styl życia". Pod warunkiem oczywiście że pozostaniemy przy Barbie. Kogo to nie zadowala, może alternatywnie wykorzystać Kena. Podstawa syndromu pozostaje stała, w jej ramach natomiast możliwości są nieograniczone. Wypowiedź Stephana Tahy'ego cytowana za: Jens Bergmann: *Die Außerirdische*, "Brand eins" 2013, 2, 10.

nie, gdyż taka jest podstawowa technika komunikacji językowej³⁸. O ile bowiem komunikacja nonwerbalna pracuje na wielu poziomach równocześnie i może nawet korzystać równocześnie z metapoziomów, o tyle językowo coś wyjaśniać i komunikować można tylko linearnie właśnie (zwłaszcza w druku oczywiście). Wyróżnię tu zatem poziom prezentacji algorytmu i poziom jego zewnętrznego opisu oraz metapoziom operacji; może w ten sposób uda mi się przedstawić zagadnienie. Wyjdźmy od algorytmu *american way of life*³⁹.

Reguła: Jesteś absolutnie wolny. Możesz robić, co chcesz.
Warunek: Ale musisz robić to, co wszyscy.

[Opis: w innym wypadku (nie logika⁴⁰, lecz) reguła się załamie, a tym samym *american way of life*.]

Metapoziom operacji:

Powstaje na tym poziomie następujący problem: jak tę regułę spełnić (być absolutnie wolnym), nie zauważając wewnętrznej sprzeczności między regułą a warunkiem oraz powstającego z tego kolejnego problemu? To znaczy: by owa wewnętrzna sprzeczność nie wpływała na działanie *american way of life*.

Ów kolejny problem to: wszyscy co prawda robią, co chcą, czyli to, co robią wszyscy, i tym samym nie zauważają sprzeczności, gdyż jej dookoła nie widać, ale mogą się (w charakterze zakłócenia systemu) pojawić tacy, którzy chcą działać w myśl zasady 'Ale ja chcę robić coś innego'.

³⁸ Której za pomocą niniejszego tekstu staram się fragmentarycznością i brakiem koherencji zaprzeczyć. Jak nietrudno się domyślić – bez powodzenia.

³⁹ W dalszej części opisu będę czasami dokonywał personifikacji systemu i używał stosownych czasowników, lecz to tylko dla ułatwienia wyводу.

⁴⁰ W komunikacji nie ma logiki, dlatego nie ona się załamie.

Z tego powstaje kolejna trudność – co system ma zrobić z tym, że jest ‘inne’, i jak owi (wspomniani wyżej) tacy wpadli na istnienie ‘innego’?

Rozwiązanie systemowe: System musi doprowadzić do stanu, w którym uważa się, że to, co się robi, jest tym, co chce się robić. Oraz: że owo ‘to’ jest wszystkim, co jest możliwe, i inaczej się nie da, i dokładnie to robią wszyscy. Więc doprowadza się do tego stanu. Jak? Patrz niżej. Jest więc rezultat.

Rezultat: Jesteś nieograniczenie wolny, żyjesz w kraju nieograniczonych możliwości.

[Opis: tego, że możliwości, które w tym świecie są dane jako ‘wszystko’, istnieją tylko w tym świecie oraz tylko w tym świecie istnieją jako ‘wszystko’, się nie zauważa. I dlatego nie ma ‘inne’. To znaczy ‘możliwości’ oraz ‘wszystko’, co się robi, są tym samym.]

Metapoziom operacji:

Zadanie: Jak system ma to zrobić, by (w jego ramach) nie zauważać ‘innego’?

Rozwiązanie, czyli centralna operacja: trzeba komunikować, że to, co robimy *my*, jest właśnie tym ‘innym’. Czyli nie niwelujemy samej opozycji, lecz jedynie jej semantykę, przez co ta pierwsza staje się systemowo nieistotna⁴¹. Genialność tego algorytmu i zabiegu jest porażająca, jeśli pozwolą mi Państwo na chwilę zachwytu.

[Opis: klasyczne totalitaryzmy (te złe, takie jak: faszyzmy, komunizmy, nazizmy, i te dobre, takie jak teistyczne religie) generują strukturalną

⁴¹ ‘Nieistotna’ w rozumieniu teorii systemów, to znaczy niemająca wpływu na generowanie systemu i utrzymywanie go w ruchu.

opozycję 'my – oni', z widoczną na powierzchni systemu manifestacją tej opozycji w formie 'nasze – inne', i uzasadniają, że 'inne' jest złe, a 'my/nasze' jest słuszne. Cała komunikacja (i w jej ramach jej propaganda) kieruje się na deprecjonowanie 'innego' oraz na wychwalanie 'naszego', za pomocą stosownych środków językowych lub przemocy (fizycznej czy psychicznej).

American way of life natomiast sytuuje 'inne' jako 'nasze/my,' bo tylko to jest. 'Inne inne' natomiast nie istnieje. Dlaczego? Bo 'inne inne' nie jest komunikowalne. Wszystko, co jest, my już robimy. 'My' okupuje 'inne' za pomocą predykatu 'wszystko' (= nieograniczona wolność.)]

Metapoziom operacji:

Przykład: jest nespreso i w jego ramach *tysiące* smaków; nieograniczona ilość smaków, czyli wszystkie smaki⁴². Cóż by zatem mogło jeszcze istnieć, skoro nespreso już jest nieograniczone? My (= systemy spoza *american way of life*) wiemy co – coś innego niż nespreso, na przykład espresso. Ale *american way of life* pracuje smakami (a nie ich producentem, ten staje się w tym systemie niewidoczny), i te smaki rzeczywiście oferuje i okupuje tysiące albo i więcej, ale wszystkie są jego i tym samym okupuje 'inne'. A ponieważ dla niego nespreso to po prostu nowocześniejsza i bardziej postępowa forma espresso (i wszystkich innych sposobów parzenia kawy), oferuje również espresso, tyle że w (postępowej) formie nespreso, a więc oferuje wszystko, co istnieje. Potrzebny jest tylko koncept postępu.

⁴² Na wszelki wypadek dodam, że system nespreso wymyślił szwajcarski inżynier Eric Favre, który wprowadził go w Szwajcarii w 1986 roku (samo nespreso wymyślone zostało w 1970 roku przez Nestlé i w 1976 opatentowane), z czego wynika, że nie reprezentują antyamerykanizmu. Aktualnie na rynek wchodzi Tpresso, czyli stosowna herbata.

[Opis. Wniosek: w tym świecie nie ma innych światów ani miejsca na nie, bo ów świat, czyli 'my', okupuje 'wszystko', które jest nieograniczone (jak to wszystko).]

Metapoziom operacji:

Z tego poziomu widać, że dochodzi tutaj do systemowego zakazu stosowania perspektywy obserwatora zewnętrznego. Jak? Perspektywa ta nie mieści się w koncepcie 'inne', skoro 'my' ten koncept w całości okupuje (sic!). Przez co nie ma możliwości obserwacji, gdyż nie ma systemowego miejsca, z którego można by tej operacji dokonać, skoro 'inne' też jest nasze, a 'innego innego' nie ma.

W jaki sposób to działa? W tym świecie (*american way of life*) nie ma okularów i możliwości wyjścia z tego świata. Na przykład za pomocą zdania sobie sprawy, że istnieją okulary oraz że w zależności od danych okularów widzimy to lub owo i że zawsze widzimy przez okulary. Przez okulary trzeciej rzeczywistości, czyli komunikacji. Ale kiedy wszyscy widzimy przez okulary, wtedy okularów nie ma. A, jak już wiemy, konieczne w tym celu zastosowanie perspektywy obserwatora nie jest możliwe.

A więc okulary nie istnieją. Dlaczego? Bo nikt ich nie nosi. A skąd to wiemy? Nie widać ich. Bo my już robimy wszystko, a więc gdyby były, byłoby je widać. A nie widać, bo nikt nie wie, że są. Dlatego ich nie ma.

Widzi je co prawda dziecko (to Andersena z bajki), które dlatego dostrzeżga, że król jest nagi. Ale ono się nie liczy. Dlaczego? Ponieważ jest dzieckiem, i jeszcze niczego nie wie i nie rozumie, i trzeba je jeszcze edukować, czyli wprowadzić w nasz świat (patrz rozwiązanie systemowe wyżej).

Ambitna próba zniszczenia *american way of life*:

Zarzut: Tak, ale na świecie mówi się wieloma językami, a wy mówicie (tylko) po angielsku.

Odpowiedź *american way of life*: Nie, nie, u nas w Ameryce ludzie mówią rozmaitymi (to znaczy – wszystkimi) językami, a poza tym wszyscy mówią po angielsku.

Wniosek: Próba się nie powiodła!

I tak podwójnie okupuje się ‘wszyscy’: wszystkie języki i wszyscy (ludzie). Czyli generalnie – ‘wszystko’.

Jakoś mi tu pasuje znane powiedzonko Dietera Hildebrandta:

“Jak to słyszę, to nie wiem, za co się złapać. A głowy mi szkoda”.

Tylko, zdaje się, można je w tym miejscu zrozumieć opacznie. A to by mi już nie pasowało.

Poruszyć zatem trzeba też syndrom espresso.

W niektórych światach pracuje się linearną, temporalnie nadbudowującą konstrukcją rzeczywistości, w której, zarówno przestrzennie, jak i temporalnie, istnieje ‘przód’, będący ‘dalej niż tu’, w której przestrzennie istnieje ‘centrum’ i ‘peryferia’ (poziomo), a czasowo (pionowo) ‘lepiej niż teraz/dawniej’. Wszystko bazuje na *nadbudowaniu*, przy czym połączone jest to z wartościowaniem.

W innych światach natomiast pracuje się *wzorami*. Nie ma ‘przodu’, nie ma ‘coś jest lepsze, kiedy jest tego więcej’ (lub mniej), lecz są tylko wzory,

to znaczy: 'tyle i tyle jest właściwe, odpowiednie, wystarczające'. Takim wzorem jest na przykład espresso⁴³.

W tych pierwszych światach dane wartościowanie ('lepiej') łączone jest z określoną ilością, i to połączenie funkcjonuje we wszystkich kierunkach, przy czym odpowiednie skale przebiegają równolegle. To znaczy: więcej jest lepiej, mniej jest źle/gorzej (lub odwrotnie, to bez znaczenia).

W tych drugich światach dany jest wzór, który reguluje wartość pożądaną, i ta jest na stałe połączona z wartością, ale nie z wartościowaniem. Co najwyżej można tę (idealną) wartość połączyć z dążeniem do perfekcji (to znaczy ze stałym przybliżaniem się do wartości pożądanej), której się oczywiście nigdy nie osiągnie. Tu panuje perfekcja jako metoda, jako stan do osiągnięcia.

W tych światach chodzi więc o stan, a w tych pierwszych o wydarzenie.

Stan pozostaje taki, jakim jest, gdyż to stan; wydarzenie może być zastąpione nowym, które jest 'lepsze'. Stan – nie. Stan tylko jest i to, co temporalne, nie ma na niego wpływu. Przy wydarzeniu to, co temporalne, jest wbudowane w nie jako niezbędny czynnik generujący.

I w tej logice espresso staje się wydarzeniem (mimo że jest stanem), a nespresso jest innym (nowym, lepszym) wydarzeniem. Podczas kiedy w owych innych światach espresso jest stanem, któremu niczego nie brakuje, o ile odpowiada wzorowi.

Również kapitalizm może funkcjonować tak albo tak; nie musi on postępować za tą pierwszą metodą. A może nie?

⁴³ Generalnie na temat wzorów – por. Michael Fleischer: *Estetyka tu i tam i jej wpływ na komunikację*. Łódź 2010.

Chodzi mi tutaj generalnie o wzory, więc nie musi to być espresso; może to też być piwo czy bigos lub cokolwiek⁴⁴. Żeby bigos był bigosem, musi w nim być to, a nie to, tyle, a nie więcej ani mniej itp. Zaś espresso wymaga przestrzegania 5-M⁴⁵. Z kolei z piwa próbuje się w ramach *american way of life* zrobić nespreso. Wiadomo, że piwo robi się z wody, słodu, chmielu i drożdży w taki, a nie inny sposób, z czego wynika jako rezultat taka, a nie inna ilość alkoholu, jako że jest to piwo. Zaś w ramach *american way of life* robi się piwo mocne, zawierające więcej alkoholu, bo, jak wiemy, więcej to lepiej, lub robi się piwo zawierające inne jeszcze składniki, polepszające, ma się rozumieć, piwo. Więc już nie wzór, lecz postępek.

To samo dotyczy plakatu reklamowego kołobrzeskiej restauracji Pizzeria Cantina Toscana (patrz zdjęcie nr 1c). Wiadomo, że pizza to pizza, że istnieje wzór pizzy. Ciasto do niej robi się tak, a nie inaczej (czyli najlepiej na dzień wcześniej), na 500 gramów mąki bierze się 3 gramy drożdży i ciasto musi rosnąć (jeśli nie przez jeden dzień, to przynajmniej przez minimum 30 minut przed pieczeniem; wtedy dodajemy oczywiście więcej drożdży), następnie ciasto piecze się przez 10 minut, kładzie się na nim to, co trzeba, i dokładnie tyle, ile trzeba (a nie więcej), następnie piecze się jeszcze przez 5 do 7 minut. To jest wzór (toskański; są jeszcze inne) i nie ma konieczności stosowania filozofii spekulatywnej ani racjonalizacji. Wzór pizzy niczego dodatkowo nie wymaga ani niczego

⁴⁴ Niezbyt sympatyczne może wzory, ale wzory; por. zdjęcia nr 1. W przypadku sera gouda (zdjęcie nr 1b) problem polega na tym, że powinien on mieć tylko bardzo niewiele dziurek; ani żadnych, ani za dużo, tyle tylko, ile wymaga wzór (wynikający z procesu produkcji); same dziury natomiast nie są wyznacznikiem jego jakości. Ilość dziur widoczna na zdjęciu świadczy więc o bardzo marnej jakości prezentowanego sera oraz o tym, że nie może to być gouda. Wiemy już jednak, że im więcej, tym lepiej. A zatem teraz będzie gouda z dziurami. Nowość.

⁴⁵ Wspomniane wyżej 5-M: 1. *La Miscela*, mieszanka: wybór i jakość ziarna, odpowiednie prażenie kawy, świeżość ziaren. 2. *La macinatura*, mielenie: stosowna perfekcja mielenia oraz ilość kawy (7 gramów). 3. *La macchina espresso*, właściwa maszyna. 4. *La mano maestra*, ręka mistrza i realizacja punktów od 1 do 3 oraz stosowna filizanka (o grubych ściankach), właściwe ubicie kawy. 5. *La missione* – jakość życia. Ale o tym można by długo.

mu nie brakuje. To jednak nie zadowala, gdyż, jak już wiemy, nie byłoby wtedy postępu i nie byłoby nowości. A więc oferujemy “nowości prosto z Włoch”, z Włoch mitycznych i z katalogu biur podróży, i w rezultacie mamy nową pizzę, no i postępowanie oczywiście, który w przyszłym sezonie wymagał będzie kolejnych nowości. Na końcu w każdym razie nie będzie już pizzy. Gdyż jak stosownie zauważył swego czasu pewien mniej więcej dziesięcioletni chłopczyk w restauracji w Olsztynie (koło Częstochowy) na widok podanej przez kelnera pizzy właśnie: “Z tego można zrobić kebab, wystarczy złożyć na pół”⁴⁶. W rzeczy samej można⁴⁷.

“Każdy może być bogaty. Ale nie wszyscy” (Georg Schramm).

Nie będę ukrywał, że cytuję ten bardzo mi się podoba i należy do moich ulubionych, nie tylko z powodu swojej kompleksowości, lecz i dlatego że w niezmiernie wyraźny sposób pokazuje funkcjonowanie zarówno kapitalizmu, jak i generalnie komunikacji i systemu społecznego. Więc analizujemy go sobie.

Na poziomie wartości obowiązujących wewnątrz systemu mamy pewną obietnicę skierowaną do wszystkich (“każdy może być bogaty”), natomiast na poziomie jej realizacji sytuacja taka jest wykluczona (“ale nie wszyscy”). Czyli wszyscy mają ten sam cel, ale na pewno nie wszyscy go osiągną, gdyż to jest warunkiem osiągnięcia go przez niektórych tylko. Ostatnie jest nawet ex definitione wykluczone, aby obietnica mogła funkcjonować, ale nigdy się nie zrealizować. Dlaczego w takim razie my tego nie zauważamy i nadal chcemy być bogaci, skoro system zbudowany jest tak, że tylko

⁴⁶ Moja obserwacja – Olsztyn, 28.08.2009, godzina 14.52.

⁴⁷ W tym samym kontekście por. zdjęcie nr 1d. Tu mamy do czynienia ze stosunkowo zabawnym mieszaniną dwóch wzorów: karczma polska + pizzeria. Każdy wzór z osobna jest świetny. Po co je jednak mieszać? Ano żeby była nowość.

nieliczni mogą być bogaci, żeby bogactwo nie straciło sensu? Ale nawet to nie. Gdyby bowiem wszyscy byli bogaci, wtedy nie byłoby bogactwa (nawiasem mówiąc: kolejny przykład na funkcjonowanie dualizmów).

Na poziomie komunikacji obowiązuje więc wartość ('bogactwo', a więc coś, do czego się dąży, czyli wartość właśnie), która na poziomie jej osiągnięcia wyklucza jej osiągnięcie.

Jakie poziomy tu mamy i jak ten mechanizm funkcjonuje, że funkcjonuje, czyli produkuje rezultaty? Mamy zatem poziom wartości (dążenie do bycia x) oraz jego zakres obowiązywania (wszyscy). 'Wszyscy możemy dążyć do bycia bogatym', przy czym czysto językowo 'każdy' równoznaczne jest z 'wszyscy' i stanowi jego synonim. Ponadto mamy poziom realizacji wartości, na którym jej zakres obowiązywania już nie obowiązuje (nie jest wiążący), przy czym językowo nagle 'każdy' już nie jest równoznaczny z 'wszyscy'. Wydawałoby się: skoro każdy, to też wszyscy, ale okazuje się, że nie. Czyli przez wprowadzenie negacji wychodzi na to, że 'nie wszyscy' = 'każdy'. 'Każdy' zatem odnosi się do realności (w sposób, w jaki ta pojawia się w komunikacjach), 'wszyscy' natomiast to czysty koncept komunikacyjny, nieposiadający żadnych odniesień pozasystemowych, a tylko umożliwiający dokonywanie takich, a nie innych wypowiedzi czy operacji. 'Wszyscy' nie posiada semantyki, lecz jedynie funkcje operacyjne; 'każdy' zaś to joker, czyli zamiennik o charakterze definicyjnym. Możemy, produkując wypowiedź, wymienić wszystkich mianych na myśli ludzi (taki imiestów) lub możemy skorzystać z usług jokera skracającego wypowiedź, pozostawiającego jednak jasność na okoliczność tego, kogo mamy na myśli. 'Wszyscy' zaś w ogóle nie istnieją (patrz kluski śląskie wyżej).

Weźmy inny przykład: każdy może być zdrowy, ale nie wszyscy. Okazuje się, że to już nie jest prawda, bo zarówno każdy może być zdrowy, jak i wszyscy. Albo: każdy może być niedużego wzrostu, ale nie wszyscy. Również nieprawda, a poza tym jeszcze bez sensu.

Cały ambaras bierze się zatem nie z 'każdy' i 'wszyscy', lecz, po pierwsze, z modalności zdania, a jak wiemy, wszystkie zdania modalne są prawdziwe, gdyż dotyczą możliwości, te zaś, wiadomo, są zawsze możliwe, bo są możliwościami. Inaczej nie byłyby możliwościami. Po drugie, bierze się z dualizmu oczywiście, bo jeśli wszyscy są (lub byłiby) zdrowi, nie dałoby się tego stwierdzić, gdyż nie byłoby wtedy zdrowia. To samo dotyczy wzrostu i bogactwa. Proszę podać jakąś cechę, która nas (lub cokolwiek) charakteryzuje, a która nie ma swego przeciwieństwa (lub generującej ją drugiej strony). Gubi nas tutaj dualizm, który jest tak zręcznie zrobiony, że umożliwia nam wszystkie te wypowiedzi, które co prawda nie mają sensu, ale dają się komunikować, czyli perpetuują społeczeństwo. A ponieważ takiej nondualistycznej cechy nie ma (w czym pomaga oczywiście negacja), możemy komunikować. Gdyby była, nie byłoby procedury mówienia o niej i jej produktach, takich jak bogactwo.

Ale wróćmy jeszcze na chwilę do kapitalizmu. Co wynika z faktu, że każdy może być bogaty, ale nie wszyscy; po co my wszyscy mamy się starać być bogatymi, skoro, osiągnąwszy to, przestaniemy być bogaci? Czyli sensem (dążenia do) bogactwa jest niemożliwość bycia bogatym. Bo nawet jeśli jednemu to się uda, to nie będzie on nigdy wiedział, że już jest bogaty, gdyż skalowanie bogactwa jest otwarte w górę. Czyli nawet pan Bill Gates może być bogatszy niż pan Warren Buffett, i odwrotnie. Na pytanie: kiedy jest się bogatym?, odpowiedź brzmi oczywiście: nigdy. Będąc bowiem bogatym, zawsze można być jeszcze bogatszym, czyli ostatecznie nigdy nim się nie jest. Jest to o tyle ciekawy mechanizm, że umożliwia on nam funkcjonowanie kapitalizmu właśnie (i nie tylko oczywiście), bowiem nic tak skutecznie nie gwarantuje perpetuowania systemu jak otwartość semantyki tego systemu i brak reguł stanowiących o zakończeniu procesu (czyli osiągnięciu celu). Jakim bezsensem byłby bieg na 100 metrów (i kto brałby w nim udział), gdyby nie zdefiniowano osiągnięcia dystansu 100 metrów, lecz należałoby biec ciągle dalej. Ten bezsens zauważamy, tego drugiego z bogactwem jednak – już nie. Bo ten jeden jest grą, a ten

drugi sposobem funkcjonowania systemu kapitalistycznego, gwarantującego nam semantykę i operacjonalizowalność aktualnej manifestacji systemu społecznego. Były inne próby, ale skończyło się na tej.

A gdyby tak celem perpetuowania systemu społecznego uczynić bycie zadowolonym. Każdy by dążył do bycia zadowolonym, i na końcu wszyscy by byli. Bo gdyby każdy był zadowolony, to wszyscy też. Wiem, wiem – co to znaczy zadowolony? A to już każdy z nas z osobna musi i może (!) sobie zdefiniować. Czyli rezygnujemy z singularnej definicji zadowolenia, na korzyść wielowymiarowej. Jeden problem pozostaje – co zrobić z tymi, którzy nie są zadowoleni z tego, że ja jestem zadowolony. A znam takich. I znowu nic z tego. To niech już będzie, jak jest.

Czym się różni kolor czerwony od zielonego lub niebieski od pomarańczowego?

I dlaczego to jest pytanie bez sensu oraz dlaczego nie da się na nie odpowiedzieć?

A to na tle tego, czym się różni długi od krótkiego, ciężki od lekkiego itd.

Na pierwszy rzut oka odkrywamy tutaj cechę, której szukaliśmy w poprzednim akapicie, to znaczy coś, co nie posiada przeciwieństwa. W rzeczy samej kolor czerwony (i każdy inny) nie posiada przeciwieństwa. Ale niestety nie posiada również semantyki, gdyż, jak wiemy od Charlesa S. Peirce'a, kolory są pierwszością (*firstness*) i są takie, jakie są (abstrahując oczywiście od tego, że fizycznie są funkcją światła i faktury powierzchni, na którą ono pada itd.). Narzucające się zastosowanie negacji (czerwony/niebieski) też nic nam nie daje, ponieważ, z powodu braku symetrii na poziomie pierwszości, nie ma czegoś takiego jak 'niebieski'. A zatem do naprawy kapitalizmu kolory nam się nie przydadzą. A szkoda.

Mamy jednak odpowiedź na pytanie postawione wyżej. Jest ono bez sensu, ponieważ kolory są właśnie pierwszością, a pierwszości nie nadają się do komunikacji. Nic jednak nie stoi na przeszkodzie, by o nich komunikować, gdyż wtedy stają się trzeciościami. O kolorach możemy sobie pogadać do woli. Na przykład o tym, po co ten sweter jest czerwony. To bez sensu. Wiem. Ale porozmawiać można.

Czym innym natomiast są długi i krótki, ciężki i lekki itp. To oczywiście drugości, czyli dualizmy, a te komunikacyjnie są niezmiernie przydatne, bo teraz już debatować możemy o tym, czy ten krótki to aby na pewno jest jeszcze krótki, czy może już jest prawie długi, bo jakiś taki niezbyt krótki chyba jest. A ta spódniczka to już na pewno jest za krótka, i to przecież obraza boska, że takie krótkie spódniczki teraz, pani kochana, noszą. Ale na szczęście materiał jest tak ciężki, że się przynajmniej ta spódniczka nie podnosi i nie podjeżdża do szyi, bo jeszcze tego by tylko brakowało.

A nie mówiłem? A zatem – więcej drugości! Czerwonych*.

* Inne tego samego autora: *Estetyka tu i tam, Słownik polszczyzny rzeczywistej, Reklama, Typologia komunikacji.*

Miałem kiedyś taki pomysł, aby zanalizować bardzo ciekawe zjawisko, jakie zaobserwowałem po przybyciu do pewnego miasta, a mianowicie wiejskość lub, jeśli Państwo wolą, szlacheckość wielu zachowań mieszkańców tego miasta, manifestującą się w rzeczywistości (a nie w komunikacjach); zachowań, których w innych miastach nie udało mi się zauważyć lub przynajmniej nie występują one w nich w tym stopniu⁴⁸. Ponieważ nie chodzi

⁴⁸ Gdyby w tym miejscu powstało niejaki zdenerwowanie, spieszę z wyjaśnieniem: szlacheckość to nic innego jak wiejskość, tyle że inne słowo (obydwa zjawiska traktuję tu oczywiście w sensie niewartościującym). Wiemy bowiem, że szlachta (generalnie, w tym zagrodowa) pełniła w Polsce tę samą rolę i funkcję społeczną jak w innych krajach, tyle że

mi tutaj o to konkretne miasto, lecz o samo zjawisko tylko, niech nazwa tego miasta pozostanie tajemnicą (pewnie niedługo). Rzecz nie w nazwie.

Interesowała mnie w tym kontekście pewna dykrepancja między urbanistycznym charakterem tego miasta (jednego z architektonicznie ładniejszych miast w Europie) a wiejskim/szlacheckim (a nie mieszczańskim) charakterem zachowań wielu (daleko nie wszystkich) jego mieszkańców (o owym szlacheckim charakterze przekonana jest zresztą część samych mieszkańców – patrz zdjęcie nr 2). Ciekawe było dla mnie zderzenie aspektów miejskich, urbanistycznych z relikdami traktowania życia w mieście za pomocą *norm* wiejskości.

Przy czym nie mówię tutaj o Disneylandzie, czyli o obszarze rynku i dookólnych przyległych ulic (każde miasto ma taki Disneyland i on oczywiście służy do przyciągania turystów, gwarantuje miejsca pracy dla miejscowych i pomaga miastu zarabiać na sobie), lecz mówię o mieście jako urbanistycznym organizmie, o dzielnicach, kwartałach ulic, placach, skwerach, parkach, zieleńcach itd., czyli o miejscach, w których odbywa się życie mieszkańców miasta, w których dzieje się miasto; mówię o wymiarze urbanistycznym, a nie mieszkalnym, o mieście jako organizmie właśnie. W tym sensie omawiane tu spostrzeżenia nie odnoszą się do Disneylandu (obszaru dla turystów), lecz do miasta. I nie chodzi tutaj o rozróżnienie przestrzenne, dzielące miasto na fizycznie wyróżnialne obszary, lecz o rozróżnienie funkcjonalne. Istotne są zatem funkcje danego obszaru miasta, jakkolwiek obszar by to nie był, a nie fizyczność samego obszaru.

w tych innych krajach była inaczej nazywana i spełniała tam rolę, nazwijmy to, przedsiębiorców rolnych, czyli ludzi uprawiających działalność gospodarczą polegającą na produkcji żywności dla reszty społeczeństwa. Posiadacze gruntu zatrudniali w tym celu do pracy na roli najemnych robotników rolnych. W Polsce ci pierwsi nazywali się szlachtą, gdzie indziej – inaczej. W tym sensie używam tu zamiennie szlachecki/wiejski w opozycji do mieszczaństwa, jako grupy o odmiennej wobec omawianej tu funkcji społecznej. Zdaję sobie oczywiście sprawę z tego, że w Wikipedii rzecz prezentowana jest nieco inaczej.

Przeraziłem się jednak konsekwencji takiego pomysłu i takiej analizy w kontekście komfortu dalszego przebywania w tym mieście i zaniechałem próby takiej analizy. Gdybym ją był podjął, argumentowałbym, przytaczając następujące obserwacje:

Zwróciłbym uwagę na rzucający się w oczy brak różnicowania między konceptami 'trawnika' i 'łąki' w przestrzeni miejskiej tego miasta. Jak wiadomo, łąka jest naturalnie powstałym obszarem niezagospodarowanym w przestrzeni wiejskiej (lub w tak zwanej naturze), gdzie w przypadku braku drzew dochodzi do samowysiania się takich lub innych gatunków traw, obszarem traktowanym jako naturalna przestrzeń, po którym się chodzi, tak samo jak w naturze. Trawnik natomiast to typowy element miejski, stworzony z różnych urbanistycznych powodów w celu umiędzyczenia miasta dla jego użytkowników, element posiadający charakter obiektu wizualnego, po którym (patrz różnego rodzaju tabliczki) nie należy chodzić. I taki stan spotykany, byłbym mówił, jest również w tym mieście, gdzie zieleń miejska pielęgnowana jest przez stosowny Zarząd Zieleni Miejskiej (nawiasem mówiąc: jeden z najlepszych, jakie znam) w sposób przykładowy, natomiast przez mieszkańców traktowana jest nie jako zieleń miejska (trawnik), lecz jako łąka właśnie. Więc po trawnikach chodzi się jak po łąkach, odstawia się na nich samochody, pozostawia zbędne przedmioty, wyrzuca na nie to i owo, głównie jednak śmieci (patrz zdjęcia nr 3). Dokładnie tak, jak ma to miejsce na łące przed/za domem na wsi. Zarząd Zieleni Miejskiej oczyszcza owe trawniki (gdyż w rzeczy samej są to trawniki), strzyże regularnie trawę, na co mieszkańcy przyległych domów odstawiają na niej samochody ów trawnik niszczące, jako że dla mieszkańców to łąka.

Ostatnio powstał w tym mieście nowy sport, a mianowicie stosowni młodzieńcy wjeżdżają w nocy na trawniki samochodami i jeżdżą nimi w kółko albo kręcą się nimi w miejscu, żeby takie ładne kółeczka w trawie wyrzezać.

W tym samym kontekście wspomniałbym o możliwych do zaobserwowania co roku porządkach wiosennych. O ile w miastach porządek utrzymuje się przez cały rok i służby porządkowe zbierają śmieci itp. całorocznie, o tyle w tym mieście obserwuje się wykonywanie tych czynności na wiosnę, podobnie jak ma to miejsce na wsiach, gdzie gospodarze na wiosnę sprzątają swoje obejścia, kiedy to natura budzi się, jak wiemy, do życia.

Zwróciłbym także uwagę na zjawisko zdejmowania butów przez gości. To również uznałbym za typowy przejaw wiejskiego zachowania, gdzie w rzeczy samej na zewnątrz (na tak zwanym dworze) panuje typowy dla pory roku rozgardiasz i sensowne jest zmienianie obuwia z domowego na zagrodowe i odwrotnie. Podczas kiedy w miastach taka ostrożność nie jest już potrzebna, gdyż ze względu na wynalezienie chodników i całorocznego sprzątania ulic buty w mieście mamy zasadniczo czyste. O ile zatem na wsiach bardzo sensowna czynność zmiany butów ma swój sytuacyjny i funkcjonalny sens, o tyle w mieście stanowi pozbawiony funkcji relikw; co nie oznacza oczywiście, że nie można wynaleźć stosownej strategii uzasadnieniowej dla takiego relikwowego zachowania. Na przykład takiej, że w mieście jest brudno, a więc w mieszkaniu trzeba zdejmować buty. Nie powinno się przy tym jednak pytać: dlaczego jest brudno?

Szczególny nacisk położyłbym na zwrócenie uwagi na obecny w tym mieście zwyczaj wyrzucania resztek jedzenia przez okna na chodniki lub trawniki przed domem (patrz zdjęcia nr 4); szczególny – ponieważ jako posiadacz psa muszę regularnie walczyć z medycznymi konsekwencjami tego zachowania, konsekwencjami dla psa. To oczywiście typowe zachowanie wiejskie/szlacheckie, które w przestrzeni wiejskiej właśnie jest głęboko sensowne, gdyż pozwala na niemarnowanie jedzenia, na zewnątrz (podwórko, łąka, obejście) znajdują się bowiem stosowne zwierzęta (psy, koty, kaczki, kury, świnię itp.) i wyrzucane jedzenie natychmiast jest

utylicowane i recyklingowane przez owe zwierzęta właśnie, włączające się tym samym w łańcuch żywniowy. Inaczej w mieście, gdzie jedzenie to (z powodu braku stosownych zwierząt) leży następnie pod oknami budynków przez nierzadko wiele dni i, podlegając naturalnym procesom gnilnym, stanowi zagrożenie dla tych niewielu zwierząt (domowych), które w miastach mieszkają i pod domami lub przed nimi przechodzą, jako to psy właśnie. Również tutaj widzimy, jak bardzo sensowne w pewnych warunkach zachowanie w innej przestrzeni stanowić może nawet zagrożenie, a w każdym razie jest bezsensowne.

Jako kolejny ciekawy syndrom przytoczyłbym sposób stosowania perfum przez część ludności tego miasta (jednej i drugiej płci). Nie chodzi przy tym o samo stosowanie perfum, lecz o ilość tych ostatnich wylewanych na siebie, ilość, którą określić byłbym mógł (i musiał) tylko jako znaczną. Co znowu ma daleko idące konsekwencje nie tylko klimatyczne. O ile bowiem na wsiach, czyli w zasadniczo otwartych przestrzeniach, niewykluczone, że stosowanie dużej ilości perfum na raz jest sensowne, by nie tylko sąsiad wiedział, że je stosuję, o tyle w miastach ilość wylewanych na siebie perfum powinna być, ze względu na ochronę środowiska, raczej oszczędna, gdyż w autobusach, tramwajach, urzędach, salach zajęciowych itp. postrzegalność olfaktoryczna gwarantowana jest przez już niewielką nawet ilość. W tym mieście natomiast nawianiane są całe ulice, nierzadko na dość długi czas. I kiedy idę z psem po ulicy za jakąś osobą nawonioną, wtedy nawet z odległości 20 metrów woń jej czujemy (ja i pies), nawet wtedy jeszcze, kiedy osoby tej wizualnie już postrzegać nie postrzegamy. W mieście zatem wystarczyłoby mniej.

Zwróciłbym również uwagę na umiłowanie przez mieszkańców tego miasta wydeptanych ścieżek; przez nich samych zresztą wydeptanych. O ile Zieleń Miejska (lub ktokolwiek) zadaje sobie trud wykładania chodników stosownymi płytami lub wylewania ich asfaltem (to już pewnie Zarząd Dróg), o tyle mieszkańcom to w najwyższym stopniu przeszkadza

i wydeptują sobie, nierzadko obok, swoje ścieżki, posiadające tę zaletę, że wyłożone niczym nie są. Przez co mogą sobie chodzić tak jak na wsi po matce ziemi (patrz zdjęcie nr 5).

To samo dotyczy, powiedziałbym, gdybym postanowił to powiedzieć, parkowania samochodów na trawnikach właśnie, gdyż sam fakt takiego parkowania po jakimś czasie powoduje zanikanie trawy i wytycza, jakby naturalne, ścieżki (koleiny) do chodzenia po ziemi (patrz zdjęcie nr 6).

A skoro już jesteśmy przy parkowaniu, to zwróciłbym, gdybym się taką analizą zajął, uwagę na parkowanie na chodnikach tyłem samochodu w stronę domu. Sposób taki co prawda w reszcie Europy jest zabroniony, gdyż spaliny z zapalanego samochodu kierują się w stronę okien domów, niemniej jednak w tym mieście panuje taki właśnie zwyczaj, co zaobserwować można też na wsiach (gdzie tak zaparkowany samochód stoi oczywiście przed płotem i nikomu zapalenie silnika nie przeszkadza), gdzie chodzi o to, żeby samochód stał przodem do ulicy/drogi (wiejskiej) i był w całej okazałości widoczny dla sąsiadów i przejezdnych (oraz żeby łatwiej było wyjechać na drogę). Czyli na wsi pokazuje się, jaki ładny ma się samochód, a w mieście to samo zachowanie zatruwa mieszkańców niższych pięt (patrz zdjęcie nr 7).

Szeroko mógłbym się rozwodzić nad stosunkiem do ludzi starszych i zwierząt na wsi i w mieście. Ponieważ każdy sam to może zaobserwować, wspominałbym tylko o wypuszczaniu psów samopas na podwórka lub ulice tego miasta. O ile bez wątplenia wychodzenie z psem na spacer na wsi jest zajęciem co nieco jałowym, gdyż psy i tak cały czas biegają po dworze czy po łące (jeśli nie są na łańcuchach, co jest zabronione), o tyle w miastach wychodzenie z psem ma swój sens (nie tylko dla psa). Ciekawe jest to, że tubylcze psy (często) biegają same po podwórkach i ulicach, zaś kiedy pojawiają się przy drzwiach wejściowych domu, są do nich wpuszczane.

Psy traktuje się ponadto w terminologii pochodzącej z przemysłu narzędzi tnących; psy są więc ostre i gryzą i mają być złe, i mają napadać na złodziei (patrz zdjęcie nr 8). Raczej nie występuje pies jako partner socjalny, lecz jako narzędzie, jako przedmiot⁴⁹. Tak, jak jest to na wsi, gdzie pies do czegoś służy; do pilnowania zagrody i obejścia.

Stosunek do osób starszych ze względu na drastyczność opisu, pominięty.

Interesujące w tym kontekście jest generalne nastawienie wobec psów w populacji. Z przeprowadzonego przeze mnie swego czasu badania kognitywnego wizerunku psa w Polsce⁵⁰ wynika, że zasadniczo obecne są obydwa nastawienia: pies widziany jest zarówno jako przyjaciel, jak i jako obrońca i swego rodzaju ochroniarz. Z tym że w odpowiedziach na pytanie o psa jako takiego (Pies to...) dominuje wizerunek psa jako przyjaciela, a w odpowiedziach na (tendencyjne) pytanie o przeznaczenie psa (Pies służy do...) dominuje wizerunek ochroniarza. Zdania respondentów są więc podzielone i obydwie komponenty wizerunkowe obecne są zasadniczo w równej mierze, nawet wśród tych samych respondentów. Generalnie pies jest widziany jako przyjaciel, służy zaś do ochrony przed wrogiem, niechby jako przyjaciel (nas, nie wroga oczywiście). Dla egzemplifikacji podaję niżej uzyskane wyniki dotyczące obydwu tych pytań.

⁴⁹ Stąd też bierze się stale zwiększająca się ilość psów typu pit bull i american staffordshire terrier, przez ich właścicieli nazywanych zdrobniale amstaff albo stafek. Jednakowoż stosowne władze miasta nie widzą w tym żadnego problemu.

⁵⁰ Michael Fleischer: *Konstrukcja rzeczywistości*. Wrocław 2002, 231–243.

Tabela 1. Ogólne nastawienie wobec psa

Pies to... (N)	% respondentów				
	og.	k	m	pp*	bp*
przyjaciół 47, p. człowieka 10, najlepszy p. człowieka 3, kumpel 3	71	74,5	67,3	72,9	69,2
zwierzę 47, z. domowe 4, ładne z. 2, czworonóg 6	66	80,4	51,0	62,5	69,2
ssak	21	25,5	16,3	20,8	21,2
obrońca 7, stróż 6	16	17,6	14,3	22,9	9,6
istota żywa 3	9	7,8	10,2	8,3	9,6
obowiązek 4, radość 3	7	9,8	4,1	8,3	5,8
towarzysz	6	7,8	4,1	4,2	7,7
pies	6	2,0	10,2	8,3	3,8

* pp = posiadacz psa, bp = bez psa, k = kobiety, m = mężczyźni

Źródło wszystkich tabel: opracowanie własne.

Tabela 2. »Przeznaczenie« psa

Pies służy do... (N)	% respondentów				
	og.	k	m	pp	bp
pilnowanie 16, p. domu 12, ochrona 5, stróżowanie 4	43	43,1	42,9	45,8	40,4
obrona 35	38	39,2	36,7	43,8	32,7
pomoc 8, przewodnik 8, opieka 12, ratowanie 4, praca 5	38	52,9	22,4	18,8	55,8
zabawa 29	32	33,3	30,6	25,0	40,4
towarzystwo 22, towarzysz 3	25	25,5	24,5	14,6	34,6
głaskanie 4, pieszczenie 4, przytulanie 3	11	15,7	6,1	8,3	13,5
do niczego nie służy 7, by był 4	11	11,8	10,2	10,4	11,5
przyjaciół 6, do kochania 4	10	11,8	8,2	18,8	1,9
polowanie 5, tropienie 4	9	0,0	18,4	10,4	7,7
spacer/wyprowadzanie	7	11,8	2,0	10,4	3,8
szczekanie	4	3,9	4,1	6,3	1,9

Wspomniałbym także o sposobie oświetlania ulic. O ile ludzie na wsiach mniemają, że latarnie uliczne służą do oświetlania ulicy, i w rzeczy samej na wsiach do tego służą, gdyż tamtejsze wieczorne lub nocne życie publiczne nie jest specjalnie żywe, o tyle w miastach, jak wiemy, chodzi (obok oświetlania ulic oczywiście) o stworzenie za pomocą latarni odpowiedniego klimatu ulicy, placu czy dzielnicy, o stworzenie pewnego soundu świetlnego, po to by użytkownicy miasta dobrze się czuli, a miejskie życie nocne kwitło, czyli by mieć w mieście dobry feeling. W tym mieście natomiast oszczędza się na oświetleniu ulic (co świetnie zwiększa kryminogenność nierzadko całych dzielnic) i włącza się tylko co drugą latarnię, a co pierwsza wyłączana jest na kilka minut, by potem znowu pomału jaśnieć. Ojcowie miasta słyszeli gdzieś, że oszczędzanie energii elektrycznej jest wskazane, jednakowoż nie słyszeli, i dlatego stosują rachunek mleczarki (patrz niżej), że ilość światła na ulicach jest odwrotnie proporcjonalna do ilości przestępstw dokonywanych w miastach. Nie mówiąc już o tym, że klimat ulicy, placu, dzielnicy na marnym oświetleniu cierpi i powoduje wiele niesympatycznych czy wręcz agresywnych zachowań użytkowników miasta. Coś zatem, co na wsi ma sens, w mieście niekoniecznie go ma. Można by oczywiście, gdybym to chciał być mówić, zapytać, co to ma wspólnego z mieszkańcami tego miasta, skoro to decyzje ojców miasta, to przecież tylko oni są pewnie ze wsi. Niewykluczone. Sęk jednak w tym, że ci ojcowie w wyborach zostali wybrani przez owych mieszkańców.

Z drobiazgów zaś może jeszcze dwa. Miasto to zafundowało sobie, powiedziałbym, jak przystało na przyzwoite średniej wielkości europejskie miasto, nowe lotnisko: architektonicznie ciekawe, z punktu widzenia designu przyzwoicie funkcjonalne, czyste, jasne i sympatyczne. I bardzo dobrze. Niemniej jednak z psem mnie stamtąd wyrzucono, bo nie wolno z psami (no i oczywiście, dlaczego pies nie ma kagańca?). I znowu, powiedziałbym, wyszła wiejskość/szlacheckość. Do tego stopnia zgoła, że nie uznano za konieczne zamieścić na drzwiach wejściowych stosownej

tabliczki, bo że zabronione, to oczywiście oczywiste (przy okazji – klasyczny przykład komunikacji autystycznej: bo skoro my to wiemy, to przecież wszyscy wiedzą, gdyż pochodzą z tej samej wsi). W tradycji wiejskiej jest oczywistością, że psy mają być w zagrodzie, obejściu czy na polu, a nie na lotnisku. Co w owej przestrzeni jest najzupełniej normalne i sensowne, i to nie tylko z powodu braku w niej lotnisk.

To samo dotyczy miejscowych restauracji, pubów i klubów. Pies może latać po osiedlu jak po zagrodzie, no ale przecież nie w mieście, a tym samym nie może przebywać w restauracjach, klubach itp. Żeby nie było nieporozumień: dotyczy to oczywiście nie tylko wspomnianego miasta, lecz wszystkich systemów społecznych zorientowanych na wiejskość/szlacheckość; to samo mamy w Hiszpanii, żeby przytoczyć tylko jeden przykład. I nie chodzi tutaj o to, czy to dobrze czy źle, lecz o kreolizację paradygmatów organizacji przestrzeni, którą można stwierdzić i nad nią się zadumać.

Drugi drobiazg. Miasto to, powiedziałbym, zafundowało sobie (a ściślej: miastu zafundowano w celach komercyjnych) pierwszy wieżowiec z tak zwanego prawdziwego zdarzenia, jak przystoi to miastu europejskiemu (gdyż wieżowce z lat 1920–1930 projektu Heinricha Rumpa czy Lothara Neumanna to dzisiaj już nie wieżowce; jak to się wszystko zmienia)⁵¹. Dla niepoznaki nazwano ten wieżowiec tak, jak nazywają się dwa inne wieżowce (w Auckland w Nowej Zelandii i w Abu Dhabi w Zjednoczonych Emiratach Arabskich)⁵², czyli Sky Tower. I bardzo dobrze, miasto to ma wieżowiec. Niebawem po oddaniu go do użytku jednak zamieszczono na nim ciekawy a widoczny z daleka ogromny plakat (o wymiarach ca 25x10 metrów), oznajmiający wszem i wobec, że odbędzie się “Tu” (i tu

⁵¹ Miejska Kasa Oszczędności (Heinrich Rump, 1930), Urząd Pocztowy (Lothar Neumann, 1926–1929).

⁵² Sky Tower, Auckland, 1994–1997, Fletcher Construction; Sky Tower, Abu Dhabi, 2010, Architectonica.

spora ilość wykrzykników) niebawem losowanie szczęściu samochodów w loterii "Dali samochód" (patrz zdjęcia nr 9)⁵³. I wyszedł widoczny z daleka wieżowiec ze słomą w butach. Wystającą⁵⁴.

Czasami też on sam wystaje – patrz zdjęcia nr 9c i 9d.

Na koniec wspomniabym o jednym jeszcze ciekawym zjawisku, którego sam sobie nie potrafię (póki co) wyjaśnić. A mianowicie o tym, że syreny karetek i innych służb włączone są przez cały czas jazdy, niezależnie od tego, czy ulica jest wolna czy pełna samochodów. Podczas kiedy w innych miastach karetki jadą na sygnale świetlnym, a syreny włączane są w sytuacjach krytycznych. W tym mieście zaś dochodzi jeszcze do wzmocnienia: syrena wyje stale, a w sytuacjach krytycznych włączana jest dodatkowa oraz używany jest jeszcze klakson, co oczywiście powoduje skorumpowanie znaku i prowadzi do braku reakcji ze strony kierowców. W tym miejscu jednak byłbym złośliwy i dlatego nie dodałbym, że przypomina to sytuację, w której kierowca karetki cieszy się jak małe dziecko, że może sobie używać syren, dokładnie tak, jak ludzie ze wsi cieszą się, że są w mieście. Lub jak małe dziecko, które dostało klakson i sobie trąbi.

Owiany tajemnicą natomiast pozostanie dla mnie fakt rozbijania butelek przez (jak mniemam) mieszkańców. Nie wyrzucania ich; to też, bowiem wszędzie leżą (patrz zdjęcia nr 10), ale rozbijania ich przedtem. Już sam cel jest dla mnie niejasny. I pewnie takim pozostanie⁵⁵.

⁵³ Por. też Sky Tower, <http://www.polskatimes.pl/tag/sky-tower.html>, 1.02.2013.

⁵⁴ Proszę zauważyć, że symulowane tu zdenerwowanie posiada wiele bardzo ciekawych funkcji, między innymi: pozwala na wyrażenie nie wprost prywatnej opinii autora, na usytuowanie tej opinii na tle emocjonalnym i przez to wzmacniającym wypowiedź, na zdeprecjonowanie drugiej strony opisywanego zjawiska itd.

⁵⁵ Abstrahuję już od opisu mieszkańców chodzących po mieście w ubraniach sportowych, czyli roboczych, co, jak wiemy, ma sens na wsi, gdzie idzie się w ubraniu roboczym na pole, jednak w mieście jest to najzupełniej pozbawione sensu, aczkolwiek bardzo gustowne. Abstrahuję, gdyż jest to bardzo ciekawe zjawisko ogólnoeuropejskie, obecne

Proszę mnie źle nie zrozumieć, ja się, gdybym to wszystko był powiedział, nie czepiam ani nie denuncjuję. Ja to tylko widzę. I co mam zrobić? Jak tylko nie pisać o tym? Natomiast dla mnie w tym wszystkim ciekawe byłoby i jest pytanie: dlaczego mieszkańcy tego miasta by się obrazili, skoro ja bym tylko relacjonował fakty? Nie wartościowałbym przecież ani nie oceniał, tylko opisywał. Skąd zatem obrażanie się? A tak już na koniec – ja to miasto lubię. Powiedziałbym.

Zabawne natomiast jest, i to już bym był mówił, że większość wszystkich tych zjawisk jest przez samych mieszkańców zauważana, jak wynika z przeprowadzonych przeze mnie swego czasu badań na temat kognitywnego wizerunku tego miasta wśród jego mieszkańców (i ludzi spoza niego)⁵⁶. W ramach przeprowadzonej wtedy ankiety zadałem również pytanie o to, co się mieszkańcom nie podoba w ich mieście, i uzyskałem następujące wyniki (w układzie: ogółem, respondent przebywa od urodzenia lub sprowadził się do tego miasta, płeć oraz wiek).

Tabela 3. Co nie podoba się Panu/Pani we Wrocławiu?

Nie podoba się	ogół.	W mieście od		Płeć		Wiek			
		od ur.	przepr.	k	m	15–24	25–39	40–59	60–75
zła komunikacja	50,6	25,0	25,6	23,6	27,0	12,4	13,2	18,6	6,4
brud/zanieczyszczenie	39,0	17,0	22,0	22,4	16,6	8,8	7,8	13,0	9,4

w kręgach tak zwanych bezrefleksyjnych, a wymagające szerszej i głębszej analizy w ramach nauki o komunikacji. Podobnie pomijam takie drobiazgi, jak całe zestawy niedopałków papierosów pod oknami domów.

⁵⁶ Por. Michael Fleischer: *Kognitywny wizerunek tego miasta*. Wrocław 2004, 45. Ankieta przeprowadzona została w roku 2003 na 500 mieszkańcach miasta oraz na 505 respondentach spoza niego. Dla niepoznaki zmieniam tutaj nieco tytuł książki, gdyż inaczej można by się domyślić, że chodzi o Wrocław. Upps!

złe drogi/ ulice	35,4	17,8	17,6	16,4	19,0	5,8	10,6	13,6	5,4
zbyt dużo handlu	6,6	2,2	4,4	4,0	2,6	0,6	1,8	3,6	0,6
Dworzec Główny	2,8	1,2	1,6	1,6	1,2	1,2	1,0	0,4	0,2
zły stan kamienic	2,6	1,6	1,0	1,2	1,4	0,0	0,8	1,2	0,6
bezrobocie	2,4	0,8	1,6	1,4	1,0	0,4	0,8	0,4	0,8
blokowiska	2,4	1,2	1,2	0,6	1,8	1,2	0,4	0,4	0,4
remonty (brak i dróg)	2,2	1,2	1,0	1,4	0,8	0,6	0,6	1,0	0,0
za mało poli- cji/policja	2,0	1,4	0,6	1,0	1,0	0,2	1,2	0,4	0,2
stare kamie- nice	1,6	0,8	0,8	1,0	0,6	0,4	0,4	0,4	0,4
urzędnicy	1,6	1,0	0,6	1,0	0,6	0,0	0,6	0,8	0,2
chuligaństwo	1,4	0,0	1,4	0,8	0,6	0,2	0,0	0,0	1,2
obrzeża	1,4	0,8	0,6	0,6	0,8	0,0	0,2	1,2	0,0
łódowisko w Rynku	1,2	0,6	0,6	0,4	0,8	0,2	0,4	0,6	0,0
zarządzanie	1,2	0,6	0,6	0,8	0,4	0,0	0,4	0,4	0,4
młodzież	1,0	0,0	1,0	0,8	0,2	0,0	0,2	0,0	0,8
nie wiem	1,0	0,6	0,4	0,8	0,2	0,0	0,2	0,4	0,4

Widzimy wyraźnie, że niezależnie od cech demograficznych respondentów brud, zaniedbanie, złe drogi, blokowiska, zły stan kamienic, chuligaństwo, zarządzanie (miastem) itd. stanowią odpowiedzi świadczące o dostrzeganiu przez respondentów omawianych tu przeze mnie zjawisk czy zachowań. Zjawisko jest więc podobnie diagnozowane i postrzegane jako mankament. Tyle że, jak wiemy, nie da się nic zrobić.

Zasadniczo jednak jest jeszcze ciekawiej, gdyż, po pierwsze, gdybym powiedział to, co miałem być zamiar powiedzieć, to podejrzewam, że

poznaniacy by się z tego bardzo ucieszyli (patrz zdjęcie nr 11), a i łodzianie byliby dość uradowani, o gdańszczanach nie wspominając. A więc powstaje zarówno problem, jak i pytanie – dlaczego oni by się cieszyli? Wiadomo – gdyż potwierdziłby im się ich stereotyp na temat tego miasta.

Po drugie, kiedy jeszcze raz spojrzymy na wyniki moich badań na temat kognitywnego wizerunku tego miasta, to okaże się, że 75,8 procenta respondentów spośród Niemców uważa, że miasto to nadal jest niemieckim miastem! Z czego z kolei wynika, że tak naprawdę wszystkie owe wiejskie zachowania, o których miałem być zamiar wspomnieć, wyprodukowali w rzeczy samej Niemcy ze wsi, jak sądzi przynajmniej 75,8 procenta respondentów.

W jednym z pytań tej ankiety zapytałem bowiem, czy miasto to jest/ było: polskim, europejskim, niemieckim i wielokulturowym miastem⁵⁷. Uzyskałem następujące wyniki (tłustym drukiem wyróżniam ciekawe dla nas wyniki).

Tabela 4. Przeszłość i polskość tego miasta w rozbiciu na opinie jego mieszkańców (in-group) oraz opinie osób spoza tego miasta (out-group)

	in	out		in	out
Miasto to jest polskim miastem			Miasto to było zawsze polskim miastem		
tak	82,5	95,2	tak	22,5	26,9
chyba tak	10,1	1,4	chyba tak	4,6	4,6
chyba nie	2,2	0,2	chyba nie	6,0	4,4
nie	4,0	3,0	nie	64,4	63,4
nie mam zdania	1,2	0,2	nie mam zdania	2,4	0,8

⁵⁷ Por. Michael Fleischer: *Kognitywny wizerunek...*, 79.

Miasto to jest europejskim miastem			Miasto to było czeskim miastem		
tak	70,8	2,4	tak	25,4	7,1
chyba tak	18,3	1,6	chyba tak	6,8	2,8
chyba nie	4,6	2,0	chyba nie	11,5	11,5
nie	4,0	93,5	nie	47,7	75,6
nie mam zdania	2,2	0,6	nie mam zdania	8,7	3,0
Miasto to jest niemieckim miastem			Miasto to było niemieckim miastem		
tak	7,3	75,8	tak	79,3	67,5
chyba tak	4,6	11,3	chyba tak	6,4	21,0
chyba nie	11,7	1,2	chyba nie	3,8	1,8
nie	73,4	11,5	nie	9,1	4,8
nie mam zdania	3,0	0,2	nie mam zdania	1,4	5,0
Miasto to jest wielokulturowym miastem			Miasto to było wielokulturowym miastem		
tak	73,2	59,4	tak	58,4	60,8
chyba tak	18,1	9,7	chyba tak	18,3	11,7
chyba nie	4,8	3,6	chyba nie	4,2	3,8
nie	2,6	26,5	nie	6,2	22,2
nie mam zdania	1,2	0,8	nie mam zdania	12,9	1,6

Mieszkańcy miasta odpowiadali zgodnie z przewidywaniami i rzeczywistością. Natomiast respondenci spoza niego wykazali posiadanie dość dziwnych opinii, twierdzili bowiem: że miasto to nie tylko było (67,5%), ale i nadal jest niemieckie (75,8%), że nie jest europejskim miastem (93,5%) oraz że nie było czeskim miastem (75,6%), co jest oczywiste, gdyż, jak się okazuje, było i jest miastem niemieckim.

I najpóźniej w tym miejscu widzimy, że komunikacja nie ma nic wspólnego z porozumiewaniem się, z realnością czy z sensem, z prawdą i tym podobnymi konceptami, lecz tylko i wyłącznie z jej przebiegiem w celu stabilizacji systemu społecznego. Nic więcej.

Jak już podkreślałem, wszystkie te zjawiska mógłbym przytoczyć jako uzasadnienie mojej tezy o wiejskości/szlacheckości tego miasta. W żadnym wypadku tego jednak nie uczynię w obawie przed konsekwencjami oraz wobec spekulatywności nie tylko samej tezy, lecz również jej uzasadnień. Dlatego ten punkt wolę w niniejszej książce pominąć.

Wyjaśnienia może jeszcze tylko wymaga wspomniany wyżej ‘rachunek mleczarki’, obawiam się bowiem, że termin ten (pochodzący zresztą z języka niemieckiego, *Milchmädchenrechnung*) może nie być znany, aczkolwiek samo zjawisko wszyscy znamy. Polega ono na tym, że kiedy (naiwny) klient bezpośrednio porównuje jedynie ceny produktów, nie uwzględniając rachunku ekonomicznego, kupuje on produkt tańszy w (naiwnym) przekonaniu, że skoro ma przed sobą dwa serki, nazywające się ponadto identycznie (serek), to są to takie same (lub podobne) serki, więc kupuje tańszy, skoro to też serek. Fakt natomiast, że ów tańszy serek jest produktem genetycznie zmanipulowanym, niemającym (oprócz wyglądu) nic wspólnego z serem (patrz tak zwane sery analogowe i szerzej – analogowe produkty spożywcze) oraz że opakowanie tańszego serka jest co prawda tak samo duże lub nawet większe niż droższego, ale ilość sera w nim jest mniejsza, że jeden serek robiony jest, nazwijmy to, dość niechlujnie, a ten drugi pochodzi z ekologicznej produkcji serka i mleka itp., nie gra dla tego klienta roli. W ten sposób klient ów wspiera producenta taniego serka, a wypiera z rynku producenta serka droższego (a zdrowego lub zdrowszego). W rezultacie kształtują się na rynku dwa typy klientów: tak zwanego świadomego i naiwnego. Ostatni nie uwzględnia bowiem w cenie serka swoich chorób, kosztów leczenia, utraty rozpoznawalności smaków (hasło: glutaminian sodu, E621) itp.

Weźmy inny przykład – mamy przed sobą w sklepie obuwniczym sneaker Adidasa z serii Y-3 zaprojektowany przez Yōji Yamamoto⁵⁸ za (założmy)

⁵⁸ W jego własnej transkrypcji – Yōhji Yamamoto.

500 złotych oraz buty tegoż Adidasa za 100 złotych. Klient naiwny widzi, co widzi, czyli ceny, i kupuje tańsze buty, bo to też buty. Jednakowoż buty Yamamoto wytrzymują co najmniej 10 lat noszenia (mam na to dowody), a buty Adidasa za 100 złotych – góra rok, z czego wynika, że tańsze buty są dwa razy droższe niż droższe⁵⁹. Nie dziwią więc strategie reklamowe – w tym wypadku Adidasa – reklamujące na każdym rogu buty za 100 złotych (które ponadto można jeszcze, w przeciwieństwie do Y-3, nabyć wszędzie, czyli w każdej przedmiejskiej galerii handlowej), jako że są one droższe, a więc dla producenta ciekawsze. Dla klienta zaś są tańsze. Zależy dla którego. Wróćmy jednak do tematu. Jakiegokolwiek.

A kto nam wymyślił to, czym my się fascynujemy; my sami czy rynek?

To bardzo ciekawy problem, pojawiający się we współczesnych społeczeństwach tak zwanych wysokozdyferencjonowanych. Zapytajmy się bowiem, dokonując oglądu tego, czym my się fascynujemy, ile elementów wymyśliliśmy sami, czyli pochodzi od nas, z naszych zainteresowań, prywatnych, indywidualnych decyzji itp., a ile oferowanych jest nam przez rynek, zarówno rynek gospodarczy, jak i rynek komunikacji. Odpowiedź z reguły bywa nieprzyjemna. Okazuje się bowiem, że ilość samostanowionych elementów jest dość nieznaczna. Nie ma w tym pewnie nic zdrożnego, niepokojący jest może tylko fakt, że się fascynujemy. To

⁵⁹ Ładnie widać tutaj też funkcjonowanie konceptów ‘przyszłości’ i ‘teraźniejszości’ i ich oddziaływanie w rzeczywistości. Jeśli pracować bowiem (tylko) teraźniejszością, tańsze buty są w rzeczy samej tańsze; jeśli pracować natomiast przyszłością – droższe są tańsze. Ciekawe, że w kręgach, które nasza grupa badawcza (JanKomunikant) w projekcie analizy stylów życia określiła jako bling-bling, pracuje się zasadniczo prawie wyłącznie teraźniejszością, z czego oczywiście producenci (nie tylko butów) się cieszą. Por. JanKomunikant: *Style życia w komunikacji. Komunikacyjna stratyfikacja społeczeństwa*. Kraków 2012.

znaczy, że stosujemy ten sam schemat podejścia do własnych zainteresowań jak do tych oferowanych przez rynek. A dlaczego nie fascynować się tym, co sami wymyśliliśmy, a na oferty rynkowe reagować za pomocą innych strategii, na przykład krytycyzmu, pytania o to, w jakim celu rynek oferuje nam coś do fascynowania się, jakie przez to i przez kogo mają zostać uzyskane korzyści i zrealizowane cele. Dlaczego nie: podejrzliwość, zainteresowanie jedynie, kontrola, wybór, redukcja itp.? Stosować można wiele strategii, dlaczego wybieramy jedną i to tę samą co dla naszych autorskich fascynacji? Na końcu bowiem możemy się obudzić w sytuacji, w której jesteśmy zdania, iż nie trzeba wymyślać własnych zainteresowań, gdyż to, co oferuje rynek, jest wszystkim, co jest możliwe (patrz *american way of life*). Bo wszystko, co oferuje rynek, to wszystko, co istnieje. No bo gdzie (w jakim sklepie) szukać czegoś innego? Również tutaj nie chodzi mi o krytykowanie kapitalizmu, jego mediów czy rynków, lecz o zainteresowanie samym zjawiskiem. Ciekawym, jeśli zadać sobie stosowne pytania.

Ale ciekawym również w kontekście innych zjawisk, niejako uzupełniających i rozszerzających wspomniane wyżej. A wręcz narzuca się w tym miejscu odpowiednia analiza Facebooka na tym tle i z tej perspektywy badawczej, gdyż na przykład również przyjaciół oferować może nam rynek. O czym pewnie będzie jeszcze niżej.

“Mogą sobie Państwo ściągnąć z sieci całkiem nowe przeżycia na telewizor”⁶⁰.

A nie mówiłem?

⁶⁰ *Sie können sich ganz neue Erlebnisse auf den Fernseher laden* (TV, WDR, Aktuelle Stunde, 31.08.2011).

Sęk w tym, że my zaczynamy pomału w to wierzyć; w to, że można mieć przeżycia z telewizora lub z Facebooka. Chyba że chodzi tu o przeżycie polegające na ściąganiu sobie cudzych przeżyć.

Mówi się: niektóre gazety są lepsze niż inne.

Oznacza to, że wnosimy w obserwowany obiekt hierarchię (taką lub inną). Pozostając przy tym przykładzie, wnioskujemy z poprzedzającej obserwacji, niekoniecznie z zabiegu tego zdając sobie sprawę, że lepsze są te gazety, które reprezentują nasze mniemania, w których znajdujemy swoje opinie, nastawienia itp., lub opinie, które my reprezentujemy. Lub odwracając zagadnienie: gazety, w których reguły i zasady pracy dziennikarskiej są lepiej realizowane. Ale oczywiście to znowu ja jestem tym (i każde inne ja), który/-e te właśnie dziennikarskie zasady uznaje za prawidłowe, słuszne, zgodne z regułami itp. Z tego wynika, że istnieje też ktoś inny, kto w innych gazetach znajduje swoje mniemania i kto myśli to samo co ja, tyle że w odniesieniu do innej gazety. A zatem robi on funkcjonalnie to samo co ja, tyle że reprezentuje inne mniemania. A zatem istnieją po prostu różne mniemania i one reprezentowane są w mediach. Najpóźniej w tym miejscu zauważa się, że cała ta historia jest historią, która pokazuje, że media są towarem. A mianowicie – sprzedają one mniemania. I ja znajduję swoje tam, a ktoś inny znajduje swoje gdzie indziej, a zatem kupujemy je tak samo, jak kupujemy jogurt lub dobre czy marne wino. Dowcip polega teraz na pytaniu: dlaczego moje mniemanie miałoby być lepsze niż to kogoś innego? Moje mi się co prawda podoba, bo jest moje, ale przez to przecież nie staje się lepsze.

A zatem mamy problem, że mniemania są funkcjonalnie równoważne i równoważnościowe. Nie ma lepszych lub gorszych ani *an sich*, jak mawiał filozof. Są tylko uważane za lepsze lub gorsze. To wszystko.

Same w sobie są one takie same; zobrazowały więc, patrząc konstruktywistycznie, sens komunikacji, a mianowicie – mniemanie jest mnianiem i służy do tego, by utrzymywać komunikację w ruchu. Gdyby wszyscy byli tego samego zdania, nie byłoby komunikacji i, w naszym przykładzie, nie byłoby co sprzedawać. Ponieważ jednak wszyscy mamy różne lub co nieco różne mniemania, a to znaczy: inne w ogóle istnieją, trzeba komunikować o tym, które jest lepsze. I tak koło się zamyka.

A zatem nie ma świata w mediach. To, o czym media donoszą, jest skonstruowaną ofertą gospodarczą; świat lub światy, które są/istnieją, są tymi, w których my żyjemy. My i nasza grupa, nasze otoczenie, nasze środowisko. To, co uznajemy za świat zewnętrzny, jest konstrukcją ofertową, o której mniemamy, że w niej i jej częścią jesteśmy. W rzeczy samej istnieje tylko wiele światów, w których żyjemy, i to każdy w jednym. Wierzymy co prawda, że wszyscy bierzemy udział w jednym świecie, o którym jednak tylko zakładamy, że jest on jeden. I tak każdy twierdzi, że żyje w jednym i w tym samym świecie jak wszyscy inni, ale to jest zawsze wiele światów, o których tylko mniemamy, że to jeden świat, ponieważ każdy z nas zawsze tylko jeden może widzieć. To zaś, że jest ich wiele, możemy tylko wiedzieć, kiedy z naszego wyjdziemy. Kiedy to czynimy, nic nam to nie daje, ponieważ wtedy nie żyjemy w żadnym i w żadnym nie możemy być. I dlatego kupujemy gazety. Żeby to sprawdzić. Przy okazji utrzymujemy w ruchu media i dbamy o miejsca pracy. Miejsca pracy innych, a w rezultacie i swoje. Media zatem stabilizują społeczeństwo, jednak nie przez to, co piszą, lecz dlatego że się ukazują. To, co piszą, służy samoobserwacji społeczeństwa, to, że się ukazują, społeczeństwo to stabilizuje.

Ma się rozumieć, że gazety i media to tylko przykład; równie dobrze można było wziąć inny przykład, czyli cokolwiek.

“Dziennikarze to tylko skutek uboczny przemysłu drzewnego”⁶¹.

Jeśli pomyśleć wewnątrzsystemowo, cytat ten jest co nieco dziwny, a co najwyżej dość dowcipny. Jeśli jednak spojrzeć na rzecz zewnątrzsystemowo i szeroko, to znaczy uwzględnić wszystkie możliwe i relewantne konteksty, wtedy trudno odmówić zawartej w cytacie opinii słuszności. Skoro media, jak wiemy, są elementem systemu ekonomicznego, czyli gospodarki, i służą do oferowania na rynku gospodarczym towaru w formie wiadomości, który my, jako klienci, nabywamy drogą kupna, to od tej wiedzy już tylko jeden krok do szerszego spojrzenia na zjawisko, a mianowicie uznania, że również media są skutkiem kolejnego procesu gospodarczego, to jest produkcji papieru, a ta z kolei skutkiem funkcjonowania przemysłu drzewnego, produkującego (między innymi) papier, który trzeba spożytkować, między innymi w formie zadrukowywania go wiadomościami w systemie medialnym. Pojawiający się w tym miejscu, nieco złośliwy, wniosek, że w takim razie również zarówno to, co trzymają Państwo teraz w rękach, czyli książka, jak i generalnie moja działalność, czyli nauka, są takimi skutkami ubocznymi wspomnianego wyżej przemysłu, na szczęście nie przystaje do stanu faktycznego, bowiem naukę można uprawiać również bez papieru i nie papier jest jej rezultatem, lecz uzyskanie wiedzy. Tak, tak, ale wiadomości również można rozprzestrzeniać bez pośrednictwa papieru. Oczywiście, gdyż za pomocą komunikacji. Tyle że nauka nawet tego nie potrzebuje, może się obyć bez komunikacji. Wiedzę bowiem uzyskuje zawsze tylko jednostka, pojedynczy człowiek. A wiadomości są tylko po to, żeby sobie pogadać, niechby o nowościach. A nauka po to, żeby wiedzieć, jak to działa.

⁶¹ *Journalisten das sind nur Randfiguren der holzverarbeitenden Industrie* (Willy Brandt to kiedyś powiedział).

W tym wypadku – komunikacja. Nauka zatem nie jest elementem gospodarki. Ale może mieć takie skutki.

Jeszcze raz perspektywa wewnątrz- i zewnątrzsystemowa na trywialnym przykładzie.

Jeżeli dresiarzom, gdyby ich zapytać, wydaje się, że żyją po to, żeby się nachapać kasy, a następnie kupić sobie samochód i tym samochodem zadawać sztyku, to z punktu widzenia wewnątrzsystemowego jest to prawda.

Dlaczego? Ponieważ oni tak mówią, a jeśli tak mówią, to tak jest.

Natomiast z punktu widzenia zewnątrzsystemowego wiemy, że sensem ich życia jest stabilizowanie grupy społecznej dresiarzy i nic więcej. W tym wypadku za pomocą nachapania się kasy. Ale to może być oczywiście cokolwiek innego i ktokolwiek inny. A naprawdę skomplikowaną rzecz robi się dopiero, kiedy taki ktoś ma rację.

“Ale ludzie radośni w tym filmie nie to co dzisiaj każdy wkurwiony chodzi.. I niech ktoś mi powie, że kiedyś było gorzej.. To dostanie w ryj :) A sam film, MEGA XD nie to co dzisiejsze pseudo śmieszne i ambitne gówniane polskie kino aż wstyd, człowiek nawet po 2 minutowym zwiastunie wymiotuje takie kaszany dzisiaj kręcą”⁶².

Nie oglądajcie kopii, obejrzyjcie oryginał.

⁶² MjakMateusz, komentarz do filmu *Nie lubię poniedziałku*, <http://www.youtube.com/watch?v=z-HI09-DTH0>, 15.08.2012, pisownia oryginalna.

Zdanie to powtarzam ciągle, aczkolwiek niekoniecznie skutecznie, moim studentom i studentkom. Niezbyt skutecznie, ponieważ oryginały większości z nich nie interesują, więcej: ponieważ to, co przeważnie oglądają, uważają za oryginał, gdyż to właśnie jako pierwsze zobaczyli. Nie jest to oczywiście kwestia typu 'ach, ta dzisiejsza młodzież', lecz wieku i miejsca. Każdy z nas był (jest/będzie) w wieku o szerszym bądź węższym horyzoncie czasowym przeszłości, a zatem też inaczej może sytuować oryginał; oraz każdy z nas znajduje się w jakimś miejscu (realnym bądź wirtualnym), w którym można zobaczyć to, ale nie coś innego, i również to ma wpływ na widzenie czegoś jako oryginału. Kiedy bowiem siedzimy w miejscu, z którego nic innego nie widać jak jeno to, co widać, wtedy wszystkiego innego, czego z tego miejsca nie widać, nie widać, a zatem i teren poszukiwania oryginału się zawęża, do pola możliwych w danym miejscu możliwości.

Również tutaj mamy klasyczny przykład zjawiska pod tytułem: jak zobaczyć, że się nie wie, iż się czegoś nie widzi. Jak zgrabnie wyraził to Harald Lesch: "Istnieją rzeczy, o których coś wiemy; istnieją rzeczy, o których wiemy, że ich nie wiemy; oraz istnieją rzeczy, o których nie wiemy, że ich nie wiemy"⁶³.

Jak do tych ostatnich dotrzeć? Oglądać oryginał. Ale jak, skoro tego nie wiemy? To proste – podejrzewajmy za wszystkim, co oglądamy, oryginał i szukajmy go. Najwyżej go nie znajdziemy.

A jak studentów i studentki do tego zachęcić? Pytając na okoliczność tego, co mówią: "Z jakiej butelki mają Państwo te informacje?" (Frank-Markus Barwasser). Lub równie wytwornie, cytując pewne buddyjskie przysłowie:

"Nie możemy ziemi pokryć skórą, więc zakładamy buty".

⁶³ Harald Lesch, <http://www.youtube.com/watch?v=u29--YNGMyg>, 3.01.2013.

Lub:

Państwo na niczym nie muszą się znać. Ale dokładnie to potem też widać.

A oni oglądają *Borata*, a można na przykład *Życie Briana (Live of Brian)*. Jakież dyskomfort. Ale wszystko, tylko dlatego że oni są młodszy. Chyba.

Jako ciekawostkę dodam jeszcze, że od trzech lat muszę wszystkim grupom moich pierwszosemestralnych studentów i studentek wyjaśniać znaczenie słowa 'obskurantyzm', ponieważ mówią, że go nie znają. Robię to chętnie, i nie mam z tym najmniejszych problemów. Taki mam zawód. Wróciwszy jednak do domu, zadaję sobie pytanie: czy, a jeśli tak, to do jakich szkół te dzieci przedtem chodziły? Ale nie odpowiadam sobie, tylko zajmuję się już potem czymś innym.

"Jedźcie do Irlandii, nikt tego nie robi".

Cytat ten jest claimem kampanii reklamowej agencji Intermarco-Elvinger, prowadzonej w 1968 roku dla Irlandii. Claim zręczny i jeden z lepszych, jakie widziałem. Ale nie w tym rzecz. Pokazuje on bowiem bardzo wyraźnie różnicę między komunikacją a systemem społecznym i konsekwencje ich wzajemnej dywersyfikacji, mimo iż jeden jest systemem, a drugi mechanizmem li tylko.

Z jednej strony cytat twierdzi, że do Irlandii nikt nie jeździ. Pozostajemy przy tym na poziomie komunikacji. W celu wzmocnienia wypowiedzi dodaje się, że nikt tego nie robi, z czego wynika, że wypowiedź oparta jest na twardych danych statystycznych, z których wynika, że ilość turystów jest znikoma. To jednak odbywa się na poziomie systemu społeczne-

go, na możliwości wyliczenia, ilu konkretnych ludzi odwiedza Irlandię. I tak poziom komunikacji wspierany jest przez fakty (jeśli te się zgadzają oczywiście), czyli przez elementy rzeczywistości odnoszące się do systemu społecznego. Jeśli natomiast owe fakty się nie zgadzają i liczby są fikcyjne, to wypowiedź wsparta jest tylko przez inną wypowiedź na temat faktów, czyli danych statystycznych. Jako czytelnicy nie mamy oczywiście możliwości sprawdzenia tych odniesień, ale nie jest to też istotne dla wymowy wypowiedzi.

Z drugiej strony ciekawe są też konsekwencje tego claimu (na tym zresztą polega jego dowcipność). Jeśli bowiem uznamy nieodwiedzenie Irlandii przez nikogo za powód pojechania do Irlandii samemu, bo chcemy tam spędzić spokojne wakacje bez tłumu innych turystów, to nietrudno zgadnąć, że jeśli również inni to zrobią, na czym Irlandii oczywiście zależy, będzie tam tłum turystów, którzy liczą na spokojne wakacje w samotności. Konsekwencją claimu będzie zaprzeczenie jego wymowie. Claim nas do czegoś zachęca, co, jeśli to zrobimy, zaprzeczy temu, co claim twierdzi. A dzieje się to, dlatego że dochodzi do przełączania między aspektem komunikacyjnym a społecznym, komunikacja swoje, a system społeczny swoje.

Z tego wszystkiego widać wyraźnie wzajemne relacje między komunikacją i jej modusami działania a charakterem działań na poziomie społecznym. Akty komunikacji sterowane są tylko semantyką. Jeśli ta daje się zrekonstruować lub przypisać wypowiedzi, to (dla komunikacji) wszystko jest w porządku; działania społeczne natomiast sterowane są z poziomu rzeczywistości i tej ostatniej przeczyć nie mogą. Czyli mówić możemy, co nam się żywnie podoba. Działając zaś, działamy. Możemy te działania wyjaśniać, ale nie możemy komunikacyjnie działać. Sama wypowiedź jest oczywiście faktem (jeśli się pojawiła), ale nie jej semantyka; tę trzeba negocjować, za pomocą samej semantyki. I to bardzo ładnie pokazuje ten claim.

A skoro już jesteśmy przy turystyce, to przytoczę jeszcze jeden przykład, tym razem z dziedziny komunikacji subwersywnej, przykład image'owego plakatu reklamowego Poznania wywieszanego we Wrocławiu (patrz zdjęcie nr 11).

Na pierwszy rzut oka jest to plakat o wymowie sympatycznej, miłej i kolegialnej. Poznań, doceniając kompetencje i profesjonalność wrocławian, oferuje im miejsca pracy w Poznaniu. Na drugi rzut oka dostrzegamy oczywiście złośliwość nie tylko plakatu, ale i całego przedsięwzięcia. Wrocław bowiem, zdaniem Poznania, nie potrafi dbać o swoich fachowców i zapewnić im stosownych miejsc pracy, nawet kompetentni i dobrze wykształceni wrocławianie są bezrobotni lub pracują na niesatysfakcjonujących ich stanowiskach, do tego stopnia, że Poznań musi udzielać im pomocy, o co nietrudno, gdyż to Poznań jest świetny i dysponuje stosownym know-how. Czego na pierwszy rzut oka na plakacie widać nie było. Bardzo zręczna kampania reklamowa i bardzo efektywne zastosowanie typu komunikacji subwersywnej. A proszę zauważyć, jak niewielką ilością środków technicznych została ona zrealizowana. Dobry pomysł bowiem nie wymaga ornamentów. Tyle że czasem o niego trudno. Jak komu.

Wydaje mi się, że 'coś robić' i 'czegoś nie robić' są funkcjonalnie tożsame.

Przykład:

- Dlaczego ty to robisz? Bo tak chcę.
- Dlaczego ty tego nie robisz? Bo tak chcę.

Na poziomie komunikacji oczywiście. Na poziomie społecznym, na poziomie realności 'nierobienie' oczywiście nie występuje, lecz tylko 'robienie'. Można obserwować, że ktoś coś robi, widać to, niezależnie od tego, czy wiemy, co ów ktoś robi. Nierobienie czegoś natomiast nie jest

obserwowalne, ponieważ nie wiemy, czego ten ktoś nie robi, kiedy tego nie robi. I również w tym celu przydatna jest komunikacja, gdyż można tego drugiego zapytać, czego właśnie teraz nie robi. Bez komunikacji sobie z tym nie poradzimy. Obydwa zdania są tożsame, ma się rozumieć, jedynie na poziomie komunikacji; na poziomie społecznym zaś to dwie różne wielkości. Wynika to pewnie z tego, że negacja nie posiada realności. Negacja występuje tylko w komunikacji, jako asemantyczna operacja, wykorzystywana następnie w celach semantycznych.

Weźmy sprzątanie. Pytamy więc delikwenta: dlaczego ty nie sprzątasz? Na to da się odpowiedzieć. Jak jednak zapytać o to bez negacji? Załóżmy, że delikwent siedzi, a my wiemy, że powinien był sprzątać. Więc pytamy: dlaczego siedzisz? Ale to bez sensu, gdyż nam nie chodzi o to, dlaczego on siedzi, lecz o to, dlaczego nie sprząta. Oczywiście możemy zapytać: dlaczego siedzisz, przecież miałeś sprzątać? Ale to też negacja, tyle że zręcznie ukryta, a ponadto pytanie takie nie jest tożsame z: dlaczego nie sprzątasz?, gdyż delikwent może się rozwozić na temat tego, dlaczego siedzi, by pominąć niewygodną dla niego kwestię niesprzątania. Widzimy, że negacja umożliwia nam po prostu odejście od realności i wprowadzenie trzeciej rzeczywistości, tej komunikacyjnej, jako jedynie relewantnej, jako tematu i przedmiotu rozmowy. Jeśli powiązać to jeszcze z dualizmem, mamy w zasadzie wszystko, co jest potrzebne do komunikacji. W realności negowanych obiektów nie ma (i dlatego też negacja tam nie występuje), komunikować natomiast o takich obiektach można do woli.

To jest płaszcz. I wszystko jest jasne, we wszystkich trzech rzeczywistościach. To nie jest płaszcz. I najpóźniej teraz trzeba zacząć komunikować. Bo trzeba wyjaśnić: co to jest, dlaczego to niby nie jest płaszcz, jak twierdzący to wpadł na taki pomysł, co on ma do mojego płaszcza itp. Zdanie twierdzące natomiast nie tylko kończy komunikację, ale nawet nie pozwala jej powstać. Negacja zatem jest gwarantem nawiązywalności komunikacji, czy wręcz starterem komunikacji i w tym sensie spełnia

niezmiernie ważną funkcję. Nie bez kozery zatem na przykład w zen wyjaśnia się zagadnienia za pomocą negatywizowanych definicji, to znaczy tłumaczy się coś poprzez mówienie o tym, czym dane coś nie jest. Co wzmacnia w słuchaczu aktywność kognitywną i pozwala mu brać czynny udział w konstrukcji danej definicji. Podanie pozytywnej definicji lub wyjaśnienia pozwala jedynie na bierne przyjęcie lub odrzucenie danej tezy i szybko kończy komunikację. Jeśli chcemy zatem zaktywizować proces negocjacji semantyki, korzystne jest budowanie znegatywizowanych wypowiedzi, gdyż to, poza wieloma innymi aspektami, zwiększa nam pole odniesień; bo skoro coś nie jest płaszczem, to może być wszystkim, a wszystko to dużo. Jeśli zaś jest płaszczem, to jest płaszczem i koniec.

To pewnie jeszcze nie wszystkie funkcje negacji, bez wątpienia, ale na razie więcej nie widzę.

“Wzbranianie się przed realnością w imieniu realności” (Arno Gruen)⁶⁴.

To bardzo ciekawe zjawisko, możliwe do zaobserwowania w wielu komunikacjach. Ktoś wzbrania się przed przyjęciem czegoś do wiadomości w imię tego, że jego zdaniem naprawdę jest inaczej. Mamy zatem u takiego interlokutora do czynienia z dwiema, w jego oczach, realnościami. Z tą, którą on akceptuje, i z tą, którą odrzuca. Z czego po raz kolejny wyraźnie widać, że w komunikacji mamy do czynienia z konstrukcją rzeczywistości i w tym kontekście istniejącą możliwością konstruowania wielu rzeczywistości, przy czym jednak tylko jednej przypisywany jest operator ‘prawdziwa’. Ciekawe, dlaczego nie zadowolamy się pluralizmem rzeczywistości, a koniecznie staramy się optować za jedną i tę jedną staramy się wynegocjować. Powód tego jest dość prosty – chodzi oczywiście o moż-

⁶⁴ Arno Gruen: *Der Wahnsinn der Realität*. München 1992, 15.

liwienie komunikacji. Gdybyśmy uznali wielość rzeczywistości, wtedy komunikacje szybko by się załamały i ustały; kiedy jednak debatujemy o tej jednej słusznej, oczywistej i zbawiennej, wtedy musimy komunikować; że o tym – to nieważne, byle komunikować, co z kolei perpetuuje sam mechanizm i gwarantuje społeczeństwo.

Poza tym, już w wymiarze semantycznym, za pomocą zabiegu podanego w cytacie wyżej możliwe staje się również dyferencjonowanie interlokutorów, dyskursów i interdyskursu. Tworzyć bowiem możemy naszą (a to znaczy: słuszną i prawdziwą) rzeczywistość i odgraniczać się możemy od nam wrogich, niesłusznych i nie naszych rzeczywistości. W imieniu naszej prawdziwej rzeczywistości (a my tutaj wiemy, że rzeczywistości tylko) wzbierać się możemy przed przyjęciem czy zaakceptowaniem obcych nam i naszym kręgom rzeczywistości, odmawiając im oczywiście rzeczywistościowości, gdyż ta cechuje tylko naszą rzeczywistość. W obydwu wypadkach argumentuje się rzeczywistością, rozumianą jako realność, czyli jako singularność (jednorazowość). Pomocna staje się w tym oczywiście negacja. Bez niej bowiem mamy dość duży dyskomfort, gdyż optując za naszą jedyną rzeczywistością przynajmniej milcząco, musimy jednak przyznać, że istnieją też inne, jako że z nimi właśnie walczymy. To nam się niezbyt podoba, ale mamy przecież negację. Więc nasza rzeczywistość to rzeczywistość jako realność (albo odwrotnie), a te inne nie są w ogóle rzeczywistościami, tylko wymysłami i fanaberiami niedojrzałych i niepoważnych umysłów. I już wszystko jest w porządku. Co byśmy zrobili bez negacji?

Niestety negacja ma jednak to do siebie, że wzmaga komunikację (patrz wyżej), a więc musimy mimo to o słuszności naszej rzeczywistości debatować jeszcze więcej i jeszcze dłużej niż bez negacji. Ale za to przynajmniej wiemy, która rzeczywistość jest słuszna. Ta bez negacji. A ponieważ mechanizm ten funkcjonuje oczywiście w obie strony i dla obydwu stron, ci drudzy mogą robić to samo z nami, i znowu komunika-

cja się perpetuuje, a system społeczny stabilizuje. Byłe na końcu nie wyszło, że jedna z tych rzeczywistości naprawdę jest prawdziwa i słuszna. Ale pewnie nie wyjdzie.

Let's gupi.

To tylko tak. Bo ładne*.

* 1268 osób powiedziało, że ten przykład im się podobał.

Ludzi można dobrze poznać po ich marzeniach.

Tak mi się wydaje. Czasem lepiej tych marzeń nie znać. Czasem tak.

A teraz będzie o tym, dlaczego IKEA jest dobra (w cytowanych niżej wypowiedziach z dyskusji na forum internetowym zachowuję pisownię oryginalną)⁶⁵.

“a co to kogo obchodzi jak Polacy meblują domy????” (akni21).

“może ikea jest tak popularna bo po prostu inne sieciowe sklepy z meblami typu agata, top meble czy inne bodzie mają po prostu brzydkie meble? a na droższe sklepy typu almi decor raczej stać niewiele osób.

⁶⁵ Wszystkie cytaty: http://kobieta.gazeta.pl/kobieta/1,107881,12570366,Meblowy_fast_food___dlaczego_Polacy_urzadzaja_mieszkania.html?v=1&obxx=12570366&order=najstarsze&page=1#opinions, 3.01.2013.

poza tym gdzie indziej poza ikeą można kupić np. komplet pościeli bawełnianej za 19zł?" (miastogdansk).

"Nie jestem fanem IKEI, ale potrafię zrozumieć dlaczego ludzie kupują te meble, powód jest prosty- są kompromisem pomiędzy ceną a ładnym wyglądem, są w miarę tanie, w miarę dobrze zaprojektowane i w miarę solidne. Owszem można je przyrównać do fast foodu, bywają nijakie. Ale czy znajdziemy polską firmę która produkowałaby meble równie dobre w podobnej cenie, chyba nie, z jednej strony mamy w Polsce naprawdę wybitny dizajn -Noti, Comforty, Iker, itd, ale mebel tych firm są kilkukrotnie droższe od IKEI, a z drugiej strony many przykładowo BlackRedWhite który owszem jest tani, ale zarazem paskudny i tragiczny jakościowo. Więc ostatecznie ludzie wybierają IKEĘ" (rumburak07).

"Przepraszam Pana Redaktora, a czy Polak ma jakiś inny wybór, badziewne meble made in poland, zupełnie nie funkcjonalne i nadające się do 400 metrowych rezydencji. Ikea myśli o mieszkaniach w blok. Meble te droższe ikei są całkiem trwałe i ponadczasowe. Firmy polskie to kler, skórzane kanapki do poczekalni u dentysty, albo dla prezesa w willi pod warszawą. Inne- BRW, Bodzio itp itd. Drogi, a niekoniecznie nadający się do małych polskich mieszkań vox. Polacy kochają ikeę, bo większość mieszka w dwóch pokojach w bloku" (sefirotek).

"Ikea ma tę zaletę, że praktycznie wszystkie oferowane tam meble i akcesoria pasują do siebie stylistycznie i kolorystycznie. Jeśli ktoś ma jakie takie poczucie estetyki, ale nie stać go na architekta wnętrz,

to woli urządzić mieszkanie w Ikei niż ryzykować, że popełni błąd i wyjdzie mu kakofonia kolorów i form“ (malinetta).

“Mam meble w domu z BRW bo brakło czasu na zrobienie przy przeprowadzce do nowego domu i mam meble z płyty które robiłem sam bo byłem stolarzem mablowym.

Ocena BRW to badziewie jak Ikea i inne płyta 16 nie 18 jak wkręcisz wkręta dwa razy to się obrobi i dupa, materiały typu prowadnice słabej jakości. Jedyny plus to że masz prawie od ręki a nie czekasz ok. 2-4 tygodnie na realizację no i jest ładnie podane.

Meble które robiłem sam (kuchnia, łóżko 2,2 na 1,8 m) są robione na wymiar, taki jak mnie pasowało a nie to co dostępne w sklepie. Poza tym Ikea ma prowadnice i inne okucia firmy BLUM więc jaka to Ikea!!!

Jak komuś nie chce się myśleć to idzie do BRW lub Ikea i kupuje szablon !!!” (radek).

“Wielokrotnie zadawałem sobie te pytania, nie dają mi one spać po nocach:

- dlaczego Polacy tak bardzo lubią aneksy kuchenne?
- dlaczego Polacy tak lubią IKEA?
- dlaczego Polacy nagle pokochali dyskonty typu Biedarona?
- dlaczego Polacy wolą używane samochody?” (gordon freeman).

“IKEA to wystarczająca jakość, gwarantowany styl (mebla nie projektował tam Kazio czy Irenka a projektant) serwis posprzedażny i racjonalna cena. Meble w Emilce nie oferują żadnego z tych parametrów“ (podunk).

“Przede wszystkim - IKEA to skrót, którego się nie odmienia!!! A co do produktów IKEA, to ja akurat jestem zwolenniczką. Mam całkiem sporo mebli tej firmy i jestem z nich BARDZO ZADOWOLONA! Już

mówię dlaczego - wskaźnik cena/jakość jest trudny do przebicia. To genialne, że dzięki niskiej cenie otrzymuję fajny, funkcjonalny mebel, który po iluś tam latach będę mogła wyrzucić/ wydać bez żalu i kupić coś nowego!!! Dość starych gratów, które jeszcze nas przeżyją! Poza tym ta prostota i funkcjonalność, pomysłowość, nowoczesność i estetyka są obce innym producentom mebli. Ja dostrzegam kunszt i często geniusz projektantów IKEA w produktach, które kupiłam. Oczywiście, nie upieram się, że wszystko mi się podoba, ale przecież samej IKEA na tym nie zależy. Natomiast różni ludzie o różnych gustach i upodobaniach mogą znaleźć coś co im wpadnie w oko. Zauważcie też coś takiego - w różnych kolorowych pismach, gdzie przedstawiane są różne aranżacje tego samego wnętrza, najczęściej wykorzystywane są meble IKEA. Nie sądzę, że IKEA macza w tym palce. Jakoś nie mogę sobie wyobrazić trzech czy czterech różnych, ale ciekawych i inspirujących wariacji na temat tych samych mebli (tzn. mogę, ale wolę nie oglądać :-)

Polecam zajrzeć na blog [Inspirująca codzienność inspirujacacodzienosc.blogspot.com/2012/08/moj-taras-przy-tropikalnej-plazy.html](http://Inspirująca%20codziennosc%20inspirujacacodzienosc.blogspot.com/2012/08/moj-taras-przy-tropikalnej-plazy.html). Jest tam m.in. przedstawiona ciekawa aranżacja strefy wypoczynku, gdzie zastosowano właśnie meble IKEA. Czy udałoby się to z tradycyjnym zestawem wypoczynkowym?

Ja nie narzekam na jakość mebli i sprzętów IKEA - system reklamacji działa tam również bardzo dobrze, a gwarancja na wiele mebli wynosi 10 a nawet 25 lat !! Ja osobiście, bardzo chcę żeby tak działających firm było w Polsce jeszcze więcej. Ale póki co, cieszę się z IKEA" (anika_ic).

"W zeszłym roku kupowałam meble i:

- pojechaliśmy do bardzo dużego salonu (różne polskie marki) i przeszliśmy się po »aranżacjach« Generalnie koszmar wizualny i kosmiczne ceny ...

- byliśmy w bodzio, bo spodobała się nam sypialnia. Otwieramy szafę, a tam jedna półka na dole i drążek. Idziemy do obsługi i pytamy się o możliwość dodania półek w szafie. I ... trzeba samemu sobie kupić półki (bodzio nie ma), samemu nawiercić otowry (w sklejecie to chyba to tylko odważny robi sam otwory).

- chcieliśmy zamówić drewniane meble do łazienki na wymiar plus projekt (łazienka ze skosami, więc fajnie by było gdyby ktoś nam doradził jak wykorzystać wolną przestrzeń). Obdzwoniliśmy lokalne studia meblowe i stolarzy. Wszyscy robią w sklejecie, a najlepiej przyjść ze swoim projektem

- chcieliśmy kupić duży stół do salonu. Znaleźliśmy jeden fajny stół. Cena chyba z 5 tyś. (bez krzeseł).

Morał:

- obejrzeliliśmy katalog w ikei. Zrobiliśmy listę (co i ile). Pojechaliśmy, kupiliśmy i przywieźli nam do domu. Prawie bez problemów udało się nam wszystko złożyć.

- w łazience chemię trzymamy w dużych pudłach z IKEA (z przykrywkami, mogą stać na sobie). Półkę mąż zrobił sam.

- niestety na stół za 5 tyś. na razie nas nie stać, więc stoi stary JOK-MOK (czy jakoś tak) z IKEA ...

Naprawdę chcieliśmy kupić coś nie z IKEA, ale nie widzę sensu kupowania czegoś brzydszego i droższego jeżeli w IKEA jest ładniejsze (może niepiękne) i tańsze ..." (szpaczek2702).

"Ikea jest tania, ale nie dla nas, chociaż i tak zjechali z cenami, które są dużo niższe niż w zach. Europie. No cóż, mamy niskie pensje, a to przede wszystkim sklep dla młodych, którzy są bardziej otwarci na różnorodne wzornictwo, więc i tak jest trochę drogo. Są też produkty nie najwyższego lotu, z »słabych« materiałów, ale nawet te są dobrze zaprojektowane. Nie ma tam rzeczy, która nie wyszła spod rąk dobrego projektanta, i to jest głównym atutem IKEA. Do tego

nie ma najmniejszego problemu z montażem, ani funkcjonalnością mebli i sprzętów. Wszystko jest dokładnie przemyślane, od ważnych rzeczy jak odpowiednie zamykanie się szafek, czy możliwość skompletowania dodatków, po kaptcie, poduszki, które spokojnie można wrzucić do pralki. A co mamy poza IKEA, no cóż, słabo jest, nawet bardzo słabo. Zalewa nas koszmarna meblowa tandeta typu Bodzio, czy nudna i sztampowa Abra i kilka podobnych firm. Pojawiają się czasami ciekawe meble małych producentów (można szukać na allegro), ale ceny są zawrotne. Na tym tle IKEA i allegro (jak ktoś ma na tyle wyobraźni, że sam potrafi zaaranżować dobre wnętrze), to jedyne możliwości taniego i dobrego meblowania, a jak ktoś lubi widzieć, co kupuje, to zostaje już tylko IKEA. Polscy producenci oszczędzają na projektantach, ba, często nawet ich nie mają, uprawiając radosną twórczość wg. własnego gustu, a bardzo dobry i kreatywny projektant, to podstawa, ale takiemu trzeba sporo zapłacić, a meblarskie firmy prowadzi przeważnie grono dorobkiewiczów z kiepskim gustem i bladym pojęciem o wzornictwie. Nastawieni na zysk, mają w d... co i jakie sprzedają, byle miało nabywców, a że z gustem u nas nie najlepiej, to jakoś żyją. Polacy z estetyką są na bakier, a wzorcem jest dla nich dom sąsiada. Kreatywni Polacy, którzy zamiast na meble wydają kasę na edukację, książki i podróże, potrafią wyczarować piękne, oryginalne wnętrza za przysłowiowe grosze, i to nie pod sąsiada, ale własne potrzeby i gust, i ci chętnie skorzystają z IKEA, czy allegrowych mebli za grosze, targów staroci i własnej inwencji. Bogaci rodacy wchodzi do drogiego sklepu, wybierają najdroższe modele i są przekonani, że mają piękne wnętrza. Niestety chętnie pokazują swoje mieszkania - sorry, apartamentowce:) - i wille, no i kiepsko to wypada. Przeważa droga i tandeta, rodem z amerykańskiej Dynastii, czy deweloperska sztampa, obowiązkowo z wielką wanną na połowę łazienki, z hydromasażem i wciśniętym obok kibelem. Dlatego trudno kupić coś ciekawego, bo producenci jadą, pod masowego klienta, a tego żeby miał większe wymagania

trzeba sobie wychować, przyuczyć, wykształcić tak jak robi to IKEA - a to nie jest w ich interesie, bo musieliby się bardziej postarać....” (art_102).

“Ale jak nie IKEA, to co? Jakich mamy producentów w zamian? Z dobrą siecią sklepów w całej Polsce, przystępnymi cenami? Ja nie wiem. Jedyna co mi przychodzi do głowy to Bodzio Meble i BRW... Które nijak się mają jeśli chodzi o kompleksowość oferty do IKEA. Jaki producent ma na tyle szeroką ofertę, żeby kupić u niego większość mebli i dodatków bez jeżdżenia do miliona innych sklepów? Serio pytam, nie wiem” (egoistka1982).

Przejdźmy teraz do analizy tej dyskusji.

Proszę zauważyć: powód całej debaty jest tylko jeden – te meble są tanie. Ale ile sobie możemy pokomunikować. Aż się ciepło robi na sercu. Jeśli jednak zanalizować te fragmenty dokładniej, sytuacja jest nieco bardziej skomplikowana.

Zastosujmy w takim razie metodę analizy dyskursu i wynotujmy z cytowanych tekstów koncepty zastosowane do ich produkcji w dwuwymiarowym rastrze bipolarnych cech: z jednej strony ‘tani/drogi’, z drugiej – ‘dobry/zły’. W rezultacie uzyskamy następujący wynik w formie matrycy.

Tabela 5. Matryca ‘tani/drogi’ – ‘dobry/zły’

	Tani	Drogi
Dobry	<p>IKEA: popularna; kompromis pomiędzy ceną a ładnym wyglądem; w miarę: tanie, dobrze zaprojektowane, solidne; meble równie dobre w podobnej cenie; pasują do siebie stylistycznie i kolorystycznie; wystarczająca jakość, gwarantowany styl; serwis posprzedażny</p>	<p>IKEA: te droższe meble IKE-i są całkiem trwałe i ponadczasowe; prostota i funkcjonalność, pomysłowość, nowoczesność i estetyka są obce innym producentom mebli; kunszt i często geniusz projektantów IKE-i; dobrzy projektanci; nie ma problemu z:</p>

Dobry	i racjonalna cena; wskaźnik cena/jakość jest trudny do przebicia; niska cena – otrzymuję fajny, funkcjonalny mebel; jest tania; przystępne ceny; mebla nie projektował tam Kazio czy Irenka	montażem, funkcjonalnością; wszystko jest dokładnie przemyślane Noti, Comforty, Iker – wybitny design, ale droższe od IKE-i
Zły	<p>Polska: czy Polak ma jakiś inny wybór; badziewne meble made in Poland; Polacy kochają IKE-ę, bo większość mieszka w dwóch pokojach w bloku; mamy niskie pensje; Polacy z estetyką są na bakier, a wzorcem jest dla nich dom sąsiada</p> <p>IKEA: można je przyrównać do fast foodu, bywają nijakie; do mieszkań w bloku; poczucie estetyki, nie stać go na architekta wnętrz, woli urządzić mieszkanie w IKE-i, niż ryzykować, że popełni błąd i wyjdzie mu kakofonia kolorów i form</p> <p>Agata, top meble, inne bodzie: brzydkie meble; Black Red White: tani, paskudny i tragiczny jakościowo, badziewie jak IKEA; Bodzio: koszmarna meblowa tandeta; Abra: nudna i sztampowa; radosna twórczość</p>	<p>Inne firmy: koszmarny wizualny i kosmiczne ceny; brzydsze i droższe, jeżeli w IKE-i jest ładniejsze (może niepiękne) i tańsze; droższe – Almi Decor; stać niewiele osób; otwarci na różnorodne wzornictwo; ceny są zawrotne; niefunkcjonalne i nadające się do 400-metrowych rezydencji; Kler: skórzane kanapki do poczekalni u dentysty albo dla prezesa w willi pod Warszawą; grono dorobkiewiczów z kiepskim gustem i bladym pojęciem o wzornictwie; bogaci rodacy wchodzą do drogiego sklepu, wybierają najdroższe modele i są przekonani, że mają piękne wnętrza; niestety chętnie pokazują swoje mieszkania – sorry, apartamentowce:) – i wille, no i kiepsko to wypada; droga i tandeta, rodem z amerykańskiej <i>Dynastii</i>; deweloperska sztampa, obowiązkowo z wielką wanną na połowę łazienki, z hydromasażem i wciśniętym obok kibelem</p>

Widzimy, że autorzy komentarzy pracują zasadniczo za pomocą triadycznej opozycji, podstawą której jest IKEA, następnie odnoszona z jednej strony do producentów droższych mebli (na przykład Noti), a z drugiej – do producentów mebli “tandetnych”. To zaś odbywa się na tle bipolarnej opozycji ‘Polska/reszta świata’, z przewagą uwag dotyczących Polski, co jest oczywiście zrozumiałe w kontekście tematu debaty. Ciekawe jest tylko to, że w ogóle przywołuje się w dyskusji o meblach narodowość i państwo polskie; może to wynikać z faktu, że IKEA postrzegana jest jako firma zagraniczna, i w związku z tym opozycja jakby sama się narzuca.

Wszystkie te opozycje sytuują się na tle dwuwymiarowej matrycy wartościującej, gdzie z jednej strony komunikacja organizowana jest przez

dualizm 'tani/drogi', a z drugiej – 'dobry/zły'. Przy czym, jak widać, zarówno tani i drogi mogą być dobre lub złe, jak i dobry i zły mogą być tanie lub drogie. Słowa te zatem nic nie znaczą, ale można je odpowiednio funkcjonalizować i operacjonalizować.

W tym rastrze opozycji i dualizmów wartościujących przebiega analizowana tu komunikacja. Przy czym IKEA jest sytuowana jako 'dobra' i 'tania' oraz stanowi tło czy punkt odniesienia do tej komunikacji. Jednak nie w sposób jednowymiarowy, gdyż meble IKEA są również widziane jako 'dobre' i 'drogie', to ostatnie generowane jest za pomocą konceptów: designu, estetyki, sztuki czy geniuszu oraz odpowiednich strategii uzasadnieniowych. Celem komunikacji jest więc pokazanie, że IKEA jest zarówno tania, jak i droga, ale w obydwu wypadkach jest dobra. Podobnie dobra jak meble droższych firm meblowych. Stosowana jest więc strategia nobilitacji marki, co do której mniemamy co prawda i widzimy nawet, że jest tania, ale, ponieważ nam się podoba, bywa też równie dobra jak drogie marki, które jednakowoż są dla dorobkiewiczów i rezydencji dentyistów.

Złe i tanie natomiast są meble marek pozycjonujących się w niskich sektorach rynku (Agata, Bodzio itp.), przy czym w tym wypadku przywoływane są: zła jakość, zły design i tandetność. Złe jednak są również meble droższych marek; w tym wypadku przywoływane są w charakterze strategii uzasadnieniowej '(marne) gusty, stereotypy i uprzedzenia' oraz 'wrogość wobec bogactwa, ale także designu'. Rozsądni Polacy kupują zatem w IKEA, a wszyscy inni mają zły gust lub za dużo pieniędzy, lub jedno i drugie. Polak nie ma innego wyboru, ale ponieważ – z perspektywy realności – wybór jednak ma, więc to, co mógłby wybrać, jest do niczego, gdyż jest albo tandetne, albo do "400-metrowych rezydencji" "rodem z amerykańskiej *Dynastii*". A ponieważ większość ludzi mieszka w blokach, jest na bakier z estetyką i ma niskie pensje, IKEA jest dobra, bo jest tania i dobra. Widzimy tu (również z punktu widzenia logiki

komunikacyjnej) klasyczny przykład strategii uzasadnieniowej, wynikającej z analizy sytuacji zastanej i próby ratowania jej negatywnego wyniku przez dostosowanie rzeczywistości do tego, co ma być, a nie do tego, co by być mogło, gdyby...

Uczestnicy komunikacji widzą z jednej strony "koszmarną meblową tandetę", a z drugiej – klasyczny design typu bauhausowskiego, i z powodu ograniczonej ilości środków płacniczych sytuują się w segmencie meblowym wymyślonym na tę okoliczność przez pana Ingvara Kamprada⁶⁶. Nie byłoby w tym nic dziwnego, gdyż po to ten segment został wymyślony, gdyby nie stosowana tu silna negatywizacja pozostałych sektorów rynkowych, co świadczy właśnie o próbie motywowania i pozytywowania własnej pozycji na rynku. Fakt bowiem, że produkowane są meble droższe, bazujące na klasycznych wzorach designu lat 20., i meble tańsze (z natury rzeczy wykonane z gorszych materiałów i obsługujące inne gusty) oraz meble oparte na amerykańskim designie (czyli na marketingowo ukierunkowanej ornamentowości) w niczym przecież nie przeszkadza lubieniu mebli z IKEA. Rynek oferuje po prostu różne oferty (po to zresztą rynek jest). Pytanie: dlaczego musimy negatywizować to, na co nas nie stać, wespół z tym, co nam się nie podoba? Odpowiedź jest równie prosta – by mieć dobry humor. Jednym z powodów komunikacji jest, jak wiemy, zapewnienie uczestnikom komunikacji dobrego humoru, poczucia komfortu psychicznego i motywowania sobie swojej sytuacji jako pozytywnej. Dlatego Bodzio to "badziewie", i tu podstawą oceny czy wartościowania jest jakość, a Noti to "kosmiczne ceny" dla dorobkiewiczów z kiepskim gustem i z wielką wanną, a tu podstawą wartościowania jest zupełnie coś innego. Dlatego nie ma to jak IKEA.

⁶⁶ Stąd zresztą nazwa IKEA: I oraz K to inicjały Ingvara Kamprada, E to pierwsza litera nazwy gospodarstwa Kamprada – Elmatriyd, zaś A to pierwsza litera nazwy wsi, w której to gospodarstwo się znajduje – Agunnaryd. Firma została założona w roku 1943.

Z drugiej strony warto zwrócić uwagę również na pisownię zastosowaną w cytowanych tu komentarzach (ale nie tylko w nich, bowiem mamy tu do czynienia z dużo szerszym zjawiskiem). W większości tego rodzaju tekstów powstających w sieci ich autorzy nie zwracają w najmniejszym stopniu uwagi ani na gramatykę czy ortografię, ani na styl czy klarowność wywodu. Skąd takie zjawisko się bierze? Nic nie stoi przecież na przeszkodzie autoredakcji tekstu (poza ewentualnym brakiem czasu). Niemniej jednak stosowana w takich wypadkach pisownia nie przeszkadza specjalnie w rozumieniu wypowiedzi. Mamy co prawda niechlujność ortograficzno-gramatyczną, ale sens pozostaje zachowany. Zapytać by tylko można, czy aby niechlujność pisowni nie świadczy także o niechlujności umysłowej i stosunku do siebie samego oraz do spodziewanego czytelnika. Z tych cytatów bowiem możemy się dużo dowiedzieć o ich autorach. Problem w tym, czy to, czego się dowiadujemy, aby na pewno jest tym, co autorzy chcieliby, żebyśmy o nich wiedzieli. Pewnie nie. Więc dlaczego nie dbają o swój autowizerunek?

Jednym z powodów może być oczywiście anonimowość komunikacji dokonywanej w sieci (w tym tu wydaniu). Anonimowość zatem pozwala na bycie niechlujnym; przecież i tak nikt się nie dowie, że to ja (piszę). Z czego z kolei wynika, że anonimowość jest jednym z elementów służących do konstruowania asocjalności, czy generalnie – jest asocjalna. Ciekawe jest pytanie, czy, jeśli wypowiedzi nie byłyby anonimowe, ich autorzy byłiby w stanie produkować komunikacje gwarantujące socjalność, czy może też już nie. Jak się tu okazuje, asocjalne elementy nie zapobiegają ani nie utrudniają dyskusji; nie powstaje co prawda koherentna wymiana zdań, wypowiedzi generowane są zasadniczo w typie komunikacji autystycznej, komunikacja jednak i tak przebiega, bo i tak się bierze udział w debacie o meblach. Asocjalność nie ma zatem najmniejszego znaczenia ani wpływu na komunikację. Co, ma się rozumieć, nie dziwi, jako że to komunikacja tworzy społeczeństwo, a nie na odwrót (kto mniema, że na odwrót, ma problem z wyjaśnieniem cytowanych tu komentarzy).

Również asocjalna komunikacja tworzy społeczeństwo, gdyż ta pierwsza jest mechanizmem, który jakkolwiek zastosowany daje w rezultacie społeczeństwo, wynika z samego faktu zastosowania mechanizmu, a nie ze sposobu jego wykorzystania. Co prawda – takie, a nie inne społeczeństwo, ale społeczeństwo. Widzimy, że cokolwiek byśmy mówili, na końcu i tak wyjdzie społeczeństwo. Komunikacja jest naprawdę ciekawym wynalazkiem. Co byśmy bez niej zrobili? Nic by się strasznie nie stało – nie byłoby ‘nas’. Tylko ‘ja’.

To są światy, o istnieniu których Państwo nie mają pojęcia. Nie musicie ich znać. Powinniście tylko wiedzieć, że są*.

* Ten dowcip już się zużył, więc przestanę.

“Taki, co to potem wszystko wiedział przedtem” (Frank-Markus Barwasser).

Proszę zauważyć, że ‘potem’ i ‘przedtem’ funkcjonują tylko teraz. Bo kiedy ten ktoś potem coś wiedział przedtem (dlaczego niemożliwe jest: ‘Bo jak ten ktoś potem coś powiedział przedtem’), to ‘przedtem’ było potem, a ‘potem’ było teraz. Nie jest teraz, bo ‘przedtem’ będzie dopiero potem. I tak można bez końca.

Gdyż zarówno ‘potem’, jak i ‘przedtem’ to konstrukty komunikacyjne, o których można mówić, tylko mówić. Jest natomiast tylko teraz. Ale to jest moje ‘teraz’; teraz, kiedy to piszę. Dla Państwa owo (moje) ‘teraz’ będzie dopiero potem teraz, kiedy dla mnie jest ‘potem’, kiedy Państwo to będą czytać, czyli teraz czytają. I ja się będę pytał i pytam (potem

i teraz), dlaczego tak trudno zrozumieć konstruktywizm, skoro jest on taki prosty. Jeśli chwilę pomyśleć. No, może właśnie dlatego.

System to nie jest coś, o czym się mówi, lecz coś w czym się mówi lub za pomocą czego się mówi.

Wniosek – system nie jest mówieniem, tylko je stosuje.

Nic nie oznacza przecież w ogóle nic.

Jak 'nic' może być stopniowalne? Ano może. Pytanie: w jakim świecie może?

Generacja 'Jest taki app'.

Mariusz Wszółek zaproponował kiedyś takie określenie dla aktualnej generacji młodzieży, wybierając jako nazwę często przez uczestników tej generacji stosowaną wypowiedź 'jest taki app' właśnie. Z tego można wyprowadzić następujący algorytm:

Nie, kochani, nie ma.

Trzeba taki app dopiero zrobić.

Ale na pewno nie Wy go zrobicie.

Może generacja 'Trzeba *im* zrobić taki app'.

Ale czy to Wy?

W naszym świecie nie ma appów.

My je co najwyżej robimy, Wam.

A u nas to my żyjemy.

Niepokojący algorytm.

W USA (i w innych krajach uprzemysłowionych) średnio 40 procent kupowanej i jeszcze nadającej się do spożycia żywności jest wyrzucone w nienaruszonym stanie⁶⁷.

Ponieważ zjawisko to funkcjonuje również w całej Europie, można by z tego wyciągnąć stosowne wnioski na temat kupowania. Kupowanie nie jest już, jak jeszcze niedawno, działaniem służącym zaspokojeniu potrzeb egzystencjalnych (jedzenie, ochrona przed chłodem/ciepłem itp.), lecz działaniem kreującym sens i wspólnotę czy poczucie wspólnoty.

Nie chodzi już o konsumowanie, a to znaczy: zużywanie tego, co się kupuje, lecz tylko o kupowanie, o sam akt kupowania, jako zaspokajanie potrzeb psychicznych (za pomocą obiektów fizycznych lub imaginacyjnych). Kupując, kupujemy wspólnie z innymi, więc jesteśmy w sklepach w społeczeństwie; kupując, niwelujemy stres życia codziennego, manifestujemy swój stan posiadania (oparty na kredytach bądź nie), manifestujemy i realizujemy władzę, bo to nas się obsługuje i my nadajemy ton całej zabawie, kupujemy, ponieważ zaspokajamy tym interesy przemysłu,

⁶⁷ Dane te pochodzą z przeprowadzonego przez Swedish Institute for Food and Biotechnology w roku 2011 na zlecenie ONZ badania, wyniki którego opublikowane zostały w pracy *Global Food Losses and Food Waste*. Wynika z nich, że 1,3 miliarda ton żywności jest wyrzucanych, mimo iż nadają się jeszcze do spożycia, co odpowiada jednej trzeciej rocznej produkcji żywności na świecie i wynosi średnio rocznie 115 kilogramów żywności na głowę mieszkańca. Z kolei w Europie Zachodniej w roku 2011 w drodze od pola producenta do żołądka konsumenta wyrzucanych jest dokładnie 50 procent żywności. Dlaczego? Ponieważ na przykład w Niemczech 90 procent produktów spożywczych dystrybuowanych jest przez pięć sieci supermarketów, które decydują o wyglądzie między innymi owoców i warzyw.

w końcu kupujemy, ponieważ mniemamy, że tego, co kupujemy, potrzebujemy, bo skoro jest to oferowane, to jest to widać potrzebne, a zatem nam też, bo przecież nie jesteśmy gorsi. I przynależymy. I żywność staje się nagle zjawiskiem znakowym, czyli komunikacyjnym, a wydawało się, że służy do odżywiania się i przetrwania.

Ale jest jeszcze zabawniej (o ile oczywiście to, o czym wyżej, jest zabawne), bowiem kupując, już nawet nie kupujemy, to znaczy: zwiększamy co prawda stan posiadania sprzedawcy (producenta, handlowca itp.), nie transponując jednak aktem kupna stanu posiadania towaru; czyli nabywamy co prawda towar drogą kupna, nie stając się jednak przez to jego właścicielem (lub jedynym właścicielem). Weźmy przykład pierwszy z brzegu.

Kiedy kupujemy program Photoshop firmy Adobe, ta nam go co prawda sprzedaje (a my mniemamy, że go nabyliśmy na naszą własność), ale firma ta reglamentuje nam jego używanie, czyli jego sens. Możemy tego programu bowiem używać tylko na dwóch komputerach, jeśli natomiast mamy ich więcej lub program używany jest przez, powiedzmy, męża i żonę w domu i w pracy, to wtedy musimy dokupić kolejny egzemplarz, mimo iż już jeden mamy. Jeśli zaś zostajemy przytłapani na zainstalowaniu Photoshopa na większej liczbie naszych własnych komputerów niż dwa, program ten jest blokowany (mimo iż jest nasz, ale, jak się właśnie okazuje, nie jest).

Dla uzmysłowienia sobie funkcjonowania współczesnego i nowoczesnego kapitalizmu (w kontekście dawnego, czyli wolnorynkowego), który nazywany jest w Europie 'demokracją zgodną z rynkiem', weźmy inny kontrastowny przykład i wyobraźmy sobie, że kupujemy samochód firmy x, która mówi nam, że wolno nam używać tego samochodu samemu wspólnie z jedną tylko jeszcze osobą oraz wolno nam nim jechać tylko tu, ale nie tam. Jeśli zaś zostajemy przytłapani na pojechaniu jednak tam (a nie tylko tu), firma x unieruchamia nam samochód, aż do momentu przenie-

sienia go (dosłownie) znowu tu, czyli do miejsca, w którym wolno go nam (naszą własność) używać. Powiedzielibyśmy w tej sytuacji, że firma x nie jest spełna rozumu, i odstąpiłibyśmy od kupna, gdyż kapitalizm polega na przenoszeniu prawa własności za opłatą od jednego uczestnika tej gry na innego. Od kupna Photoshopa nie odступujemy, bo pewnie o warunkach jego używania nie wiedzieliśmy, gdyż te napisane były drobnym drukiem.

W tym kontekście pojawia się również syndrom ceny. O ile do niedawna jeszcze cena była wyznacznikiem wartości towaru, opartym (w uproszczeniu) na kosztach produkcji i zysku producenta, o tyle aktualnie cena staje się rezultatem stosownych aktywacji naszego mózgu. Weźmy dla wyjaśnienia produkty firmy Apple. Po dość długich i kłopotliwych dociekaniach udało się ustalić⁶⁸, że koszty materiałowe iPhone'a 5 wynoszą 152 euro, zaś koszt robocizny w przeliczeniu na jeden egzemplarz tego telefonu – 6 euro⁶⁹, co daje łącznie 158 euro. Natomiast cena tego iPhone'a 5 (w Niemczech) wynosi 679 euro. Z czego wynika 430 procent marży (pomijam tutaj koszty transportu i inne z uwagi na ich nikłość). Jak to się więc dzieje, że w porównaniu z innymi smartfonami my nagminnie nabywamy jednak produkty firmy Apple? Odpowiedź jest prosta: nasze decyzje w tej kwestii (ale też w innych) nie bazują na rozsądku.

Jak wykazują badania Jürgena Gallinata⁷⁰, przeprowadzone na konsumentach metodą rezonansu magnetycznego (MRT), w przypadku oglądania przez probantów produktów firmy Samsung aktywowane są areafy w mózgu odpowiedzialne za nasze racjonalne, strategiczne, analityczne

⁶⁸ Por. <http://www.daserste.de/information/reportage-dokumentation/markencheck/sendungen/apple-100.html>, 9.02.2013.

⁶⁹ Co możliwe jest, ponieważ chińscy robotnicy w fabryce Foxconn (w Shenzhen) pracują minimum 60 godzin w tygodniu, w warunkach, o jakich możemy przeczytać w dowolnej prasie.

⁷⁰ Wyniki badania Jürgena Gallinata por. na: <http://www.daserste.de/information/reportage-dokumentation/markencheck/sendungen/apple-100.html>, 9.02.2013.

i planowe operacje i decyzje, natomiast oglądając produkty firmy Apple, probanci aktywizują regiony w mózgu odpowiedzialne za rozpoznawanie twarzy i twarze emocjonalnie asocjowane (znajomi, krewni, przyjaciele). Jak nietrudno wywnioskować, aż dziwi fakt, że Apple sprzedaje iPhone'y tak tanio w sytuacji, kiedy oglądanie iPhone'a i tak odbywa się bez udziału racjonalności, a emocje są bez granic.

A skoro już jesteśmy przy emocjach, to podam jeszcze jeden przykład. Okazuje się bowiem, że można również sprzedawać ludzi (czyli ci ostatni mogą występować w roli i funkcji produktu). Jest to co prawda znany fakt, tyle że z okresu niewolnictwa, czyli z zamierzczłej (jak się wydaje) przeszłości⁷¹. Otóż niekoniecznie, jak pokazuje poniższy przykład kolejnej nowości na rynku⁷².



Pytanie: co się stało z aktualną wersją kapitalizmu, że mamy prawo sprzedawać ludzi i wyrzucać artykuły spożywcze lub może je spożywać kto chce, niezależnie od tego, kto je nabył, a z Photoshopem i Apple (i oczywiście nie tylko z nimi) ten mechanizm już nie funkcjonuje? Przy-

⁷¹ Abstrahuję tutaj od aktualnego handlu ludźmi w takich gałęziach przemysłu, jak prostytucja czy handel siłą roboczą (pracownicy leasingowi). A ponadto zdaję sobie sprawę, że chodzi tutaj o długi, a nie o dłużnika, ale nie jest to takie pewne, że właśnie o to chodzi.

⁷² Plakat ten w kolorze i z uwzględnieniem jego otoczenia – por. zdjęcia nr 17, Wrocław, ul. Borowska, 16.04.2013.

kład z samochodem i z Apple tłumaczy nam jedynie idiotyzm zagadnienia, ale nie nasz. Odpowiedź na postawione wyżej pytanie jest pewnie tylko jedna – idioci zwiększają obroty firm. A ponieważ ostatnie to sens działania przedsiębiorstw i ich systemu (kapitalistycznego), kapitalizm świetnie funkcjonuje. Nawet tak.

Niedawne jeszcze hasła wywieszane na budynkach brzmiały: ‘Partia wiodącą siłą narodu’, a teraz powinny brzmieć: ‘Więcej idiotów’. I rzeczywiście brzmiały: “Nie dla idiotów”. To tylko nieistotne przesunięcie. Ale przecież musimy kupić Photoshopa, bo nie mamy innego wyjścia. Skąd?

W tym miejscu może jeszcze pewna ciekawostka. Jak wynika z opublikowanych właśnie (w artykule *The Network of Global Corporate Control*) wyników badań Uniwersytetu Technicznego w ZÜRICH (Eidgenössische Technische Hochschule Zürich), w ramach których zanalizowano 37 milionów przedsiębiorstw na całym świecie z uwagi na ich wzajemne strukturalne powiązania, 1300 przedsiębiorstw kontroluje 80 procent działalności gospodarczej na świecie. W kolejnym kroku analizy stwierdzono, że kontrolę nad tymi przedsiębiorstwami posiada 147 firm, te ostatnie zaś kontrolowane są przez 50 operujących globalnie banków⁷³. Wnioski z tych faktów jesteśmy w stanie wyciągnąć już sami.

Przecież nie muszę się ubierać jak stróż na odpust, tylko dlatego że jest odpust. Ma się ochotę czasem powiedzieć. Niekoniecznie odnośnie do stroju tylko.

⁷³ Szczegóły – na przykład na: <http://www.fr-online.de/wirtschaft/maechtige-konzerne-147-unternehmen-kontrollieren-die-welt,1472780,11055250.html>, 8.05.2013.

W tym miejscu warto może jeszcze szerzej wspomnieć o pojawiającej się aktualnie frapującej koincydencji (czy zgoła już koegzystencji) kapitalizmu i komunizmu, w obrębie kapitalizmu oczywiście, polegającej na tym, że ten ostatni przejmuje określone wzory z modelu komunistycznego. Studiuję to zjawisko już od dłuższego czasu na przykładzie Niemiec (Republiki Federalnej) od czasów zjednoczenia tychże i pozwoliłem sobie nazwać je energizacją (od NRD) systemu politycznego, a w międzyczasie nie tylko politycznego, lecz również systemu społecznego i jego komunikacji. O co w tym chodzi?

Z uwagi na »sprzyjające« okoliczności, to znaczy połączenie dwóch państw niemieckich w jeden obszar polityczny, społeczny i komunikacyjny, doszło, ma się rozumieć, do wielu kreolizacji wzorów i interdependencji na wszystkich poziomach systemu społecznego. Na powierzchni wydawało się oczywiście (i niektórym nadal się wydaje), jakoby zachodni system przejął wschodni, narzucił mu swoje wzory i krótko mówiąc: anektował go. Po głębszej analizie okazuje się jednak, że niezupełnie tak jest. A nierzadko jest wręcz przeciwnie. Również system wschodniemiecki wywarł daleko idący wpływ na zachodni. Niepostrzeżenie, pomału i, jak się wydaje, nieznacząco. Okazuje się bowiem, że co prawda system komunistyczny jako ideologia, jako system polityczny poniósł porażkę, ale niekoniecznie realizowany w ramach komunizmu system społeczny (w rozumieniu teorii systemów, a nie potocznym). Na politycznej powierzchni był to oczywiście i jest totalitaryzm, jakich było w historii i jest wiele. Komunikacyjnie i społecznie jednak system ten ma sporo, nazwijmy to metaforycznie, »zalet«. Pozwala on bowiem na specyficzną homogenizację społeczeństwa i komunikacji, uniemożliwia stosowanie pluralizmu punktów widzenia, opinii, mniemań i daje »rząd dusz« na poziomie tak zwanej milczącej większości, czyli na najniższym poziomie, jaki można uznać w danym

systemie za wspólny. I to w sposób milczący, gdyż owa większość cechuje się tym, że właśnie milczy. W komunizmie (a generalnie – w totalitaryzmie) powstały tak zwane wielkie oczywistości, w funkcjonowanie których co prawda nikt nie wierzył, ale jednak miały one tę zaletę, że były powszechne właśnie. Wszyscy wiedzieli, jak ma być – ma być nie tak, jak jest, lecz tak, jak powinno być.

Mechanizm ten odkryty został w ramach wspomnianych przemian politycznych również przez kapitalizm, co było o tyle korzystne, że w pierwszej fazie po załamaniu się w Europie komunizmu kapitalizm stracił swoją tożsamość i identyfikację, jako że funkcjonował dotychczas zawsze jako alternatywa, jako pozytywna alternatywa wobec komunizmu. Przy czym nie zachodziła relacja odwrotna, jako że komunizm nie pojmował się w ramach swego samoopisu jako alternatywa wobec kapitalizmu, lecz jako konsekwencja jego rozwoju, jako jego przewyżczenie, jako postęp. Wobec »zniknięcia« komunizmu (w Europie) kapitalizm traci swoją legitymację i zawisa, by tak rzec, w próżni ideologicznej, w sytuacji braku drugiej (złej) strony alternatywy. Okazuje się jednak, że kapitalizm jest w stanie wykorzystać wzory pochodzące z komunizmu (i pozostałe po nim); nie sam komunizm, lecz jego wzory. Wzory bazujące na swoście rozumianym braku alternatyw. Komunizm nie posiadał alternatywy (jedynie wrogów), gdyż rozumiał się jako jedynie słuszny system gwarantujący świetlaną przyszłość. Wzór ten dało się, jak się okazuje, wykorzystać w ramach kapitalizmu; z tą samą semantyką, ale z innym wypełnieniem. Nie trzeba przy tym nawet dążyć do świetlanej przyszłości, gdyż sam kapitalizm jako taki nią jest i nie posiada (już) alternatywy; po pierwsze – na razie, a po drugie – w ramach swego samoopisu oczywiście. Posiada natomiast możliwość wykorzystania komunistycznych wzorów.

Uwaga: Mówiąc o kapitalizmie czy komunizmie nie mam, ma się rozumieć, na myśli tego, o czym z upodobaniem gaworzą sobie w tych lub

w innych mediach politolodzy, ekonomiści czy różnego autoramentu komentatorzy polityczni, kiedy produkują teksty na temat polityki czy gospodarki, opowiadając o stopach procentowych, o ekonomicznych wyznacznikach dobrobytu, o prawach rynku, tej lub innej ideologii itp., gdyż pracują oni za pomocą kategorii wewnętrzssystemowych, czyli takich, jakimi operuje sam system, o którym oni w jego ramach za pomocą jego horyzontów i perspektyw, to jest tego, co on sam dopiero umożliwia, gaworzą, lecz chodzi mi o ogląd zewnętrzssystemowy, czyli o perspektywę obserwatora zewnętrznego, reflektującego analitycznie również wewnętrzne kategorie operowania systemu, jako takie właśnie kategorie, a który ze swej strony pracuje za pomocą kategorii niezależnych od analizowanego systemu. Samoopis systemu to jedno, a jego analiza – drugie. Poetykę metaforycznego gaworzenia ja sam natomiast stosuję tutaj jedynie w celu ułatwienia recepcji mojej analizy oraz pozytywnego nastawienia Państwa wobec moich tez. A teraz już znowu o kapitalizmie.

I tak w Niemczech po zjednoczeniu działają w obydwu systemach te same reguły gospodarcze, te same struktury i procedury polityczne (wolne wybory, konkurujące ze sobą partie polityczne itp.), ten sam system medialny oparty na pluralizmie opinii itp. Z drugiej strony jednak zmieniają się komunikacje i dochodzi do tworzenia i opisu jedynie słusznego świata, do wyznaczania jedyne go możliwego kierunku rozwoju, którym oczywiście jest jedynie słuszny (bo jedyny) kapitalizm. O ile zatem w komunizmie 'jedynostusznosc' skorelowana była z systemem politycznym i była jego produktem oraz (mniej lub bardziej magicznym) celem, o tyle po zjednoczeniu Niemiec system kapitalistyczny przejął, zasadniczo mu obcy, koncept 'jedynostusznosci', co było o tyle łatwe, że ów kapitalizm był jedynym systemem, jaki się ostał, a więc jego 'jedynostusznosc' była oczywista, gdyż on sam nie posiada już aktualnie alternatywy. I tak w mediach nie debatuje się już o konkurencyjnych modelach rozwoju czy świata, lecz o możliwości i niemożności realizacji tego jedynie słusznego

go modelu i o trudnościach w jego realizacji⁷⁴. A jedynie słuszny jest ten, który jest, czyli nasz. Czyli wszystko się dzieje dokładnie tak jak swego czasu w komunizmie, ale ponieważ tego ostatniego już nie ma (a dla ludzi wychowanych w Niemczech Zachodnich nigdy nie było), nie sposób tego zauważyć. W tym sensie przejęty został koncept komunikacyjny, z tym że bez jego ideologicznych przesłanek, czyli bez jego ideologicznego producenta, bez zauważania przy tym, że co prawda producenta nie ma, ale jest produkt, który przecież jednak świadczy o producencie. Jednakowoż w rzeczy samej nie może świadczyć, bo my tego producenta nie znamy. W ten sposób producent stał się (Luhmannowskim) martwym punktem, natomiast produkt jest taki jak każdy inny funkcjonujący w kapitalizmie. Dochodzi więc do sytuacji, że niemiecka gospodarka swoje, a komunikacja swoje. Ponieważ jednak przejęto jedynie wzory, a nie generującą je ideologię, sam ów proces stał się niewidoczny i dlatego może oddziaływać⁷⁵.

Dość wyraźnie różnice, o których tutaj mowa, widać w wynikach moich badań symboliki kolektywnej przeprowadzonych w latach 90. w Niemczech (zarówno wschodnich, jak i zachodnich) oraz w Polsce i w Rosji. Dość znaczna ilość hierarchizacji poszczególnych słów różni się w zależności od tego, czy respondenci pochodzili ze wschodnich czy zachodnich Niemiec. Część nastawień Niemców wschodnich bliższa jest (ówczesnej)

⁷⁴ Drobne wyjątki w rodzaju tez proponowanych przez Stéphane'a Hessela czy ruchów Opcupy i Attac nie mają w tym kontekście znaczenia. Por. Stéphane Frédéric Hessel: *Indignez-vous!* Montpellier 2010 (niem.: *Empört Euch!* Berlin 2011; pol.: *Czas oburzenia!* Przeł. Piotr Witt. Warszawa 2011).

⁷⁵ Bardzo dobrym przykładem na opisywane tu komunikacje są przemówienia i generalnie wypowiedzi pani kanclerz Angel Merkel, por. na ten temat: Ulrike Notarp: *Die deutsche politische Rede. Eine exemplarische kultur- und diskurstheoretische Untersuchung anhand ausgewählter Reden von J. Rau, G. Schröder, K. Wowereit, J. Fischer, E. Stoiber, F. Merz und R. Koch.* Hrsg. vom Willy Brandt Zentrum für Deutschland- und Europastudien der Universität Wrocław. Wrocław 2005.

hierarchii słów w Polsce czy w Rosji. Odczytać te różnice można w poniższej tabeli⁷⁶.

Tabela 6. Zachodnio- i wschodniemiecka hierarchia potencjalnych symboli kolektywnych (na tle polskich i rosyjskich) na skali od +100 do -100 (D – niemieckie nastawienia łącznie, W – wschodnio-, Z – zachodniemieckie, PL – polskie, R – rosyjskie). Polecenie w tej części badania brzmiało: Proszę ocenić podane niżej słowa i wyrażenia na skali od +100 (bardzo pozytywne słowo) do -100 (bardzo negatywne słowo). Proszę oceniać spontanicznie, nawet jeśli nie ma Pan/Pani co do oceny zupełnej pewności

Słowo	D	Z	W	PL	R	Słowo	D	Z	W	PL	R
praca	52	48	61	75	-*	kultura	57	64	42	75	80
bezrobocie	-79	-74	-88	-55	-62	miłość	87	87	87	90	83
demokracja	65	77	39	52	45	lewica	6	14	-12	-5	-
szczerłość	81	78	87	86	-	naród	9	1	26	51	-
rodzina	65	58	81	89	83	nacjonalizm	-48	-61	-21	-35	-
wolność	88	89	86	92	86	patriotyzm	-7	-20	23	57	55
przyjaźń	89	86	94	88	86	prawica	-25	-31	-13	13	-
pokój	96	96	95	90	88	państwo	20	19	21	49	-
sprawiedliwość	83	86	77	88	81	tolerancja	72	83	47	85	-
wiara	18	22	9	64	58	tradycja	32	23	50	56	-
nienawiść	-70	-72	-64	-74	-	ochrona środowiska	75	76	71	78	-
dom	41	34	56	85	86	niezależność	75	74	78	69	66
kościół	-12	-13	-10	22	-	ojczyzna	12	-4	47	66	-
wojna	-92	-93	-90	-90	-89	prawda	79	76	87	84	70

* Pusta rubryka oznacza, że tego słowa w danym kraju nie badano.

⁷⁶ Prezentowane w tabeli słowa nie są jeszcze symbolami kolektywnymi, lecz, by tak rzec, kandydatami do bycia symbolem kolektywnym, wynikłymi z drugiej części badania, w której chodziło jedynie o ustalenie nacechowania wartościującego, z pominięciem semantyki. Szczegóły tych badań – por. Michael Fleischer: *Das System der deutschen Kollektivsymbolik. Eine empirische Untersuchung*. Bochum 1996; Michael Fleischer: *System polskich symboli kolektywnych*. Wrocław 1996; Michael Fleischer: *Das System der russischen Kollektivsymbolik*. München 1997.

Dla porównania podaję jeszcze ostateczną listę wszystkich symboli kolektywnych, jakie udało mi się wypracować w moich badaniach z lat 1993, 1995 i 2000 (porównawczo w Polsce, Niemczech i Rosji, przy 348 respondentach w Polsce, 100 w Rosji i 104 w Niemczech; H = pozycja w hierarchii na skali od +100 do -100).

Tabela 7. Polskie, niemieckie i rosyjskie symbole kolektywne

Polska	H	Niemcy	H	Rosja	H
wolność	92	Frieden (pokój)	96	dobrota	88
miłość	90	Freundschaft (przyjaźń)	89	mir	88
pokój	90	Freiheit (wolność)	88	dom	86
rodzina	89	Liebe (miłość)	87	družba	86
przyjaźń	88	Ehrlichkeit (szczerłość)	81	svoboda	86
dobro	86	Umweltschutz (ochrona środow.)	75	ljubov'	83
uczciwość	86	Partnerschaft (partnerstwo)	71	sem'ja	83
dobroć	85	Demokratie (demokracja)	65	deti	81
dom	85	Familie (rodzina)	65	spravedlivost'	81
prawda	84	Erfolg (powodzenie/sukces)	61	kul'tura	80
słońce	82	Sicherheit (bezpieczeństwo)	61	čestnost'	76
kultura	75	Kinder (dzieci)	56	pravda	70
honor	74	Arbeit (praca)	52	Rossija	69
niezależość	69	Geld (pieniądze)	51	nezavisimost'	66
ojczyzna	66	Haus (dom)	41	vera	58
wiara	64	Rechtsstaat (państwo prawa)	41	patriotizm	55
patriotyzm	57	Grundgesetz (konstytucja)	39	den'gi	51
tradycja	56	Heimat (mała ojczyzna)	37	demokratija	45
demokratyczny	53	Auto (samochód)	34	bezrobotica	-62
demokracja	52	Europa	30	vojna	-89
naród	51	Ausländer (obcokrajowcy)	24		
państwo	49	Staat (państwo)	20		
kościół	22	Vaterland (ojczyzna)	12		

Polska	H	Niemcy	H
prawica	13	Nation (naród)	9
nacjonalizm	-35	Kapitalismus (kapitalizm)	3
komuna	-46	Sozialismus (socjalizm)	2
komuniści	-48	Patriotismus (patriotyzm)	-7
bezrobocie	-55	Rechte (prawica)	-25
totalitaryzm	-58	Angst (strach)	-47
chamstwo	-86	Haß (nienawiść)	-70
wojna	-90	Armut (bieda)	-78
		Arbeitslosigkeit (bezrobocie)	-79
		Krieg (wojna)	-92

Powróćmy jednak do zasadniczego tematu.

Argumentuję tutaj co nieco trywialnie oraz personifikuję system i zachodzące w nim procesy, gdyż inaczej nie sposób, moim zdaniem, tego, co chcę tu zaprezentować, uwyraźnić, a przynajmniej ja tego nie potrafię; w żadnym wypadku jednak nie mam na myśli, jakoby ktoś konkretny te procesy zainicjował i realizował lub że za wszystkim tym stoją jakieś ciemne siły i jacyś wielcy bracia. Historia i przebieg zjednoczenia Niemiec pozwoliły jedynie na uzyskanie pierwszych ewidencji i wskazówek na temat opisywanego tu procesu.

Wyraźnie natomiast zjawisko to uwidoczniło się jednak dopiero po wejściu Chin do systemu gospodarczego Zachodu (Chin jako ideologicznie nadal państwa komunistycznego, jednakowoż z kapitalistyczną gospodarką). I to w bardzo ciekawy sposób, jako że w tym wypadku mamy do czynienia z perspektywą zewnętrzną (procesy opisywane w kontekście Niemiec natomiast zachodzą wewnątrzsystemowo). Okazuje się bowiem, że produkując większość produktów w Chinach właśnie, nie dość, że

możemy⁷⁷ produkować taniej (co swego czasu możliwe było w Polsce, potem w Czechach, Rumunii, Bułgarii itp.), gdyż siła robocza w Chinach jest wyzyskiwana w stopniu, w jakim w świecie zachodnim dziś nie jest to już możliwe, to możemy jeszcze wykorzystać, w celu utrwalania niesprawiedliwości społecznej, wyzysku robotników, niszczenia środowiska naturalnego i utrzymywania społeczeństwa w ryzach, samo państwo właśnie, gdyż posiada ono (jako państwo komunistyczne) nadal wszystkie niezbędne w tym celu środki nacisku i przemocy społecznej, jak mamy z tym do czynienia w Chinach właśnie. Sytuacja ta produkuje kuriozalne wręcz rezultaty w polu relacji gospodarki i komunikacji. Możemy zatem w świecie zachodnim produkować komunikacje o tym, jakim kreatywnym przedsięwzięciem jest Apple, jak Apple dba o środowisko naturalne i o odzyskiwanie surowców, i recykling swoich produktów oraz jakie wysokie ma standardy *corporate social responsibility* i jakie wspaniałe zdesignowane sklepy i iPhone'y posiada i produkuje. Generalnie – jaka wspaniała jest firma Apple (i większość pozostałych oczywiście)⁷⁸. Równocześnie

⁷⁷ My = świata zachodniego gospodarka i komunikacje.

⁷⁸ Równie zabawna w kontekście tej wspaniałości firmy Apple (i na tle podanych wyżej zestawień ceny i kosztów produkcji iPhone'a) jest sprawa płacenia przez nią podatków. W USA Apple byłby zmuszony płacić 35 procent podatków od swoich zysków, zatem firma przenosi siedziby swoich filii do innych krajów, w których dziwnym zbiegiem okoliczności płaci się mniej podatków. I tak w ubiegłym roku Apple płacił za granicą 1,9 procenta podatków (w roku 2011 – 2,5 procenta). Stosowany przy tym zabieg jest dziecinnie prosty: duże międzynarodowe koncerny księgują swoje zyski w krajach o niskich podatkach i korzystają z tamtejszych ulg podatkowych. Dotyczy to szczególnie tak zwanych transakcji mobilnych (projektowanie software, prawa do marki, transakcje finansowe itp.), ów model znany jest pod nazwą *double Irish with a Dutch sandwich*, czyli przez dwie firmy-siostry w Irlandii i jedną w Holandii transferuje się pieniądze do wybranych krajów karaibskich. Inny model polega na tym, że Apple bierze od siebie, czyli jakiejś swojej filii, kredyt o horrendalnych odsetkach, spłacając je następnie sobie, tyle że odsetki te są odpisywalne od podatków. By nie powstało wrażenie opisu singularności – firma Google w roku 2010 płaciła 3 procent podatków; to samo dotyczy firm: Amazon, Ebay czy Facebook. Natomiast Państwo i ja, czyli my, płacimy, o ile się nie mylę, procentowo więcej podatków, mimo iż zarabiamy, zdaje się, mniej niż firma Apple i jej podobne. O szczegółach można przeczytać na przykład na: <http://www.spiegel.de/wirtschaft/unternehmen/apple-zahlt-im-ausland-nur-1-9-prozent-steuern-a-865256.html>, 10.05.2013.

nie musimy się martwić o to, jak, w jakich warunkach, przez jak wyzyskiwanych robotników wyroby tej firmy są produkowane, gdyż to nie my je produkujemy, lecz Chińczycy. A w jaki sposób to robią, to już nie nasza sprawa, gdyż Chiny nie należą do naszego świata. My sami nie możemy sobie co prawda (już) pozwolić na takie traktowanie naszych, zachodnich, robotników, na takie warunki pracy i płacy, i skoszarowania robotników, ale mamy przecież Chiny, które dostarczają nam państwowo kontrolowane i gwarantowane wyzyskiwanie pracowników (z czym my się na poziomie komunikacji, ma się rozumieć, nie zgadzamy), o których to zjawiskach donoszą jedynie media nam (oczywiście) nieprzychylnie, ale i one jedynie na marginesie, gdyż większość relacji dotyczy tego, że wszyscy przecież jesteśmy zachwyceni iPhone'm i iPadem, i iWatchem (to już niedługo) i podziwiamy ich design i przyjazność ich obsługi.

Nie chodzi tu oczywiście (tylko) o firmę Apple lub jej podobne ani o to, że mamy do czynienia z czymś nowym. Opisywany mechanizm w rzeczy samej nie jest zjawiskiem nowym. Ten sam wzór stosujemy w produkcji mięsa (i generalnie żywności), trzymając świnie, krowy i kury przez całe (ich) życie w klatkach i oferując mięso jako tani produkt przemysłowy, co najmniej w połowie nawet wyrzucany. W ramach kapitalizmu. W tych wypadkach sytuacja jest prostsza, gdyż to »tylko« zwierzęta, a w tym kontekście do przemykania oczu już przywykliśmy. Co jednak, kiedy w roli świń i krow w występują ludzie (na przykład we wspomnianych chińskich fabrykach)? Co prawda też zwierzęta, ale jakby inne. Rozwiązanie jest proste – przenosimy produkcję do Chin, gdyż wtedy możemy pomstować na nieludzkie warunki pracy w komunistycznych Chinach, i wtedy to oni, a nie my są wszystkim winni. W niczym jednak nie przeszkadza to sprzedawaniu produktów powstałych w tych nieludzkich warunkach u nas jako przepięknych i potrzebnych nam iPhone'ów. To zaś, w jaki sposób one powstały, nie tylko możemy przemilczeć, lecz nawet jeszcze zwalić na nieludzką komunizm, czyli na system polityczny, który gwarantuje nam trzymanie chińskich robotników pod przykrywką i zapo-

biega protestom z ich strony. Tak samo jak swego czasu KGB, Stasi, SB i inne tego rodzaju instytucje trzymały innych pod przykrywką. Z jednej strony możemy się więc oburzać na deptanie praw człowieka w Chinach, a z drugiej – kupować produkty z tego deptania wyniku.

To oczywiście sytuacja schizofreniczna, której w kapitalizmie dziś i tak nikt już (na poziomie komunikacji, ma się rozumieć) nie zaakceptuje. Doświadczenie z komunizmem pokazało jednak, że taka schizofreniczna konstrukcja może funkcjonować, jeśli ją tylko odpowiednio komunikować. Tak samo jak wtedy, kiedy w komunizmie z jednej strony istniał świat haseł, ideologii i pobożnych życzeń, z drugiej strony obok istniał świat tak zwanych normalnych ludzi (kimkolwiek oni by byli), żyjących swoje życie i na temat komunizmu mających swoje, zupełnie rozsądne poglądy, nieprzeszkadzające im jednak w życiu w tym systemie. Do czasu oczywiście.

Schizofrenia nie jest więc, w wymiarze społecznym i komunikacyjnym, bynajmniej chorobą, lecz właściwością pozwalającą na funkcjonowanie określonego społeczeństwa, właściwością niemającą nic wspólnego z samym komunizmem (a przynajmniej nie przez niego wymyśloną), lecz jedynie z funkcjonowaniem systemów otwartych. Wyzysk ludzi to realność, a ta, jak wiemy, jest, jaka jest, i nic nie znaczy; zaś iPhone i nasze (zachodnie) dobre samopoczucie to produkty komunikacji, a te, jak również wiemy, nie mają nic wspólnego z realnością. Kapitalizmowi zatem komunizm nie przeszkadza, o ile ten ostatni pozwala na lepsze funkcjonowanie kapitalizmu oraz na pominięcie komunistycznej ideologii. Wykorzystuje się wzory funkcjonowania systemu, a nie komunikacje.

Z tego wynika bardzo ciekawy wniosek. Kiedy bowiem wyjdziemy od teoretycznej przesłanki, że to komunikacje tworzą system społeczny (w tych ramach system gospodarczy), wtedy (zgodnie z tą przesłanką) prognozować możemy upadek wzorca, o którym tu mowa, i niechybne załamanie się tego modelu kapitalizmu, a w sumie – niewykluczone, że

całego kapitalizmu. Jak mówię: o ile zaakceptujemy tę przesłankę. Pojawiające się aktualnie ruchy typu: Occupy, Attac itp. mogłyby być takimi pierwszymi jaskółkami (lub innymi ptakami), wskazującymi na załamanie się kapitalizmu lub przynajmniej tego jego modelu⁷⁹.

Aktualnie kapitalizm broni się oczywiście przed tym, ponieważ jak każdy system jest on zainteresowany swoją stabilizacją, a nie zmianą, gdyż ta ostatnia jest (systemowo) kosztowna i ryzykowna oraz posiada charakter wymuszony, a na razie zmian nikt nie wymusza, gdyż zajęci jesteśmy nowym modelem iPhone'a. Broni się poprzez instalację nowego wroga, czyli konstrukcję drugiej strony opozycji, bez której jako taki (w przeciwieństwie do komunizmu) nie może funkcjonować. Skoro zatem komunizm się załamał, a tam, gdzie jeszcze nie, jest przez kapitalizm używany do jego celów, oraz ponieważ nie wiadomo, jak długo jeszcze będzie to możliwe, potrzebny jest, na wszelki wypadek już teraz, właśnie wróg, czyli druga strona kapitalizmu, motywująca jego (wewnętrzny) sens. Ponieważ jednak żadnej rozsądnej drugiej strony na razie nie widać, dochodzi do bardzo ciekawego wykorzystania dyferencji zawartej (od samego początku zresztą) w samym systemie, czyli takiej, która dotychczas była generującą dyferencją wewnątrzsystemową, z jaką system jednak dość dobrze sobie radził. A mianowicie dochodzi do przededefiniowania tej dyferencji na zewnątrzsystemową (oczywiście nadal w ramach systemu), a konkretnie – do wygenerowania i odpowiedniego nasemantyzowania i sfunkcjonalizowania w ramach kapitalizmu przeciwstawnych sobie stron opozycji 'bogaci/biedni' w ten sposób, że 'biedni' zostają przeniesieni poza system i wyposażeni w atrybut, iż operacja ta dokonuje się z ich, owych biednych, winy.

⁷⁹ Occupy, Occupy Wall Street – powstały w 2011 roku ruch protestu wobec ekscesów finansowych banków inwestycyjnych; Attac = (początkowo) *association pour une taxation des transactions financières pour l'aide aux citoyens*, od 2009 roku – *association pour la taxation des transactions financières et pour l'action citoyenne* – powstała w 1998 roku NGO nastawione krytycznie wobec procesów globalizacji.

Tyle, jeśli chodzi o strukturę i algorytm zmiany samej definicji. Komunikacyjnie natomiast dyferencja ta manifestowana jest w metaforze (charakterystycznego dla kapitalizmu) konceptu wojny, jak równie precyzyjnie, co cynicznie ujął to Warren Buffett: "Tak, prowadzimy wojnę, a mianowicie – 'biedni przeciw bogatym' i moja strona, bogatych, właśnie wygrywa"⁸⁰.

Uwaga: Wszystko, o czym w tym miejscu mówię, nie dotyczy oczywiście osób, nie dotyczy poziomu magielnego (w duchu big brother, siedzącego gdzieś i manipulującego biednymi ludźmi, nawet gdyby przyjąć, że owych big brother jest wielu), lecz odnosi się do prawidłowości funkcjonowania systemów. Innymi słowy: tego, o czym tu piszę, pewnie nikt konkretny nie chce, powstaje to tylko, dlatego że tak funkcjonują kompleksowe systemy, nawet wtedy, kiedy my tego nie chcemy.

Prezentowane tu przemyślenia poruszają się na bardzo wysokim poziomie abstrakcji, jako że chodzi o funkcjonowanie systemów, a te są abstrakcyjne. Nie oznacza to jednak, że tylko na takim poziomie możemy szukać przykładów na działanie opisywanego tu mechanizmu. Weźmy zatem drobny i w sumie niezbyt istotny przykład z tak zwanego życia codziennego, również on jednak wskazuje na to samo zjawisko, tyle że na niższym poziomie (czyli poziomie o niskiej systemowej kompleksowości); widoczne w tym przykładzie zjawisko jest groteskowe i żenujące, przez to jednak nie jest mniej niebezpieczne, wręcz przeciwnie. Jego groteskowość tym lepiej gwarantuje jego funkcjonowanie.

Przykład dotyczy bardzo ciekawego powrotu do komunizmu, to znaczy wykorzystania komunistycznych wzorców i zabiegów w systemie kapitalistycznym w celu stabilizacji tego ostatniego. Obserwujemy to przy od-

⁸⁰ <http://meta.tagesschau.de/id/60596/tag-der-arbeit-dgb-rueckt-euro-krise-in-den-mittelpunkt>, 1.03.2013. Warren Buffett to trzeci na liście najbogatszych ludzi na świecie, o szacowanym prywatnym majątku w wysokości 44 miliardów dolarów (według "Forbes", 2012).

bywających się aktualnie na uniwersytetach ekscesach pod tytułem: KRK (Krajowe Ramy Kwalifikacji). Jak dowiadujemy się ze strony internetowej Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego:

“Krajowe Ramy Kwalifikacji to opis wzajemnych relacji między kwalifikacjami, integrujący różne krajowe podsystemy kwalifikacji. Służą on przede wszystkim większej przejrzystości, dostępności [sic! – MF] i jakości zdobywanych kwalifikacji. KRK stworzone zostały między innymi dla potrzeb rynku pracy i społeczeństwa obywatelskiego. Ważny jest także fakt, że KRK zawierają opis hierarchicznego systemu poziomów kwalifikacji – każda kwalifikacja jest umieszczona na jednym z tych poziomów”⁸¹.

Nic ująć, nic dodać; szczytny cel. Chodzi więc o to, by uregulować zdobywanie wiedzy przez studentki i studentów w sposób możliwy do sprawdzenia i wykazania w stosownych sprawozdaniach i na dyplomach. Ponieważ jest to cel i zadanie niemożliwe do wykonania, gdyż jeszcze nigdy w dziejach (co oczywiście nie jest argumentem) nie udało się skodyfikować i zmierzyć wiedzy (w przeciwieństwie do informacji, ta jest mierzalna, w bitach), jako że wiedzę każdy z nas buduje sam dla siebie i nie ma możliwości jej pomiaru; umiejętności zaś i kompetencje społeczne wykazać można tylko w działaniu (a nie w tabelach KRK). Ponieważ zatem tak to jest, brnijmy dalej. Druga możliwość, czyli zaprzestanie tego procederu i wstyd, nie wchodzi w rachubę.

Jeśli bym Państwu powiedział, że pojawił się w tym kontekście spis czasowników, których należy używać, opisując (kiedyś w jakiś tam sposób

⁸¹ <http://www.nauka.gov.pl/finansowanie/fundusze-europejskie/program-operacyjny-ka-pital-ludzki/krajowe-ramy-kwalifikacji/>, 3.03.2013.

Proszę zauważyć – kwalifikacje mogą być przejrzyste i dostępne, proszę też zauważyć opanowanie języka (w tym wypadku polskiego) przez Ministerstwo, było nie było, Nauki i Szkolnictwa Wyższego.

możliwe do sprawdzenia) postępy studiowania wśród studentów, czyli listy czasowników regulujących nam możliwe światy, to, jak Państwa znam, Państwo by mi nie uwierzyli. Niesłusznie, jak się okazuje.

Ustalono bowiem brzmienie słów mających wspomniany proceder z pożytkiem dla studentki i studenta opisać. A jak wiemy, zdradzieckie i zbrodnicze są czasowniki, a zatem zajmijmy się nimi. I tu stosowny i długi cytat:

“Zagadnienie sposobu formułowania wyrażen opisujących efekty kształcenia obejmuje także dobór odpowiednich form gramatycznych, odpowiednich słów kluczowych itp. Zalecenia i wskazówki formułowane przez ekspertów międzynarodowych, a także znane w środowisku międzynarodowym opisy efektów kształcenia, nie są w tym zakresie jednoznaczne.

W ogólności stosowane są dwa podejścia do formułowania wyrażen opisujących efekty kształcenia, pierwsze to sposób opisowy, a jego przykładem są sformułowania typu: ›student ma wiedzę w zakresie...‹, ›student zna i rozumie...‹, ›student posiada umiejętność...‹. Zapis taki pozwala łatwo określić treści programowe odpowiadające efektom kształcenia, nie wskazuje jednak poziomu zgłębienia wiedzy, czy też stopnia opanowania danej umiejętności. Alternatywne podejście oparte jest na używaniu czasowników opisujących czynności (działania) wykonywane przez studenta, realizowane w procesie kształcenia – tzw. czasowników opisujących działanie (ang. action verbs), jest ono m.in. podstawą tzw. taksonomii Blooma, dość powszechnie wykorzystywanej przy formułowaniu efektów kształcenia.

Użycie odpowiednich czasowników wskazuje, w jaki sposób student powinien zademonstrować osiągnięcie danego efektu kształcenia. W przypadku definiowania efektów w zakresie wiedzy faktograficznej (jedynie zapamiętanej) prawidłowe może być sformułowanie typu ›student potrafi wymienić...‹. W przypadku wymagania zrozumienia

właściwe jest sformułowanie typu »student potrafi wyjaśnić....« Sformułowane w ten sposób, tzn. przy użyciu czasowników opisujących działanie, efekty kształcenia pozwalają na łatwe ukierunkowanie form i metod prowadzenia zajęć na osiągnięcie tych efektów. Zapis taki jest również korzystny dla studenta, gdyż jasno pokazuje, co będzie od niego wymagane w procesie oceniania. W literaturze można znaleźć wiele zestawień czasowników opisujących działanie, odpowiednich dla poszczególnych poziomów wiedzy, umiejętności oraz kompetencji społecznych.

Nie jest oczywiste, na jakim etapie definiowania efektów kształcenia powinno nastąpić przejście z formy opisowej na używanie czasowników opisujących działanie. Zapewne efekty kształcenia dla programu kształcenia (efekty kierunkowe) powinny być definiowane w sposób opisowy, a dla poszczególnych przedmiotów – przy użyciu czasowników opisujących działanie. Sprawą dyskusyjną jest sposób zapisania efektów kształcenia w matrycy wiążącej efekty kierunkowe z efektami zdefiniowanymi dla poszczególnych przedmiotów, tzw. matrycy efektów kształcenia (...). Sformułowanie efektów w sposób opisowy ułatwia ich powiązanie z opisem efektów kierunkowych, natomiast sformułowanie efektów przy użyciu czasowników opisujących działanie ułatwia ich powiązanie z efektami zapisanymi dla poszczególnych przedmiotów⁸².

Cytat ten nie wymaga oczywiście omawiania i interpretacji, pokazuje on bowiem dość wyraźnie przesłanki stojące za pomysłem stojącym za KRK.

⁸² Andrzej Kraśniewski: *Jak przygotowywać programy kształcenia zgodnie z wymaganiami Krajowych Ram Kwalifikacji dla Szkolnictwa Wyższego?* Warszawa 2011, 52–53.

W tym miejscu konieczna jest uwaga techniczna: nie chodzi mi tutaj w żadnym wypadku o wyśmianie cytowanej publikacji, którą uważam za cenną i pomocną w naszych zmaganiach z KRK, lecz jedynie o pokazanie, czym nagle musimy się zajmować i o czym jako naukowcy pisać, jakbyśmy nie mieli nic mądrzejszego do roboty, jako to na przykład prowadzenie badań i kształcenie młodzieży.

Proszę może tylko zwrócić uwagę na postęp, jaki się aktualnie dokonuje. Bowiem nawet w czasach komunizmu mało dbano o “dobór odpowiednich form gramatycznych”, wystarczała stosowna semantyka i dobór stosownych haseł (z formami gramatycznymi były nawet, zwłaszcza wśród pierwszych i kolejnych sekretarzy, niejaki problemy), w tym sensie mamy tu do czynienia z dalszym postępowaniem, tyle że komunizmu już nie ma. Ale jest jego świetlana przyszłość w doborze form gramatycznych.

Pominę już teraz kolejne zagadnienie z tej samej dziedziny, a mianowicie przeprowadzane na uniwersytetach parametryzacje, mające pozwolić na ocenę już nie studentów (od tego jest KRK), lecz pracowników naukowych i wykazanie, który uczony jest lepszy, a który gorszy. Jakkolwiek nie bardzo wiadomo, od kogo. W tym wypadku już nie za pomocą czasowników, lecz wagi (takiej z Urzędu Miar i Wag) oraz punktów i ilości. Kto zatem zapisuje dużo stron (co z uwagi na prawa fizyki daje w rezultacie ciężar), ten pisze dobre książki, a kto pisze (wagowo) lekkie książki, pisze złe; kto publikuje w czasopiśmie posiadającym dużo punktów, które my w ramach tego systemu sami (sobie, czyli tym czasopismom) przyznaliśmy, ten ma dużo punktów i jest lepszy niż ten, kto nie przyznał punktów czasopismom, w których publikuje. No i już⁸³.

Podczas kiedy chwila namysłu, poprzedzona chociażby próbą odpowiedzi na pytanie: ‘Który uczony jest lepszy: Albert Einstein, Isaac Newton, Charles Darwin czy Maria Curie-Skłodowska?’, pozwoliłaby na zaniechanie całego przedsięwzięcia. Ale zarówno chwili namysłu, jak i próby zabrakło. Pewnie dlatego że odpowiedź brzmi: Curie-Skłodowska. Więc, w przeciwieństwie do ministerstwa, ja parametryzuję pominę.

⁸³ Nawiasem mówiąc: mamy tu do czynienia z dokładnie tym samym mechanizmem, według którego działają agencje ratingowe (typu: Moody’s, Standard & Poor’s czy Fitch Ratings). Na zlecenie banków oceniają one klientów tych banków, przy czym, co zaskakujące, wyniki tych ocen są korzystne dla owych banków i dają im rękojmię dla stosownego traktowania tych klientów.

Dla nas natomiast ciekawe jest jeszcze coś innego, a mianowicie zawarty w opisywanym tu zjawisku algorytm, bazujący (też słowo z tamtych czasów) na chęci regulowania, czy też, ujmijmy rzecz poetycko, na marzeniu o tym, że systemy otwarte można regulować. A to typowy przejaw właśnie komunizmu, kiedy staramy się coś, co funkcjonuje żywiotowo, coś, co nie posiada kryteriów powodzenia przed jego uzyskaniem, coś, co się rozwija i kształtuje w trakcie realizacji procesu, co nie podlega prawom, dezyderatom i paragrafom, jako to nauka, uregulować i uczynić wymiernym. Po to oczywiście, żeby móc porównywać w skali: miejskiej, wojewódzkiej, państwowej, europejskiej i planetarnej; porównywać i ustalać rankingi tego, który uniwersytet jest lepszy, która nauka jest lepsza, który uczony jest lepszy, którzy studenci są lepsi. Gdyż, jak wiemy z kapitalizmu, coś zawsze musi być lepsze, większe, szybsze od czegoś innego, gdyż w przeciwnym wypadku jest wolniejsze, mniejsze, gorsze. A jeśli możemy to wykazać za pomocą komunistycznych metod i wzorów, to wykazmy. Byle coś było lepsze...

Jednym ze wskaźników tego, że mamy do czynienia z poważnym zjawiskiem, jest trudność w jego opisanu i zakomunikowaniu.

Powróćmy na chwilę jeszcze do wspomnianej wyżej, w kontekście ruchu Occupy, książki dotyczącej konieczności oburzania się. Jedna książka, jedna idea, jeden pogląd, jedno marzenie. Pana Stéphane'a Hessela zawarte w książce *Indignez-vous!*, która zrobiła furorę na świecie i pozwala mieć nadzieję⁸⁴. Ale istnieje wiele języków i wiele sposobów komunikacji. I wiele różnic w tej kwestii. Rzućmy na nie okiem.

⁸⁴ Stéphane Frédéric Hessel: dz. cyt.

W poszczególnych kolumnach poniższej tabeli zamieszczam dosłowny przekład na język polski tego samego akapitu z czterech wersji językowych wspomnianej książki. Porównajmy sobie zatem wersje tego samego tekstu źródłowego wyniku z przekładu interkulturowego⁸⁵. Generalne różnice są dość nieznaczne, ciekawe natomiast jest zastosowanie specyficznych konceptów komunikacyjnych danego języka. A proszę uwzględnić, że mamy tutaj do czynienia z jednym tylko i krótkim akapitem. Interesująca byłaby analiza całego tekstu w tym (komunikacyjnym) wymiarze.

Tabela 8. Cztery wersje językowe tekstu Stéphane’a Hessela

Tekst francuski	Angielski	Niemiecki	Polski
Nie, to zagrożenie jeszcze nie w pełni zniknęło.	Ale to zagrożenie jeszcze nie w pełni zniknęło i nasz gniew przeciwko niesprawiedliwości jest ciągle obecny.	Nie, to zagrożenie jeszcze nie w pełni zniknęło.	Nie, groźba nie zniknęła całkowicie.
Dlatego nawołujemy ciągle jeszcze do prawdziwie pokojowego powstania przeciw środkom komunikacji masowej,	Również – pozwólcie nam wołać o prawdziwie pokojowy protest przeciw środkom komunikacji masowej,	Nawołujemy zatem: do pokojowego powstania przeciw nadużyciom środków komunikacji masowej	Wciąż pamiętajmy również o prawdziwej rewolucji przeciwko środkom masowego przekazu,
która jako horyzont dla naszej młodzieży nie proponuje nic innego jak konsumpcję masową,	która jako horyzont dla naszej młodzieży oferuje tylko konsumowanie masowych trywialności,	i zniewalaniu naszej młodzieży do konsumpcji masowej,	które mają do zaproponowania naszej młodzieży jedynie masową konsumpcję,
pogardę dla słabszych i dla kultury, zgeneralizowaną amnezję i konkurencję do upadłego wszystkich przeciw wszystkim.	pogardę dla słabszych i dla kultury, zgeneralizowaną amnezję i twardą konkurencję wszystkich przeciw wszystkim.	pogardy dla naj-słabszych i kultury, kolektywnej amnezji jak również bezgranicznej konkurencji – każdego przeciw każdemu.	pogardę dla słabych i dla kultury, zgeneralizowaną utratę pamięci i śmiertelne konkurowanie wszystkich ze wszystkimi.

⁸⁵ Unikam tutaj terminu ‘międzykulturowy’ z tego samego powodu, z którego unikam go na przykład w nazwach klubów piłkarskich Między Mediolan czy Manchester Zjednoczony.

W przypisie podaję oryginalne brzmienie tekstu w danym języku⁸⁶.

“Pamięci ludzi, którzy podczas ucieczki z ich ojczyzny utracili swe życie”⁸⁷.

Ale to tylko jedna strona zagadnienia, wyrażająca sytuację Niemców przepędzonych z ich ojczyzny, za którą uważany był/jest region w Niemczech, teraz będący regionem w Polsce. Sytuacja jest klarowna, jasna i nie ulega wątpliwości. O ile oczywiście zaakceptujemy milcząco przesłanki, na jakich opinia ta się opiera. Jakież skomplikowany byłby świat, gdyby napis brzmiał: “Pamięci ludzi, którzy podczas ucieczki przed ich ojczyzną utracili swe życie”.

⁸⁶ Niem.: *Nein, diese Bedrohung ist noch nicht vollständig verschwunden. Wir rufen deshalb auf: zu einem friedlichen Aufstand gegen den Missbrauch der Massenkommunikationsmittel und der Verführung unserer Jugend zum Massenkonsum, der Verachtung der Schwächsten und der Kultur, der kollektiven Amnesie sowie der maßlosen Konkurrenz – Jeder gegen Jeden* (Stéphane Hessel: *Empört Euch*. Przeł. Cornelia Weigel, Friedrich Kreuzeder. [b.m.] [b.r.]).

Pol.: Stéphane Frédéric Hessel: *Czas oburzenia!* Przeł. Piotr Witt. Warszawa 2011, cytowane za: Skan, OCR, konwersja do pdf: noPasaran. Wolne Książki 2011.

Ang.: *But this threat did not completely disappear, and our anger against injustice is ever intact. Also, let us always be called in a truly peaceful insurrection against means of mass communication that offer as a vista for our youth only the consumption of mass trivia, contempt of the weakest and the culture, a generalized amnesia, and the hard competition of all against all* (<http://indignez-vous-indignacion.blogspot.com/p/english.html>, 15.03.2013, oraz http://therearenosunglasses.files.wordpress.com/2011/01/cry-out_.pdf, 15.03.2013).

Fr.: *Non, cette menace n'a pas totalement disparu. Aussi, appelons-nous toujours à une véritable insurrection pacifique contre les moyens de communication de masse qui ne proposent comme horizon pour notre jeunesse que la consommation de masse, le mépris des plus faibles et de la culture, l'amnésie généralisée et la compétition à outrance de tous contre tous* (Stéphane Frédéric Hessel: *Indignez-vous!* Montpellier 2010).

⁸⁷ *Zum Gedenken der Menschen, die auf der Flucht aus ihrer Heimat ihr Leben verloren haben* (napis na cmentarzu w mieście Essen, Niemcy).

Świat nie składa się z gotowej liczby odpowiedzi, lecz z możliwości tworzenia sobie tych problemów, na które kogoś stać, lub ich rozwiązywania, lub oczywiście nietworzenia ich sobie. Na to ostatnie wpadamy dość rzadko. Z czego wynika, że tworzenie sobie problemów (i ich rozwiązywanie) jest jednym z elementów napędowych komunikacji. Jeśli bowiem posiadamy problem, czyli uprzednio go sobie stwarzamy, inicjuje to długi łańcuch komunikacji, aktywację takich, a czasem i innych urzędów, instytucji, organizacji itp. Wszyscy muszą nagle komunikować, dyskutować, debatować, rozważać za i przeciw, szukać rozwiązań, możliwych opcji, konstruować strategię na przyszłość. I jakby tego było mało – wymyślać z tego nowe problemy. Ostatnią instancją zatem, która byłaby za likwidacją tego cyrku, jest oczywiście komunikacja.

A gdybyśmy jej tak spłatali figla? Ale o tym trzeba by pogadać.

Aha, zapomniałem, że są jeszcze inne elementy napędowe komunikacji. Pisanie książek na przykład.

“Cymes, świeże soki, zdrowo wyciśnięte” (reklama soków).

Abstrahując od tego, że soki te, skoro zostały swego czasu wyciśnięte, nie są już świeże, i słowo ‘świeże’ nic tutaj nie znaczy, zapytać by można, po co autorzy reklamy uważają za stosowne popadanie w knajactwo (“zdrowo wyciśnięte” w sensie: ‘zdrowo mu przywalił’), skoro to zawężyła tak zwaną grupę docelową do kręgu bezrefleksyjnych, przeciw czemu zasadniczo nic nie przemawia, to jedna z metod stosowanych w reklamie od mniej więcej połowy lat 90., sęk jednak w tym, że soki jako takie nie są produktem dla jednej specyficznej grupy, większość ludzi je pije.

A zatem wychodzi na to, że ci reklamiarze po prostu tacy są i inaczej nie potrafią. Jak ładnie można sobie samemu podstawić nogę.

Bardzo ciekawe jest też zastosowanie symbolu kolektywnego 'zdrowie', gdyż zmusza do refleksji, refleksji na temat tego, jak wygląda procedura zdrowego wyciskania, zwłaszcza na tle chorego wariantu tej czynności. Jedno natomiast wiemy z całą pewnością, że soki są świeże i zdrowe. Zwłaszcza wtedy, kiedy te drugie są tymi pierwszymi, niekoniecznie równocześnie. Dla mnie zaś ciekawe jest to, jak robić reklamę (i to za pomocą pięciu słów), żeby się dostać do kabaretu. Bo to tu właśnie cały czas robię.

Na przykład tak (proszę zauważyć, że w poniższym cytacie opisu wina żadne ze zdań nie przekracza długości dziesięciu słów, a większość zadowala się pięcioma):

"Oto prawdziwa rzeźkość z powiewem Pacyfiku. Zbiór maszynowy dla zachowania świeżości w winogronach. Uderzający aromat agrestu, cytrusów i zielonych liści z akcentami owoców tropikalnych, zwłaszcza owocu męczennicy. Żywiotowe na języku, trwałe i mineralne. Jak sugeruje etykieta, pasuje do wszelkich dań rybnych. Ma w sobie dość energii, aby rozkręcić niejedną imprezę"⁸⁸.

Nasza wiocha z kraja.

Takie drobne przesunięcie, a bawi. Pytanie: kogo?

⁸⁸ Tekst image'owy dla NZ Mount Fishtail Sauvignon Blanc na ulotce dołączonej do tego wina. NZ = Nowa Zelandia.

“Nowa kawa o aromacie świeżo zmielonych ziaren” (reklama Nescafe Gold).

Czy kawa może być nowa? Każda kawa ma (po zmieleniu) aromat świeżo zmielonych ziaren (gdyż to jeden z rezultatów mielenia). Z czego wynika, że kawa Nescafe Gold zmielona została na oczach klienta albo że udało się technologicznie zmagazynować ten aromat w opakowaniu i tam go do otwarcia przetrzymać.

Oczywiście żartuję tu sobie. Sęk w tym, dlaczego nam takie claimy nie przeszkadzają, i kim my jesteśmy, że nam nie przeszkadzają, kiedy są nam prezentowane. A skoro już jesteśmy przy claimach, to kolejny:

“Pizza-Park – Wellcome to Italy”⁸⁹.

Nic nie ma być jakieś.
Robi się coś po prostu.
I wtedy już nie musi być takie czy takie,
ponieważ już jest
takie, jakie jest.
Wszystko nie ma nazwy.
Rzeczy, ludzie, inne zwierzęta nie mają nazwy.
Nazwa jest im przez kogoś nadawana, w jakimś celu i po coś.

Kto to jest, kto im nadaje nazwę?

⁸⁹ Claim osiedlowego baru z pizzą, Wrocław.

idą
mamy z wózkami
dużo mam
tam i z powrotem
idą sobie

Designerzy, którzy nawet nie potrafią umieć. Bo i to trzeba umieć.

90 procent producentów mebli ma zadziwiającą, z upodobaniem stosowaną, tendencję do podstawiania sobie samemu nogi. Z niesamowitą precyzją; można by wręcz powiedzieć: z zachwytem. I to z ogromnym powodzeniem. Dlaczego? Patrz tekst poniżej wespół ze zdjęciem (nr 12) w aneksie.

“Pan Tomasz jest biznesmenem. Jego hobby to podróże. Ostatnio odwiedził Włochy, klasyczna architektura zachwyliła go do tego stopnia, że pragnął klimat włoskiej stylistyki przenieść do swojego domu. Długo szukał odpowiednich mebli, kolega polecił mu **Bydgoskie Meble**, które słynną [sic! – MF] ze znakomitego wzornictwa klasycznego”⁹⁰.

“Brud to jest materia na niewłaściwym miejscu” (Schotty, der Tatorreiniger).

⁹⁰ <http://www.meblepiatek.pl/category/meble/meble-drewniane/>, 23.10.2012.

“Krajobraz, który pozostawia człowieka w spokoju” (Horst Evers).

To są najlepsze krajobrazy.

Ktoś kiedyś powiedział: państwa to izolowane obrazy wrogów. Nie pamiętam, kto.

Kiedy się wszystko lubi, lubienie staje się bezsensowne.
Kiedy się niczego nie lubi, lubienie staje się bezsensowne.

Czy to drugie się zgadza? Owszem. Ale to pierwsze też.
W takim razie po co lubić?

Wyjaśnić wydarzenie się czegoś. A nie opisać wydarzenie, kiedy ktoś komuś powie, że jest to wydarzenie. A o tym, co jest wydarzeniem, mówi nam stosowana przez nas ta, a nie inna teoria, jakkolwiek trywialna i codzienna ona jest. A poza tym: historia się nie wydarza; wydarzają się tylko wydarzenia, historię ktoś po coś konstruuje.

“Działania się wydarzają, ale nie ma działającego” (Buddha).

Fakty nie nadają się do komunikacji, o faktach nie można dyskutować. Ile w mediach dyskutuje się dzisiaj o tym, że ziemia jest okrągła, lub o tym, że mamy dwoje uszu.

Dlaczego w takim razie to, co faktyczne, czyli stan zastany, wyposażać w predykat 'prawdziwy/prawda'? Przecież dane coś jest, jakie jest, jest faktem. Tak, ale dodaje się stosowny predykat, gdyż wtedy można się na ten temat spierać, dyskutować, debatować, i pozbywa się w ten sposób kontroli i wpływu tego, co faktyczne. I tak fakty mimo to wejść jeszcze mogą do komunikacji, tyle że jako operatywne fikcje. I znowu uratowaliśmy dla komunikacji kilka, a nierzadko sporo tematów.

"Jedyna taka w kraju:
- dobre badania
- lepsza edukacja
- najlepsi absolwenci".

To tekst z plakatu reklamowego Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu. To, że "jedyna taka [uczelnia – MF] w kraju", to akurat prawda, gdyż jest tylko jeden Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu w Polsce (ale i w ogóle – na świecie). Czyli prawda, ale jako reklama tekst jest niezbyt przydatny.

Ale skoro autorzy podstawiają sobie nogę, to dlaczego nie dalej: uczelnia ta ma "dobre badania", szkoda jednak, że nie ma bardzo dobrych badań; ma "lepszą edukację", ale niestety nie wiadomo specjalnie – lepszą od kogo/czego, no i oczywiście – tylko lepszą; dobrze zatem, że przynajmniej ma najlepszych absolwentów. Ale tylko swoich.

Wiem, wiem, chodziło o zabieg retoryczny bazujący na stopniowaniu: dobry, lepszy, najlepszy. Czyli zamiar był dobry lub nawet lepszy, tyle że z wykonaniem jeszcze nie najlepiej. Jeśli już, to tak to się robi. Ale teraz to jest kabotyństwo.

Ta komunikacja to jest niezmiernie zdradziecka. Tak łatwo sobie podsta-
wić nogę.

Mamy Państwa nauczyć tego, czego jeszcze nie było.
Jak to zrobić?
Czekamy na oferty.

Ale chcemy Państwu pomóc, więc tu najprostsza metoda – dajemy ofer-
tę komunikacyjną, z której każdy sam wytwarza coś nowego.

Istnieje takie słowo. Tylko ja go nie znam.

Rozwiązać problem z perspektywy kogoś innego.

To trudne. Ale się da.

“Bycie na poziomie tylko widziane z dołu wygląda jak arogancja”
(Timo Wopp).

“Ludzie nie są coraz głębsi, to tylko głupota staje się coraz bardziej widoczna” (Frank-Markus Barwasser).

Teraz chcę jeszcze zająć się trochę dokładniej konstruktywizmem. W poprzednich fragmentach co i rusz pojawiała się ta perspektywa badawcza. Praktycznie wychodząc od jakiegoś cytatu, łądownaliśmy, nierzadko chcąc nie chcąc, w tym paradygmacie, przez co widoczna stawała się też moc wyjaśniająca konstruktywizmu i jego przydatność do analizy komunikacji i zjawisk psychicznych, a do czegoś innego teoria ta nie rości sobie pretensji⁹¹. Aby pozostać w ramach stosowanej tu poetyki, nadal pracować będę fragmentami i cytatami.

Co, mnie przynajmniej, w konstruktywizmie z technicznego punktu widzenia zawsze interesowało, to prostota wywodów i definicji, ewidentność materiału analizy branego z życia codziennego, bez filozoficznego nadęcia i zadęcia, łatwość argumentacji i jej przejrzystość. Z drugiej strony jednak pojawia się często frapująca rozbieżność między leksykalną prostotą tekstów konstruktywistycznych a ich syntaktyczną kompleksowością (najczęściej przedmiotem narzekań w tej kwestii są oczywiście prace Niklasa Luhmanna). Ciekawi mnie do dziś, jak za pomocą potocznych, prostych słów konstruować można (mimo to) kompleksowe zdania. Weźmy na przykład definicję prawdy podaną przez Ernsta von Glasersfelda (i przywołajmy sobie przedtem stosowne definicje z 2000-letniej tradycji filozofii):

“Prawda – zgodność między przypominanymi przeżyciami a aktualnymi, dla kogoś”⁹².

⁹¹ Na temat historii, podstaw i generalnych ukierunkowań teoretycznych konstruktywizmu informacje uzyskać można w: Bogdan Balicki, Dominik Lewiński, Bartosz Ryż, Emil Szczerbuk (red.): *Radykalny konstruktywizm. Antologia*. Wrocław 2010.

⁹² Ernst von Glasersfeld, http://www.youtube.com/watch?v=3JlJ_c0h-0, 3.01.2013.

To, że ponadto jest jeszcze cała sfera definicji książkowych, opartych nierzadko na niezmiernie skomplikowanych (ale nie kompleksowych) spekulacjach, definicji wynikłych z takiej lub innej ideologii, religii itp., nie ma znaczenia, gdyż rudymmentarnym poziomem, od którego koniecznie trzeba wyjść, jest poziom jednostki, poziom organizmu dokonującego tej operacji: dla siebie, w określonym celu, na swoje potrzeby. Później można to przenieść do ideologii i filozofii. To my, czyli każdy z nas z osobna (a czegoś innego w tej kwestii nie ma), dokonujemy stosownego przypisania, i prawdą jest to, co zgadza się z tym, co sobie przypominamy z poprzednich przeżyć. Jeśli takiej korelacji nie jesteśmy w stanie dokonać albo zdiagnozować, to mamy wątpliwości i podajemy w wątpliwość. Jeśli do takiej korelacji dochodzi, to wiemy, że to coś to prawda. I proszę zauważyć: nie gaworzy się tutaj o prawdzie jako takiej, samej w sobie i *an sich*, lecz o wyniku korelacji między empirycznymi obiektami, któremu przypisuje się predykat 'prawda'.

Z definicji tej wynika ponadto, że prawd jest wiele, że zależne są one od przeżyć i sposobu ich dokonywania przez konkretną jednostkę, od zawartości pamięci itp.

To samo na okoliczność wiabilności, centralnej dla Glasersfelda kategorii w jego biologicznie fundowanej (osadzonej) teorii:

“Wiabilność – bycie możliwym/realizowalnym w ramach aktualnych warunków”⁹³.

Wiabilne zatem są koncepcje naukowe, obiekty medialne, sposoby i typy komunikacji, wiabilne są manifestacje systemów społecznych, organizmy, gatunki, systemy ekologiczne i środowiska. Kiedy coś jest wiabilne, wtedy funkcjonuje; kiedy zmieniają się warunki (lub sami je

⁹³ Tamże.

zmieniliśmy), coś innego staje się wiabilne. Innymi słowy: w każdym momencie coś innego może być oczywiste. Ale zawsze coś jest oczywiste. Nie przywiązujemy się więc do tego, *co* jest oczywiste, lecz tylko do oczywistości. Która się pojawia i zostaje zastąpiona inną. Jak widać, konsekwencje takiego stanowiska posiadają również implikacje etyczne i stosowane mogą być również w tak zwanym życiu codziennym.

I jeszcze jedna różnica między nauką (w tym wypadku – fizyką cząstek elementarnych) a tak zwaną humanistyką. Jak powiedział kiedyś Heinz von Foerster, w fizyce “wynajdywane (postulowane) są cząsteczki, które mają robić to, czego my nie rozumiemy. A dowcip w nauce polega na tym, że owe cząsteczki da się potem wykazać; albo się myliliśmy”⁹⁴. W humanistyce, podobnie jak w życiu codziennym, takiej procedury się nie stosuje i ma się nie stosować. Punkt wyjścia w obydwu wypadkach (nauki i humanistyki) jest ten sam – kiedy czegoś, co widzimy, nie rozumiemy, wtedy postulujemy jako wyjaśnienie tak zwane byty. W przypadku nauki istnienie i oddziaływanie tych bytów próbujemy następnie wykazać lub sfalsyfikować, zaś w humanistyce hodujemy te byty nierzadko przez stulecia, ich samych (bytów) nie podając w wątpliwość, w obawie przed bezrobociem niewątpliwie. Powstaje więc pytanie: co przeszkadza humanistyce w podawaniu w wątpliwość swoich wyników i założeń? Odpowiedź musi być prosta. I jest – humanistyka nie jest nauką (w sensie niewartościującym!) i do czegoś innego służy niż nauka. Służy do stabilizacji systemu, do zapewnienia jego przetrwania w tej danej formie; nauka zaś tę stabilność gwarantuje poprzez rozwój, poprzez nieustanną pracę nad wyjaśnianiem świata, jakkolwiek by on był, przez nieustanne falsyfikowanie naszych hipotez i (w przypadku powodzenia) zastępowanie ich nowymi, poddawany następnie falsyfikacji. Stabilność daje nam, proszę zauważyć, zarówno trwanie przy zastanym, jak i podawanie tego

⁹⁴ Heinz von Foerster, <http://www.youtube.com/watch?v=ePjANOfle74>, 3.01.2013.

zastanego w wątpliwość i ciągłą konstrukcją nowego jako (następnie) zastanego. Bardzo ciekawa funkcja tej funkcji (stabilności).

A jak tego dokonujemy, wyjaśnia z kolei inny konstruktywista. Paul Watzlawick w wielu swoich pracach analizuje tak zwany problem problemu, wychodząc przy tym od mechanizmu samopotwierdzającej się przepowiedni. To znaczy od sytuacji, kiedy samo rozwiązanie jest problemem. Podczas poszukiwania rozwiązania wprowadzamy bowiem warunki ramowe, których sam problem w ogóle nie posiada. Problem leży wtedy w szukaniu rozwiązania. I w ten sposób szukanie czyni znajdowanie niemożliwym. A dzieje się to o tyle łatwo, że już dzieciom bardzo wcześnie mówi się, jaki świat jest, i one potem od tej koncepcji świata wychodzą, nigdy jej już nie sprawdzając, gdyż przecież wiadomo, jaki świat jest, a mianowicie taki, jak zostało nam to powiedziane. Równie dowcipnie Watzlawick wyjaśnia (mniemane) działanie psychoanalizy. Terapeuta szuka wraz z kandydatem poddanym psychoanalizie przyczyn problemu w przeszłości; jeśli pacjent zdrowieje, oznacza to, że widać znaleziono taką przyczynę, jeśli nie zdrowieje, oznacza to, że trzeba kontynuować terapię.

Bardzo ładnie mechanizm ten widać na przykładzie wiatraków (tych, które stoją w krajobrazie i produkują, podobno, prąd). Bowiemy, jak wszyscy możemy obserwować, w rzeczy samej wiatraki te produkują wiatr (a nie prąd, wtedy nazywałyby się zresztą prądaki, a nie wiatraki). Wiatraki produkują wiatr, gdyż jeszcze nigdy nie udało się zaobserwować obecności wiatru, kiedy ramiona wiatraków się nie kręcą. A zatem wiatraki się kręcą i produkują wiatr, który potem jest i da się go obserwować. A niezbitym dowodem na to jest fakt niemożności obserwowania wiatru przy niekręcących się wiatrakach.

Wystarczy zatem wprowadzić takie warunki ramowe problemu, które przemawiają tylko za jedną z możliwych koncepcji rozwiązania. Dowodzenie, że kiedy w okolicy nie ma wiatraków i wiatr obserwowany jest

mimo to, dowodzi jedynie, że obserwujemy co prawda wiatr, ale taki, który wytworzony został przez jakieś odległe wiatraki i teraz się rozprze-strzenił; źródłem tego wiatru jest w każdym wypadku wiatrak. I to nie wiatrak produkuje prąd, lecz prąd jest dostarczany do wiatraka w celu produkcji wiatru. I z tej sytuacji nie ma wyjścia. Dowód może gonić do-wód i jedna spiskowa teoria drugą. Wystarczy zdać sobie sprawę z tego, ile spośród naszych problemów funkcjonuje dokładnie według tego schematu, by zacząć się dziwić.

We wszystkich takich i innych wypadkach mamy jednak zawsze do czy-nienia z konstruktami naszego mózgu, z neuronalnymi korelatami sposo-bu jego pracy. Można by zadać ciekawe pytanie, a mianowicie: dłacze-go nie możemy doświadczać swojego mózgu? Wiemy, że go mamy, ale nie jesteśmy w stanie go doświadczyć; ani jego, ani jego pracy. Lub jak wyraził to Glasersfeld: "Mózg zawsze dostarcza mi to, co widzę, kiedy widzę"⁹⁵. Czyli ja widzę to, co mózg mi dostarcza jako rezultat neuro-nalnych operacji tego ostatniego sposobu działania, a nie jako odbicie tego, czego mózg i tak nie widzi, bo mózg nie widzi, on pracuje tylko natężeniem elektrochemicznych bodźców, a nie stojącymi na zewnątrz drzewami. Lub jeszcze trywialniej: w mózgu nie ma drzew.

W tym kontekście pojawia się niezmiernie ciekawy problem czasu i prze-strzeni jako podstawowych kategorii dla każdej koncepcji epistemologicznej, z których dopiero można wyprowadzić wszystkie pozostałe kategorie. Dopiero rozwiązawszy problem ich charakteru i struktury, wyruszyć mo-żemy ku rozwiązywaniu kolejnych problemów. Aktualnie obowiązujący (do jego falsyfikacji) paradygmat w tej dziedzinie to również konstruk-tywistyczne podejście, mimo iż podobne próby wyjaśnienia pojawiają się co najmniej od Kanta (albo nawet od sceptyków). Już Immanuel Kant wychodził bowiem z założenia, że czas i przestrzeń stanowią nasze

⁹⁵ Ernst von Glasersfeld, http://www.youtube.com/watch?v=3Jlj_cOh-0, 3.01.2013.

metody postrzegania, a nie właściwości bądź cechy tak zwanego świata zewnętrznego. Jean Piaget z kolei (tyle że bardziej poetycko) ukuł kiedyś powiedzonko, że “czas nie jest niczym innym jak splotem wydarzeń, które go zawierają”.

W ramach samego konstruktywizmu bardzo elegancko i w sposób niezwykle prosty wyjaśnia to zagadnienie Ernst von Glasersfeld. Czas powstaje wtedy, kiedy projektujemy następstwo przeżyć na inne przeżycia. Wrażenia (*Empfindungen*) pojawiają się zawsze jedno po drugim, w następstwie. Nie można mieć dwóch wrażeń jednocześnie (ponieważ mózg tak właśnie pracuje). Przy czym mamy do czynienia z dwoma zjawiskami: a) z ciągiem wrażeń sytuujących się w jednym punkcie oraz b) z ciągiem wrażeń następujących po sobie w różnych punktach.

Zabawna natomiast jest sytuacja, w której von Glasersfeld wpadł był na pomysł konstruktywnego charakteru czasu i przestrzeni, a mianowicie sytuacja, w której na krótko przed snem ukąsił go w przedramię komar. Na takie dictum Glasersfeld zaczął się oczywiście drapać. I w tym momencie (jak sam to wyjaśnia) wpadł był na konstruktywizm. To oczywiście anegdota, ale ładna – powodem powstania konstruktywizmu było ukąszenie komara.

Wróćmy do tematu. Glasersfeld zaczął drapać swoje przedramię, czyli palcem jednej ręki wodził po skórze przedramienia drugiej ręki. W tym momencie zauważył, że nie jest w stanie obserwować obydwu powstających przy tym wrażeń jednocześnie (czego każdy z nas również wiele razy już doświadczył). Albo bowiem można się skupić na wrażeniach dostarczanych do mózgu od palca, przy czym odczuwa się stały bodziec na opuszkę palca, albo skupić się na wrażeniach pochodzących od przedramienia, przy czym odczuwa się zmieniające się lokalnie (przesuwające się) bodźce na kolejnych odcinkach skóry przedramienia. W jednym wypadku zatem mamy stały bodziec w jednym miejscu (stały nacisk na

opuszek palca), w drugim – następstwo bodźców w różnych miejscach (bodźce z różnych miejsc) skóry. Każdy z nas może sam wykonać ten eksperyment nawet bez udziału komara.

I dokładnie w ten sposób powstaje w naszym mózgu czas i przestrzeń. Czujemy na opuszku palca trwający stale nacisk w jednym miejscu, ciągły bodziec, i w ten sposób powstaje czas. Z drugiej strony czujemy na skórze przedramienia przesuwanie się tego samego bodźca, czyli stale zmieniającą się lokalizację bodźca, i w ten sposób powstaje przestrzeń. Ponieważ nie możemy obydwu tych zjawisk postrzegać jednocześnie, lecz tylko albo jedno, albo drugie (mózg to oczywiście potrafi, ale nam, czyli swojemu ja, uświadamia te procesy tylko jeden po drugim), wydaje się nam, że czas i przestrzeń są czymś różnym, czymś od siebie odmiennym, a ponadto – są zjawiskami świata zewnętrznego, podczas kiedy w rzeczy samej są to neuronalne korelaty bodźców naszego organizmu. Nie oznacza to oczywiście, że świata zewnętrznego nie ma, oznacza to tylko, że my zajmujemy się zawsze i wyłącznie produktami naszego mózgu. A ‘my’ to też konstrukt naszego mózgu, tak jak mózg, z którego zdajemy sobie sprawę. Z tej obserwacji i z tego (niechcącego) eksperymentu Glasersfeld wyciągnął stosowne wnioski, które zreferuję już teraz jego własnymi słowami.

“Kiedy następstwo (ciąg) różnych/odmiennych postrzeżeń z tego samego źródła połączone zostaje przez wzorzec uwagi [*Aufmerksamkeitsmuster*] niezdyferencjonowanej jednostki, wtedy powstaje pojęcie czasu.

Kiedy w przeciwieństwie do tego następstwo takich samych postrzeżeń z różnych źródeł połączone zostaje przez wzorzec uwagi pewnego szeregu jednostek, wtedy powstaje pojęcie przestrzeni.

Kiedy przyjąć to wyjaśnienie, wtedy staje się jasne, że nie jest metaforą, lecz czystym wymysłem, mówienie o tym, że czas mija. Czas się

nie porusza, to nasze wrażenia następują po sobie i dlatego, chcąc nie chcąc, przemijają (Ernst von Glasersfeld)⁹⁶.

Jako puentę zacytujmy jeszcze Paula Watzlawicka.

“Założenie zatem, naiwne założenie, które nam wszystkim, by tak rzec, już z mlekiem matki jest włączane, że rzeczywistość jest tam na zewnątrz, i że jest naszym zadaniem tę rzeczywistość klarownie poznać, zobaczyć prawdę, jeśli kochamy nasze życie, założenie to jest od Hume’a i od Kanta filozoficznie nie do utrzymania i jest naukowo nie do utrzymania od wielu dziesięcioleci. Już na konferencji laureatów Nagrody Nobla w Lindau w roku 1964 noblista Born powiedział: uważam, że takie idee jak absolutna prawdziwość, absolutna dokładność, ostateczna prawda są bredniami [*Hirngespinnste*], które w żadnej nauce nie powinny zostać dopuszczone. Inny wielki człowiek, Schrödinger, stwierdza w swojej książce »Mind and Matter« (1958): obraz świata każdego człowieka jest i pozostanie duchową konstrukcją i nie posiada poza tym żadnej możliwej do dowiedzenia własnej egzystencji. To jest gorzka pigułka, którą musimy przełknąć”⁹⁷.

⁹⁶ *Wenn eine Folge von unterschiedlichen Wahrnehmungen aus ein und derselben Quelle durch das Aufmerksamkeitsmuster einer undifferenzierten Einheit verbunden wird, so entsteht der Begriff der Zeit.*

Wenn im Gegensatz dazu eine Folge von gleichen Wahrnehmungen, aus unterschiedlichen Quellen durch das Aufmerksamkeitsmuster einer Reihe von Einheiten verbunden wird, so entsteht der Begriff des Raumes.

Nimmt man diese Erklärung an, dann wird klar, daß es nicht eine Metapher ist, sondern eine bloße Erfindung, zu sagen, die Zeit vergeht. Die Zeit bewegt sich nicht, es sind unsere Empfindungen, die aufeinander folgen und darum notgedrungen vergehen (Ernst von Glasersfeld, <http://www.youtube.com/watch?v=35XMxfS6n0Q>, 3.11.2012).

⁹⁷ *Die Annahme also, die naive Annahme, die uns allen sozusagen mit der Muttermilch eingegeben wurde, daß die Wirklichkeit da draußen ist, und daß es unsere Aufgabe ist, die Wirklichkeit klar zu erkennen, die Wahrheit zu sehen, wenn uns unser Leben lieb ist, die Annahme ist seit Hume und seit Kant philosophisch unhaltbar, sie ist wissenschaftlich unhaltbar seit vielen Jahrzehnten. An der Nobelpreisträger-Tagung in Lindau im Jahre 1964 sagte der Nobelpreisträger Born bereits, ich glaube, daß Ideen, wie absolute Richtigkeit, absolute*

Siegfried J. Schmidt formułuje tę kwintesencję konstruktywizmu tak:

“My konstruujemy przez nasze wielorakie czynności (postrzeganie, myślenie, działanie, komunikowanie) określoną rzeczywistość doświadczeń, którą w najlepszym razie wypróbować możemy na okoliczność jej wiabilności i możliwości życia w niej (*viability*), jednak nie na okoliczność jej zgodności z niezależną od postrzegania realnością”⁹⁸.

Jeszcze krócej wyraża to Heinz von Foerster w swojej podstawowej zasadzie konstruktywizmu: “Doświadczenie to przyczyna, świat to skutek”⁹⁹.

Żeby jednak nie było nieporozumień:

“Istnieje świat tam na zewnątrz, ale Państwo tam jeszcze nigdy nie byli, nawet w odwiedzinach”¹⁰⁰.

Jeden punkt w teorii systemów społecznych Niklasa Luhmanna ciągle jeszcze budzi w jej recepcji niejasności, a następnie oczywiście niejakkie zamieszanie. Chodzi o zależności między komunikacjami, normami i wartościami, o wzajemne usieciwienie tych zjawisk; nie pojęć, gdyż

Genauigkeit, endgültige Wahrheit Hirngespinnste sind, die in keiner Wissenschaft zugelassen werden sollen. Ein anderer großer Mann, Schrödinger, stellte in seinem Buch “Mind and Matter” (1958) fest, jedermanns Weltbild ist und bleibt eine geistige Konstruktion und hat darüber hinaus keine nachweisbare eigene Existenz. Das ist eine bittere Pille, die uns zu schaffen macht (Paul Watzlawick, <http://www.youtube.com/watch?v=3dkrIN3Is1U>, 4.01.2013).

⁹⁸ Cytowane za: Olga Prieb: *Konstruktivismus. Überlegungen zu seiner Bedeutung für den Einzelnen*. <http://userpage.fu-berlin.de/miles/konstrukt.htm>, 4.01.2013.

⁹⁹ Heinz von Foerster, <http://www.youtube.com/watch?v=ePjANOfle74>, 3.01.2013. Por. też: Olga Prieb: dz. cyt.

¹⁰⁰ Stephen Macknik, wywiad w: *Die Macht des Unbewußten*, WDR, 9.10.2012, godzina 21.00.

to tylko słowa, które stanowią jedynie materiał komunikacji. Rzecz wygląda (ma się rozumieć – moim zdaniem, ale po analizie Luhmanna)¹⁰¹ następująco.

Spółeczeństwo to komunikacje. Kiedy komunikujemy, mamy społeczeństwo; kiedy tego nie robimy, nie ma społeczeństwa. Ale ostatnie nie jest niczym strasznym, ponieważ zawsze komunikujemy i zawsze przebiegają komunikacje, a więc jest społeczeństwo. Normy natomiast to oczekiwania. Oczekiwania korygujemy przez uczenie się; jesteśmy zatem w stanie skorygować, zmienić, zmodyfikować nasze oczekiwania wtedy, kiedy się nie spełniają.

Zależność natomiast między normami i oczekiwaniami jest tego rodzaju, iż nie zachodzi między nimi relacja przyczynowo-skutkowa. Normy są co prawda oczekiwaniami, ale takimi, w przypadku których nie jesteśmy gotowi do uczenia się. Uczymy się co prawda nowych oczekiwań, ale nie zmieniamy norm bazujących na tych oczekiwaniach. Oczekiwania są więc szerszym zjawiskiem i w tym sensie nie wszystkie oczekiwania są normami, ale wszystkie normy są oczekiwaniami. W tej sytuacji w przypadku norm dochodzi do normatywnego oczekiwania normatywnych oczekiwań; oczekiwania zaś stabilizowane są w komunikacjach. Komunikujemy nasze oczekiwania, a dokładniej: oczekiwania oczekiwań, i przez to je stabilizujemy, gdyż teraz również inni mogą mieć te same oczekiwania oczekiwań.

Co do wartości Luhmann zajmuje stanowisko niejednoznaczne, wychodzi co prawda od tego, że wartości są w gruncie rzeczy preferencjami, ale równocześnie też normami. Co je mimo to wyróżnia, to fakt, że wartości nie egzystują, lecz obowiązują. O wartościach więc nie komu-

¹⁰¹ Por. na przykład: Niklas Luhmann, <http://www.youtube.com/watch?v=3mXwN-1Svay4>, 4.01.2013. Lub: <http://www.youtube.com/watch?v=wWcxJ4sPSVQ>, 4.01.2013.

nikujemy, lecz posiłkujemy się nimi, komunikując; o wartościach się nie komunikuje, lecz o ich obowiązywaniu. Innymi słowy: nie mówimy na przykład o przyszłości, o szczęściu, lecz o tym, jak je chcemy osiągnąć – co jest szczęściem, jakiej świetlanej przyszłości sobie życzymy, nad jaką pracujemy itp. One same (przyszłość i szczęście) nie stanowią tematu.

W ramach mojej teorii komunikacji traktuję te wielkości jako koncepty, również dlatego że koncepty są moim zdaniem szerszą kategorią niż same wartości, nie mówiąc już o tym, że wartości są bardzo niestabilne i zmieniają się w swoich manifestacjach (historycznie) stosunkowo szybko; koncepty natomiast stanowią bardzo stabilną i funkcjonalnie usiecioną wielkość. Jakkolwiek je jednak nazywać, ich charakter preferencji i obowiązywania dany jest dla obydwu.

Nieświadomość. Od niejakiego czasu (ca od 10 lat) utrzymuje się w ramach konstruktywizmu, ale nie tylko, bardzo duże zainteresowanie nieświadomymi procesami zachodzącymi w mózgu. Punkt ciężkości kładzie się na analizę tego, co potocznie nazywa się wolną wolą, a co, jak wykazują badania, stanowi czystą fikcję i wymysł naszych śródziemnomorskich religii i filozofii. Wyniki tych badań pokazują bowiem jednoznacznie, że coś takiego jak wolna wola nie istnieje, przynajmniej w tym sensie, że nie można wykazać jej istnienia, lecz wręcz przeciwnie: wszelkie wyniki badań neurofizjologicznych przeczą istnieniu wolnej woli.

Kilka liczb.

Wychodzi się od obserwacji, że mniej więcej 90 procent tego, czym zajmuje się mózg, przebiega na poziomie nieświadomych procesów, tylko góra 10 procent to procesy, które sobie uświadamiamy, to znaczy takie procesy, które do dalszego opracowania przekazane zostały przez

nieświadomość do świadomości (Gerhard Roth wychodzi nawet od relacji 99 procent do 1 procenta). Widać to już po tym, że arealty pracujące nieświadomie (wobec ja) opracowują 200 tysięcy więcej bodźców niż świadomość. Mózg włącza świadomość w zasadzie tylko do opracowania tego, co nowe.

Ponadto wszystko, co postrzegamy, jest już w wieku 1/3 sekundy, to znaczy: wszystkie nasze postrzeżenia pochodzą sprzed 1/3 sekundy, tyle że my nie doświadczamy tej 1/3 sekundy, lecz myślimy, że przeżywamy to właśnie, co postrzegamy, teraz¹⁰². Mózg ma naszą świadomość i nasze zmysły po to, by mieć więcej czasu na opracowywanie danych. Już droga przejścia od receptorów oczu do wzgórza (*thalamus*) trwa 50 milisekund, a dopiero po 150 milisekundach zaczynamy reagować. Decyzja w mózgu na korzyść jakiegoś działania pojawia się 7 do 10 sekund wcześniej niż samo to działanie¹⁰³.

99 procent tego, co sądzimy, że widzimy, pochodzi z pamięci, a tylko 1 procent naprawdę widzimy dodatkowo do tego¹⁰⁴. Wbrew temu, co nam się zwykle wydaje, ważność zmysłów dla mózgu, czyli danych z poszczególnych zmysłów, jest inna. Na pierwszym miejscu sytuuje się zmysł dotyku, następnie: równowagi, wzroku i słuchu. Porównaj w tej kwestii też prace Allana Snydera, Susany Martinez-Conde, a generalnie badania w Barrow Neurological Institute w Phoenix.

¹⁰² Por. Gerhard Roth, wywiad w: *Die Macht des Unbewußten*, WDR, 9.10.2012, godzina 21.00.

¹⁰³ Por. John-Dylan Haynes na przykład w: A. Tusche, S. Bode, J.D. Haynes: *Neural responses to unattended products predict later consumer choices*. "Journal of Neuroscience" 2010, 30, 8024–8031; Chun Siang Soon et al.: *Unconscious determinants of free decisions in the human brain*. "Nature Neuroscience" 2008, 11, Online, DOI: 10.1038/nn.2112.

¹⁰⁴ Por. Gerhard Roth, wywiad w: *Die Macht des Unbewußten*, WDR, 9.10.2012, godzina 21.00.

Teraz wystarczy już tylko wyciągnąć wnioski ze wspomnianych tu badań. A są one daleko idące i wesołe. Niekoniecznie dla nas i dla naszego o sobie mniemania. Ale nieświadomości to nie przeszkadza.

Można by w tym miejscu wspomnieć o jeszcze jednej bardzo silnej ewidencji na rzecz konstruktywizmu, a mianowicie o zjawisku snu, którego każdy z nas już doświadczył i ciągle doświadcza. W trakcie snu bowiem mózg nadal konstruuje światy i to bez udziału bodźców pochodzących od zmysłów, światy, o realności których (w trakcie snu) jesteśmy święcie przekonani, jak długo ten sen trwa. Wszystkie elementy takiego świata się zgadzają: drzewa wyglądają jak drzewa, ludzie jak ludzie, działa się tak, jak się zawsze działa, i to wszystko, mimo iż nie rejestrujemy w tym czasie stosownych bodźców zmysłowych oraz, co może jeszcze ważniejsze, konstruuujemy ten świat bez udziału naszej świadomości i bez możliwości wpływania świadomości na zachodzące konstrukcje. Z czego wynika, że każdy świat (ten powstający w trakcie snu i ten drugi) odbywa się w głowie, jak widać to w czasie snu.

Powstaje zatem pytanie: co nam waliduje świat konstruowany na jawie, dlaczego mniemamy, że ten jeden jest prawdziwszy niż ten drugi, czy w ogóle prawdziwy, bo realny? Oczywiście stosowne mniemanie naszej świadomości oraz komunikacje; świat na jawie ma bowiem tę cechę, że można go negocjować z innymi, można sprawdzać, czy inni też tak widzą (czyli konstruują) świat, a ponieważ w większości przypadków dochodzimy w trakcie tych negocjacji do przekonania, że owszem, to zakładamy, że ten świat jest bardziej lub w ogóle realny, a w każdym razie bardziej niż świat z naszych snów (tego ostatniego zresztą z innymi nie negocjujemy, bo już »wiemy«, że nie jest realny). Jeden i drugi świat konstruowane są przez nieświadomie zachodzące procesy, przy czym na jawie część tych procesów konstrukcyjnych przekazywana

jest przez nieświadomość do opracowywania przez świadomość tejże świadomości. Postrzegamy bowiem ów świat na jawie tylko wtedy, kiedy nasza świadomość jest częścią teraźniejszości tego świata; teraźniejszości skonstruowanej oczywiście przez nieświadome procesy w mózgu. W przypadku snu nie chodzi oczywiście o to, co śnimy, tylko o to, że. Oraz o to, co z tego wynika. Zwłaszcza kiedy uwzględnimy, że na jawie tylko 6 procent regionu mózgu odpowiedzialnego za opracowywanie bodźców wizualnych zajmuje się bodźcami dochodzącymi do oka, cała reszta stosowana do konstrukcji tego, co widzimy, pochodzi z pamięci. A zatem patrząc, bardzo niedokładnie patrzymy, a w zasadzie nie tyle patrzymy, ile przypominamy sobie, cośmy już widzieli. Jeśli więc niewiele, to i niewiele potem widzimy. I również tutaj pojawiają się niepokojące konsekwencje tego procesu.

Przy czym zarówno we śnie, jak i na jawie dochodzi do bardzo ciekawego zjawiska, a mianowicie zarówno tu, jak i tam nie jesteśmy w stanie nic sobie wyobrazić bez naszego w tym udziału. We wszystkich świadomych rezultatach procesów mózgowych zawsze bierze w nich udział 'ja'. Proszę spróbować sobie wyobrazić jakąś sytuację czy doświadczyć jakiejś sytuacji, w której 'ja' nie brałoby udziału, niechby nawet tylko jako obserwator. To niemożliwe. Mimo zatem iż większość procesów w mózgu zachodzi nieświadomie, nasze 'ja' zawsze mniema, że albo ma ono w tej produkcji udział, albo przynajmniej sobie dane coś obserwuje, w każdym razie jest na miejscu. To samo widoczne jest w naszym zwyczaju nieustannego rozmawiania ze sobą, przez cały dzień gadamy sobie w naszym mózgu. Powód i tutaj jest prosty – potwierdzamy sobie nieprzerwanie naszą egzystencję. Bo skoro w moim mózgu cały czas się gada, to w takim razie 'ja' to gada. A więc jest/jestem. Proszę rozważyć też (zastyszane przeze mnie) zdanie na temat śmierci:

“Kto mógłby o sobie wiedzieć, że (już) nie egzystuje, jeśli nie my sami”.

Z czego wynika, że wiedzieć możemy o sobie tylko i wyłącznie, że egzystujemy (a nie, że nie). Ano właśnie – ponieważ zawsze bierzemy udział w procesach mózgowych. Do czasu, ma się rozumieć.

Z tego wszystkiego zaś wynika, że neuronalne stany (w naszym mózgu) nie są odbiciem, odzwierciedleniem, reprezentacją itp. istniejącego tam na zewnątrz świata, lecz rezultatami neuronalnych stanów. Mózg reaguje na neuronalne stany za pomocą neuronalnych stanów. Ponieważ zaś te jedne są rezultatem tych innych, tworzymy z tego czas, a ponieważ gdzieś zachodzą, tworzymy z tego przestrzeń. Procesy te nie zachodzą jednak tylko w mózgu, ta sama logika procesualna występuje również w działaniach – nasze działania są konsekwencjami innych działań. Zwróćmy uwagę, że nie ma działania, które nie powstałoby z innego; cokolwiek sobie wyobrażymy lub jakkolwiek zadziałamy, będzie to konsekwencją innych działań (naszych czy kogoś innego). To samo dotyczy oczywiście komunikacji. Każda komunikacja jest konsekwencją innej komunikacji. Inaczej nie byłoby powodu, by zaczynać.

Jest tylko proces, generujący wszystko pozostałe, jako tło konceptualne dla tego procesu. Proces sam dla siebie niczego nie potrzebuje/nie wymaga; my natomiast tworzymy z faktu jego działania nasz świat. Dlaczego nie? Tym bardziej że odwraca to naszą uwagę od procesu, i on może sobie spokojnie procesować. Co widać bardzo wyraźnie w wynikach badań nad tak zwaną wolną wolą. Potrafimy bowiem wykazać, że nasz mózg przygotowuje daną akcję naszego ciała (na przykład ruch ręki), nim świadomość się na tę akcję zdecydowała, czy precyzyjniej: nim świadomość się na to zdecyduje. Ta ostatnia jeszcze nie wie, co zaraz zrobi. Ale na pewno zrobi. A potem to sobie oczywiście wyjaśni.

W tym miejscu oraz po omówieniu (wyżej) koncepcji 'ja' i działania mózgu w tym wymiarze, jak i po zaprezentowaniu stanowiska konstruktywizmu na postrzeganie i (generalnie) pracę mózgu, chciałbym jeszcze raz powrócić do zjawiska informacji. Stanowi ono bowiem ciągle jeszcze kwestię otwartą i przedmiot wielu badań. Sam termin czy pojęcie stały się jednak dość zagmatwane i obrosły w liczne, niekoniecznie sensowne, znaczenia i konteksty terminologiczne.

Generalnie możemy aktualnie wyróżnić trzy do czterech perspektyw podejścia do informacji.

Po pierwsze spotykamy metaforyczne użycie tego pojęcia zarówno w języku potocznym, jak i w humanistyce czy w niektórych naukach społecznych. 'Informacja' stanowi tu w zasadzie synonim znaczenia oraz rozumiana jest w ramach metaforyki transportowej, jako swego rodzaju wehikuł przekazu kierowanego od nadawcy do odbiorcy, przy czym ten pierwszy będący w posiadaniu informacji przekazuje ją temu drugiemu; na co ten ostatni może przejąć rolę pierwszego i kontynuować proces.

Wadą takiego rozumienia informacji jest niemożność wykazania tego mechanizmu na jakimkolwiek przykładzie. O ile bowiem (pozostając w ramach metaforyki przekazu) przekazuję komuś na przykład paczkę, o tyle w rezultacie ów ktoś tę paczkę posiada, ja zaś jej już nie posiadam. Kiedy natomiast przekazuję komuś informację, to nie dość, że teraz obaj ją posiadamy, to jeszcze dochodzi do ciekawego zjawiska, a mianowicie: przekazując informację, w rzeczy samej przekazałem coś, co dla mnie informacją wcale nie było, gdyż przecież wiedziałem to, co dla tego drugiego, do momentu dowiedzenia się tego przez niego, było informacją. O ile oczywiście on tego już wcześniej nie wiedział;

jeśli natomiast wiedział, to w takim razie co ja mu przekazałem? A już ostatecznie gmatwa sprawę fakt, że nie ma na dodatek procedury badawczej, pozwalającej na stwierdzenie, co też ten drugi z takim przekazem zrobił (czy go zrozumiał, na ile go zrozumiał i ile z tego, co do niego dotarło, zrozumiał), procedury innej jak tylko usłyszenie od niego relacji z odbytego właśnie procesu, czyli kolejnej komunikacji, ale teraz już na temat poprzedniej. Następną wadą tego rozumienia informacji jest to, iż w tak skonceptualizowanym procesie nie jest wcale potrzebny nadawca, przez co powstaje problem – co kto komu w takim razie przekazuje. Takim przypadkiem są wszelkie procesy pomiarowe; kiedy coś mierzymy (temperaturę, ilość światła, gatunki drzew w lesie itp.), wtedy również otrzymujemy w rezultacie informację, mimo iż trudno tu mówić o nadawcy. W tym samym sensie nie jest również potrzebny odbiorca, a przynajmniej dopuścić musimy również odbiorcę rozumianego już tylko metaforycznie. To ostatnie wtedy, kiedy takim odbiorcą są systemy techniczne (na przykład termostat).

Widzimy wyraźnie, że metaforyka przekazu między jakkolwiek rozumianymi dwiema instancjami donikąd nas (z uwagi na zjawisko informacji) nie prowadzi oraz niczego nie wyjaśnia. Pozostawmy zatem to rozumienie informacji komunikacji codziennej, gdzie ono sobie z powodzeniem może funkcjonować.

Po drugie, w ramach teorii informacji, spotykamy od czasu zdefiniowania informacji przez Claude'a Shannona (i stosownych komentarzy Warrena Weavera) również zastosowanie tej samej metaforyki, jednak w kontekście procesów zachodzących między maszynami i w kontekście optymalizacji przekazu rozumianego technicznie (czyli telekomunikacyjnie). W tym ujęciu informacja to usuwanie niewiedzy lub uzyskiwanie wiedzy. Shannon i Weaver nadal stosują jeszcze pojęcie nośnika infor-

macji, ale już niekoniecznie rozumianego jako element sprowadzalny do jednostki, do organizmu¹⁰⁵.

Wadą dyskwalifikującą obydwie wymienione dotychczas perspektywy (w odniesieniu do nauk społecznych oczywiście) jest niemożność wyjaśnienia przez nie zjawiska zużywania się i likwidacji (czyli pożerania) informacji, zwłaszcza w rezultacie przyjęcia jej entropicznego charakteru (a od tego kroku nie ma ucieczki). Informacja ma bowiem, jak wiemy, tę ciekawą właściwość, że wraz z jej pojawieniem się sama się niweluje; czyli dane coś w danym momencie *zawiera* (potencjalnie) tyle i tyle informacji, zaś z chwilą pojawienia się tego czegoś w ramach jakiegoś procesu informacja (w nim przedtem zawarta teraz) znika, poprzez fakt jej manifestacji.

Przykład: kiedy pytamy o godzinę i następnie dowiadujemy się tego, w tym samym momencie, w którym się tego dowiedzieliśmy, informacja o tym, która jest godzina, traci swoją informację/informacyjność, gdyż właśnie się dowiedzieliśmy, która jest godzina, czyli już to wiemy (patrz definicja informacji Shannona). Kiedy zaś w następnej chwili usłyszymy po raz kolejny to samo zdanie o tym, która jest godzina, zdanie to, w przeciwieństwie do jego poprzedniej wersji sprzed chwili, nie będzie już zawierało żadnej informacji.

Dlatego też Claude Shannon operował właśnie prawdopodobieństwem pojawienia się czegoś (a nie samym tym czymś), i dopiero owo prawdopodobieństwo stanowiło informację, która jednak w momencie pojawienia się znikała, gdyż już nie była prawdopodobna, lecz zaistniała. Coś zatem informację (jedynie) zawiera, a z chwilą jej manifestacji ta ostatnia

¹⁰⁵ Claude Elwood Shannon, Warren Weaver: *The mathematical theory of communication*. Urbana 1949.

się likwiduje. Skoro zatem tak jest, obydwie te rozumienia informacji są nieprzydatne, gdyż niczego nie tłumaczą, jeno opisują.

Po trzecie mamy wprowadzone swego czasu przez Gregory'ego Batesona rozumienie informacji na poziomie abstrakcyjnym w oderwaniu od miejsca, w jakim informacja funkcjonuje, oraz, co jest zaletą tej koncepcji i stanowi o jej niezmiernej elegancji, rozumienie rezygnujące z wyróżniania jakiegokolwiek nośnika i z metaforyki transportu czy przekazywania czegokolwiek, podejście konceptualizowane wyłącznie jako relacja obserwowana z perspektywy danego konstruktora, bez odnoszenia jej do jakiegokolwiek poziomu referencji. Słynne już zdanie Gregory'ego Batesona na temat informacji brzmi: *In fact, what we mean by information – the elementary unit of information – is a difference which makes a difference*¹⁰⁶. Lub w innym sformułowaniu: "Terminus technicus 'informacja' może na razie zostać zdefiniowany jako jakakolwiek różnica, która przy późniejszym wydarzeniu czyni różnicę"¹⁰⁷.

Jak widzimy, nie ma tutaj odniesień do jakichś konkretnych zjawisk, obiektów czy referencji właśnie, lecz jedynie opis samego mechanizmu, który zaobserwowany i/lub zastosowany może zostać wszędzie, gdzie odbywa się stosowny proces. Bateson ukierunkowuje więc zjawisko procesualnie.

Weźmy prosty przykład z codzienności. Kiedy wychodzę od dyferencji 'iść/nie iść na zajęcia ze studentami' i wybieram opcję niepójścia na nie, powoduję tym niechybnie kolejną dyferencję – 'ukarać/nie ukarać za to Fleischera naganą z wpisaniem do akt'.

¹⁰⁶ Gregory Bateson: *Ökologie des Geistes: Anthropologische, psychologische, biologische und epistemologische Perspektiven*. Frankfurt am Main 1983, 408.

¹⁰⁷ Gregory Bateson: *Step to an Ecology of Mind*. Chicago 2000, 48.

Inny przykład. Wychodzę z domu, kiedy pada deszcz, wyszedłszy – moknę. Dyferencja ‘pada/nie pada’ tworzy dyferencję ‘zmoknę/nie zmoknę’.

Dokładnie w ten sposób Bateson rozumie informację. W obydwu wypadkach – w odniesieniu do pierwszej dyferencji. Weźmy jeszcze inny przykład. ‘We Wrocławiu zbudowano wieżowiec/nie zbudowano wieżowca’ oraz ‘poszedłem na zajęcia/nie poszedłem na nie’. Wniosek – nie ma informacji (w odniesieniu do pierwszej dyferencji).

Jak nietrudno zauważyć, niejaką wadą, a przynajmniej niedogodnością tego stanowiska jest jego bliskość do konceptu przyczynowości, co tym samym zmniejsza moc wyjaśniającą pojęcia informacji, gdyż powstaje pytanie: dlaczego w takim razie nie pracować od razu przyczynowością właśnie?

Co nieco problematyczne jest tu oczywiście również odbarwianie obydwu tradycyjnych definicji informacji w trakcie stosowania tej zaproponowanej przez Batesona. Ta ostatnia odnosi się do pustej semantycznie relacji, podczas kiedy przywykliśmy do tego, że pójście na zajęcia lub nie (padanie deszczu/brak deszczu itp.) to już informacja. Nie jest to jednak problem samej koncepcji, lecz tylko przywyknięcia do nowej i tym samym nieprzywykłej perspektywy.

Czwartą aktualnie pojawiającą się perspektywą operacjonalizacji pojęcia informacji, co ciekawe – proponowaną zarówno w neurofizjologii, jak i w fizyce kwantowej, jest traktowanie informacji jako zjawiska semantycznego (neurofizjologia) lub jako synonimu energii i w tym sensie również podobnego czy zbliżonego do semantyki, informacji jako elementu nadającego energii znaczenie w ten sposób, że powstaje z niej materia

(fizyka kwantowa)¹⁰⁸. Anton Zeilinger idzie nawet o krok dalej i stawia znak równości między informacją a rzeczywistością, wychodząc od obserwacji, że nie ma rzeczywistości, o której nie posiadamy informacji; czyli to, co może być powiedziane, jest konstytutywne dla tego, co jest rzeczywistością, gdyż nie można nic powiedzieć o właściwościach przed ich obserwacją. Informacja zatem to rozumienie i wyposażanie tego, co obserwujemy, w sens i znaczenie. W tym rozumieniu informacja jest niezależna od sprzężenia z przekazem.

Lub jak Anton Zeilinger sam to formułuje:

“Nie jestem zwolennikiem konstruktywizmu, lecz zwolennikiem interpretacji kopenhaskiej. Według tego stan kwantowy jest informacją, którą o świecie posiadamy (...) Ostatecznie okazuje się, że informacja jest istotnym podstawowym budulcem świata. Musimy się kiedyś, chcąc nie chcąc, pożegnać z naiwnym realizmem, według którego świat istnieje sam w sobie, bez naszego udziału i niezależnie od naszej obserwacji”¹⁰⁹.

¹⁰⁸ Por. na ten temat: Gerhard Roth, Christian Eurich: *Der Begriff der Information in der Neurobiologie*. W: Reiner Kuhlen, Thomas Seeger, Dietmar Strauch (Red.): *Grundlagen der praktischen Information und Dokumentation*. München 2004, 693–698.

¹⁰⁹ Wywiad przeprowadzony przez Andreeę Naicę-Loebella, Telepolis, 7.05.2001, <http://www.heise.de/tp/artikel/7/7550/1.html>, 10.02.2013.

Interpretacja kopenhaska, jak przeczytać można w Wikipedii, to próba wyjaśnienia stanu materii/fal na poziomie mechaniki kwantowej, sformułowana przez Nielsa Bohra i Wernera Heisenberga. Według tej koncepcji, charakter prawdopodobieństwa prognoz w ramach teorii kwantów nie jest wynikiem niedoskonałości teorii, lecz zasadniczo nieprzewidywalnego charakteru samych zjawisk na poziomie kwantowym. W konsekwencji rezygnuje się w ramach tej teorii z przypisywania obiektom rzeczywistości, na korzyść traktowania ich jako środków do prognozowania prawdopodobieństw wyników pomiaru, które widziane są dopiero jako jedyne elementy rzeczywistości. A nie rzeczywistości (w wolnym przekładzie za: http://de.wikipedia.org/wiki/Kopenhagener_Deutung, 10.02.2013).

W tym rozumieniu posiadanie właściwości to właśnie informacja, jaką wykazuje to, co my określamy jako świat. Rzeczywistość nie jest zbudowana z obiektów (rzeczy), lecz to dopiero obserwacja ustala i decyduje o tym, co jest, co istnieje. Przedtem, by tak rzec, mamy do czynienia z potencjalnościami, czyli z obszarem możliwości.

Trudność w zrozumieniu tych zależności bierze się również, jeśli nie przede wszystkim, z językowego charakteru naszych komunikacji. Sprawdzając rzecz do podstawowej różnicy, powiedzieć możemy, że nasze języki naturalne skonstruowane są jako języki typu 'co' (co to jest, czym jest x', w sensie: czym jest życie/natura/materia, co to jest życie itp.), czyli jako języki *najpierw* wyróżniające (w charakterze aporii i apriorycznie) jakiś obiekt, a *następnie* pozwalające na debatowanie na ten temat i na temat właściwości tych obiektów, skoro, jak przecież słyszymy, dany obiekt już jest, więc jest o czym rozmawiać i debatować. I nie ma w tym nic zdrożnego, gdyż właśnie w tym celu te języki zostały wymyślone – aby perpetuować się mogła komunikacja.

Ponadto jednak istnieją również, tyle że w ramach nauki, inne języki, języki typu 'jak', to znaczy zajmujące się nie obiektami, lecz procesami; zajmujące się tym, jak coś działa, przebiega, wpływa na siebie nawzajem, nie interesując się w trakcie obserwacji obiektami, gdyż wiadomo, że są one rezultatami, produktami procesów dopiero lub, jak to ma miejsce na poziomie kwantowym, obserwacji (takim językiem jest na przykład matematyka).

Jakie konsekwencje dla nas z tego wynikają? Komunikując, komunikujemy sobie za pomocą naszych języków naturalnych, gdyż do tego one służą; kiedy jednak *badamy* komunikacje, przejść musimy na języki typu 'jak', czyli na pozycję obserwatora, tworzącego w trakcie obserwacji procesów produkowane przez te procesy objekty.

Nie ma zatem na przykład stereotypów, lecz w trakcie obserwacji procesualności komunikacji stwierdzić możemy jeden z jej produktów, na przykład stereotypy, o takiej, a nie innej funkcji w tej komunikacji. Kiedy zatem mówię, że 'Niemcy są kartoflani', to jestem o tym, że tacy są, święcie przekonany, gdyż widzę to przecież i obiekt taki (dla mnie!) bez wątplenia występuje i istniał już, nim rozpocząłem komunikację na ten temat, i w żadnym wypadku nie jest stereotypem (bo nie jest), lecz świętą prawdą. Ja to chyba muszę wiedzieć. Kiedy natomiast obserwuję jakąś komunikację (niechby nawet moją), wtedy widzę, że w procesie mówienia, w obserwowanej rozmowie, która posiada takie, a nie inne funkcje (na przykład ośmieszenia Niemców; o co nietrudno), pojawia się (pewnie między innymi) taki właśnie obiekt (stereotyp – Niemcy są kartoflani), będący produktem tego procesu. W takiej samej rozmowie na ten sam temat w innej sytuacji może się, na mocy potencjalności, pojawić inny obiekt (na przykład porównanie, normatyw, wartościowanie), gdyż tym razem dana funkcja spełniania jest w procesie za pomocą innych tworzonych na tę okoliczność obiektów. Na poziomie języków typu 'co' debatujemy o tym, kim lub jacy są Niemcy. I debatujemy sobie. Proszę zauważyć, że debata taka nie miałaby końca i może się toczyć do utraty sił debatorów. Na poziomie języków typu 'jak' zajmujemy się tym, jak działa koncept 'Niemcy' w konkretnych procesach, jeśli się w nich był pojawił.

Czyli nic nie *jest* stereotypem, lecz (pewnie) wszystko może się *pojawić* w funkcji stereotypu (w konkretnej komunikacji); obiekty powstają jako obiekty przy zastosowaniu/na skutek zastosowania funkcji.

Poziom abstrakcji (a równocześnie metaforyczności) czwartej perspektywy operacjonalizacji informacji jest jeszcze wyższy niż w przypadku Batesona, niemniej jednak warto chyba tym tropem pójść, skoro fizyka kwantowa wprowadza bardzo ciekawe ewidencje w tej kwestii.

Hegel ubolewa nad tym, że "Chińczycy, Hindusi, Egipcjanie w swoim wyrazie piękna (...) pozostali przy złym, nieprawdziwym stanowieniu formy i prawdziwym pięknem nie mogli zawładnąć, ponieważ (...) treść i myśl ich dzieł sztuki (...) cechowało złe stanowienie"¹¹⁰.

No cóż.

Ale to nie tylko Hegel, weźmy bowiem definicję ontologii Heideggera.

"Ontologia to nauka o tym, co jest, jako byt z uwagi na tego bytu byt"¹¹¹.

Weźmy zatem coś rozsądniejszego.

"On: Jeśli nie wrócę, powiedz mojej matce, że ją kocham.

Ona: Twoja matka przecież nie żyje.

(pauza)

¹¹⁰ Hegel beklagt, daß "die Chinesen, Inder, Ägypter bei ihren Kunstgestalten (...) von schlechter, unwahrer Bestimmtheit der Form blieben und der wahren Schönheit sich nicht bemächtigen konnten, weil (...) der Inhalt und Gedanke ihrer Kunstwerke (...) von schlechter Bestimmtheit waren" (Georg Wilhelm Friedrich Hegel: *Vorlesungen über Ästhetik I*. Frankfurt am Main 1975, 105).

A co by Hegel powiedział, gdyby żył dzisiaj i wiedział, co my dziś wiemy? A co my byśmy powiedzieli, gdybyśmy żyli za 100 lat i wiedzieli to, co oni wtedy będą wiedzieć? Wniosek – trzeba być ostrożnym.

¹¹¹ *Ontologie ist die Lehre vom Seienden als Sein im Hinblick auf sein Sein* (Martin Heidegger: *Sein und Zeit*. Tübingen 2006, 78).

On: No dobrze, to sam jej to powiem¹¹².

Fragment. Zasada fragmentaryczności jest komunikacyjnym mechanizmem, przez który do komunikacji wejść mogą wartościowania i hierarchie, i to takie, które stanowią przez innych (*fremdbestimmt*). Weźmy jako przykład mecz tenisa. Kiedy pokazuje się w telewizji cały mecz tenisa, wtedy ja, jako widz, mogę sobie sam wybrać uważane przeze mnie za najładniejsze wymiany piłek, a ktoś inny – inne. Kiedy jednak w mediach pokazywane są tylko wycinki i tylko najładniejsze wymiany piłek (a już nie cały mecz), wtedy ktoś inny ustala, co jest najładniejsze (por. w tym kontekście YouTube jako taki). Istnieje teraz możliwość, że jeśli robi to zawsze tylko jedna grupa (jedna subkultura, jeden interdyskurs itp.), to ona (świadomie bądź nieświadomie, to bez znaczenia) wyznacza standardy, a ponieważ w tej sytuacji zawsze tylko to samo jest ładne, wpływa to na hierarchię wartości w komunikacji.

Kiedy przeniesie się to zjawisko na trochę poważniejsze tematy niż tenis, wtedy rzecz staje się ciekawa. Mielibyśmy wtedy do czynienia z indykatorem wartości, który z takich wyborów można by skonstruować. Mierzyłby on, jak duży jest udział fragmentów pokazywanych bez pokazywania całości w komunikacjach, dyskursach, w jakimś medium itp. Im większy byłby stopień czy udział fragmentaryczności, tym silniej by się wartościowało i tym bardziej niebezpieczne byłoby to dla relacjonalności komunikacji. Z wyboru fragmentów natomiast odczytać można by, jakie kryteria są przy tym stosowane i za pomocą jakich konceptów są one wprowadzane.

¹¹² Bohater filmu (Llewelyn Moss) podejmuje niebezpieczne działanie, mogące go kosztować życie, i w cytowanym tu dialogu żegna się z żoną (Carla Jean Moss). W: *No Country for Old Men*, reż. Ethan i Joel Coen, 2007.

A skoro już jesteśmy przy tenisie, to omówić chcę tu jeszcze tak zwany syndrom 10 asów. Rzecz ma się tak: w trakcie jakiegoś meczu tenisa (a zjawisko pojawiło się wraz z Borisem Beckerem) gracz popełnia, bo jest w tym dniu w dobrej formie, dużo asów. Wszyscy się wtedy, oglądając mecz w telewizji, zachwycamy – grą i graczem. W kolejnym meczu jednak już tyle asów mu nie wychodzi. Co teraz? Skoro media są tak skonstruowane, że, w przypadku sportu, muszą pokazywać tak zwane sukcesy (lub porażki, ale to funkcjonalnie to samo), a pokazywać to znaczy konstruować, a ‘stopniowanie w górę’ (lub w dół) czy ‘wzrost’ (lub upadek) są istotną cechą komunikacji w mediach i nie tylko, to stosowany w tym celu trick polega na tym, że obniża się poprzeczkę dla tego, co nazywamy asem, tak że teraz w grze pojawia się jeszcze więcej asów (więcej, niż gdybyśmy stosowali poprzednie kryterium). Z uwagi na dynamikę systemu i jego prawidłowości prowadzi to na dłuższą metę oczywiście do załamania się systemu, czyli ad absurdum.

Ten sam zabieg funkcjonuje oczywiście w odniesieniu do całej komunikacji. Generalnie obniża się poprzeczkę i kryterium wystąpienia danego x (i w ten sposób na przykład Barack Obama mógł być otrzymać pokojową Nagrodę Nobla), aby wyprodukować dynamikę i sukces. Innym środkiem służącym do tego samego celu jest wymiana/zamiana wzorców, to znaczy przeniesienie jednego wzorca (jednej miary) dla x z określonego obszaru na inny obszar.

Przykład: istnieje koncept przyjaciela i istnieją kryteria tego, jak zdobyć przyjaciół i wypracować sobie wokół siebie grupę przyjaciół, na których można polegać i którzy mogą człowiekowi w życiu pomóc, i którym on sam może pomóc. I teraz ten wzorec przenosi się do Facebooka, gdzie, aby być przyjacielem, wystarczy nacisnąć stosowny przycisk. I tak dochodzi do tego, że pewien mały niedźwiadek w berlińskim zoo posiada 20 tysięcy przyjaciół (do tego stopnia, że posiada ich nadal tyle nawet dziś, kiedy już nie żyje). Po prostu wzorec przyciskania guzika w celu wyrażenia

swojego stanowiska typu OK (na przykład w bankomacie) przeniesiony zostaje na koncept przyjaźni. Co jest co prawda bez sensu, ale funkcjonuje. Prowadzi jednak też do zaburzeń psychicznych, na przykład u mnie, który nie mam niestety przyjaciół, bo nie jestem 'na facebooku' i tym samym nie potrafię posiadania przyjaciół wykazać.



113

Takich jak my nie ma, bo my jesteśmy jedyni.

Ładne zdanie. Poetyckie, pełne treści i możliwości interpretacji. A teraz w wersji z liczbami:

Takich sześcioro jak nas pięcioro nie ma czworo, bo my troje jesteśmy dwojgiem jedynych.

Też ładne zdanie, tylko sensu jakby więcej. Tyle że liczby tracą sens.

Jeżeli, co daj boże, pana boga nie ma, to chwała bogu, ale jeśli, nie daj boże, pan bóg jest, to niech nas ręka boska broni (żydowskie powiedzonko).

Bardzo ładnie w tym cytacie widać charakter językowy słów i ich status konceptów oraz przechodzenie jednego w drugie. Z jednej strony mamy frazeologizmy ('chwała bogu' itp.), czyli obiekty o czysto językowym

¹¹³ <http://www.greenbookblog.org/2012/12/17/like-it-or-not/>, 8.02.2013.

charakterze, które zastąpione mogą zostać bez problemu innym frazeologizmem; a z drugiej strony mamy koncepty komunikacyjne (tu: ‘bóg’), za którymi stoi cała wiązka znaczeń, historycznie powstałych i funkcjonujących w naszych komunikacjach od dawna. Tych konceptów w tekście już wymienić nie można, one stanowią jakby jego kręgosłup semantyczny. Cały cytat natomiast pokazuje, że w obydwu wypadkach mamy do czynienia tylko z komunikacją, tylko z wielkościami komunikacyjnymi, o różnym charakterze i o różnej mocy co prawda, ale z jednostkami, którymi się komunikuje, i nic więcej.

“Satyra to estetycznie socjalizowana agresja”¹¹⁴.

Nie znam zgrabniejszej definicji satyry, również dlatego że to jedna z tych definicji, które pokazują mechanizm zagadnienia, a nie stanowią jedynie mniej lub bardziej zgrabną synonimizację, czyli zamianę jednego słowa na inne.

Ty wyglądasz tak samo, jak ja się czuję.

“Stan bez posiadania” (Sen no Rikyū).

Gdyby to tak przez chwilę przemyśleć.

¹¹⁴ Jürgen Brummack: *Zu Begriff und Theorie der Satire*. “Deutsche Vierteljahresschrift für Literaturwissenschaft und Geistesgeschichte” 1971, 45, 275–377 (strona 275); por. też: Jürgen Brummack: *Satire*. W: Georg Braungart et al. (Red.): *Reallexikon der deutschen Literaturwissenschaft*. Bd. 3. Berlin–New York 2003, 355–360.

Jest takie ładne prawo nauki, składające się tylko z dwóch paragrafów (niestety nie znam autorstwa tego prawa i cytatu):

„§ 1: Nauka ma zawsze rację.

§ 2: Jeśli nauka nie ma racji, obowiązuje § 1”.

“Nie widzimy rzeczy już jakimi są, lecz widzimy je najczęściej tak, jak sądzimy, że inni mniemają, jak my je powinniśmy widzieć” (Sebastian Pufpaff).

Facebook – ktoś płaci komuś za to, że sam z siebie robi durnia, gdyż tamten dostarczył mu do tego narzędzi; tamten, któremu się płaci.

Albo w formie bardziej przejrzystej:

A płaci B za to, że A robi z siebie durnia za pomocą narzędzi dostarczanych przez B. Ale za te narzędzia A również płaci B, żeby B mógł zarabiać nie tylko na A.

Trzeba by się zastanowić nad tym, jak i dlaczego to funkcjonuje. Jedno wyjaśnienie już mamy:

“Sieci społeczne łąpią wszystkich, którzy wyglądają jak ryba” (Team & Struppi).

Inne wyjaśnienie zawarte jest w pierwszym prawie kapitalizmu, które brzmi: jeżeli coś jest za darmo, to wtedy Ty jesteś produktem¹¹⁵.

Skoro już jesteśmy przy Facebooku, to jeszcze jedno spostrzeżenie. Portal ten istnieje od 2004 roku, czyli działa aktualnie od dziewięciu lat. Niewykluczone, że z powodu swej struktury i czasu, od jakiego funkcjonuje, oraz powszechnego (w naszych kręgach społecznych i geograficznych) korzystania z niego przez, między innymi, młodzież doszło do wykształcenia się stosownej generacji czy grupy w populacji (społecznej i komunikacyjnej). W tym samym stopniu, w jakim ruchy społeczne z lat 50. (Bebop, Beat Generation) spowodowały pojawienie się hipsterów¹¹⁶, a ruchy młodzieżowe z lat 60. powstanie pokolenia '68, następnie generacji X, generacji Golf itp. Niekoniecznie z powodu hołdowania spiskowym teoriom dziejów, wydaje mi się, że taką nową generację można już zaobserwować i scharakteryzować następująco.

Generacja Facebook to ludzie, którym już nic nie można powiedzieć, których niczego nie można nauczyć, czego by już nie wiedzieli. To znaczy, że kiedy czegoś nie wiedzą, wtedy nie przyjmują tego do wiadomości. Interesuje ich tylko to, co już wiedzą; czyli to, co było lub jest na Facebooku, można by złośliwie dodać. Jeśli to, co się im mówi, zgadza się z tym, co wiedzą, to w porządku. Wszystkiego innego nie przyjmują do wiadomości.

Przykład: na pytanie "Czy dużo nauczyłeś się na [tych konkretnych – MF] zajęciach?" w ankiecie jednej z ewaluacji na uniwersytecie zakreślo-

¹¹⁵ Nie wiem, kto to prawo sformułował (skrzydlate słowo), ale numeracja pochodzi ode mnie.

¹¹⁶ Sama nazwa pochodzi z końca lat 40. od pseudonimu pianisty w stylu boogie – Harry "The Hipster" Gibson.

na została przez studentkę opcja “zdecydowanie nie”, zaś uzasadnienie brzmiało: “bo nic nie rozumiałam”. Abstrahując od tego, że powody niezrozumienia mogły być dwa (niedostatki dydaktyczne wykładowcy lub kognitywne studentki), cytowana tu odpowiedź daje do myślenia.

“Brak widocznej przemocy pozwala manipulacji udawać tę wolność, której pozbawia” (Friedrich Hacker)¹¹⁷.

“iOS 5.1.1. usuwa problem, przy którym pojawił się napis: *kupno nie jest możliwe*” (jedna z aktualizacji dla iPada Apple)¹¹⁸.

A zatem fakt, że “kupno nie jest możliwe”, stanowi problem.

¹¹⁷ Friedrich Hacker: *Motto*. “Brandeiens” 2013, 2, 49.

¹¹⁸ iOS 5.1.1. *Behebt ein Problem, bei dem der Hinweis Kaufen nicht möglich angezeigt wurde* (<http://www.apple.com>, 2.01.2013).



“Ludzie ludziom zgotowali ten los”¹¹⁹.

Cóż za niewspółmierność podpisu z obrazem. W takim razie zdjęcie powinno być straszniejsze albo tekst mniej nacechowany, na przykład: ‘Sąsiedzi sąsiadom zgotowali ten los’. Ale wtedy znowu będzie kabaret.

A co by się stało, gdybyśmy powiedzieli: ‘Idioci idiotom zgotowali ten los’? No cóż, wtedy byłoby niesympatycznie. Obrazilibyśmy co najmniej jednych. To już lepiej wziąć inne zdjęcie.

Definicja wojny: wojna to rynek zbytu dla przemysłu zbrojeniowego.

¹¹⁹ W kolorze – por. aneks, zdjęcie nr 13.

Z definicjami to taki problem. Czasami bywają niesympatyczne właśnie.

Ale tutaj ciekawe jest pytanie o to, na jakim tle ta definicja powstała, w ramach jakiego dyskursu sytuuje się jej prawdziwość i dlaczego nie wszyscy się na nią zgodzą. I to mimo iż pochodzi ode mnie.

“My Polacy tak mamy. Lubimy niskie ceny”¹²⁰.

Jakaż niezręczność. Dlaczego nikt nie wpadł na to, najlepiej przed produkcją hasła i plakatu, że “niskie ceny” posiadają w języku jeszcze inne znaczenie, a mianowicie – ‘tanio = tandeta’, i to zasadniczo znaczenie silniejsze niż tu zamierzone, zgodnie z drugim kapitalistycznym prawem konsumenta, które brzmi: tanie nie może być dobre, a drogie nie musi być dobre.

A ponadto po co w to mieszać Polskę, co ma z tym wspólnego kraj i jego mieszkańcy, że pewna sieć sklepów spożywczych sprzedaje tanie serki lub coś równie wytwornego (patrz zdjęcia nr 14).

Stosunkowo zabawny w tym kontekście jest fakt, że Biedronka należy do portugalskiej grupy przedsiębiorstw Jerónimo Martins, a dyrektorem zarządzającym i prezesem Biedronki w Polsce jest Luís Palha. Z ‘polskością’ Biedronki bywa więc różnie.

Niewykluczone jednak, że ta reklama działa. I to by dopiero rzeczywiście był problem.

¹²⁰ Tekst na plakacie reklamowym Biedronki; por. też zdjęcia innych plakatów tej kampanii (nr 14). Inne teksty z tej serii: “My Polacy tak mamy. Doceniamy polskie produkty”, “My Polacy tak mamy. Lubimy tradycyjne smaki”, “My Polacy tak mamy. Lubimy spędzać święta z rodziną”, “9 na 10 produktów spożywczych w Biedronce pochodzi z Polski”. Dla równowagi dodaję jeszcze zdjęcie z tekstem w innym języku (nr 14f).

W tej sytuacji można by, czy wręcz należałoby, zapytać, czy nie istnieje przypadkiem zależność przyczynowo-skutkowa między omawianymi tu plakatami i stojącym za nimi sposobem myślenia (o ile oczywiście koniecznie trzeba to nazwać myśleniem) z jednej strony, a prezentowanymi na zdjęciach (nr 15) graffiti z drugiej. Przy czym nie uzurpuję sobie prawa do decydowania o tym, co jest przyczyną, a co skutkiem. Graffiti te są bowiem stosunkowo niepokojące; nie one same jako takie, gdyż to jedna z form sztuki, lecz te konkretne, występujące również w innych formach zapisu. Proszę bowiem zauważyć, że w kraju, w którym niemieccy naziści (lub jeśli Państwo wolą – Niemcy) zamordowali wiele milionów ludzi z tego kraju, pojawiają się młodzi faszyci, mający niewątpliwie na celu to samo, aczkolwiek nie jest jeszcze sprecyzowane, kogo będą mordować, na razie jako kandydaci podawani są tylko komuniści i dość generalnie – “skurwysyny” (alternatywnie – “lewackie ścierwo”). Niezręczność mojego stylu w tym miejscu wynika tym razem tylko z zażenowania i bezradności (komunikacyjnej). Już sama ta sytuacja jest kuriozalna. O tyle bardziej, jeśli powiązemy to z kampanią reklamową Biedronki. Firma sprzedająca serki płynne na tej samej fali, co niektórzy okoliczni mieszkańcy; firma, której wydaje się, że to jedno nie ma nic wspólnego z tym drugim. Zapewniam Państwa, że jednak ma. Dokładnie tak bowiem zaczęło się to swego czasu we wspomnianym kraju ościennym, z tym że oprócz komunistów miano na myśli jeszcze wiele innych grup, w tym Polaków. Można oczywiście powiedzieć, że przesadzam i wyolbrzymiam wybryki garstki młodzieńców z kręgów bezrefleksyjnych (nawiasem mówiąc: to samo też wtedy mówiono; ciekawa koincydencja). Można tak powiedzieć. Ja tego nie powiem.

Druą sprawą to kwestia kreatywności. Jak wiadomo, kręgi faszystowskie niespecjalnie odznaczają się kreatywnością, a zatem kilka krótkich wyjaśnień, skąd się hasło prezentowane na zdjęciach bierze. W ramach ruchu Antifa powstała w latach 90. w Europie Zachodniej kampania społeczna, mająca na celu zwrócenie uwagi na odradzające się wśród młodzieży (ale nie tylko) tendencje faszystowskie czy neonazistowskie. W związku z czym

powstało wiele ulotek, fanzinów i innych publikacji na ten temat, między innymi również stosowne nalepki (wlepki, szablony itp.). Kampanię tę najsilniej prowadziły kręgi zwolenników ruchu hard-core-punk i oi!-punk, chcące się odciąć od anektowania tego gatunku muzyki i światopoglądu przez neonazistów, faszystów, rasistów (to znaczy ruchy antysemityczne typu white-pride czy rasistowskie typu white-power). Najbardziej widoczna na ulicach miast była następująca wizualizacja:

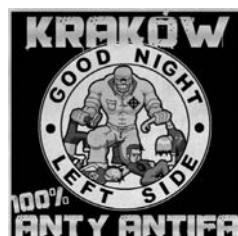


W kolejnym kroku tej kampanii pojawia się w roku 2007 następne hasło i kolejne wizualizacje¹²¹:



Reakcja krytykowanych ruchów faszystowskich nie pozwoliła na siebie długo czekać, tyle że ich wizualizacje stanowiły jedynie odwrócenie ikonografii lewicowej czy punkowej, pewnie z powodu problemów z kreatywnością w tych kręgach. To samo dotyczy nazwy ruchu – Anty-Antifa.

¹²¹ Obydwie nalepki cytowane za: <http://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Datei:Good-night-wide-pride.gif&filetimestamp=20061112214639>; <http://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Datei:Lets-Fight-White-Pride.gif&filetimestamp=20090804085951>, 3.03.2013.



122

Kto sam sobie grób kopie, ten go potem ma.

O ile poprzedni przykład z nacjonalizmem Biedronki nie tylko wydawał się kuriozalny i niebezpieczny, lecz również wskazywał na to, że gorzej już być nie może, o tyle w kontekście kolejnego plakatu pogląd ten trzeba zrewidować, jako że pojawia się jeszcze możliwość wykorzystania nacjonalizmu w celach, co do których wydawało się, że nie jest to możliwe.

Jako osobnik głęboko tolerancyjny jestem w stanie zrozumieć, że polskie jabłka czy polskie serki są lepsze niż inne (w rzeczy samej często są, gdyż są mniej przemysłowe), z ogromnym trudem jednak przychodzi mi uwierzyć w to, że zawartość polskich pieluch jest suchsza niż w innych krajach, gdyż wiem, iż zawartość ta nie ma nic wspólnego z jakimkolwiek krajem, można nawet zaryzykować tezę, że koncept kraju jest w tym kontekście nierelevantny. I w związku z tym zajmę się kolejną reklamą (patrz zdjęcie nr 16).

Niemniej jednak autorzy tego plakatu (czyli agencja reklamowa, nazwę której pominię) wymagają od jego użytkownika wykonania w celu nale-

¹²² http://w355.wrzuta.pl/obraz/73uxia00Fly/good_night_left_side, 3.03.2013.

żytego zrozumienia plakatu dość kompleksowych operacji kognitywnych, rezultat których jednak niekoniecznie dobrze świadczy o umysłowości tychże autorów. Cóż ten plakat bowiem mówi? Mówi on, że pieluchy firmy Pampers są najbardziej suche w Polsce. A co on komunikuje? Z tym już jest gorzej. Jak wiemy, pieluchy firmy Pampers, i wszystkich innych – ma się rozumieć, produkowane są (w danej klasie produktowej oczywiście) w jednej wersji dla całego świata, czyli pampersy wszędzie są takie same, podobnie jak dzieci (w inkryminowanej tu kwestii przynajmniej). Otóż nie. Gdyż skoro pieluchy są wszędzie takie same oraz w Polsce są one najbardziej suche, to owa znacząca (polska) suchość spowodowana może być tylko i wyłącznie tym, że to, co polskie dzieci w tych pieluchach, nazwijmy to: deponują, jest suchsze niż to, co deponują w pieluchach inne dzieci z innych krajów. Koncept nacjonalizmu wykorzystany zostaje tu więc do motywowania jakości depozytu. Lub odwrotnie! Kupka i siusiu motywują nacjonalizm. A wydawało się, że gorzej już być nie może.

Zdaję sobie sprawę z tego, że istnieje też inna możliwość interpretacji tego hasła i tej kampanii, i pewnie (niestety – tylko) o tej możliwości jej autorzy myśleli. Niemniej jednak także wnioski wypływające z tej innej interpretacji są równie niesympatyczne, przynajmniej dla autorów kampanii oraz dla producenta pieluch. Cóż nam ta kampania bowiem również komunikuje? Komunikuje ona, że oferowane nam pieluchy firmy Pampers są najbardziej suche w Polsce (jedynie), z czego wynika niezbicie, że gdzieś indziej istnieją pewnie bardziej suche, tyle że nie w Polsce. Z czego z kolei wynika, że w Polsce jest gorzej niż gdzieś indziej oraz że firma Pampers produkuje tylko takie pieluchy, jakie produkuje, i bardziej suchych produkować nie potrafi, ale potrafią to bez wątplenia inne firmy, skoro o tym, że nikt nie potrafi produkować suchszych, nas się nie informuje. Firma Pampers zatem robi reklamę i wywiesza plakat, by poinformować, że inne firmy robią lepsze pieluchy. Bardzo to ciekawy przykład komunikacji subwersywnej, gdyby nie to, że niezamierzony.

Nie chodzi mi tutaj oczywiście o niezręczności, każdy je popełnia, chodzi mi tylko o to, dlaczego nikt tego wcześniej nie zauważył. Odpowiedź jest prosta. Nie zauważył z tego samego powodu, z jakiego nie zauważył braku spacji w tekście plakatu. To ostatnie (brak spacji) to już zjawisko powszechne, miejmy nadzieję, że brak uwagi – nie. Ale na szczęście nacjonalizmy, szowinizmy itp. są zdradzieckie. Same w sobie.

Chodzi w tym wszystkim zawsze o jedno tylko, o “przypisanie znaczenia, sensu i wartości”¹²³.

I nie mieszajcie się w marzenia innych ludzi, tam dla Was nie ma miejsca.

A tak poza tym – kiedyś trzeba skończyć. Dlaczego nie tu?

No, może jeszcze jedno:

Zaprzeczam autorstwu tej książki. Nie wiem, kto ją pod moim nazwiskiem podał do druku.

¹²³ Ernst von Glasersfeld, <http://www.youtube.com/watch?v=35XMxfS6n0Q>, 3.11.2012.

Aneks – ilustracje do tekstu

1. Wzory
2. Szlachta (cały widok oraz wspomniany w tekście detal)
3. Trawnik versus łąka
4. Wyrzucanie resztek jedzenia
5. Wydeptane ścieżki obok chodników
6. Parkowanie samochodów na trawnikach
7. Parkowanie samochodów tyłem do domów
8. Rola psa
9. Sky Tower
10. Wszędzie butelki
11. Poznański plakat dla Wrocławia
12. Bydgoskie meble
13. Ludzie ludziom zgotowali ten los (w kolorze)
14. Plakaty kampanii reklamowej Biedronki
15. Graffiti z ulic Wrocławia i nie tylko z nich
16. Plakat reklamowy firmy Pampers
17. Plakat reklamowy "Kupię twojego dłużnika" i jego otoczenie (w kolorze)

Wszystkie zdjęcia pochodzą ode mnie. Z wyjątkiem:

- zdjęć Sky Tower autorstwa Mariusza Wszółka;
- zdjęcia Mebli Bydgoskich cytowanego ze strony internetowej firmy (<http://www.meblepiatek.pl/category/meble/meble-drewniane/>, 23.10.2012);
- zdjęć:
 - 15h – <http://www.cda.pl/Gibek92/galeria/publiczne/zdjecie/336688>, 1.06.2013;
 - 15i – <http://vlepkiwisla.blogspot.com/2012/01/vlepka-anti-antifa-powstaa-z-prywatnej.html>, 1.06.2013;
 - 15j – http://www.tumblr.com/tagged/wisla%20krakow?language=de_DE, 1.06.2013;
 - 15k – <http://f.wks.pl/galerie/i/mbr66o.4.jpg>, 1.06.2013;
 - 15l – https://www.facebook.com/gwardiabazy?hc_location=stream, 1.06.2013.

1a



1b



1c



1d

2a



2b



3a



3b

4a



4b



4c



4d



5



6a

6b



6c



6d



6e



7



8





9b





9c



9d

10a



10b

10c



10d



11



12





14a

Wrocław the meeting PLACE www.wroclowe2012.com

STROER 8505261

**My Polacy
tak mamy.
Lubimy
niskie ceny.**

 **Biedronka**
Codzienne niskie ceny

The billboard features a woman with glasses and a black top standing with her arms crossed. To her right is a large, stylized ladybug mascot with a smiling face. The background is a warm, autumnal yellow and orange. The text is in bold, black and red fonts. The Biedronka logo is at the bottom right.

14b

STROER 8505261

**My Polacy
tak mamy.
Doceniamy
polskie
produkty.**

 **Biedronka**
Codzienne niskie ceny

The billboard shows a pair of hands holding several bright red apples. The background is a soft-focus outdoor scene with trees. The text is in bold, black and red fonts. The Biedronka logo is at the bottom right.

14c

10074051

9 na 10
produktów
spożywczych
w Biedronce
pochodzi
z Polski.

 **Biedronka**
Codziennie niskie ceny

The billboard features a close-up photograph of a person's hands holding a large, thick slice of Swiss cheese with several holes. The background is dark, making the yellow cheese stand out. The text is in a bold, sans-serif font, with the numbers '9 na 10' in a larger size. The Biedronka logo is positioned at the bottom right of the text area.

14d

STRÖER

8505261

My Polacy
tak mamy.
Lubimy
tradycyjne
smaki.

 **Biedronka**
Codziennie niskie ceny

The billboard shows a man and a woman smiling and looking at a large roasted turkey on a platter. The man is wearing a grey sweater and a green tie, and the woman is wearing a light blue top. The background is a warm, indoor setting. The text is in a bold, sans-serif font, with the phrase 'My Polacy tak mamy.' in a larger size. The Biedronka logo is positioned at the bottom right of the text area.

14e



14f



15a



15b



15c



15d



15g



15h



15i





15|



16



17a



17b



Literatura

Awdiejew Aleksy, 2004: *Gramatyka interakcji werbalnej*. Kraków.

Awdiejew Aleksy, 2006: *Reprezentacja świata w ujęciu komunikatywistycznym*. W: Władysław Chłopicki (red.): *Kognitywizm i komunikatywizm – dwa bieguny współczesnego językoznawstwa* (Język a komunikacja, 9). Kraków, 59–66.

Awdiejew Aleksy, Habrajska Grażyna, 2006: *Wprowadzenie do gramatyki komunikacyjnej*. Tom 1 i 2. Łask.

Balicki Bogdan, Lewiński Dominik, Ryż Bartosz, Szczerbuk Emil (red.), 2010: *Radykalny konstruktoryzm. Antologia*. Wrocław.

Bateson Gregory, 1983: *Ökologie des Geistes: Anthropologische, psychologische, biologische und epistemologische Perspektiven*. Frankfurt am Main.

Bateson Gregory, 2000: *Step to an Ecology of Mind*. Chicago.

Brummack Jürgen, 1971: *Zu Begriff und Theorie der Satire*. "Deutsche Vierteljahresschrift für Literaturwissenschaft und Geistesgeschichte", 45, 275–377.

Brummack Jürgen, 2003: *Satire*. W: Georg Braungart et al. (Red.): *Reallexikon der deutschen Literaturwissenschaft*. Bd. 3. Berlin–New York, 355–360.

Bunge Mario, 1983: *Epistemologie. Aktuelle Fragen der Wissenschaftstheorie*. Mannheim–Wien–Zürich.

Chun Siong Soon et al., 2008: *Unconscious determinants of free decisions in the human brain*. "Nature Neuroscience" 2008, 11, Online, DOI: 10.1038/nn.2112.

Fleischer Michael, 1996: *Das System der deutschen Kollektivsymbolik. Eine empirische Untersuchung*. Bochum.

Fleischer Michael, 1996: *System polskich symboli kolektywnych*. Wrocław.

Fleischer Michael, 1997: *Das System der russischen Kollektivsymbolik*. München.

Fleischer Michael, 2002: *Konstrukcja rzeczywistości*. Wrocław.

- Fleischer Michael, 2004: *Kognitywny wizerunek Wrocławia*. Wrocław.
- Fleischer Michael, 2008: *Koncepty – elementy sterujące komunikacji*. Wrocław.
- Fleischer Michael, 2010: *Estetyka tu i tam i jej wpływ na komunikację*. Łódź.
- Fleischer Michael, 2012: *Typologia komunikacji*. Łódź.
- Gruen Arno, 1992: *Der Wahnsinn der Realität*. München.
- Habrajska Grażyna (red.), 2011: *Komunikatywizm w Polsce – wybrane zagadnienia z teorii i praktyki*. Łódź.
- Habrajska Grażyna, 2012: *Wybrane zagadnienia wprowadzające do nauki o komunikowaniu*. Łódź.
- Herrigel Eugen, 1985: *Zen in der Kunst des Bogenschießens*. Frankfurt am Main (pol.: *Zen w sztuce łucznictwa*. Przeł. Michał Kłobukowski. Bydgoszcz 2007).
- Hessel Stéphane Frédéric, 2010: *Indignez-vous!* Montpellier (niem.: *Empört Euch!* Berlin 2011; pol.: *Czas oburzenia!* Przeł. Piotr Witt. Warszawa 2011).
- janKomunikant, 2011: *Słownik polszczyzny rzeczywistej*. Łódź.
- janKomunikant, 2012: *Style życia w komunikacji. Komunikacyjna stratyfikacja społeczeństwa*. Kraków.
- Kraśniewski Andrzej, 2011: *Jak przygotowywać programy kształcenia zgodnie z wymaganiami Krajowych Ram Kwalifikacji dla Szkolnictwa Wyższego?* Warszawa.
- Notarp Ulrike, 2005: *Die deutsche politische Rede. Eine exemplarische kultur- und diskurstheoretische Untersuchung anhand ausgewählter Reden von J. Rau, G. Schröder, K. Wowereit, J. Fischer, E. Stoiber, F. Merz und R. Koch*. Hrsg. vom Willy Brandt Zentrum für Deutschland- und Europastudien der Universität Wrocław. Wrocław.
- Pisarek Walery, 2002: *Polskie słowa sztandarowe i ich publiczność*. Kraków.
- Pisarek Walery, 2007: *O mediach i języku*. Kraków.
- Pisarek Walery, 2008: *Wstęp do nauki o komunikowaniu*. Warszawa.
- Roth Gerhard, 1996: *Das Gehirn und seine Wirklichkeit. Kognitive Neurobiologie und ihre philosophischen Konsequenzen*. Frankfurt am Main.
- Roth Gerhard, 2003: *Fühlen, Denken, Handeln. Wie das Gehirn unser Verhalten steuert*. Frankfurt am Main.

Roth Gerhard, Eurich Christian, 2004: *Der Begriff der Information in der Neurobiologie*. W: Reiner Kuhlen, Thomas Seeger, Dietmar Strauch (Red.): *Grundlagen der praktischen Information und Dokumentation*. München, 693–698.

Shannon Claude Elwood, Weaver Warren, 1949: *The mathematical theory of communication*. Urbana.

Singer Wolf, 2002: *Der Beobachter im Gehirn*. Frankfurt am Main.

Tusche A., Bode S., Haynes J.D., 2010: *Neural responses to unattended products predict later consumer choices*. "Journal of Neuroscience" 2010, 30, 8024–8031.

Yamada Koun Roshi, 2002: *Die Niederschrift vom blauen Felsen – Hekiganroku*. Band 2. München.

