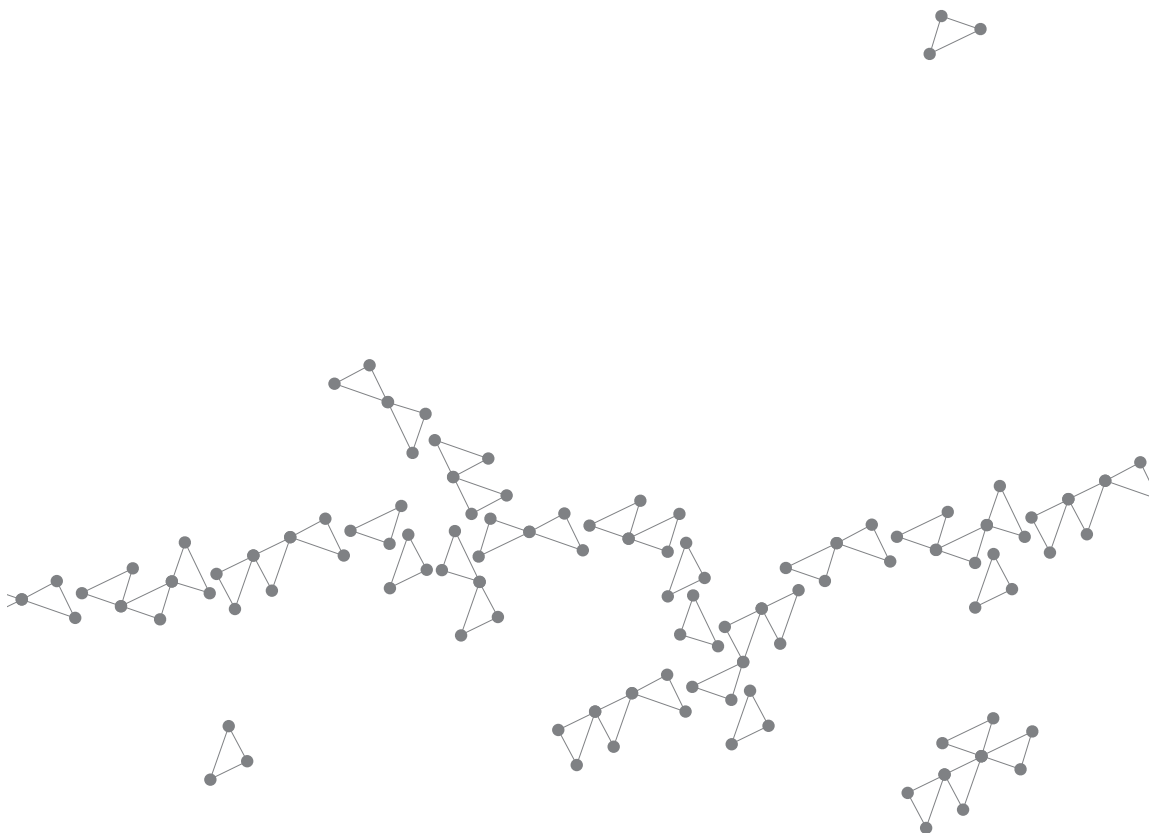


transformation design

w kontekście projektowania komunikacji
i badań normalności



annette siemes



transformation design

w kontekście projektowania komunikacji
i badań normalności

 annette siemes

© Copyright by Annette Siemes
Kraków 2020

ISBN 978-83-66269-27-9

recenzja:
prof. dr hab. Tomasz Stępień

redakcja: Gabriela Niemiec
korekta: Anna Kędroń
projekt okładki: Mariusz Wszótek
skład: LIBRON

Publikacja sfinansowana ze środków Instytutu Dziennikarstwa
i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Wrocławskiego

Współpraca wydawnicza Wydziału Filologicznego
Uniwersytetu Wrocławskiego i Wydawnictwa LIBRON

Wydawnictwo LIBRON – Filip Lohner
ul. Daszyńskiego 21/13
31-537 Kraków
tel. 12 628 05 12
e-mail: office@libron.pl
www.libron.pl

UNIKATOWY IDENTYFIKATOR WYDAWNICTWA 69200

Spis treści

9	0. Wstęp
13	1. Zarys zagadnienia
22	1.1. Transformation (by) design – pojęcie w wybranych kontekstach
31	2. Problematyka wyjściowa
70	2.1. Design transformacji w wymiarze problemowym
81	3. Podejścia (perspektywa wewnętrzna)
93	4. Odniesienia do komunikacji i normalności (perspektywa zewnętrzna)
102	4.1. Podejście ‘analizuj i rozpowiadaj o tym’
106	4.2. Obietnice technologii
121	5. Problemy – komunikacyjne (poznawcze i projektowe)
137	6. Podsumowanie i postawienie problemu
143	7. Glosarium przyszłości
283	Zakończenie
287	Literatura



Zacznijcie tam, gdzie możecie, oraz od czegoś,
czym naprawdę się interesujecie. Mam nadzieję,
że jest tam coś, czym się interesujecie.

Jane Goodall*

* W wywiadzie dla zespołu redakcyjnego strony internetowej utopia.de, 28.06.2019,
<https://utopia.de/jane-goodall-interview-145336/> [1.07.2019].



Co wiem, skoro to wiem?

(Welzer 2016: 319)

0. Wstęp

Na tle globalnej problematyki zmian klimatycznych oraz leżących u jej podłoża problemów szczegółowych (np. model gospodarczy mający na celu ciągły wzrost, ekstraktywizm, przyspieszoną urbanizację) obserwować można w ostatnim czasie dynamiczny rozwój inicjatyw i koncepcji teoretycznych dążących do zmian w kierunku szeroko rozumianego zrównoważonego rozwoju. Wzrasta również liczba komunikacji (sic!) o tych tematach. Nie ma przy tym jednoznacznie zdefiniowanego modelu postępowania, odgórnie narzuconej strategii czy ideologii. Wspólnym punktem wyjścia jest (co najwyżej) konstatacja, że zmiany zachodzą oraz że ludzkość w obliczu tej złożonej problematyki, produkującej szereg sprzężonych ze sobą niepożądanych efektów, ma żywy interes w tym, aby się tymi zmianami aktywnie zajmować, zamiast biernie im podlegać. Dyskusje, jak również działania dotyczą zatem raczej pytań (a mniej jakkolwiek ustalonego celu) o to, czy oraz w jaki sposób można podejmować próby aktywnego kształtowania przebiegających aktualnie procesów transformacyjnych w społeczeństwie oraz środowisku rozumianymi jako jedna systemowa całość.

Transformation design¹ stanowi obszar debat o tych kwestiach z perspektywy obserwatora. Pojęcie to nie tylko funkcjonuje w roli nazwy łączącej wszelkiego rodzaju aktywności w zakresie

¹ Ponieważ pojęcie to będzie się w tekście pojawiało dość często oraz zamiennie z 'projektowaniem transformacji', nie zaznaczam go dalej kursywą, gdyż nie tylko utrudniałoby to lekturę tekstu, lecz oznaczałoby także notoryczną *denormalizację* tego pojęcia, i to w ramach wywodu, dla którego pojęcie to oraz jego akceptacja stanowią kluczowy element i centralny warunek.

wspomnianych zmian, lecz także określa nową, interdyscyplinarną dziedzinę badawczo-projektową.

Zjawisko to (zarówno w obszarze praktycznym, jak i naukowym) nie zostało jeszcze zanalizowane w nauce o komunikacji. Kwestią otwartą jest bowiem, czy działania określane jako ‘transformation design’ mogą być narzędziem *moderowania* procesów zmian, czy też może się do tego przyczynić także nauka o komunikacji, zarówno jako dyscyplina zajmująca się teoretycznym opisem oraz empiryczną obserwacją mechanizmu negocjowania znaczeń w społeczeństwach, jak i (jako jeden z jej działów) projektowanie komunikacji uwzględniające w praktycznym zastosowaniu wyniki pracy naukowo-badawczej. Dlatego niniejsza książka przedstawia ten zestaw zagadnień z perspektywy badań komunikacji oraz normalności (w terminologii Jürgena Linka), gdyż zwłaszcza obszar normalności warunkuje i reguluje integrowanie tego, co nowe/inne, w konteksty komunikacyjne (a to znaczy też – społeczne).

Na wstępie zostanie omówiona sytuacja wyjściowa oraz podane przykładowe jej diagnozy w kontekście społeczno-kulturowym (podjęte między innymi przez Haralda Welzera). Na tej podstawie szerzej analizowany będzie następnie związek tego tematu z wymiarem projektowym oraz zostaną określone wynikające z aktualnej sytuacji problemy badawcze i projektowe związane z szeroko rozumianym obszarem communication design². Ostatnią część książki stanowi glosarium, w którym wyjaśnione są wybrane pojęcia z zakresu transformation design (podejścia i pojęcia teoretyczne, jak również inicjatywy praktyczne) w odniesieniu do wymiaru komunikacyjnego.

W ten sposób chcę przeciwstawić coś „modusowi normalności” nowoczesnych społeczeństw, „które dotrzymanie celów zrównoważoności delegują do specjalnie wyznaczonych jednostek oraz ekspertów, podczas gdy dominująca praktyka pozostaje poza tymi celami” (Sommer, Welzer 2017: 202). Przesunięcie tych tematów do nisz

² Jak wyżej – zamienne pojęcie polskojęzyczne to w tym wypadku ‘projektowanie komunikacji’.

alternatywności lub przekazanie ich określonym ekspertom dotyczy bowiem nie tylko poziomu ogólnospołecznego. Ma ono w pewnej mierze również miejsce w kontekstach naukowych. Wyrażając rzecz wprost: również inne dyscypliny naukowe – niż bezpośrednio związane z zagadnieniami ekologii, środowiska itp. – nie mogą wobec tej problematyki pozostać obojętne. Na tle jej skali i znaczenia nie chodzi (i nie może już chodzić) o analizę „jakiegoś” kolejnego wybranego tematu lub o omawianie czegoś w kategoriach propozycji (oferty komunikacyjnej dotyczącej danej dyscypliny naukowej), lecz o wymóg, o konieczność zajmowania się tymi problemami ze wszystkich możliwych perspektyw, również naukowych, ponieważ problematyka ta ma zasięg globalny, a jej rola jest egzystencjalna. Innymi słowy, nie możemy się wycofać z odpowiedzialności.

Ponieważ nie chcę poddać się zarzutowi, iż spóźniam się o 50 lat³, oprę się w mojej argumentacji tylko na aktualnym stanie wiedzy na temat transformation design⁴, by wypracować perspektywizację zagadnienia dla badań komunikacji, czyli pokazać problemy badawcze i projektowe, które mogą być podjęte przez tę dyscyplinę. Jeśli chodzi o kwestię antropogenności zmian klimatycznych oraz globalnego ocieplenia lub o inne problemy dotyczące ludzkości w skali ogólnej, ani nie dyskutuję w pracy z tak zwanymi „teoriami”⁵ spiskowymi (negującymi problem), ani nie będę się zajmowała argumentowaniem przeciwko próbom krótkowzrocznego przeforsowania interesów partykularnych, w tym tak zwanych narodowych, gdyż obie te formy komunikacyjnego nawiązania do problematyki stanowią co najwyżej materiał do badań empirycznych, a nie głos w naukowej dyskusji.

Za pomocą kilku analiz szczegółowych wskażę jednak na to, że generalizujące kwestionowanie stanu rzeczy (negowanie zmian

³ Pierwsze szerokie opracowanie poświęcone tej problematyce ukazało się 47 lat temu – zob. Meadows i in. 1972.

⁴ A wcześniejsze opracowania pominę, gdyż nie chodzi mi tutaj o pracę historyczną ani o analizę historii zjawiska.

⁵ Pojęcie ‘teoria’ nie jest w tym kontekście adekwatne ani stosowne, przejmuję je jedynie z uwagi na potocznie funkcjonującą nazwę tego zjawiska.

klimatycznych i środowiskowych lub lekceważenie ich skutków dla warunków ludzkiego życia na planecie) stanowi jedną z najprostszych procedur normalizacyjnych powodujących, że pozostaje się jedynie na poziomie komunikacji i, mówiąc potocznie, marnuje się czas na dyskusje i podziały, zamiast przejść do działań lub (choćby tylko) do mówienia o tym, co i jak możemy, powinniśmy, chcemy (itd.) zrobić. Wtedy komunikacja służy do koordynowania działań, a nie do ich unikania, i uzyskuje tym samym sens nie tylko wewnątrz danego subsystemu, lecz na poziomie ogólnospołecznym.

Książka ta stanowi zatem próbę umożliwienia takiej właśnie formy komunikacji przez uwidocznienie wyzwań dla projektowania komunikacji i transformacji.

Jakość designu transformacji dziś ani w przyszłości
nie mierzy się skalą powszechnej aprobaty.

(Sommer, Welzer 2017: 218)

1. Zarys zagadnienia¹

W ostatnim czasie obserwować można – zwłaszcza (aczkolwiek nie tylko) w kontekście miejskim – rozwój inicjatyw, koncepcji i ruchów, które na różne sposoby podejmują problemy społeczno-socjalne i ekologiczne. Do nich należą, między innymi, różne idee dotyczące: organizacji wymiany towarów i usług lub dzielenia się nimi, zorganizowanej pomocy sąsiedzkiej, usieciowienia się i umożliwiania kontaktów grup mających wspólne interesy, podejmowania wspólnych działań w zakresie kształtowania dzielnic i przestrzeni miejskiej. Projektowanie działań zmierzających do aktywizacji społeczeństwa przez ludzi traktujących dany czas i miejsce jako wspólną przestrzeń nie stanowią nowego zjawiska. Za nowe można jednak uznać punkty widzenia różnych dyscyplin naukowych i projektowych na zagadnienie, kierujących uwagę na wspólnotowy wymiar owych działań, różnorodnych zarówno ze względu na ich skalę oraz cele, jak i dziedziny życia, których dotyczą. Na różnym poziomie ogólności czy szczegółowości aktywności te skupiają się na kwestii transformacji społecznych², dążą

¹ Wybrane fragmenty rozdziałów 1, 2 i 3 zostały opublikowane jako artykuł dający skrócony zarys tematyki (zob. Siemes 2018a).

² Liczba mnoga wskazuje tu na to, że chodzi o coś, co w innym kontekście historycznym określane jest jako oddolny ruch typu *grassroot* (zob. Castells 1983; Mayer 2006), a nie o transformację społeczną w sensie pojedynczego, izolowanego przedsięwzięcia, kierowanego odgórnie lub odbywającego się (koniecznie) na tle jednej, podzielanej ideologii. Pewien wspólny zakres celów natomiast istnieje w tym sensie, że staje się widoczny w trakcie zewnętrznej obserwacji. Również Sommer i Welzer (2017: 5–6) podkreślają, że obiekt rozważań należy zdefiniować w liczbie mnogiej, na podstawie założenia, że transformacja w kontekście społecznym nie odbywa się

na różne sposoby do zmian w kierunku zrównoważonego trybu życia, zrównoważonych i sprawiedliwych form organizacji społecznej, do modyfikacji lub zastąpienia problematycznych (nieekologicznych, niesocjalnych, konfliktowych – i w tym sensie nieskutecznych) praktyk życia codziennego innymi³.

Podejścia i inicjatywy te widzieć można jako ogólne zjawisko, które w ramach pierwszych prób jego kompleksowej obserwacji naukowej zostało nazwane ‘transformation design’. Na powstanie tego nowego obszaru wskazują liczne publikacje zajmujące się nim z różnych perspektyw. W typowym dla komunikacji dążeniu do uzyskania władzy interpretacyjnej obszar analizy i projektowania zmian społeczno-technologicznych jest dzisiaj na różne sposoby określany. W języku angielskim na przykład omawiany i badany jest również jako ‘transition/transitions’ (zob. Grin i in. 2010)⁴. Dla koherencji tego tekstu

(nie może się odbywać) w jednorodnej formie i synchronicznie z uwagi na różnice zarówno w skali globalnej, jak i na obszarze jednego społeczeństwa.

- ³ Pojęcie ‘zrównoważonego rozwoju’ zostało w międzyczasie przejęte i stosuje się je w wielu różnych kontekstach, przez co w pewnym stopniu się rozwdniło i wiązane jest z interesami sprzecznymi z pierwotną ideą. Tu zrównoważony rozwój rozumie się jako podejście zapewniające przyszłym pokoleniom (ludziom oraz innym gatunkom żyjącym na planecie) życie w godnych warunkach odpowiadających ich potrzebom zarówno na poziomie indywidualnym, jak i wspólnotowym. Szczegóły omawiam niżej.
- ⁴ Analiza porównawcza bibliometryczna/sięciowa wskazuje na pewne różnice, jeśli chodzi o dokładne ukierunkowanie badań lub o koherencję tekstów opublikowanych pod jednym albo drugim z tych haseł (na przykład odnośnie do cytowanej literatury zob. Chappin, Ligtoet 2014). Pojęcie *transition* łączy pewną ściśle powiązaną wspólnotę autorów. Stanowiska na temat transformacji (uwzględnione w analizie) zdają się natomiast mniej koherentne, ale jednocześnie w większym stopniu uwzględniające całościowy wymiar zagadnienia. „*The majority of the transition literature is linked to sustainability as a normative goal and energy emerged as the dominant topic. [...] In transformation literature, energy and sustainability are often placed within a larger change process, such as economic development, demographics, or the change from a communist to a capitalist society. Also, there seem to be fewer normative, prescriptive approaches and more inquisitive, historical practices*” (Chappin, Ligtoet 2014: 720). Analizując zagadnienie w odniesieniu do zrównoważonej energii, autorzy zwracają uwagę na to, że taka rozpiętość może być atutem (co również w niniejszej publikacji stanowi powód uwzględnienia szerokiej gamy perspektyw): „*The transformation literature teaches us that older streams of thought are still relevant and may be used as ‘glue’ for linking change with respect to sustainable energy to wider developments.*

trzeba się zdecydować na jedną z nazw – niech to będzie ‘transformation/transformacja’.

Taką decyzję motywować można zarówno obecnością terminu w wykorzystanej literaturze, jak i łatwością jego przekładu na inne języki, co może się przyczyniać do produkcji nawiązywalności na poziomie komunikacji interkulturowej. Pojęcie ‘*transition*’ natomiast, tłumaczone jako ‘przejście’, komplikuje sprawę w sytuacji przechodzenia na inne języki, gdyż nie zawsze znaczy to samo i ma te same konotacje. Transformacja ponadto zdaje się bardziej odpowiednim terminem w sensie conceptualnym, gdyż wskazuje w sposób bezpośredni (dosłowny) na aktywne przekształcanie, przeformowanie czegoś. *Transition* jako proces przejścia może być teoretycznie conceptualizowane również jako coś, co się „i tak” odbywa, a zatem nie wymaga aktywnej ingerencji w procesy⁵. Nawet jeśli, rozważając problematykę kontekstową, zmiana i przejście do zmienionych form życia i organizacji społecznej rzeczywiście zdają się nieuniknione, akcent w niniejszej publikacji położony został jednak na to, aby owej zmianie, za pomocą analizy i strategicznego ukierunkowania działalności projektowej, móc nadać kierunek i formę.

Niemniej jednak opracowania i debaty na temat *transition* i *transition design* są również ciekawe i dotyczą w przeważającej mierze tej samej problematyki oraz podobnie ukierunkowanych strategii projektowych i inicjatyw. Przykładem idei mieszczącej się najwyraźniej w szeroko rozumianym nurcie *transformation design*, a operującej pojęciem ‘*transition*’ jest ruch *transition towns*, realizowany w postaci lokalnie i regionalnie funkcjonujących inicjatyw na rzecz redukcji zużycia energii kopalnej oraz wzmocnienia lokalnej i regionalnej gospodarki. Punktem wyjścia tego ruchu była (od roku 2006) przede

Rediscovering existing literature in new combinations may lead to promising new views on sustainable energy” (Chappin, Ligtoet 2014: 721).

⁵ Zdaję sobie oczywiście sprawę z tego, że jest to moja interpretacja zagadnienia i że można by argumentować inaczej lub nawet przeciwnie (patrz niżej). Tyle na temat konkurencji o władzę interpretacyjną – kiedy nagle dyskutujemy o nazewnictwie, zamiast zając się właściwym problemem.

wszystkim koncepcja Roba Hopkinsa (propagującego ponadto między innymi ideę permakultury) oraz – praktycznie – brytyjskie miasto Totnes. W międzyczasie do pomysłu tego nawiązywało kilkaset miast i gmin na całym świecie, głównie w zindustrializowanych krajach zachodnich⁶. Rozważania dotyczące różnicy między obydwooma pojęciami podkreślają zwykle, że słowo *'transition'* stosowane jest głównie ze względu na zmiany w poszczególnych podsystemach społecznych, podczas gdy *transformation design* zajmuje się raczej procesami zmian w skali ogólnospołecznej⁷, z uwzględnieniem różnych wymiarów (globalnego, krajowego czy lokalnego):

Transition has been mainly employed to analyse changes in societal subsystems (e.g. energy, mobility, cities), focusing on social, technological and institutional interactions (Loorbach et al., 2017). Transformation is more commonly applied to refer to large-scale changes in whole societies, which can be global, national or local, and involve interacting human and biophysical system components (Brand 2014; Folke et al. 2010) (Hölscher i in. 2018: 2).

Decyzję na korzyść jednego z tych pojęć należy więc rozumieć jako regułę pragmatyczną, a nie jako negowanie aktywności i działań analitycznych prowadzonych pod nieco innymi nazwami. Cała dyskusja czy potrzeba omawiania tej kwestii wskazuje na dynamikę komunikacji, która wciąga interlokutorów w spory definicyjne, perpetuując tym komunikację i hamując jednocześnie potencjał robienia czegoś innego (czy inaczej), to znaczy zmiany, co stanowi jeden z problemów badawczych w niniejszej publikacji. Wróćmy więc do tematu.

⁶ Zob. Hopkins 2013. Zob. też *A movement of communities coming together to reimagine and rebuild our world*, <https://transitionnetwork.org/>, oraz <https://www.transition-towntotnes.org/> [7.07.2018].

⁷ Taki szerszy, zorientowany na kwestie społeczne koncept transformacji leżący u podstaw prezentowanych tu przemysłów pojawia się w pracach antropologa Karla Paula Polanyiego, który w książce *The Great Transformation* już w 1944 roku opisał powstanie niepodawanej już dziś w wątpliwość i globalnie rozprzestrzenionej zachodniej logiki rynku: „sprowadzając rzecz w eleganckim skrócie do jej istoty – »z gospodarki rynkowej zrobiło się społeczeństwo rynkowe« (Sommer, Welzer 2017: 82)”, cyt. za: Fleischer 2018a: 161; zob. też Jonas i in. 2015.

W szerszym kontekście społecznym i kulturowym, a zatem też komunikacyjnym, problematyką designu transformacji zajmuje się między innymi Harald Welzer, socjolog i psycholog społeczny⁸ (por. Welzer 2016 oraz Sommer, Welzer 2017). W zakresie publikacji skupiających uwagę na kwestiach designu temat został natomiast opisany w tekście wydanym przez zespół ekspercki RED pracujący w ramach brytyjskiego *Design Council* i określony tam jako nowa, rozwijająca się dyscyplina naukowa i projektowa (zob. Burns i in. 2006, szczegóły zob. rozdział 1.1).

Z perspektywy badań i projektowania komunikacji jako relewantne dla obserwacji naukowej określić można natomiast nie tylko publikacje eksperckie, lecz także teksty traktujące o wyłonieniu się odpowiednich obszarów projektowania i analizy. Istotne są więc wszystkie manifestujące się komunikacje (w sensie produkcji wypowiedzi, czyli ofert komunikacyjnych), które przy szerszym spojrzeniu można uznać za związane z transformacjami społecznymi, czyli zarówno komunikacje dotyczące wyżej wspomnianych działań praktycznych w życiu codziennym i społecznym, jak i analizy stojącej za nimi problematyki i wyzwań oraz związanych z nimi ofert komunikacyjnych.

Jako interdyscyplinarna dziedzina rozważań i analiz transformation design zajmuje się zatem kwestią, czy oraz jak można kształtować zmianę nowoczesnych społeczeństw, które przez swój tryb życia, formy organizacji życia społecznego i gospodarki same wyprodukowały i codziennie produkują szereg zasadniczych problemów. Owe problemy dotyczą obecnie już nie tylko przyszłości społeczeństw, lecz również wskazują aktualnie na efekty niekorzystne dla ludzi i ludzkości. Ogólnie rzecz biorąc, mowa tu o długofalowo rozwijających się procesach zmiany warunków naturalnych cykliów na planecie, a także różnego rodzaju katastrofach (pogodowych, klimatycznych, ekologicznych, społecznych), których nasilenie i częstość (nawet jeśli

⁸ Welzer jest między innymi założycielem i dyrektorem fundacji FUTURZWEI, zajmującej się praktycznymi inicjatywami w zakresie transformacji społecznej, oraz profesorem transformation design na Uniwersytecie Europejskim we Flensburgu (Niemcy).

te „naturalne” spośród nich już przedtem występowały) przyspieszone są produkowanymi przez ludzkość daleko idącymi ingerencjami w funkcjonowanie systemu Ziemi jako planety.

Istniejące już przedtem fenomeny pogodowe (na przykład burze tropikalne) nasilają się przez to, że w rozgrzewającej się atmosferze Ziemi zwiększa się ilość wody⁹. Za nadmierne i ciągle rosnące emisje CO₂ i innych gazów cieplarnianych w atmosferze Ziemi, które uznawane są za główną spowodowaną przez ludzkość przyczynę globalnego ocieplenia, odpowiadają w dużej mierze tak zwane kraje rozwinięte i wysoko zindustrializowane. Natomiast skutki ekstremalnych warunków oraz katastrof pogodowych dotyczą przede wszystkim ludzi mieszkających w biedniejszych regionach świata, w takich, w których przeważająca część populacji dysponuje jedynie niewielkimi środkami i możliwościami do prowadzenia życia w godnych warunkach. W roku 2016, jak podaje raport organizacji Oxfam, prawie 24 miliony ludzi na świecie przemieszczało się, by uniknąć skutków ekstremalnych katastrof pogodowych¹⁰.

Nie ma wątpliwości, że ów rozwój dotyczy również szerszych kontekstów społecznych i wywiera presję na zdolności społeczeństw nie tylko w zakresie sposobów traktowania sytuacji kryzysowych, lecz również ogólnej odporności na zmiany środowiskowe (w rozumieniu teorii systemów) oraz możliwości i sił potrzebnych do zabezpieczenia systemu. Trzeba zdać sobie sprawę z tego, że skala natężenia praktycznych problemów wynikających dla ludzkości z tych katastrof nie jest ani otwarta, ani nieskończona. Liczba katastrofalnych sytuacji

⁹ Por. Irma La Brute, *Der Spiegel* (2017), 37, s. 115; zob. też film dokumentalny *Niewygodna Prawda 2* (oryg.: *An Inconvenient Sequel: Truth to Power*) z 2017 roku, <https://www.imdb.com/title/tt6322922/> [4.07.2018], oraz liczne artykuły na ten temat, w których między innymi konstatuje się, że „uzyskane [w przedstawionym w tekście badaniu – A.S.] wyniki dostarczają silnych argumentów za tym, że zwiększanie się liczby najsilniejszych cyklonów wraz ze wzrostem temperatury przestało być jedynie prognozą dotyczącą przyszłości, lecz jest już obserwowane” (Popkiewicz 2018b).

¹⁰ Por. *Die Vertreibung der Armen*, tagesschau, 2.11.2017, <http://www.tagesschau.de/ausland/oxfam-studie-klimawandel-flucht-101.html> [10.12.2017].

i ich skutków zdarzających się w coraz krótszym czasie nie może rosnąć w nieskończoność. W którymś momencie wydolność (fizyczna i konceptualna) społeczeństw w kwestii asymilacji efektów katastrof (konieczność odbudowy infrastruktury fizycznej i społecznej, integracja jednostek, które poniosły fizyczne i psychiczne szkody itd.) się skończy. W obliczu tych problemów chodzi więc o istotną kwestię: czy dążymy do (nieuniknionej) zmiany „*by design or by disaster*” (Sommer, Welzer 2017: 29¹¹), czyli do zmiany, na którą sami staramy się wywrzeć wpływ, projektując ją, lub która nas obezwładni swoją dynamiką, zagrażając również sprawnie i sensownie funkcjonującym strukturom i osiągnięciom społecznym oraz cywilizacyjnym (takim jak demokracja, wolność, bezpieczeństwo socjalne, zdrowie i wykształcenie; Sommer, Welzer 2017: 13).

Wspomniane inicjatywy społeczne, ekologiczne itp., powstające często niezależnie od siebie, można by w tym kontekście potraktować też jako próby (świadomie lub nieświadomie zainicjowanych) „transformacji przez projektowanie” („*transformation by design*”, Sommer, Welzer 2017: 45), czyli jako zmiany, które sami projektujemy i przez które, w pewnym zakresie, sami sterujemy naszym dalszym rozwojem¹². Taka forma działalności stanowiłaby szansę na aktywną zmianę i kształtowanie rzeczywistości społecznej według naszych (ludzkich) potrzeb i życzeń, na przykład w celu utrzymania wspomnianych standardów czy podstawowych wartości społecznych i zabezpieczenia

¹¹ Autorzy, przytaczając to sformułowanie, odwołują się do wypowiedzi prezesa organizacji Global Footprint Network – Mathisa Wackernagela (2014).

¹² Samo pojęcie ‘transformacji’ stosowane jest oczywiście w wielu różnych dziedzinach oraz dotyczy różnych rodzajów zmian. Pojawia się na przykład w opisie i analizie polityczno-społecznego przełomu historycznego w Europie Wschodniej pod koniec XX wieku na tle podziału kontynentu na dwa bloki polityczne czy ideologiczne. W transformation design pojęcie ‘transformacji’ natomiast odnosi się do ogólnych, systemowych uwarunkowań oraz możliwości powstawania zmian, które rozpatrywane są na tle analizy określonej formy organizacji społecznej i wynikających z niej problemów ze względu na dalsze funkcjonowanie owego systemu, czyli nie w wymiarze ideologicznym, lecz daleko praktycznym czy funkcjonalnym.

(a dla wielu ludzi na świecie – dopiero tworzenia) niezbędnych podstaw do godnego życia¹³.

Negatywną alternatywą jest lub byłaby sytuacja, w której podlegamy mechanizmom (i ich efektom), jakie sami stworzyliśmy w ramach organizacji społeczeństwa, ale które wynikają z tak kompleksowych systemów zależności, że nie jesteśmy w stanie na nie wpływać. W perspektywie podejścia opartego na teorii można by mówić o sytuacji, w której podlegamy stworzonym przez nas samym mechanizmom lub ich rezultatem wynikającym z kompleksowych systemów zależności w nowoczesnych, wysoko zdyferencjonowanych społeczeństwach.

Ciekawym problemem – nie tylko dla analizy naukowej – jest przy tym komunikacja, na której bazuje każda forma społeczeństwa. Jej mechanizm ma bowiem pewne cechy z jednej strony zabezpieczające system oraz umożliwiające jego istnienie i utrzymywanie w ruchu procesów systemowych, a z drugiej – utrudniające wprowadzanie zasadniczych zmian lub przynajmniej takich, które naruszałoby podstawowe założenia systemowe. Udział w tym mają zwłaszcza procedury normalizacyjne, których rolę w komunikacji przedstawiłam bliżej w różnych publikacjach (zob. Siemes 2013, 2015 oraz 2017b).

Słowa ‘normalizacja’ używam tu zatem jako terminu teoretycznego wiążącego się z konceptem normalizmu oraz z procesualnym rozumieniem komunikacji w kontekście konstruktywistycznej teorii komunikacji – stanowi ona (normalizacja – lub normalność jako zakładany obszar odniesienia) nieunikniony element orientacyjny w komunikacji, który w warunkach nowoczesnych, zmediatyzowanych społeczeństw przybiera charakter opisanego przez Jürgena Linka elastycznego normalizmu. Cokolwiek bowiem robimy lub mówimy, sytuujemy to zawsze, nim zaczniemy działać lub mówić,

¹³ Referując stanowisko Sommera i Welzera, Michael Fleischer (2018a: 143) zwraca uwagę na to, że autorzy, używając opozycji ‘cywilizacja–kultura’, odnoszą się do tego, co „w aktualnym stanie teorii [oraz w ramach tu używanego podejścia teoretycznego – A.S.] nazywa się systemem społecznym z jednej oraz komunikacjami z drugiej strony”.

na tle pewnego pola stanowiącego dla nas (społecznie ustalone i sankcjonowane) normalne x i które dopiero wtedy i dlatego możliwe jest do zastosowania w celu semantyzacji naszego y jako czegoś odmiennego lub zgodnego z tym, co normalne. Kiedy na przykład mówimy, że czegoś jest dużo, wtedy owo dużo jest tym dużo, ponieważ możliwe (i konieczne) jest odniesienie tego do normalnej ilości danego czegoś; w przeciwnym wypadku 'dużo' nie miałoby racji bytu i nie byłoby w ogóle wyróżnialne. Przy tym sama normalność niekoniecznie musi wystąpić na powierzchni (działań lub komunikacji), ona tylko gwarantuje możliwość mówienia lub działania w taki, a nie inny sposób. Możliwe jest jednak oczywiście również debatowanie na temat samej normalności, które odbywa się wtedy w celu jej negocjacji i ustalania jej takiej, a nie innej manifestacji. W tym sensie raz ustalona, z jednej strony jest właśnie ustalona, a z drugiej wykazuje możliwość jej negocjowania, czyli jest elastyczna.

W niniejszym opracowaniu przedstawię w związku z tym zjawisko 'transformation design' i zarys wiążącej się z nim nowej dziedziny badawczej oraz projektowej z perspektywy nauki o komunikacji i zbiegów projektowania komunikacji. Ponadto zajmę się bliżej tym obszarem problemowym w obrębie badań normalności i procedur normalizacyjnych w komunikacji. Wspólnie z czytelnikiem spróbuję zrozumieć, jak procedury normalizacyjne i funkcjonujące w komunikacji normalizmy warunkują wprowadzenie czegoś nowego do rzeczywistości komunikacyjno-społecznej, oraz zanalizuję pojawiające się na tym obszarze problemy.

Transformation design nie może jednak powiedzieć:
Tak wygląda jutrzejszy świat, tu musicie pójść.
Wtedy robimy totalitarny design świata.
Raczej chodzi o szukanie krok po kroku w różnych,
wydających się sensownymi, kierunkach.
(Stephan Rammler¹⁴)

1.1. Transformation (by) design – pojęcie w wybranych kontekstach

Pojęcie ‘transformation design’ pojawiło się w 2006 roku między innymi w tekście programowym grupy rozwojowo-badawczej RED pracującej w ramach British Design Council (Burns i in. 2006) – wtedy z akcentem położonym na rezultaty takiego (w zasadzie nienowego – ale o tym niżej) podejścia w odniesieniu do obszaru projektowania (designu) w wymiarze profesjonalnym, to znaczy skupiającego się na pytaniu, jakie możliwości i wymogi z niego wynikają, jeśli chodzi o tematy, ukierunkowanie i strukturę projektów oraz kompetencje designerów.

RED is applying design in new contexts. We use product, communication, interaction and spatial designers' core skills to transform the ways in which the public interacts with systems, services, organisations and policies. [...]

We're calling transformation design a discipline because it requires designers to work in a very different way. [...] the incidence of design practitioners who are joining up all these approaches into a coherent methodology is still relatively rare. [...]

[...] designers keen to work in this way are able to think systemically, apply design thinking in broader social, economic and political contexts, collaborate fruitfully with other disciplines, and champion a human-centred design approach (Burns i in. 2006: 6, 22 i 27).

¹⁴ Socjolog zajmujący się między innymi designem transportu, w wywiadzie na temat transformation design; cyt. za: Sommer, Welzer 2017: 152.

Prezentacja tej tematyki w dokumencie o charakterze programowym wynikała przy tym z ogólnego ukierunkowania działalności tej organizacji. Oprócz udziału w dyskusji nad obszarem projektowania i profesją designera praca grupy RED i instytucji Design Council zorientowana jest bowiem na analizę i praktyczne wspieranie roli i możliwości designu na tle społecznym:

RED is a 'do tank' that develops innovative thinking and practice on social and economic problems through design innovation. RED challenges accepted thinking. We design new public services, systems, and products that address social and economic problems. These problems are increasingly complex and traditional public services are ill-equipped to address them. [...]

Through design innovation, RED is tasked to challenge accepted thinking in business and the public sector. By exploring economic and social issues where design can make a significant difference, RED projects can form the basis for future design campaigns (Burns i in. 2006: 2 i 3).

Punktem wyjścia i podstawowym tematem rozważań przedstawionych w tym tekście jest zatem, po pierwsze, zastosowanie procesu projektowego do szerszych, kompleksowych problemów i tematów, które, zdaniem autorów, do tej pory tradycyjnie raczej nie były uznawane za pole działań designerów, oraz, po drugie, uwzględnienie przy tym nie tylko gospodarczego i instytucjonalnego, lecz także szerszego kontekstu społecznego oraz perspektywy użytkownika w sensie rozbudowanego *user-centered design*.

The process involved in designing the world's most successful products, services and innovations is a highly transferable one. It's a process that can be applied to almost any problem (Burns i in. 2006: 9).

A new design discipline is emerging. It builds on traditional design skills to address social and economic issues. It uses the design process as a means to enable a wide range of disciplines and stakeholders to collaborate. [...] It is an approach that places the individual at the heart of new solutions (Burns i in. 2006: 6).

Wymaga to nie tylko zupełnie innego podejścia do planowania i realizacji konkretnych projektów czy nawet faz definiowania samych

problemów, lecz na dłuższą metę prowadzi także do redefinicji pojęć designu i designera – to coś znacznie więcej niż teoretyzujące mówienie, gdyż powoduje także zmianę rozumienia roli tak zwanego prostego (zwykłego) człowieka w codziennym życiu społecznym. Zarówno podstawowa idea otwierania się procesu projektowania na rozwiązywanie problemów „w ogóle”, jak i przyznanie tak zwanemu prostemu człowiekowi (choćby tylko na pewnym etapie) możliwości przejścia roli projektanta są przy tym ideami, które w poszczególnych podejściach i historycznych szkołach designu (Bauhaus, Hochschule für Gestaltung Ulm – HfG) lub innych holistycznie i systemowo zorientowanych dyscyplinach już istniały (niektóre długo) wcześniej i były zarówno konceptualnie opracowane, jak i realizowane (o czym wspomina się też, acz na marginesie, w referowanym tu tekście – zob. Burns i in. 2006: 9–11)¹⁵. Podejścia, które można uznać za historyczną lub/i konceptualną podstawę zaprezentowanego w tekście modelu transformation design, przedstawiane są w sposób szczegółowy w licznych publikacjach oraz konkretnych realizacjach; w szerokim rozumieniu słowa ‘design’: projekty, produkty, architektura, kompleksowo opracowane strategie komunikacji itd. Jeśli zaś chodzi o teoretyczne rozważania na temat designu i jego roli w społeczeństwie, warto wspomnieć o pracach Ota Aichera, opublikowanych głównie w latach 80. ubiegłego wieku (polska wersja – zob. Aicher 2016), a związanych z koncepcją designu opracowaną w HfG w Ulm w latach 50. i 60. Aicher, omawiając różne historyczne nurty, będące ważną podstawą opisanej przez niego w jednym z tekstów ‘trzeciej moderny’, zwraca uwagę na programową

¹⁵ Inne odniesienia, na przykład do obszaru badań procesów decyzyjnych w organizacji, można aktualnie znaleźć w wielu tekstach programowych dotyczących ogólnej definicji i roli społecznej designu. Zob. na przykład Leurs i Roberts (2017): „*Everybody designs who devises courses of action aimed at changing existing situations into preferred ones*» (Herbert Simon, 1969). *As the quote from Herbert Simon describes, designing isn't just for professionals. It is a fundamental human activity and capability, and humankind has in fact been designing since it began inventing and using tools thousands of years ago. Planning your day in an efficient way or rearranging your furniture to allow for better flow are examples of modern everyday activities that involve design skills*”.

ideę ramową konstrukttywizmu (tu: w sensie nurtu w sztuce), według której „wszystko jest designem, wszystko można stworzyć. wszystko, życie, codzienność, sprawy prywatne i publiczne potrzebują siły, ducha, odpowiedzialności tworzenia, twórczego kontaktu” (Aicher 2016 [1990]: 63)¹⁶. Takie społeczne ukierunkowanie działalności projektowej odzwierciedla się również w postawie przyjętej w pracy Hochschule für Gestaltung w Ulm.

wtedy w ulm [tj. od 1953 roku – A.S.] musieliśmy powrócić do rzeczy, do przedmiotów, do produktów, do ulicy, do codziennego dnia, do ludzi. musieliśmy zawrócić. nie chodziło o wprowadzenie sztuki w codzienność, do praktycznych zastosowań. chodziło o kontrsztukę, o pracę cywilizacyjną, o kulturę cywilizacji (Aicher 2016 [1987]: 94)¹⁷.

Historyczno-polityczny kontekst koncepcji, którą przedstawił Aicher, siłą rzeczy był inny; wynikające z niego podkreślenie wymiaru politycznego i zadania społecznego designu natomiast jest aktualne do dziś:

wróciliśmy z wojny do domu i w akademii musieliśmy pracować nad estetyką dla samej estetyki. to nie było dla nas do zaakceptowania. kto miał uszy do słuchania i oczy do patrzenia, musiał dojść do wniosku, że sztuka była rodzajem ucieczki od wielorakich zadań, które wyrosły także z kultury, kiedy załamała się władza nazistów.

musieliśmy postawić sobie pytanie, czy taka kultura i taka sztuka, które ignorowały prawdziwe problemy powojennych czasów, nie kompromitowały siebie samych. czy sztuka nie była alibi, by rzeczywistość oddać tym, którzy nad nią panowali? czy sztuka nie była dla obywateli świątecznym mydleniem oczu, żeby w sprawach codziennych dostać do ręki jeszcze większą możliwość decydowania? czy nie ci dla sztuki uczynili najwięcej, którzy byli zainteresowani sprawowaniem władzy? (Aicher 2016 [1987]: 92).

¹⁶ Stosowanie tylko małych liter było i jest programowym punktem ruchów wyrosłych z koncepcji Bauhausu, odwołującym się przez to do tej ideologii. ‘Ideologia’ – tu w znaczeniu neutralnym.

¹⁷ Zgodnie z przyjętymi już w tradycji Uniwersytetu Bauhausu zasadami upraszczania i redukcji wszelkich produktów do tego, co istotne, również Aicher stosował w swoich opracowaniach konsekwentnie tylko małe litery.

Wspólne aspekty, które, patrząc z dzisiejszej perspektywy, można znaleźć w różnych podejściach i które często bazują na koncepcji Aichera, raczej nie zostały jeszcze opatrzone jedną nazwą jako nowa dyscyplina, godna opracowania i rozwoju. Jako nowy element dla aktualnych form praktycznego stosowania takich – po części już znacznie wcześniej istniejących – idei projektowania należy dziś uwzględnić również nowy kontekst problemowy. Kompleksowość i znaczenie owego kontekstu wzrosły bowiem na tle skali globalnych powiązań i tematyki ekologicznej (zob. rozdz. 2). Natomiast jeśli chodzi o zasadnicze aspekty tych koncepcji oraz o uzasadnienie przypisywania projektowaniu znaczącej roli i odpowiedzialności społecznej, to mogą one zostać przejęte przez koncepcję transformation design jako bazowy element ogólnie ukierunkowujący aktualną działalność projektową. Przy tym jednak trzeba będzie uwzględnić zmienione uwarunkowania wynikające z szybkiego tempa rozwoju technologii komunikacyjnych. To jednak stanowi tylko kolejne wyzwanie, które potencjalnie może zostać lepiej uwzględnione w elastycznie i szeroko zorientowanym podejściu do procesów projektowych niż w perspektywie dbającej o sztywne podziały lub próbującej chronić zawodowe rezerwy. Wobec ogólnego kierunku rozwoju społecznego i związanych z nim problemów już nie sposób, by tak rzec, wypchnąć prób uwzględniania tych kompleksowych kontekstów w designie na drugi plan lub w jakąś komunikacyjną czy zawodową niszę, w której zajmować będzie się tym niewielkie grono specjalistycznych projektantów.

Podstawowe elementy strategiczne podejścia opisanego tu jako transformation design pojawiają się w związku z tym również w kilku aktualnie zaproponowanych koncepcjach designu, na przykład w ukierunkowanym na proces myślenia projektowego design thinking (zob. Brown 2016) lub – z punktu widzenia ogólnych celów projektowych – sustainable design. Połączenie tych szczegółowych podejść stanowiłoby kolejny krok w kierunku usprawnienia całej dyscypliny¹⁸.

¹⁸ Podobne do zaprezentowanego tu, interdyscyplinarne, szeroko zakrojone podejście, łączące orientację na zmiany społeczne w kierunku zrównoważonego rozwoju

Jednym z takich podejść jest w tym kontekście przeniesienie całościowo i społecznie zorientowanej perspektywy projektowej na grunt nauki o komunikacji, z czego wynikają szersze możliwości zastosowania designu – zarówno oraz równocześnie – do rozwiązywania problemów tak społeczno-komunikacyjnych, jak i projektowych. Takie podejście wypracowane zostało w ostatniej dekadzie przez zespół badaczy i studentów communication design w Instytucie Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Wrocławskiego oraz w Instytucie Grafiki Uniwersytetu SWPS we Wrocławiu¹⁹. Transformation design w przedstawionym tu ujęciu bez wątpienia stanowi jedno z pól, dla których projektowanie komunikacji odgrywa główną rolę – i to nie dopiero w fazie implementacji projektów dążących do transformacji w kontekst społeczny, lecz ich wypracowywania od podstaw w tym kontekście. W tak szerokiej perspektywie projektowanie zajmuje się nie tylko rozwiązywaniem problemów, lecz przede wszystkim kwestią, jak można uniknąć ich powstawania (zob. Fleischer 2018a: 192).

Rozszerzenie transformation design na kontekst społeczny oraz stosowanie go jako nazwy zbiorczej dla wszelkich aktywności dążących do wyżej opisanych zmian prospołecznych w kierunku zrównoważonego rozwoju stanowi(ły) logiczną konsekwencję opisanego tu trybu myślenia i podejścia. Przewidują i podkreślają to również autorzy cytowanego tekstu grupy RED, którzy jednak ze względu na swoją rolę we wspólnocie designerów (w sensie zawodowej *community*) nadal muszą się zajmować dyskusją i krytyką takiego otwierania się własnej dyscypliny:

z kontekstem designu i kształcenia akademickiego, istnieje od kilku lat pod nazwą 'transition design' (zob. Irwin i in. 2015 oraz <http://transitiondesign.net/> [24.06.2018]): „*Transition Design is an area of design research, practice and study that was conceived at the School of Design at Carnegie Mellon University in 2012 and integrated into new programs and curricula that launched in fall, 2014. However it is presented here as an open source concept and an invitation for engagement and co-evolution with educators, researchers and practitioners from design and related disciplines*”.

¹⁹ Zob. <http://www.communication-design.pl/>; Fleischer 2009; 2010, oraz na przykład Wszolek, Grech, Siemes 2018a; 2018b.

This new approach could be key to solving many of society's most complex problems. But the community of practice is small, and its emergence has already caused controversy (Burns i in. 2006: 6, zob. też 25–27).

Może więc warto w tym miejscu uprzedzić możliwą krytykę, jakoby takie rozszerzenie pojęcia nie tylko kwestionowało branżę designerską i profesję designera, lecz także oznaczało rozwadnianie zagadnienia. Design transformacji w rozszerzonym rozumieniu, to znaczy uwzględniającym kształtowanie zmian społecznych, siłą rzeczy nie dąży (nie może i nie chce dążyć) do ostatecznego ograniczania (tematów, problemów, kręgów ekspertów, strategii itd.) czy do standaryzacji, lecz wręcz przeciwnie – do tego, aby utrzymać pracę projektową otwartą na zmiany bez względu na to, w jakim konkretnym kontekście problemowym i instytucjonalnym ona przebiega oraz które dyscypliny są włączone w dany projekt. Oznacza to przejście perspektywy całościowej uwzględniającej nie tylko potrzeby oraz skutki bezpośrednio związane z danym zadaniem projektowym, lecz także szersze efekty działalności w skali społecznej. W tym sensie również tego podrozdziału nie należy rozumieć jako próby ostatecznej definicji pojęcia, gdyż nie w tym rzecz, lecz jako wskazanie na pewne konteksty oferujące różne nowe możliwości nawiązań (teoretycznych, analitycznych, praktycznych i projektowych), w zależności od tego, kto w sposób, o jakim tu mowa, chce pracować, oraz w jakim kontekście i w jakiej roli chce lub będzie chciał to robić – na przykład w roli badacza komunikacji, designera, eksperta, sąsiada, osoby społecznie zaangażowanej, prostego człowieka, hobbystycznie... czy jeszcze inaczej.

Podczas gdy pojęcie ‘transformation design’ w węższym rozumieniu (czyli z perspektywy branży i profesji związanych z designem) należy czytać, by tak rzec, „od tyłu”, to znaczy od słowa ‘design’, w rozszerzonym rozumieniu nacisk położony jest na pojęcie *transformacji* społecznej, która podlega projektowaniu i kształtowaniu w znacznie szerszym i ogólniejszym sensie. W takim podejściu nie tyle chodzi o transformation design jako kategorię profesjonalną i branżową, ile o „transformation **by** design” – szukanie strategii społecznych i projektowych, „które pomogą nam zachować standard

cywilizacyjny bez wzrostu, hiperkonsumpcji i ekscesywnego zużycia natury/zasobów naturalnych” (Sommer, Welzer 2017: 13). Ale również dla designu rozumianego jako dyscyplina, jako całościowo zorientowany proces społeczny, taki rozwój zapowiadał już kilkadziesiąt lat temu Otl Aicher w swoich opracowaniach:

jeśli zasada „coraz więcej, coraz wyżej, coraz szybciej” – która przez stulecia kształtowała historię techniki i stała się filozofią życia właśnie amerykańskiego społeczeństwa – dociera do granic, to technika zaczyna zmieniać kierunek w stronę redukcji i efektywności wykorzystania środków. to na pewno nie jest droga rezygnacji. chodzi o nowe optimum, o relację pomiędzy nakładem a wynikiem, pomiędzy input a output. dotychczas zaniedbywaliśmy kulturę nakładów (Aicher 2016 [1981]: 87).

Podkreślenia roli kontekstu społecznego oraz używania słowa ‘transformacja’²⁰ w pracach na temat transformation design nie należy mylić z ambicją tworzenia inżynierii społecznej, to znaczy z planowaniem odgórnej ingerencji w sferę społeczną według jednego narzuconego i wszechobejmującego planu czy modelu. Wspólną podstawę stanowi jedynie uznanie potrzeby (czy raczej: dostrzeżenie możliwości) projektowania zmian, które w obliczu wzrastającej skali problemów i tak będą nieuniknione, oraz ich kompleksowe potraktowanie, a następnie ukierunkowanie pracy projektowej:

Przy tym nie chodzi o jedną „Wielką Transformację”, odbywającą się równocześnie w skali globalnej, lecz o kombinatorykę najróżniejszych technologii, interwencji politycznych oraz praktyk społecznych, które się sprawdziły, z takimi, które są potrzebne, by móc prowadzić cywilizowane – czyli demokratyczne, wolnościowe, bezpieczne, zdrowe, wykształcone – życie przy drastycznie zredukowanym zużyciu natury. Projekt „reduktywnej moderny”, o który tu chodzi, jest faktycznie nowy: gdyż dotychczas nowoczesne społeczeństwa

²⁰ „W przeciwieństwie do badań transformacji w naukach politycznych, które [badania – A.S.] zajmują się transformacją politycznych i gospodarczych reżimów w byłych państwach sowiecko-komunistycznych, tutaj proces transformacji nie jest analizowany retrospektywnie lub towarzysząc tym zmianom, lecz rozumiany jest jako zadanie dotyczące przyszłości” (Sommer, Welzer 2017: 16).

rozwiązywały swe problemy stałym zwiększaniem nakładów – wydyferencjonowaniem nowych subsystemów i funkcji eksperckich – a nie poprzez redukcję (Sommer, Welzer 2017: 13)²¹.

Ostatnia część cytatu nawiązuje także do problemu związanego z procedurami normalizacyjnymi w komunikacji oraz ich potencjalnie hamującym wpływem na procesy zmian – wskazuje na zjawisko komunikacyjnej i systemowej asymilacji problemów (o charakterze irytacji) polegającej na odkładaniu ich w odpowiednich niszach, gdzie później fachowcy (naukowcy, inżynierowie, ale również kabareciści i artyści) mogą się nimi do woli zajmować, podczas gdy cała reszta życia społecznego może się toczyć tak jak dotychczas.

Dalej zatem transformation design będzie rozumiany szeroko, jako dyscyplina czy raczej zbiór dyscyplin zajmujących się obserwacją, analizą i badaniem, jak również rozwijaniem idei, inicjatyw i działań dotyczących zmian społecznych, a dążących do transformacji w sensie przejścia od modelu życia społecznego niszczącego swe podstawy do kulturowo i społecznie odnawianych form, jakkolwiek te będą mogły wyglądać.

²¹ Zachowuję tu bliższą oryginałowi formę pojęcia (*'reduktive Moderne'*); w polskim tłumaczeniu pojawia się też nazwa 'nowoczesność redukcyjna' (Welzer 2016: 189).

Nawet jak to prawda – to i tak trzeba w to wierzyć.

(Stefan Waghübinger¹)

2. Problematyka wyjściowa

Siłą rzeczy charakterystykę zagadnienia zacząć trzeba od – choćby przykładowej – listy problemów stanowiących punkt wyjścia ruchów w zakresie transformation design oraz ich badań. Są to problemy związane z nowoczesnym trybem życia, który rozwinął się w społeczeństwach określonego typu – chodzi nie tylko o społeczeństwa zindustrializowane, konsumpcyjne, stosujące system gospodarki oparty na zasadzie ciągłego wzrostu, lecz również o takie, które ponadto są liberalnie i demokratycznie zorganizowane i w których zatem – w odróżnieniu od niektórych innych form (na przykład również opartych na modelu ekspansywnej gospodarki wzrostu, ale nieoferujących swym członkom podobnego stopnia wolności) – istnieje pewna gama możliwości i wolności pozwalająca obywatelom (teoretycznie) na stosunkową swobodę w zakresie zmian i kształtowania swego życia². W tym wymiarze należy również podkreślić, że w ramach transformation design nie chodzi o roszczenia czy ambicje ratowania świata (lub kogoś/

¹ Oryg.: „Selbst wenn's die Wahrheit ist – man muss es ja trotzdem glauben”; S. Waghübinger, *Jetzt hätten die guten Tage kommen können*, program kabaretowy, 3Sat/ZDF, 30.09.2018, <https://www.3sat.de/kabarett/3satfestival/stefan-waghuebinger-jetzt-haetten-die-guten-tage-kommen-koennen-100.html> [25.06.2019].

² „Dla społeczeństw z innymi wyzwaniami rozwojowymi nie chcemy uzurpować sobie ani kompetencji, ani moralnego mandatu wyznaczania projektów pożądanego rozwoju” (Sommer, Welzer 2017: 17). Należy jednak zwrócić uwagę na to, że w międzyczasie można mieć również wątpliwości co do demokracji – jej siły i możliwości wspierania i wdrażania odpowiednich zmian oraz jednoczesnego utrzymania swego statusu (wcześniejsze rozważania dot. tej kwestii – zob. Leggewie, Welzer 2008). Obecnie wiele wskazuje na to, że systemy demokratyczne, przynajmniej w dzisiejszej wersji, same znajdują się pod presją wyzwań ekologicznych i socjalnych oraz rosnącego wpływu partykularnych grup interesów.

czegoś innego), lecz raczej o systematyczne zastanawianie się nad tym, w jaki sposób odpowiedzieć na wynikające z analiz nieuniknione potrzeby rozwojowe społeczeństw opisanego typu oraz jak wdrożyć i realizować działania w tym zakresie.

Mówimy o konkretnych potrzebach, możliwościach i blokadach dotyczących przejścia od ekspansywnej moderny do reduktywnej moderny, a zatem o temacie, który ani teoretycznie, ani praktycznie nie został wystarczająco naświetlony (Sommer, Welzer 2017: 18).

Punktem wyjścia do rozważań dotyczących transformation design w tak szerokim ujęciu jest konstatacja (oraz – w dłuższych opracowaniach – dobrze udokumentowana analiza), że we współczesnym świecie istnieje wiele problemów związanych z – bardzo ogólnikowo to formułując – nowoczesnym trybem życia (lub wynikających z niego); problemy te rozwijały się, ogólnie rzecz biorąc, w tak zwanej ekspansywnej modernie (Welzer)³.

Szerszą podstawę tych problemów stanowią (między innymi):

- niszczące swoje podstawy (i nie tylko je) formy produkcji i konsumpcji,
- ekspansywna gospodarka mająca na celu ciągły wzrost⁴ oraz związany z nią ekstraktywizm (gospodarka rabunkowa w sensie ekscesywnego eksploatowania zasobów naturalnych),
- przyspieszenie (w porównaniu z naturalnymi procesami tego typu) zmian klimatu i innych zmian warunków środowiska oraz w konsekwencji niszczenie funkcjonującego (a warunkującego istnienie człowieka) systemu środowiska,

³ „Niezależnie od odpowiedzi na pytanie, co dokładnie rozumiane jest przez modernę oraz kiedy, względnie od czego, ona się zaczyna i kończy, z pewnością przyjąć można, że ściśle z nią związane są: ogromny przyrost ekonomicznej wydolności, bogactwo społeczne oraz wzrost długości życia i poziomu kształcenia” (Welzer, Sommer 2017: 46).

⁴ „Gdyby przybył na Ziemię semiotycznie kompetentny E.T., wtedy wśród najczęściej używanych znaków w rzeczy samej po krótkim czasie zauważyłby »wzrost«. »Wzrost wykładniczy« ciągle powiększa masy i zatem przysparza fundamentalnych problemów dla »masowego społeczeństwa« naszej nowoczesno-zachodniej epoki” (Link 2013: 25).

- powstające lub umacniające się w tym kontekście niesprawiedliwości w skali światowej i wynikające z tego cierpienie ludzi, niszczenie oraz zanikanie podstaw do życia (na przykład w rezultacie katastrof atmosferycznych czy dewastacji środowiska) oraz wiążący się z tym potencjał konfliktowy,
- kompleksowe powiązania „wszystkiego ze wszystkim”, a zatem trudność komunikowania samej problematyki lub brak możliwości rozsądnej, dążącej do znalezienia rozwiązań dyskusji o niej.

W tym – szerokim i wyróżniającym się licznymi współzależnościami między jego elementami – kontekście niezbędne staje się, według mnie, bardziej szczegółowe wyjaśnienie choćby dwóch wybranych przykładów: emisji dwutlenku węgla (CO_2) i wiążącej się z tym szerszej problematyki globalnego ocieplenia i zmiany klimatu oraz tematu śmieci na przykładzie „jednorazowych” kubków do kawy (lub innych napojów). W celu zachowania ciągłości tekstu głównego związane z tym dygresje są umieszczone w dwóch różnych miejscach niniejszego rozdziału (w zależności od ich stopnia ogólności – dygresja I na początku rozdziału, po niniejszym akapicie, dygresja II natomiast w części końcowej). Podczas gdy przy opisie problemów sytuujemy się w pozycji „wewnętrznej”, to znaczy opisujemy problem, niekoniecznie obserwując (również) ramy komunikacji (założenia, przesłanki), w obrębie których został wyprodukowany, dygresje stanowią próbę wyjścia z tej perspektywy i tematyzują zagadnienie przez pryzmat normalizacji i procedur normalizacyjnych w komunikacji.

Dygresja I

Emisje CO_2 i globalne ocieplenie – analiza problemu z uwagi na normalizację w komunikacji

Od początków systematycznego pomiaru temperatury (w roku 1880) 10 najcieplejszych lat w historii świata przypada na okres ostatnich 20 lat. Według amerykańskiego urzędu NOAA (National

Oceanic and Atmospheric Administration)⁵ rok 2016 był najcieplejszym do tej pory (to jest do 2018 roku), ze średnią globalną temperaturą o prawie jeden (0,94) stopień Celsjusza wyższą niż średnia w całym XX wieku, rok 2017 był zaś na drugim miejscu. Do 2018 roku łącznie globalna temperatura wzrosła o 1,1 stopnia⁶. Instytucje i badacze zajmujący się tą problematyką podkreślają, że takiego ocieplenia i związanych z nim „rekordów” nie można już w żadnym wypadku uznać za przypadkowe oraz że ich skala stanowi zagrożenie dla systemu Ziemi i ludzkości. Problematykę w całej jej szerokości i kompleksowości oraz aktualny stan wiedzy naukowej o niej przedstawia publikacja *Nauka o klimacie* (Popkiewicz i in. 2019); w niniejszej dygresji analizuję temat na przykładach pochodzących z krótszych tekstów medialnych (artykuły z gazet, blogi itp.).

Wartość „1” (stopień) może wydawać się mała i nic nieznacząca, jeśli odnosimy ją do liczb w komunikacji (w której mają inną funkcję niż w matematyce i podlegają innym operacjom), a nie z perspektywy naukowej czy eksperckiej. Już ten aspekt zagadnienia staje się zatem ciekawy, kiedy analizujemy temat i jego aktualizacje w komunikacjach z perspektywy badań komunikacji, gdyż potrzeba podkreślenia wagi tematu powstaje w kontekście tej ostatniej właśnie. Badacze natomiast (podkreślając rację bytu tematu w komunikacji – zob. ilustracja 1) są ponadto zgodni co do tego, że w znacznej części dla globalnego ocieplenia ostatnich 60 lat nie ma innego wyjaśnienia niż konstatacja wzrostu koncentracji gazów cieplarnianych w atmosferze, to znaczy CO₂, metanu oraz innych związków (na przykład gazu rozweselającego, N₂O).

⁵ Zob. <http://www.noaa.gov/> [20.06.2018]; maj 2018 jako czwarty z rzędu pobił rekordy ostatnich lat, jeśli chodzi o średnią globalną temperaturę.

⁶ Zob. *Fakten Klimageschichte, Brennstoff*, 54, 18.



Ilustracja 1. Próba wprowadzenia tematu w interdyskurs w sposób bezpośredni
Źródło: własne zdjęcie plakatu, Wrocław, 2019.

Emisje CO₂, nawet jeśli ich powstanie w rezultacie korzystania z energii kopalnej powoduje jedynie część efektu cieplarnianego, stanowią jeden z najważniejszych problemów, gdyż dwutlenek węgla pozostaje w atmosferze na długi czas; to, co dziś jest emitowane, będzie jeszcze przez dziesięciolecia oddziaływać i wykazywać szkodliwy wpływ na środowisko, a nawet wzrastać wraz z kolejnymi emisjami następnych lat⁷. 30 października 2017 roku United Nations opublikowały kolejną niepokojącą wiadomość: udział przyspieszającego zmiany klimatyczne w atmosferze CO₂ rośnie coraz szybciej i osiągnął w krótkim czasie poziom, którego przez ostatnie 10 milionów lat jeszcze nigdy nie miał⁸. Tylko kilka dni później grupa naukowców zajmujących się tematyką

⁷ Zob. Weiß 2017. Aktualnie ludzkość w ciągu jednego roku zużywa zasoby węgla, na których magazynowanie natura potrzebowała milion lat (por. Eckert 2017a).

⁸ Krótkie podsumowanie szczegółów dotyczących znaczenia natężenia CO₂ w atmosferze i stanu badań na temat zmiany klimatu – zob. Eckert 2017a. Dokładne dane – zob. aktualne raporty IPCC (*Intergovernmental Panel on Climate Change* – Międzyrządowy Zespół ds. Zmian Klimatu, międzynarodowa organizacja zajmująca się podsumowaniem stanu wiedzy naukowej) oraz United Nations/Sustainable Development Knowledge Platform (2017/2018). IPCC w 2018 roku opracował dodatkowy raport specjalny o skutkach globalnego ocieplenia o 1,5°C.

w ramach wspólnych badań w organizacji Global Carbon Project ogłosiła w związku z konferencją na rzecz ochrony klimatu w Bonn, że globalne emisje CO₂ po trzech latach stagnacji znowu zaczęły wzrastać i w roku 2017 osiągną rekordowy poziom. Te prognozy zostały potwierdzone jesienią 2018 roku w raporcie klimatycznym sporządzanym corocznie przez program UNEP, zajmujący się środowiskiem w ramach United Nations. Raport po raz kolejny podkreśla również potrzebę natychmiastowych działań⁹. „Budżet” emisji CO₂ w atmosferze spowodowany ludzką działalnością (budżet węglowy), jaki należałoby utrzymywać, aby zatrzymać globalne ocieplenie na (uznawanym w swoich skutkach za – w miarę – akceptowalny) poziomie – znacznie niższym niż 2°C w porównaniu z epoką przedindustrialną – przy obecnym tempie rozwoju będzie wyczerpany już za 20 lat (por. Eckert 2017b; zob. też globalcarbonproject.org 2017). Oznacza to, że albo – nieco naiwnie formułując – (najpóźniej) za 20 lat musielibyśmy z dnia na dzień przestać w ogóle cokolwiek spalać, produkować itd. (to znaczy zredukować emisje do zera), co ze względu na ludzką tendencję do akcjonizmu, zwłaszcza od czasów industrializacji, jest mało prawdopodobne, albo musimy znacznie zredukować (a nie zwiększać) emisje już teraz.

Ogólnie opisana tendencja wzrostowa, jeśli chodzi o emisje, dalej potwierdza się również po 2018 roku¹⁰. Jednocześnie obserwować można zwiększone starania (i pewne sukcesy) dotyczące przebudowy i przestawienia form produkcji, na przykład ze względu na energię odnawialną, ale przede wszystkim znacznie

⁹ „The key messages from the 2018 Emissions Gap Report send strong signals to national governments and to the political part of the Talanoa Dialogue at the 24th session of the Conference of the Parties (COP 24). Along with the recent IPCC Special Report, these messages provide the scientific underpinning for the UN 2019 Climate Summit, which will convene on the theme of »A Race We Can Win. A Race We Must Win«” (United Nations Environment 2018a).

¹⁰ Zob. <http://naukaoklimacie.pl/aktualnosci/emisje-co2-dalej-rosna-budzet-weglowy-2018-338> [19.02.2019].

zwiększoną oraz (kusząca jest tu metafora) przegrzewającą się komunikacją w kwestii *potrzeby* redukcji emisji.

Analizę „budżetu węglowego” w odniesieniu do różnych prognoz naukowych (wyżej podane liczby są tylko przykładem jednego z wielu modeli) oraz (nie)podjętych decyzji politycznych podaje artykuł *Naukowcy a politycy: gdy »ostatnia chwila« trwa od dziesięcioleci*. Również ten artykuł zwraca uwagę (jak niżej prezentowana krótką analiza problemu na przykładzie progów ocieplenia) na kluczową rolę wymiaru komunikacyjnego: „Część problemu leży w sposobie postawienia celów, w tym, na ile są one konkretne oraz zrozumiałe dla polityków, mediów i społeczeństwa” (Popkiewicz 2018a). W tekście rozważana jest też potrzeba „zmiany narracji”, zwłaszcza jeśli chodzi o pytanie, czym można by zastąpić kategorię budżetu węglowego:

Według analizującej te kwestie pracy Peters 2018¹¹, niepewności związane z planowaniem osiągnięcia celów ochrony klimatu na podstawie budżetu węglowego są tak duże, że dla celów prowadzenia polityki metoda ta jest praktycznie bezużyteczna. Dużo skuteczniejsze i bardziej zrozumiałe byłoby oparcie polityki na konkretnej dacie osiągnięcia celu „zera emisji netto”, zapisanej już zresztą – choć ogólnie i bez konkretnej daty – w tekście porozumienia paryskiego w art. 4 (dla krajów bogatszych powinno to nastąpić wcześniej niż dla ubogich). Większość zajmujących się tematem badaczy uważa, że powinno to przypaść na początek drugiej połowy obecnego stulecia. Cel osiągnięcia „zerowych emisji netto” do określonej daty jest nie tylko dużo bardziej konkretny, ale też zrozumiały dla polityków i społeczeństwa (Popkiewicz 2018a).

Jeśli analizujemy zagadnienie z perspektywy badań komunikacji, to cel utrzymania globalnego ocieplenia na poziomie maksymalnie 2°C oraz związane z tym obliczenia, badania i prognozy są ciekawe z uwagi na mechanizmy komunikacyjne, a zwłaszcza

¹¹ „The remaining carbon budget consistent with limiting warming to 1.5°C allows 20 more years of current emissions according to one study, but is already exhausted according to another. Both are defensible. We need to move on from a unique carbon budget, and face the nuances” (Peters 2018).

procedury normalizacyjne stosowane w dyskusji o tym problemie. Dotyczy to zarówno samego celu (planowanego prognozy), jak i innych aspektów zagadnienia, które aktualizowane są w komunikacjach, na przykład w relacjach medialnych. Porozumienie paryskie, umowa wypracowana na konferencji w Paryżu w 2015 roku¹², odnosi się bowiem do konkretnych i dokładniejszych wartości liczbowych (pochodzących zresztą z prognoz i obliczeń ekspertów). Oprócz zakomunikowanego ogólnego celu ograniczania wzrostu średniej temperatury do poziomu *wyraźnie niższego niż 2°C* istnieje konkretniejszy cel ograniczania stopnia ocieplenia do 1,5°C, gdyż ten próg uznawany jest za wartość, która redukowalaby skalę szkodliwych efektów¹³. Podczas gdy tylko w niektórych tekstach ogólnomediacyjnych (przygotowywanych dla szerokiej publiczności) mowa jest dosłownie o prognozy 1,5°C¹⁴, w wielu publikacjach przez dłuższy czas pojawiała się i nadal pojawia wartość 2°C. Również w tym wypadku z punktu widzenia potoczności takie „zaokrąglenie” sprawia wrażenie drobnej, niewartej wzmianki kwestii. Z eksperckiego punktu widzenia natomiast, oraz patrząc od strony potencjalnie powstających problemów, sprawa przedstawia się inaczej:

¹² Porozumienie zostało podpisane przez 195 państw, a ratyfikowane przez 178 (stan na czerwiec 2018). Zob. United Nations / Treaty Collection (2015a). W połowie roku 2017 Stany Zjednoczone ogłosiły zamiar wycofania się z porozumienia za trzy lata (byłyby wtedy jedynym krajem na świecie nienależącym do niego), zob. *USA wycofały się z porozumienia paryskiego. »Drakońskie obciążenia«*, TVP Info, 5.08.2017, <https://www.tvp.info/33491408/usa-wycofaly-sie-z-porozumienia-paryskiego-dra-konskie-obciazenia> [4.07.2018].

¹³ Artykuł 2, punkt 1 oraz 1(a) porozumienia (United Nations / Treaty Collection 2015b): *„This Agreement, in enhancing the implementation of the Convention, including its objective, aims to strengthen the global response to the threat of climate change, in the context of sustainable development and efforts to eradicate poverty, including by: (a) Holding the increase in the global average temperature to well below 2°C above pre-industrial levels and pursuing efforts to limit the temperature increase to 1.5°C above pre-industrial levels, recognizing that this would significantly reduce the risks and impacts of climate change”*.

¹⁴ Zob. na przykład Weiß 2017 oraz TVP Info 2017 (przypis 12).

W nowym badaniu [z 2013 roku – A.S.] zespół międzynarodowych ekspertów pod przewodnictwem profesora Jamesa Hansena odkrył, iż najbardziej niebezpieczne konsekwencje ocieplenia Ziemi – wzrost poziomu morza, topnienie arktycznego lodu, ekstremalne warunki pogodowe – przyspieszą gwałtownie wraz ze wzrostem średniej globalnej temperatury o 1°C. Po osiągnięciu pułapu 2°C będzie po prostu za późno, powiedział Hansen. „Argumentujemy, że 2°C są bardzo niebezpiecznym celem. Społeczeństwo powinno dokonać ponownej oceny poziomów niebezpieczeństwa, przy uwzględnieniu skutków, które już obserwujemy”, dodał (Exignorant 2017)¹⁵.

Johan Rockström jest dyrektorem Instytutu Badań Skutków [zmian] Klimatycznych w Poczdamie, znanym na całym świecie z prac na temat naturalnych granic stabilności planety. Również on mówi: „Te 1,5°C to nie tylko liczba, to granica”. [...] „W ostatnich 15 latach zmiany były nieco szybsze niż prognozowane [...]”, mówi. Badacze co prawda długo wcześniej ostrzegali przed wszystkimi tymi ryzykami. Ale może próg, od którego zmiana się przyspieszy, będzie osiągnięty jeszcze wcześniej, niż przypuszczano” (cyt. za: Weiß 2019).

Z perspektywy badań normalizacji w komunikacji wprowadzić można w tym miejscu motyw ryzyka, który, w odróżnieniu od normatywnych ustaleń, leży u podstaw komunikacyjnego negocjowania normalności:

Podczas gdy [...] granica normatywna jest jednoznaczna (binarna – tak/nie) i nieprzesuwalna, granica normalności może być ujęta jako „próg ryzyka”, który w zależności od oceny ryzyka zawsze jest przesuwalny, jak jest to typowe dla medycznych, ekologicznych i ekonomicznych granic normalności (Link 2013: 41).

I tu zaczyna się dramat normalizacji w komunikacji. W codziennym kontekście – by tak rzec: w normalnej sytuacji – normalizacja stanowi po prostu nieunikniony element komunikacji umożliwiający wspólne ukierunkowanie komunikacyjnych procesów orientacyjnych. Ze względu na kwestię globalnego ocieplenia natomiast umożliwia i powoduje ona perpetuowanie dyskusji

¹⁵ Autor cytuje za: Goldenberg 2013; wspomniane badania zob. Hansen i in. (2013).

o sprawie wymagającej natychmiastowych działań: czy chcemy progę dwóch stopni, czy może jednak tylko półtora? A może jednak trzy, cztery, pięć?¹⁶ Przy tym z pola widzenia znika to, że realność w zależności od „przesunięcia progę ryzyka” może zmienić się tak, że w ogóle już nie będzie nikogo, kto mógłby dyskutować o tym, gdzie chcemy wyznaczyć próg. W październiku 2018 roku Międzyrządowy Zespół ds. Zmian Klimatu IPCC ponownie usilnie ostrzegał przed drastycznymi skutkami ocieplenia Ziemi o więcej niż 1,5 stopnia w porównaniu z erą przedindustrialną, podkreślając zarówno nagłość konieczności natychmiastowych działań, jak i to, że ludzkość posiada możliwości i technologię do realizacji takich działań (zob. IPCC 2018)¹⁷. Po publikacji specjalnego raportu w tej sprawie oraz kolejnym szczycie klimatycznym COP24 w Katowicach kwestia ważności drobnych różnic stopnia ocieplenia co prawda zaczęła się pojawiać w komunikacjach (na poziomie zinstytucjonalizowanych mediów, na przykład artykułów i wiadomości o temacie). Należy jednak pamiętać, że stanowi to zjawisko na poziomie komunikacji, co oznacza, że nie tylko nie wiemy, czy obserwujemy przejściowy trend albo czy ta (ś)wiadomość utrzyma się w komunikacji na dłuższą metę, lecz także nie wiadomo, czy i jaki będzie efekt tej drobnej zmiany oraz tendencji w komunikacji na poziomie działań.

Marcin Popkiewicz (2018a) we wspomnianej wyżej analizie problemu na przykładzie budżetu węgla wysuwa między innymi wniosek, że chodzi o przeformułowanie komunikatów, aby

¹⁶ „Większość badaczy zgodna jest co do tego, że świat bez dodatkowych starań zmierza w kierunku trzech do czterech stopni ocieplenia” (*Weltklimarat drängt zum Handeln*, tagesschau.de, 8.10.2018, <https://www.tagesschau.de/wirtschaft/klimarat-ippc-101.html> [9.10.2018]).

¹⁷ IPCC jest założoną w 1988 roku międzynarodową organizacją (instytucją Organizacji Narodów Zjednoczonych), składającą się ze 195 państw członkowskich, niezależnych ekspertów oraz organizacji monitorujących, która ocenia i podsumowuje globalnie sporządzane badania, a w ten sposób oferuje naukowo udokumentowaną podstawę decyzji w polityce (bez narzucania wskázówek dotyczących konkretnych politycznych działań).

przesunąć „horyzont podjęcia działań z nieokreślonej przyszłości na tu i teraz”. Analizuje jednak problem, skupiając się głównie na kwestii komunikacji nauki ze sferą polityki:

Podczas gdy środowisko naukowe pracuje nad doprecyzowaniem budżetu węglowego, politykom zasadniczo odpowiada spory stopień jego niepewności. Gdy pojawia się na przykład publikacja, według której wciąż jest możliwe osiągnięcie celu ograniczenia ocieplenia do 1,5°C bez konieczności wielkoskalowej inżynierii i innych radykalnych działań, nie motywuje ona polityków do podjęcia działań, bo wydają się one wykonalne. Wręcz przeciwnie. Politycy potraktują to jak prezent od środowiska naukowego, utwierdzający ich w przekonaniu, że mają wciąż jeszcze czas na zdecydowane działania na rzecz ochrony klimatu, bo wciąż jest „za pięć dwunasta” (Popkiewicz 2018a¹⁸).

Problematykę tę należy jednak, ujmując rzecz z perspektywy badań komunikacji, rozszerzyć na wymiar społeczny. W wymiarze politycznym (decyzji politycznych) wykorzystywane są te wartości i prognozy, które umożliwiają jednocześnie osiągnięcie celów wynikających z charakteru danego subsystemu (z programów komunikacji stosowanych w jego kontekście, interesów, przymusów itp. panujących w jego ramach), *funkcjonującego z kolei społecznie*. Do tych celów należy też na przykład przetrwanie w roli polityka, to jest utrzym(yw)anie siebie oraz swojej partii przy władzy. Póki więc społeczeństwo nie będzie przekonane o nagłym charakterze zmian, żadna inicjatywa ze strony polityki proponująca zasadnicze zmiany nie będzie mogła dojść do skutku; będzie co najwyżej uważana za niezrozumiałą, a nawet śmieszną próbę wprowadzania ekodyktatury itp. Nie wspominając już o tym, że problem jest globalny, a polityka odbywa się na poziomie państw oraz wprowadzanej przez gospodarkę konkurencji między nimi.

¹⁸ Popkiewicz nawiązuje do artykułu O. Geden (2018) poświęconego temu problemowi: „Upward estimates for carbon budgets are unlikely to lead to action-focused climate policy. Climate researchers need to understand processes and incentives in policymaking and politics to communicate effectively”.

Analizujemy więc sferę negocjacji tematu w interdyskursie, odzwierciedlającym się w głównej mierze w komunikacjach zapośredniczanych medialnie dla bliżej nieokreślonej, tak zwanej szerokiej publiczności. Przyglądając się temu, jaką ogólną tendencję mają badania i dyskusje eksperckie, oraz temu, co wynika z modeli statystycznych na temat dalszego rozwoju ocieplenia, widzimy, że wszystko wskazuje na to, że nawet możliwość zachowania prognozy 2°C stała się w międzyczasie zjawiskiem komunikacji wyłączonym z realnego przebiegu zdarzeń (przykład szczegółowych analiz dotyczących różnych prognoz rozmiaru ocieplenia – zob. Jackson i in. 2015).

Istnieje ostra dysproporcja między mówieniem o *ty*m celu a działaniem w *ty*m celu. Przy tym w sferze mówienia (komunikacji) dochodzi do dyferencjacji powstających ofert komunikacyjnych w zależności od obszaru dyskursowego, w którym owe oferty są generowane. Dyskursy specjalistyczne zajmują się kwestią różnic wynikających z różnego stopnia ocieplenia oraz dokładną analizą problemów szczegółowych (nauka) lub negocjacją możliwie korzystnych dla własnego państwa warunków przy *planowaniu* działań, albo też sporami o zamierzonych działaniach na arenie krajowej z grupami interesów (polityka). Sfera interdyskursu natomiast, w związku z jej konstrukcją i funkcją, wykazuje tendencje uogólniania tematu i operowania przybliżonymi (zaokrąglonymi) wartościami, co prowadzi do generalnego lekceważenia tematu i traktowania go jak każdy inny (dowolny) temat mówienia, a co najwyżej do semantyzowania tego tematu i nawiązujących do niego działań jako aktualnego trendu (o tym więcej w osobnych analizach w kolejnej publikacji; zob. też Siemes 2019).

Stosowanie okrągłych liczb – jako jednej z form liczb w komunikacji – można zaobserwować na przykładzie wspomnianych progów i obydwu wyżej cytowanych tekstów, które z jednej strony prezentują obliczenia statystyczne oraz eksperckie prognozy związane z tematem (Jackson i in. 2015), a z drugiej stanowią egzemplifikację tego, jak temat jest (między innymi) przedstawiany w dyskursie medialnym (Eckert 2017a), to znaczy w sferze

współkonstruującej obszar interdyskursu. Z wybranego tu przykładowo artykułu naukowego wynika, że przy ogólnym „budżecie” emisyjnym 2900 gigaton CO₂ „istnieje” (stosuję tu cudzysłów, gdyż mowa jest o konstrukcie statystyki) 66-procentowe prawdopodobieństwo, że cel zatrzymania ocieplenia na poziomie 2°C zostanie osiągnięty. W wersji interdyskursowej (w tekście opublikowanym w mediach) liczba 2900 zostaje zaokrąglona do „około 3000 gigaton”¹⁹. Należy przy tym uwzględnić typowe procedury obchodzenia się z liczbami w komunikacji, które z różnych względów prowadzą między innymi do preferowania liczb okrągłych (oferujących wyższy stopień nawiązywalności)²⁰. Z (komunikacyjnej) perspektywy potocznej różnica wydaje się nieduża, natomiast z perspektywy fizycznej i biologicznej różnica 100 gigaton CO₂ to jednak wielkość, której nie można nie doceniać. Kiedy bowiem przełożymy tę liczbę na jednostkę miary stosowaną przez nas w codzienności, a mianowicie na tony, wtedy 100 gigaton to 100 000 000 000 ton, czyli jednak dużo. Problem zatem nie tylko w wielkości (liczb), ale również w stosowanej skali. 3000 to dużo, a 100 – mało, ale 100 000 000 000 to więcej niż 3000.

Natomiast uwagi dotyczące statystycznego prawdopodobieństwa w tekście medialnym w ogóle się nie pojawiają. Niewykluczone, że ich tematyzacja oznaczałaby wzrost skomplikowania wypowiedzi przy jednoczesnym ograniczeniu nawiązywalności. Z perspektywy dziennikarskiej i medialnej, jak również ogólnokomunikacyjnej poruszanie tego aspektu czy jemu podobnych nie jest więc wskazane i brak przywołania go jest słusznym zabiegiem; gdyby bowiem wprowadzić, mówiąc potocznie, gdybanie modeli statystycznych zakładających progi relewancji, stopnie prawdopodobieństwa itp., sam temat stałby się pewnie niekomunikowalny. Wspomniany artykuł z kontekstu medialnego należy przy tym do

¹⁹ „Okolo 3000 gigaton CO₂ ludzkość może produkować, aby osiągnąć cel dwóch stopni” (Eckert 2017a).

²⁰ Kwestię liczb w komunikacji medialnej zajmowałam się w szerszym projekcie badawczym – zob. Siemes 2009 i 2010.

tekstów przedstawiających temat dość szczegółowo i dokładnie; omawiany (tu) problem nie leży więc w konkretnym tekście, lecz dotyczy stosowanych w komunikacjach siłą rzeczy skrótów, uproszczeń oraz tego, że kiedy tego typu zabiegi są następnie komunikacyjnie procesowane, kiedy się powielają i perpetuują, powstaje krok po kroku odpowiednio „skrzywiony” wynik, podobnie jak ma to miejsce, kiedy gra się w „głuchy telefon”.

Chodzi więc o to (co omawiane tu przykłady tylko ilustrują), że w „publicznej” dyskusji, w sensie interdyskursowych manifestacji tematu w mediach i innych ogólnodostępnych źródłach, rzadko tylko zwraca się uwagę na to, że obliczanie wspomnianych progów, a ogólnie: formułowanie prognoz, zależne jest od wielu niewiadomych i zmiennych. Niestety problem nie polega na tym, że sama kwestia (efekt globalnego ocieplenia) mogłaby w związku z tym okazać się nie aż tak poważna, jak sądziliśmy. Wręcz przeciwnie – dotychczasowy rozwój wypadków wskazuje na to, że ryzyko leży, by tak rzec, w górnym odcinku skali katastrofy. Przez efekty uboczne, współoddziaływania i nagłą zawodność systemów istotnych dla funkcjonowania cyklu ekologicznego procesy mogą się przyspieszyć w sposób nieprzewidywalny.

Do tematów, o których w tym kontekście między innymi dyskutowano, należy na przykład topnienie wiecznej zmarzliny, magazynującej duże ilości dwutlenku węgla i metanu, czy też to, że obszary funkcjonujące dotychczas jako naturalne pochłaniacze dwutlenku węgla, na przykład lasy tropikalne, w związku z ich niszczeniem i degradacją mogą uwalniać więcej CO₂, niż go przechwytyją²¹.

Również z uwagi na przykład „celu 2°C” przyjęcie progów prawdopodobieństwa (niezbędne do tworzenia modeli i formułowania prognoz) oraz rezultaty tych przesłanek i założeń na poziomie

²¹ „[...] powszechne wylesianie, degradacja i zaburzenia sprawiły, że tropikalne lasy uwalniają więcej CO₂, niż przechwytyją, czyli przestały pełnić rolę pochłaniacza węgla netto” (<https://exignorant.wordpress.com/2017/11/09/badanie-wzrost-sredniej-globalnej-temperatury-o-2c-bedzie-katastrofa/> [23.02.2018]).

komunikacji zwiększają raczej ryzyko niedostrzegania powagi sytuacji. Jeśli bowiem „cel 2°C” mógłby zostać osiągnięty na skutek diskutowanych (czyli jeszcze nierealizowanych – patrz wyżej) ograniczeń emisji CO₂ z prawdopodobieństwem 2/3, to oznacza, że osiągnięcie tego celu zależy od spełnienia się *nadziei*, że spotka nas sytuacja numer jeden lub dwa z trzech możliwych wynikających z modelu statystycznego²². Przypomniawszy sobie zaś hasło „nie mamy drugiej planety”, można by wnioskować, że nie będzie tych dwóch (a nie wiemy, których z trzech) sytuacji „statystycznych”, lecz tylko jedna (tyle że nie wiemy która), jej zaistnienie natomiast sami spowodowaliśmy. Jeśli spojrzeć na to, ile uwarunkowań wprowadzonych zostało w przyjęte liczby, nadzieja zdaje się wszystkim, co pozostaje:

To have at least a 90 percent chance of keeping average global temperature increases below 2°C (3.6°F), global Earth system models (i.e., the most sophisticated climate models) suggest that cumulative emissions since 1870 need to be capped at no more than about 2,440 Gt CO₂ [...] (IPCC 2013). If policymakers choose a riskier probability—say, at least a 66 percent chance of staying below 2°C [...] the allowable CO₂ emissions are some 500 Gt higher, about 2,900 Gt CO₂ cumulatively [...] (IPCC 2013) (Jackson i in. 2015: 18).

Jak widać, również (a nawet) dyskurs ekspercki czy specjalistyczny wykazuje różnego rodzaju tendencje wynikające ze stosowania procedur normalizacyjnych. Aktualizowane są na przykład wspomniane wyżej uproszczenia („*about 2900 Gt*”) oraz generowane są wypowiedzi typu „*if policymakers choose a riskier probability*”, jak gdyby istniał wybór uwzględniający realne wydarzenia, który miałby być zrealizowany przez politycznych decydentów.

Analizę ostatniej egzemplifikacji można jeszcze nieco rozwinąć, spojrzawszy na nią w całości: „*If policymakers choose a riskier*

²² „*The 66 percent probability case comes with a one-in-three chance of the Earth's warming more than 2°C despite a capping of cumulative emissions at 2,900 Gt CO₂*” (Jackson i in. 2015: 18).

probability [...] the allowable CO₂ emissions are [...] higher”. Nawet jeśli autorzy nie mieli tego na myśli (acz nie jest wykluczone, że stosują w tym miejscu komunikację subwersywną), jeden z logicznie możliwych wniosków brzmi nie tylko, że realne wydarzenia i wybór statystycznych modeli znajdują się na tym samym poziomie (realność, to znaczy dopuszczalne emisje CO₂, zmienia się, kiedy założony będzie inny model statystyczny), lecz również, że odpowiedzialni są decydenci z obszaru polityki (a nie każdy człowiek). I znowu – na tym polega ten trick komunikacyjny – my mamy święty spokój (w tym sensie, że nie musimy kwestionować codziennych praktyk), a odpowiedzialność zostaje zrzucana na inną instancję: to decydenci, podmioty w organach społeczno-politycznych podejmują decyzję, czy „wybiorą” większe ryzyko. Przy tym nie chodzi o to, że faktycznie (w sensie ustalonych procesów społecznych) ktoś inny (niż na przykład autorzy cytowanego opracowania) podejmuje decyzję, na którym z modeli bazować podczas planowania wymaganych (wtedy) kroków, lecz właśnie o to, że instancje rozpoznania problemu (naukowcy) oraz podjęcia decyzji (polityka, decydenci) są systemowo od siebie oddzielone (w terminologii teorii systemów: odsprężone); nie wspominając o kolejnych ogniwach w procesie społecznym potrzebnych do podejmowania praktycznych kroków, to znaczy działań. W ten sposób poznanie (wiedza), na podstawie którego wymagane byłyby natychmiastowe działania, produkuje „reakcje” przede wszystkim w sferze trzeciej rzeczywistości (komunikacji), to znaczy pseudodziałania. W tej krótkiej analizie nie uwzględniliśmy jeszcze tego, że na przykład czytelnicy tekstów (jak i tej tu publikacji) również są konceptualnie przeniesieni w sferę publiczności, która, metaforycznie mówiąc, z bezpiecznego miejsca, z ciemności sali teatralnej, ogląda przedstawienie dramatyczne pod tytułem „globalne ocieplenie”, sama nie mając z tym jakoby nic wspólnego. Natomiast efekty zmiany klimatu i innych (wyżej wspomnianych) problemów już są odczuwalne, z tym że w różnych miejscach, w różnej skali. Należy również zwrócić uwagę na to, że

debata o tym, jak dramatycznie rzeczywiście wypadną poszczególne następstwa zmiany klimatu [oraz jaki będzie rozmiar samego globalnego ocieplenia – A.S.], prowadzi w rezultacie na manowce; przede wszystkim, ponieważ odwraca uwagę od stanu rzeczy, że antropogenne ocieplenie Ziemi stanowi tylko jeden – co prawda prominentny – przykład aktualnych kryzysów ekologicznych, względnie jest tylko objawem strukturalnej niezrównoważoności współczesnych społeczeństw (Sommer, Welzer 2017: 33–34)²³.

W kontekście analizowanego tu problemu badawczego istotniejsza niż dokładny stopień oraz praktyczne skutki ocieplenia (szeroko omawiane w licznych opracowaniach naukowych i popularnonaukowych²⁴) jest kwestia komunikacyjnej manifestacji tej problematyki, która do tej pory nie została zbadana (przynajmniej nie jako osobny temat). Zmiana klimatu jako wielkość interdyskursowa przyjmuje bowiem inny charakter niż to, co prezentowane jest w dyskursach specjalistycznych (na co wskazuje już krótkie przedstawienie kilku aspektów zagadnienia w niniejszej dygresji). Problem komunikacyjnej i dyskursowej asymilacji oraz normalizacji tej tematyki zbadam bliżej na przykładzie wiadomości na temat szczytów klimatycznych (zob. Siemes 2019 oraz kolejna publikacja).

Dodam tylko jeszcze, że tempo tego, co od czasów uprzemysłowienia uznajemy za rozwój (przede wszystkim: wzrost gospodarczy), z powodu różnych mechanizmów i produkowanych przez samą ludzkość wymogów systemowych ma raczej tendencję przyspieszającą²⁵ – a zatem okres 20 lat, który pozostaje do wyczerpania

²³ Do innych, równie ważnych problemów spowodowanych działalnością człowieka poza zmianą klimatu należą między innymi: globalne zużycie wody, drastycznie przyspieszona (w porównaniu z czasem przed industrializacją) utrata różnorodności biologicznej (bioróżnorodności), zakwaszenie oceanów i zubożanie warstwy ozonowej (por. Rockström i in. 2009).

²⁴ Oprócz już wymienionych źródeł zob. na przykład portal Nauka o Klimacie (<http://naukaoklimacie.pl/start>) oraz World Bank 2012 (w charakterze podsumowania – Sommer, Welzer 2017: 29–39 i Welzer 2016).

²⁵ Wiąże się to z eksponencjalnym wzrostem, który można obserwować w ciągu ostatnich kilkudziesięciu lat w niemal wszystkich dziedzinach związanych z produkcją i konsumpcją (zob. Welzer 2016: 58–59).

budżetu emisji, może się skrócić, gdyż obecne tempo nie jest tempem przyszłości, w której wszystko będzie się rozwijać jeszcze szybciej. Ciekawą ilustracją tego problemu może być stanowisko Stanów Zjednoczonych wyrażone przez Departament Stanu w nocy do ONZ dotyczącej wspomnianego już zamiaru wycofania się z porozumienia paryskiego:

USA popierają zrównoważone podejście do walki ze zmianami klimatu, które gwarantuje obniżanie poziomu emisji przy jednoczesnym zachowaniu wysokiego tempa wzrostu gospodarczego i zapewnieniu bezpieczeństwa energetycznego²⁶.

Lub stanowisko prezydenta USA Donalda Trumpa:

Dziennikarz: Kto będzie chronił środowisko naturalne?

Donald Trump: Ze środowiskiem wszystko będzie w porządku, możemy przecież mały kawałek pozostawić, ale nie wolno nam zniszczyć żadnych firm²⁷.

Widoczny staje się tu aspekt, który niżej poddam dokładniejszej analizie – kwestia tego, że (i jakie) konsekwencje dla rozwoju sytuacji na poziomie działań może mieć charakter komunikacyjnie generowanych wielkości.

Jeszcze jedna uwaga na zakończenie tej dygresji: jedną ze strategii służących odrzucaniu niewygodnego tematu zmiany klimatu z dyskusji oraz unikaniu mówienia o tym, co powinniśmy wobec tego *teraz* zrobić, jest twierdzenie, że całe to zagadnienie jest zbyt kompleksowe i zbyt trudne „dla ludzi” (w takim ujęciu naukowcy i inni eksperci zajmujący się problematyką oraz osoby protestujące na manifestacjach nie są ludźmi), a także najprawdopodobniej

²⁶ USA wycofały się z porozumienia paryskiego. »Drakońskie obciążenia«, TVP Info, 5.08.2017, <https://www.tvp.info/33491408/usa-wycofaly-sie-z-porozumienia-paryskiego-drakonskie-obciazenia> [4.07.2018].

²⁷ Cyt. za: *Heute Show, Jahresrückblick 2017*, ZDF, 15.12.2017, min. 15:40, <https://www.zdf.de/comedy/heute-show/heute-show---der-jahresueckblick-vom-15-dezember-2017-100.html> [10.01.2018].

dotyczy odległej przyszłości, z którą i tak nikt się nie identyfikuje. W obliczu 20 lat pozostających do wyczerpania postulowanych przez prognozy budżetów w oczy rzuca się ignorancja związana z taką „argumentacją”; abstrahując od tego, że już dzisiaj popieranie tej opinii staje się na poziomie praktycznym powoli problematyczne, gdyż także „u nas” efekty zmiany klimatu stają się zauważalne. Oczywiście staje się funkcja takich stanowisk – są one strategią uzasadnieniową, mającą uwolnić innych (a przy okazji nas samych) od odpowiedzialności za to, w czym bierzemy udział, oraz relatywizującą nicnierobienie wbrew lepszej wiedzy.

Koniec dygresji.

Ogólna problematyka wiążąca się z przedstawionym wyżej kontekstem już wcześniej była szeroko opisywana i analizowana. Za aspekty krytyczne uznawane są między innymi ekspansywność, będąca kluczowym modelem współczesnej gospodarki (a szerzej rzecz ujmując: moderny), oraz to, że obecny system oparty jest na surowcach kopalnych i ekstraktywizmie w sensie agresywnego wydobywania i zużywania skończonych zasobów. Jako historyczny punkt wyjścia szerszej dyskusji o tej problematyce na arenie międzynarodowej często podawana jest publikacja *The Limits to Growth* (Granice wzrostu), w której już 40 lat temu wskazane zostały problematyczne podstawy ogólnego kierunku rozwoju (zob. Meadows i in. 1972, 1973 oraz 2004).

Lista problemów szczegółowych, którą można by sporządzić w tym zakresie, byłaby znacznie dłuższa niż ta zaprezentowana wyżej. Tabela 1 zawiera zbiór przykładowych zagadnień tego typu na różnym poziomie szczegółowości.

Tabela 1. Problemy

systemowy przymus wzrostu przy skończonej ilości surowców
ekstraktywizm (gospodarka rabunkowa – ekscesywne eksploatowanie zasobów naturalnych)
„ekspansywna moderna/nowoczesność”
wzrost eksponencjalny
marzenie o zielonym wzroście („wszystko pozostanie takie, jakie jest, tylko problemów nie będzie”)
zasada „więcej”
zasada „wszystko, zawsze, wszędzie”
nadkonsumpcja, hiperkonsumpcja, kupowanie bez konsumpcji (zakup na śmietnik)
„big house, big car, big mac” dla każdego
przepływ towarów w krajach zindustrializowanych (na przykład długie drogi transportu pozbawione rozsądnych powodów)
przyspieszona urbanizacja i jej skutki (na przykład pogarszająca się jakość życia w miejscu zamieszkania, uszczelnienie coraz większych powierzchni gruntu)
„Mega-Cities”, za duże miasta
mobilność i energia oparta na surowcach nieodnawialnych
niebiodegradowalne śmieci, zwłaszcza z tworzyw sztucznych
obsolescencja, produkty nienadające się do naprawiania i rozkładu
produkty jednorazowego użytku, „do wyrzucenia”
opakowania jednorazowe
kawa to go – śmieci to stay (plastik rozkłada się średnio przez około 450 lat)
ciągła wymiana urządzeń elektronicznych na „nowe”
zmiana klimatu i katastrofy atmosferyczne spowodowane niezrównoważoną działalnością ludzi
katastrofy ekologiczne spowodowane niezrównoważoną działalnością ludzi
nierówności społeczne, rosnąca niesprawiedliwość w skali globalnej
nierówny podział bogactwa i dóbr w skali globalnej
niszczenie podstaw do życia wielu ludzi obejmujące całe regiony świata

konflikty i wojny spowodowane nierównoważoną działalnością ludzi

zmuszanie wielu grup społecznych do opuszczania zamieszkałych przez nie regionów i szukania nowego miejsca do życia

usieciowienie świata (nie w sensie internetu) – „wszystko jest powiązane ze wszystkim”, świat powiązany sieciami współzależności

wojny o surowce (na przykład w Demokratycznej Republice Konga oraz innych krajach i regionach świata)

...

Źródło: opracowanie własne.

Ogólnie rzecz biorąc, mamy więc do czynienia z problemami natury ekologicznej, społecznej oraz – komunikacyjnej, które sami sobie produkujemy, między innymi przez system gospodarczy przyjęty przez nas jako „jedyne możliwe”. Wymiar komunikacyjny wiąże się zatem z tymi problemami nie tylko w momencie mówienia o nich (to znaczy tam, gdzie spotykamy się z trudnością komunikowania samej problematyki lub prowadzenia konstruktywnej dyskusji o niej), lecz stanowi ich podstawę tam, gdzie w komunikacji funkcjonują podstawowe kategorie, umożliwiające (a nawet gwarantujące) perpetuowanie problematycznych praktyk. Są nimi na przykład koncepty i/lub konstrukty oraz elementy komunikacji funkcjonujące w roli symboli kolektywnych²⁸, takich jak postęp i wzrost, które zostały przyjęte za obligatoryjne i niekwestionowalne kategorie sfery gospodarczej a ponadto są szerzej stosowane i akceptowane jako podstawa życia społecznego. Dominują często także dyskusje i decyzje związane z kierunkami działań.

Również Sommer i Welzer (2017: 69) zwracają uwagę na to, że stanowisko, według którego ekspansywny model gospodarki i kultury byłby jedną z centralnych przyczyn problemów, aktualnie właśnie *nie* należy do mainstreamu dyskusji (naukowej i politycznej) nad

²⁸ Więcej na temat roli i funkcji symboli kolektywnych w komunikacji zob. Fleischer 2003.

ekologią, przynajmniej wtedy, kiedy chodzi o opracowanie strategii i propozycji dotyczących wymaganych (obiecujących powodzenie) działań. W ostatnim czasie natomiast skupiono się na wizjach rozwiązywania problemów za pomocą technologii (na przykład różnych form geoen지니어ingu²⁹, takich jak *Carbon Capture and Storage* – CCS), strategii ekonomizacji (monetyzacji) ochrony środowiska (na przykład przez certyfikaty CO₂, handel emisjami) oraz na bazie przyjętego obecnie modelu gospodarki („zielony wzrost”). Wskazuje to na pewnego rodzaju schizofrenię i sprzeczność występujące na linii identyfikacji problemów z jednej strony (na tle której ekspansywny model jest krytykowany), a z drugiej podczas wypracowywania podejść na poziomie instytucjonalnym (politycznym, gospodarczym i naukowo-inżynierskim) z drugiej, co nie dziwi, jeśli uwzględnić, że owe subsystemy w swojej obecnej wersji powstały w relacji do tego, co już istnieje. Oznacza to, że siłą rzeczy w przeważającej mierze pracują i pracować mogą one na podstawie ogólnie przyjętych założeń normalnościowych funkcjonujących w teraźniejszości.

Analiza dotycząca związanych z tym mechanizmów komunikacji (będących tłem dla takich czy innych fenomenów) będzie tematem mojej kolejnej książki, w której, między innymi na podstawie badań empirycznych, zwrócę uwagę na to, jak procedury normalizacyjne, stanowiące nieunikniony element komunikacji, wpływają na możliwości projektowania transformacji i zmian. W kolejnych rozdziałach niniejszej publikacji natomiast w tym kontekście problemowym analizowane będą ogólne efekty tej dynamiki oraz omawiane wybrane egzemplifikacje. Tu w ramach drobnego przykładu tego, jak w komunikacji manifestuje się funkcjonowanie wymienionych konceptów oraz powiązanych z nimi i wspierających je konstruktów, wskazać mogę na kategorię komunikacji i zasadę „więcej”, którą można obserwować między innymi w reklamach (co pokazałam i omówiłam szczegółowo w Siemes 2017a). Obecność i główna rola takich podstawowych

²⁹ Też Geo-Engineering lub Climate Engineering – formy zaplanowanych wieloskalowych ingerencji w naturalne cykle biochemiczne za pomocą technologii.

kategorii (jak wzrost) wyrażają się, ogólnie mówiąc, w powtarzających się motywach i konstrukcjach, które można znaleźć w materiale empirycznym.

Obserwacja odpowiednich zjawisk w codziennych kontekstach nie stanowi większego problemu – na przykład wyżej wspomniana zasada „wszystko, zawsze, wszędzie” należy do „naturalnie” przyjętych (czy przyjętych jako naturalne) podstaw życia w nowoczesnym społeczeństwie konsumpcyjnym. Maksyma ta wskazuje więc na konstrukt komunikacyjny, który został przyjęty dla wielu kontekstów życia jako rzecz normalna i oczekiwana. Ilustruje ona zatem pewien obszar normalności, manifestujący się w konkretnych działaniach, zwyczajach oraz ofertach produktów potwierdzających i perpetuujących ów obszar na poziomie społeczno-komunikacyjnym i materialnym. Jednym z tematów obrazujących rezultaty tych powiązań może być produkcja czy powstawanie „śmieci”. W dygresji II (niżej) chciałabym zilustrować tę szeroką problematykę na przykładzie kubków typu *to go*.

Bez wątplenia tematyka śmieci, zwłaszcza takich, które nie są biodegradowalne, a wręcz stają się toksyczne, jest szeroka i w tym wymiarze o wiele poważniejsza niż małe kubki jednorazowego użytku. Zarówno ilość, jak i rodzaj powstałych już oraz dalej powstających na świecie odpadów przekraczają wszelkie możliwości obecnie wypracowanych sposobów i systemów ich przerabiania (w sensie recyklingu czy upcyklingu) lub „bezpiecznego” przechowywania itp. Problematyka jest na tyle kompleksowa, że jej całościowe omówienie przekracza z kolei możliwości jednej (lub nawet wielu) publikacji; omawiając zaś poszczególne aspekty, szybko można się zagubić w dyskusjach na temat szczegółów.

Jedno z szerszych zagadnień związanych z wymiarem komunikacji i normalizacji to światowy handel śmieciami oraz interesy branżowe, które siłą rzeczy rozwijają się na jego tle. Aktualnym – w czasie pracy nad niniejszą publikacją – problemem w tym kontekście było zamknięcie chińskiego rynku (od 2018 roku) dla importowanych do tej pory w dużych ilościach z Europy (i całego świata) odpadów plastikowych, głównie handlowych (tylko w roku 2016 około 8 milionów

ton), służących do wytwarzania granulatów do ponownej produkcji tworzyw sztucznych (zob. Smolczyk 2018; Meyer-Feist 2018)³⁰. Dla Stanów Zjednoczonych odpady do tej pory stanowiły dobro eksportowe sytuujące się na szóstej pozycji wśród wszystkich dóbr eksportowanych na chiński rynek. „Transportowanie statkami odpadów plastikowych wokół połowy świata stanowi niemałą część międzynarodowego frachtu” (Smolczyk 2018: 59). Liczby te mogą łatwo przysłonić fakt, że większość odpadów plastikowych i tak nie jest recyklingowana, lecz spalana lub deponowana na wysypiskach, o ile nie łąduje od razu w środowisku naturalnym. Materiały z tworzyw sztucznych w wielu wypadkach nie mogą być wykorzystane ponownie z powodu zawartych w nich zanieczyszczeń oraz ponieważ opakowania, folie itp. obecnie często składają się z kilku warstw różnych rodzajów plastiku oraz innych materiałów. Natomiast tak zwana termiczna utylizacja, to znaczy spalanie, stanowiące jedną z „opcji”, oznacza totalną utratę cennych surowców tkwiących w odpadach oraz powstawanie toksycznych śmieci.

Nawet jeśli recykling może obecnie zniwelować część powstałych i powstających odpadów i w tym sensie okazuje się korzystny, nie stanowi rozwiązania, póki nadal pozostaje się przy modelu ekspansywnej gospodarki i ekstraktywizmu³¹. Powodem tego stanu rzeczy są nie tylko

³⁰ Na tle tej sytuacji można również widzieć intensyfikację starań i nowe inicjatywy prawodawcze Unii Europejskiej dotyczące redukcji śmieci plastikowych (zob. na przykład European Commission 2018). W tym sensie opisaną sytuację widzieć można również jako szansę na podjęcie działań: „China’s policy decision should not mean that the »problem« of plastic waste is relocated to other countries or buried on landfill sites. Instead, this moment should be seen as a trigger-point to develop sustainable waste management practices and boost recycling rates in waste exporting countries” (United Nations Environment 2018b).

³¹ Dla informacji kontekstowych o recyklingu zob. na przykład Bureau of International Recycling, źródło reprezentujące w pewnej mierze również wyżej wspomniany wymiar interesów branżowych: „The Bureau of International Recycling (BIR) is the only global recycling industry association representing around 800 companies and 35 affiliated national recycling federations from 70 different countries. Its members are world leaders in the supply of raw materials and a key pillar for sustainable economic development” (<http://www.bir.org/> [26.06.2018]).

produkowane obecnie ilości i rodzaje śmieci plastikowych, lecz także aspekty systemowe. Jeśli bowiem w ramach obecnych form organizacji gospodarki i rynku rozwija się prosperujący przemysł recyklingu (co, patrząc z dzisiejszej perspektywy, jest pożądane, by móc recyklingować możliwie dużą część odpadów), to powstaje nowa branża, która po pierwsze musi swoje produkty komuś sprzedać, a po drugie będzie funkcjonować w kontekście przymusu wzrostu w *konkurencji do innych, by tak rzec, tradycyjnie funkcjonujących jednostek na rynku*. To z kolei oznacza, że na przykład ilość śmieci, stanowiąca w tym momencie surowiec, nie może być zredukowana, lecz powinna – z punktu widzenia interesów branży i rynku – wzrastać (zob. wyżej na temat dynamiki wzrostu eksponencjalnego w różnych branżach w dowolnych kontekstach rynkowych). Póki zatem materiały przyspieszające ten wzrost nadal produkowane są w myśl „starej” zasady ekstraktywizmu, to znaczy wydobywania z Ziemi coraz większej ilości surowców kopalnych, problem „śmieci” nadal będzie istniał i miał się dobrze.

Wyjściem mogłaby być idea całkowitego zamknięcia cykliów produkcyjno-handlowo-konsumpcyjnych. Dopiero kompletne ponowne wykorzystanie stosowanych materiałów łącznie z przejściem na inny model handlu i konsumpcji (nie sprzedaż produktów, lecz sprzedaż usług umożliwianych przez te produkty) pozwoliłoby na uniknięcie problemu „śmieci”. Dokładnie to proponują na przykład koncepcja *Cradle to Cradle* czy model gospodarki o obiegu zamkniętym (patrz glosarium). W modelu tym producent od początku wytwarza produkt tak, by mógł go (bez reszty) ponownie wprowadzić do procesu produkcji. Z perspektywy konsumenta podejście to łączy się z ideą relacji konsumpcyjnej, w myśl której nie kupujemy łóżka, lecz spanie, nie kupujemy samochodu, lecz przenoszenie się z miejsca na miejsce; a jeśli producent zobligowany jest (względnie sam się zobligował) do przyjęcia z powrotem swego produktu po jego zużyciu, powoduje to, że ma żywotny interes w tym, aby możliwie efektywnie wykorzystywać materiały.

Niektóre technologie i procesy recyklingowe są tak dobrze opracowane, że dzięki nim osiągnąć można nie tylko znaczne oszczędności

energii i surowców, lecz – w poszczególnych sektorach oraz ze względu na pewne rodzaje materiałów – także wykorzystanie odpadów do produkcji surowca w relacji 1 : 1. Niektóre przedsiębiorstwa już stosują model *Cradle to Cradle*. Ich działalność jest dowodem na to, że poza deklarowaniem chęci rozwiązania problemów można (i trzeba) przejść na poziom konkretnie realizowanych działań. Przeciwny wypadek, czyli całkowite przeniesienie problematyki oraz jej wewnętrznych pseudorozwiązań na poziom komunikacji, obserwować możemy tam, gdzie takie produkty jak torba plastikowa opatrzone są hasłami typu „Torba przyjazna środowisku – w 100% podlega recyklingowi” oraz „Kupuję odpowiedzialnie”³², przy czym zarówno to pierwsze, jak i to drugie stanowi obietnicę na poziomie komunikacji, której realizacja zależy od wielu dodatkowych czynników.

Zasadnicze problemy dotyczące obydwu opisanych tu form (dynamiki rynku i komunikacji) nie są poruszane; jeden z nich stanowi funkcjonowanie całego światowego systemu gospodarczo-handlowego z wykorzystaniem nieodnawialnych surowców kopalnych, w których cenę nie są wliczane powstające przez to koszty ekologiczne, to znaczy długofalowe skutki i szkody dla środowiska.

Plastikowe tworzywo sztuczne jest produktem ropy naftowej. A ropa powoduje wiele naszych problemów klimatycznych. Wszystko to wiąże się z tym, że te surowce kopalne są stanowczo za tanie. Ich prawdziwa wartość nie jest wyrażona w cenie. [...] Gdyż nie są w niej zawarte całkowite koszty ekologiczne ani konsekwencje, które musimy ponieść. W tym sensie zmiana klimatu i zanieczyszczenie mórz są kosztami ekologicznymi i konsekwencją zbyt taniej ropy (Eckert 2018).

Przykład kubków jednorazowego użytku został więc specjalnie wybrany ze względu na skalę zjawiska przekraczającą możliwości ludzkiej wyobraźni, by zilustrować problemy nie tylko na ogólnym poziomie (na przykład CO₂ – patrz wyżej), lecz także w sferze jako by drobnych spraw związanych z codzienną praktyką. Sprawy te

³² Napisy na torbie sieci supermarketów Auchan, 2018.

bowiem są zazwyczaj głęboko wpisane w szersze konteksty komunikacyjno-społeczne, które również z takiej „oddolnej”, indukcyjnej perspektywy można wywieść i poddać analizie. Obecność jednorazowych opakowań jedzenia i napojów w życiu codziennym oraz zwyczaj korzystania z nich wskazują przy tym nie tylko na wyżej wspomnianą maksymę, lecz również na szersze założenia normalnościowe, na przykład w formie społeczno-kulturowych oczekiwań odnoszących się do mobilności indywidualów, „prędkości” oraz wygody życia³³.

Dygresja II

Kawa *to go* – śmieci *to stay* – analiza problemu w odniesieniu do normalizacji w komunikacji

Na początek kilka liczb. Szacuje się, że rocznie tylko w Niemczech wyrzucanych jest 2,8 miliarda kubków jednorazowych. Oznacza to, że co godzinę (również w nocy) kupuje się tam 320 tysięcy kubków typu *coffee to go*³⁴. W Kolonii, mieście mającym trochę ponad milion mieszkańców (oraz średnio kilkanaście tysięcy turystów

³³ Równie ciekawym przykładem są kapsułki do kawy (typu Nespresso). Jedna taka kapsułka – produkowana dla specjalnie w tym celu zaprojektowanych maszyn do kawy – zawiera ok. 6–7 gramów kawy oraz 2–3 gramy opakowania. Oznacza to, że 30–50% tego, co się kupuje i konsumuje, to śmieci. W wypadku mielonej kawy espresso w dużym opakowaniu plastikowym lub metalowym (co problematyczne jest z innych powodów) relacja ciężaru produktu do opakowania to mniej więcej: 500 g kawy i 15 g opakowania, czyli 3% tego, co się kupuje i konsumuje, to śmieci. Przy tym abstrahuję tutaj od kwestii zużycia wody przy produkcji żywności (tak zwanej wody wirtualnej), które w wypadku kawy jest stosunkowo duże, jak również od dość bezrefleksyjnej (nie)konsumpcji kawy: zwyczaj jej zaparzania w nadmiernej ilości i wylewania, kiedy wystygła. Wszystko to należy do praktyk zdecydowanie niezrównoważonych (zob. <http://waterfootprint.org/en/resources/interactive-tools/product-gallery/> [20.06.2018]). Na temat wirtualnej wody – patrz Fleischer, Siemes 2019.

³⁴ Źródła liczb w tym akapicie: <http://www.sueddeutsche.de/stil/oekologisch-leben-neun-produkte-mit-denen-sie-nachhaltiger-leben-1.3299129> [10.01.2017]; <http://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/abfall-so-verzweifelt-kaempfen-staedte-gegen-die-vermuellung-1.3961729> [1.05.2018]; <https://www.ksta.de/koeln/-koeln-tourismus--bilanz-koeln-lockt-immer-mehr-touristen-an-23602842> [19.05.2018] oraz <https://www.duh.de/becherheld-problem/> [19.05.2018].

dziennie, licząc tylko tych, którzy w mieście nocują), w ciągu jednego dnia około 180 tysięcy kubków ląduje (w najlepszym wypadku) w koszu, to znaczy więcej niż 65 milionów rocznie. W publicznych koszach na śmieci w Kolonii kubki jednorazowe stanowią połowę odpadów.

Kubki jednorazowe najczęściej mają plastikową pokrywkę oraz zazwyczaj w środku pokryte są polietylenową powłoką chroniącą przed przemakaniem. Do ich produkcji zużywane są zatem nie tylko ogromne ilości celulozy, lecz także ropy – szacuje się, że łącznie około 22 000 ton na rok. Kubek, który używany jest, założymy, średnio przez 5–10 minut potrzebnych do wypicia kawy, rozkłada się przez około 400 lat, jeśli ląduje na wysypisku lub w środowisku, to znaczy tam, gdzie nadal trafia zdecydowana większość odpadów.

Dużym problemem w odniesieniu do śmieci jest bowiem nie tylko ich wersja plastikowa, to znaczy sam materiał jako taki, lecz także ogromne ilości odpadów z tworzyw sztucznych w oceanach³⁵, gdzie plastik często pojawia się tylko dlatego, że nie został swego czasu wyrzucony do kosza. Znaczna część odpadów lądujących „na ulicy” lub w środowisku naturalnym prędzej czy później przeniesiona zostaje przez wiatr, powodzie itp. do rzek, a potem biegiem rzeczy (i rzeki) trafia do morza – tam rocznie pojawia się minimum 8 milionów ton śmieci plastikowych (lub – według innych szacunków – więcej), co odpowiada pełnemu ładunkowi jednej śmieciarki *na minutę*. Tylko bardzo mała część (około 1%) tych odpadów widoczna jest na powierzchni oceanu lub na wybrzeżach; co uzmysławia nam, jakie duże są nasze morza i oceany.

³⁵ Źródła danych: *Die Plastikflut*, 3Sat/ZDF, 21.02.2019, <https://www.3sat.de/wissen/wissenschaftsdoku/die-plastikflut-100.html?mode=play&obj=78846>. Wiadomości *Heute* (niem. telewizja ZDF) oraz *Tagesschau* (ARD), 28.05.2018. Dalsze szczegóły: <https://biooekonomie.de/studie-2017-plastikproduktion-und-verbrauch-weltweit> oraz <http://www.europarl.europa.eu/news/pl/headlines/society/20181212STO21610/odpady-z-tworzyw-sztucznych-i-recykling-w-ue-fakty-i-liczby> [31.05.2019]. Zob. też OECD 2015: 48–50.

Reszta pozostałości niebiodegradowalnego plastiku znajduje się, między innymi w postaci mikroplastiku, poza naszym polem widzenia, ponadto (nawet teoretycznie) niemożliwe jest jego zebranie z głębszych warstw morza, a część opada nawet na dno (zob. też rozdział 4.2 oraz przypis 20 w tym rozdziale).

Jeśli wziąć pod uwagę tylko śmieci plastikowe, to w Unii Europejskiej średnia kwota recyklingu wynosi około 30% – pozostałe śmieci są albo spalane, albo lądują wraz z innymi rodzajami odpadów na wysypiskach śmieci lub trafiają do środowiska w niekontrolowany sposób. W skali globalnej (czyli z uwagi na łączną ilość 6,3 miliarda ton wyrzucanych odpadów plastikowych powstałych od lat 50. ubiegłego wieku) osiągamy jednak znacznie niższy poziom recyklingu – tylko 9% śmieci z plastiku podlega(ło) recyklingowi, 12% jest spalanych, a 79% ląduje w środowisku naturalnym lub na składowiskach śmieci³⁶. W perspektywie globalnej istotne jest bowiem to, czy uwzględnia się ilość segregowanych śmieci, czy też eksportowanych w inne regiony świata, a zatem teoretycznie *oddanych* do recyklingu (z których duża część jednak ostatecznie nie może być lub nie jest recyklingowana), czy może bierze się pod uwagę wyłącznie ilości faktycznie podlegające ponownemu wykorzystaniu. Obojętnie, którą perspektywę przyjąć, kwota recyklingu jest zbyt niska, aby rozwiązać problem ogromnych ilości śmieci.

Aby zilustrować problem kubków w dostępniejszym wyobrażeniu codziennym kontekście, podam następujący przykład: kiedy chodzę z psem po dość małej uliczce Wrocławia prowadzącej do leżącego w pobliżu szkoły i warsztatu samochodowego parku, niemal za każdym razem mogę policzyć (nie za każdym razem mi się chce) kilkadziesiąt świeżych kubków jednorazowych leżących na trawie lub na chodniku, kubków pochodzących widocznie

³⁶ W latach 1950–2015 wyprodukowano łącznie ok. 8,3 miliarda ton plastiku; więcej niż połowa tej ilości została wytworzona w latach 2002–2015. Źródło danych: jak wyżej.

z automatów do kawy umieszczonych w owej szkole. Poniższe zdjęcie pokazuje problem odpadów powstających w miejscach, w których człowiek poza własnym domem konsumuje produkty typu *to go*, „rozwiązany” w sposób nieco tylko kulturalniejszy, niezmnijeszający jednak w niczym szkodliwości dla środowiska. Pozostawianie kubków i opakowań jednorazowych w miejscu do tego przeznaczonym powoduje co najwyżej, że problem nie staje się widoczny „tu i teraz”, co może się nawet przyczyniać do jego rozrastania. By uzyskać własne przykłady, wystarczy udać się do ruchliwych miejsc typu dworce, gdzie znajduje się zwykle spora liczba automatów, barów, kawiarni itp.



Ilustracja 2. Niezrównoważona praktyka: typowy wieczór niedzielny (po 12 godzinach zajęć na studiach niestacjonarnych) na (jakimś) uniwersytecie

Źródło: zdjęcie własne, Wrocław, kwiecień 2017.

Nawet jeśli samo jedzenie i spożywanie napojów poza domem i „w drodze” nie są nowością w historii ludzkości, to zmieniła się jednak konkretna realizacja tego typu czynności i ofert z tym związanych. Natomiast to, że w większych miastach kawa oferowana jest niemal na każdym kroku, a ponadto wiele piekarni, małych supermarketów itp. dysponuje maszyną do kawy, stanowi już stosunkowo nowe zjawisko; a to, że kawa (i wiele innych produktów spożywczych) oferowana jest w opakowaniu jednorazowym – też. Patrząc od strony materialnej, sytuacja mogła się w ten sposób zmienić między innymi przez dostępność tanich (z punktu widzenia procesu produkcji jedynie, gdyż ignorowane są koszty ekologiczne w przyszłości) materiałów opakowań, patrząc zaś z perspektywy komunikacyjno-społecznej, zmieniły się także zarówno oczekiwania samych ludzi, motywujących swe działania na przykład (indywidualnym) komfortem (z pominięciem komfortu środowiska czy przyszłych pokoleń), jak i oczekiwania *wobec* ludzi, na przykład z uwagi na kwestię tego, jak długo jesteśmy w stanie poruszać się z punktu A (na przykład mieszkanie) do punktu B (na przykład miejsce pracy) pozbawieni czegoś do picia. Jakże w tym celu potrzebne jest opakowanie, to już inna kwestia, która jednak została zaniedbana – to znaczy jej rozwiązanie pozostawiono tajemniczym siłom rynku w oczekiwaniu na to, jaki rodzaj opakowań się przeforsuje. Inną opcją byłoby podjęcie decyzji uwzględniającej szersze konteksty i rezultaty danego postępowania (na przykład wyboru typu opakowań). Decyzja o dominującym stosowaniu jednorazowych kubków do kawy nigdy nie została jednak podjęta „przez kogoś” konkretnego, „to się tak samo zrobiło”, a zatem również nikt nie czuje się za to odpowiedzialny, choć nie wszyscy czują się dobrze z powstałą sytuacją.

Widzimy więc z jednej strony pewne potrzeby czy przymusy (to pierwsze lub to drugie w zależności od przyjętej perspektywy), z drugiej natomiast wynikające z tego oferty i artefakty (kawa *to go*, kubki i inne opakowania jednorazowe). Jakkolwiek jednak motywujemy (w sensie wyboru strategii uzasadnieniowej) produkcję kubków

jednorazowych i korzystanie z nich (są tanie, praktyczne itd.), nakład energetyczno-ekologiczny wiążący się z ich wprowadzaniem w życie, czyli w realność (surowce, energia), a następnie z usuwaniem ich z niej (wywóz śmieci, ich spalanie, rozkładanie – zob. wyżej) jest nieproporcjonalnie duży w stosunku do osiągniętej korzyści.

Problem polega więc na tym, że już na wczesnym etapie analizy zagadnienia mogliśmy zadać sobie pytanie: czy aby na pewno ta przeważająca dziś forma „rozwiązania” stanowi nieuniknioną konsekwencję dylematów wiążących się z nowoczesnym trybem życia? Innymi słowy: czy naprawdę nie ma (my) innego wyjścia i czy trzeba oferować i produkować kubki jednorazowe? Nie chodzi zatem o kwestię, czy chcemy takie czy inne kubki jednorazowe (na przykład z plastikową pokrywką lub bez), lecz czy w ogóle ich potrzebujemy. Zadawanie takich pytań zazwyczaj jednak szybko prowadzi do kwestii jeszcze bardziej zasadniczych: czy chcemy prowadzić (i potwierdzać) tryb życia produkujący jakoby „przymus” spożywania kawy (bądź innych napojów) „w drodze” (co oznacza też – w pośpiechu), generujący ponadto oczekiwanie, że można to robić w każdym momencie? Ponieważ tego typu pytania ingerują głęboko w sferę tego, co zakładane i na ogół akceptowane jest jako normalność życia codziennego, nie są one chętnie zadawane, bo i odpowiedzi są niewygodne.

Natomiast pytanie dotyczące samego przedmiotu (kubka) oraz sensowności jego używania nawet z potocznej perspektywy może wydawać się zrozumiałe, gdyż mamy do czynienia ze zjawiskiem, które obecną skalę osiągnęło dopiero stosunkowo niedawno. Po pierwsze, jeszcze kilkanaście lat temu w wielu miejscach, gdzie dzisiaj przede wszystkim otrzymuje się kubki jednorazowe, przewagę miały (uznawane wtedy za normalne) kubki wielokrotnego użytku, tyle że korzystając z nich, zostawało się po prostu na miejscu³⁷. Po drugie, już w przeszłości istniały stosunkowo proste alternatywne

³⁷ Argument, że właśnie nie możemy zostać na miejscu, bo przecież musimy..., bo spieszymy się do... nie pozwala dostrzec możliwości postawienia pytania: dlaczego musimy i czy aby na pewno?

pomysły na opakowania napojów (na przykład posiadanie własnego kubka przenośnego), do których to rozwiązań dzisiaj na różne sposoby próbuje się nawiązać. Z uwagi na wiele innych już stradycjonalizowanych kwestii raczej nikt obecnie nie wpada na pomysł zasadniczego kwestionowania codziennych praktyk, gdyż do nich właśnie przywykliśmy.

Oczywiście scenariusz picia kawy na miejscu, czy to na siedząco, czy na stojąco, nadal istnieje. Ale nawet w jego ramach kubki jednorazowe (na przykład w niektórych piekarniach lub małych barach oferujących kawę) stały się normalne i często są jedynym oferowanym wariantem (czyli żadnym). Coś, co kiedyś stanowiło wyjątek i było ograniczone do specyficznych sytuacji (dłuższa podróż itp.³⁸) – to jest picie kawy (lub czegoś innego) z naczynia, które się potem wyrzuca – w ciągu zaledwie kilkunastu lat stało się normalnym elementem życia codziennego.

Jedną z możliwości rozwiązania dylematu zdaje się prosty pomysł noszenia własnego kubka. Idea ta jest co prawda ostatnio znowu wykorzystywana, o czym świadczy między innymi zwiększająca się oferta stosownych naczyń, nierzadko wyprodukowanych z nowych materiałów wraz z akcentowaniem ich użyteczności pod kątem ekologicznym. Jeśli jednak popatrzymy na wyżej wspomniane liczby i przykłady z życia codziennego, okaże się, że pomysł ten nie ma obecnie wystarczającej siły przebicia, aby doprowadzić do większej zmiany. Co gorsza, próby rozwiązania problemu przez nawiązanie do tradycyjnych metod przyjmują niekiedy nowe oblicze w kontekście zmienionych warunków ogólnych. Zakup i posiadanie kubka z (najlepiej) szczelną pokrywką, to znaczy kubka *przenośnego w relacji do wymogów mobilności w nowoczesnym społeczeństwie* (gdyż każdy inny kubek też jest przenośny), z punktu widzenia opisanej problematyki sensowne

³⁸ Chociaż nawet pociągi, w których w trakcie długich podróży spędzało się sporo czasu, dysponowały kiedyś jeszcze wagonem barowym, a w nim korzystano się z kubków wielokrotnych.

jest bowiem dopiero wtedy, kiedy jest też możliwie często używany, najlepiej przy każdej okazji. Skoro jednak infrastruktura tego (już) nie wymaga, kubki te (patrząc z perspektywy 'makro') są i będą na razie tylko kolejnym towarem (przedmiotem) pojawiającym się na rynku jakoby nieograniczonych możliwości (konsumpcyjnych i innych). Konsumpcja w sensie korzystania z zakupionych towarów w nowoczesnych społeczeństwach coraz częściej staje się bowiem drugorzędna lub wręcz niemożliwa z uwagi na skończoność czasu, który na poziomie jednostki jest taki właśnie bez względu na rozszerzanie się „oferty”.

Innym – w niniejszym kontekście jednak ważniejszym – aspektem jest sprawa przyjętych zwyczajów i praktycznych możliwości ich zmiany. Mogę więc posiadać nawet kilka kubków przenośnych (na przykład jeden kupiony przez siebie, drugi otrzymany jako prezent od przyjaciółki, trzeci – jako gadżet marketingowy rozdawany na targach itd.), które jednak przez większość czasu stoją w domu (bo zapomniałam zabrać lub ponieważ mogę i tak skorzystać tylko z jednego naraz). W gospodarce i rynku zorientowanych na generowanie wzrostu oraz w związku z tym na możliwie duże i szybkie obroty także zasadniczo dobre oferty i produkty funkcjonują bowiem według zasad, do których przetłumaczenia właściwie zostały wymyślone. Również kubek wielokrotnego użytku musi zostać wyprodukowany oraz kiedyś, na końcu swojego cyklu użytkowego, staje się śmieciem. Sensowny w rozumieniu rozwiązania opisanych tu problemów staje się dopiero wtedy, kiedy może być wpisany w odpowiednio zmienione konteksty produkcji i użytkowania, to znaczy sytuowany jest tam, gdzie równoległe zostają opracowane i implementowane zmienione szersze struktury oraz wzory zachowań. Przykładem propagowania tego podejścia na poziomie komunikacji i wprowadzania go w życie praktyczne jest akcja #zwłasnymkubkiem, zainicjowana przez Polskie Stowarzyszenie Zero Waste³⁹.

³⁹ Zob. <http://zero-waste.pl/o-stowarzyszeniu/> oraz <https://www.facebook.com/zwlasnymkubkiem/> [7.07.2018].

W świecie jednak, w którym normalizowane zostało korzystanie z kubków jednorazowych, używanie własnego kubka jest w wielu sytuacjach praktycznie utrudnione (względnie z perspektywy teraźniejszości w danym momencie zdaje się trudniejsze niż używanie kubka do wyrzucenia), a wprowadzanie innej opcji oznacza kłopot dla uczestników tej procedury. Mechanizmy takiego utrudniania dotyczą sytuacji, w której automat – jak to automat, czyli automatycznie – „wypluwa” kubek jednorazowy (jeszcze w latach 90. ubiegłego wieku można było sobie wybrać w niektórych automatach, czy kubek jest potrzebny, czy nie), przepisów mówiących, że korzystanie z własnych pojemników jest zabronione ze względów higienicznych, a także personelu, który, chcąc być miły i szybko obsłużyć klienta, wydaje kubek jednorazowy, nim zdąży się powiedzieć, że chce się skorzystać z własnego.

W tym kontekście widzieć i analizować można również próby wprowadzania kubków z kaucją. Dopóki taka oferta jest ograniczonym przedsięwzięciem w niewielu kawiarniach, problem pozostaje. Oznacza to wtedy w pewnej mierze powrót do tego, co kiedyś było normalne (kubek w kawiarni jako przedmiot wielokrotnego użytku), z tą różnicą, że kubki teraz są sprzedawane. Udało się zatem rozszerzyć ofertę (w sensie jej dywersyfikacji), co leży w interesie systemu gospodarczego zorientowanego na wzrost i szybkie obroty. Przy tym wiadomo, że właściwie „nie o to chodzi” oraz że pomysł jako taki powstał oczywiście w ramach dobrych chęci i w pewnym zakresie może działać. Chodzi (mi) jednak o to, że jeśli nie zostaną poruszone zasadnicze problemy, może to spowodować, że idea, która miała rozwiązać problem, zaczyna przynosić skutki sprzeczne z jej celem i produkuje nowe problemy. Przykład: mogę oddać na miejscu kubek i otrzymać zwrot kaucji (o co oczywiście w tym pomysle chodzi) lub zabrać go ze sobą i ponownie użyć. W pierwszym wypadku mogłabym jednak równie dobrze pić coś z kubka bez kaucji, w drugim natomiast po jakimś czasie normalnego życia w dużym mieście (lub gdzie indziej, ale często znajdując się „w drodze”) będę siłą

rzeczy składować na domowych półkach sporą liczbę kubków otrzymanych w różnych miejscach, które to kubki już nikomu nie są potrzebne, ale wcześniej musiały zostać wyprodukowane z użyciem jeszcze większego nakładu materiału i energii niż te do wyrzucenia. Należy zwrócić uwagę na to, że tak zwany bilans ekologiczny kubków wielorazowego użytku (surowce, energia zużyta w produkcji, transporcie, przy myciu itp.) tylko wtedy jest lepszy od bilansu kubków jednorazowych, kiedy te pierwsze są długo i często używane⁴⁰. Również systemy zwrotne mogą być sensownym pomysłem⁴¹ ekologicznym, z tym że muszą jednak być implementowane od podstaw z odpowiednią szerszą infrastrukturą w tle. I tak system kubków z kaucją może działać (w sensie redukcji zużytych zasobów oraz powstających śmieci), kiedy nie jest wprowadzany jako alternatywa wobec zastanego systemu, lecz z szerszym zapleczem, z autonomicznie funkcjonującą strukturą w tle. Przykładem takiego podejścia mogą być inicjatywy, w ramach których wiele kawiarni w danym miejscu (mieście) oferuje wspólny system: można oddać swój kubek właściwie w dowolnym miejscu i otrzymać zwrot kaucji. Takie rozwiązania są obecnie realizowane z powodzeniem na przykład w różnych niemieckich miastach (zob. glosarium, punkt *Systemy zwrotne dla opakowań*).

Powyższa analiza dynamiki oraz procesów normalizacji czegoś nowego w tym, co zastane, wskazuje na to, że z punktu widzenia systemu (i raz wprowadzonego sposobu rozwiązania danego

⁴⁰ W kontekście krytycznych rozważań natomiast raczej infantylny wydaje się przytaczany czasem argument, że kubki (z kaucją czy bez), jeśli są ceramiczne, nie stanowią rozwiązania w porównaniu z jednorazowymi, gdyż się tłuką. Obserwujemy wtedy typowy zabieg polegający na przeniesieniu oczekiwań, które pochodzą z zakresu możliwości jednej wersji rzeczywistości (kubki z papieru), na inną (kubki ceramiczne) oraz formułowaniu następnie zarzutu, że ta druga nie spełnia wymagań pierwszej. Dysponujemy już jednak szeroką gamą materiałów nadających się do produkcji nietłukliwych kubków (a jedną z możliwości jest również wielokrotne używanie kubków plastikowych nadających się do recyklingu). Oba rozwiązania są też wykorzystywane w projektach kubków zwrotnych.

⁴¹ Zakładając, że „miarą sensu jest, czy coś do czegoś prowadzi, coś powoduje” (Brock 2014, za: Fleischer 2018a: 208).

zadania) zachowanie tego, co „funkcjonuje” aktualnie, zazwyczaj stanowi wartość (w sensie proceduralnym): póki sam proces nie jest zakłócany, nie ma, patrząc z wewnętrznej perspektywy systemu, powodu, by go modyfikować. Skoro szkodliwe czy niepożądane efekty procesu jednak mogą być przenoszone do innych sfer (systemów społecznych, na przykład wywożenie śmieci i gospodarka odpadami), sama procedura cząstkowa (sprzedaż kawy w kubku jednorazowym) wydaje się funkcjonalna. Problemy stają się widoczne dopiero z szerszej perspektywy społecznej, komunikacyjnej, a dotyczą nie tylko realizacji procedur cząstkowych w danym momencie i „na miejscu”. Zatem wymiana lub modyfikacja jednego tylko elementu na linii generującej te problemy nie jest w stanie wpłynąć na całą procedurę, gdyż ta bazuje na złożonym systemie współzależności, niewrażliwym na zmiany cząstkowe.

W takim kontekście ciekawa również będzie obserwacja tego, w jakim stopniu i w jaki sposób próby odgórnego rozwiązywania problemów ze strony polityki oraz za pomocą regulacji prawnych będą się rozwijać, kiedy napotkają mechanizmy przebiegające w trzeciej, komunikacyjnej rzeczywistości.

Koniec dygresji.

Ogólnie przyjętym (w rozważaniach dotyczących transformation design) punktem wyjścia jest zatem uświadomienie sobie ograniczoności zasobów planety i problematycznej działalności ludzi, zwłaszcza we wspomnianych wyżej typach społeczeństw lub w systemie gospodarczym, na którym się one opierają. Jesteśmy zależni od środowiska (właściwie to stanowimy jego element, a konceptualne odłączenie człowieka od środowiska to właśnie jeden z takich problemów wyjściowych), które ludzkość przez swoje działania w procesie industrializacji i zmienionej na jej tle konsumpcji zaczęła gruntownie oraz w sposób nieodwracalny modyfikować – a takie postępowanie ma granice. Naukowcy zajmujący się tą problematyką od lat, głównie w obszarze szeroko rozumianych nauk o środowisku, podsumowali

ogólną wiedzę o tej sytuacji oraz wnioski z niej wynikające, a w rezultacie między innymi wprowadzili pojęcie ‘granic planetarnych’, dotyczących różnych obszarów oraz cykli biologicznych i chemicznych stabilizujących ekosystem planety⁴².

Prosperujące społeczeństwo globalne, teraz oraz w przyszłości, zależne jest od stabilnego funkcjonowania Systemu Ziemi i jego rezyliencji [*resilience*, odporność na fluktuacje – A.S.] – łącznie z atmosferą, oceanami, lasami, drogami wodnymi, bioróżnorodnością oraz biochemicznymi/geofizycznymi cyklami. Niestety naukowe dowody wskazują, że wpływ człowieka zmienił procesy systemu Ziemi do tego stopnia, że zaczęliśmy naruszać granice planetarne, które zapewniały cywilizację podczas ostatnich 10 000 lat. Ludzkość jest teraz najbardziej znaczącą przyczyną globalnych zmian, potencjalnie przesuwającą planetę w nową epokę, antropocen. W tej nowej sytuacji nie zrównoważone wzorce produkcji, konsumpcji i wzrostu populacji kwestionują rezyliencję planety, aby wspierać ludzką aktywność. Fundamentalne pytanie brzmi: jak nasze społeczeństwa mogą się rozwijać w sposób poprawny i bezpieczny w ramach granic planetarnych (The SDG Academy Team).

Wnioski wyciągane z takich i podobnych twierdzeń są różne; ukute pojęcia (na przykład wspomniany w cytacie ‘antropocen’) lub modele teoretyczne budowane w ich kontekście zależą też od dziedzin naukowych, w których powstały – na co również wskazują Sommer i Welzer (2017: 39–45), przedstawiający między innymi perspektywę rozszerzoną o wymiar socjoekonomiczny. Kate Raworth (2012), badaczka zajmująca się ekonomią społeczną, w artykule dyskusyjnym (*discussion paper*) organizacji Oxfam wyróżnia

łącznie 11 wymiarów do ustalenia podstawy społecznej dla godnego życia człowieka [*social foundation*]. Są nimi: dostęp do wystarczającej ilości żywności, wody i energii, edukacja, zdrowie, dobra praca, wystarczający dochód,

⁴² Artykuł, w którym autorzy próbowali ustalić „bezpieczną przestrzeń” do działań ludzkich w granicach planetarnych („*safe operating space for humanity on earth*” – za: Sommer, Welzer 2017: 34), został opublikowany w 2009 roku. Jeden z autorów to Johan Rockström, dyrektor Stockholm Resilience Centre zajmującego się badaniami i edukacją w obszarze tej problematyki (zob. <http://www.stockholmresilience.org/>). Zob. też przypis 23 w rozdziale 2.

równość płci, możliwość partycypacji politycznej, (nie)równość społeczna [*social equity*] i rezyliencja (Sommer, Welzer 2017: 42).

W szerokim interdyscyplinarnym kontekście, łączącym wiele dziedzin specjalistycznych, przeważnie z zakresu nauk ścisłych oraz kilku dziedzin dotyczących socjologii, miasta, urbanizacji itp., analiza społeczna czy perspektywa ukierunkowana na aspekty społeczne (o komunikacji jeszcze nie wspominając) staje się jednym aspektem spośród wielu innych (bez wątpienia równie ważnych). Jako podstawa wszelkich procesów społecznych komunikacja była do tej pory raczej zanedbywana (lub nauka o komunikacji zaniedbała temat designu transformacji). Przykładem może być otwarty kurs internetowy na temat granic planetarnych i możliwości ludzkości wobec nich (*Planetary Boundaries and Human Opportunities*), z którego opisu pochodzi przytoczony cytat, realizowany bez wykorzystania (również w prezentacji różnych specjalizacji osób prowadzących ten kurs) pojęcia ‘komunikacji’ i stosownej terminologii (zob. The SDG Academy Team). Kurs ten bez wątpienia stanowi ciekawą ofertę w zakresie edukacji w dziedzinie transformation design, przygotowaną na podstawie prac naukowych wybitnych badaczy. Niemniej jednak nie jest wykluczone, że przedsięwzięcia dotyczące transformation design pomijające systematyczne i strategiczne uwzględnianie komunikacji przysłowiowo startują jako tygrys, a kończą jako dywanik przed łóżkiem – tracą swoją siłę w odniesieniu do mechanizmów asymilacyjnych komunikacji, na które nie zwraca się uwagi.

Obietnica, że zrobi się nieprzytulnie, również przez argument, że jeśli nic byśmy nie zmienili, byłoby jeszcze nieprzytulniej, niespecjalnie przekonuje. A zatem nie będę argumentowała.

(ja 2017: dzień 264).

2.1. Design transformacji w wymiarze problemowym

Wspólnym aspektem dotychczas formułowanych rozważań jest, mimo wszystkich różnic, (rozmaicie wyrażane) twierdzenie, że nowoczesne społeczeństwa aktualnie konsumują własne podstawy. Jednym z zasadniczych problemów jest charakterystyczna dla tych społeczeństw forma gospodarki ukierunkowanej na wzrost generowany za pomocą skończonych zasobów i energii czerpanej z surowców kopalnych oraz w zależności od nich. Wiele (jeśli nie wszystko) wskazuje na to, że trzeba zmienić podstawowe założenia naszych działań w wymiarze społecznym, o ile chce się zagwarantować odpowiedni standard życia oraz wartości leżące u jego podstaw, przynajmniej na poziomie deklaracji cywilizacyjno-tożsamościowych.

Przy tym z jednej strony chodzi o umożliwienie godnych warunków życia również tej części ludzkości, która obecnie wciąż nie ma równego (lub żadnego) dostępu do czasem najbardziej podstawowych zasobów (jak czysta woda, żywność, prąd, system ochrony zdrowia) czy możliwości rozwoju (edukacja, informacje itd.)⁴³, a z drugiej strony – jednak nie o to, aby ratować świat lub rozprzestrzeniać „nasze” modele, które właśnie okazują się, łagodnie rzecz ujmując, nieprzyszłościowe. A więc to nie narzucanie innym tego, co my uważamy za cywilizację lub za rozwiązanie problemów, jest (czy powinno być) przedmiotem debaty o transformation design, lecz przyjęcie do wiadomości odpowiedzialności za obecną sytuację oraz projektowanie i podejmowanie działań

⁴³ Przegląd problematyki dają sformułowane w tym kontekście cele zrównoważonego rozwoju świata (zob. United Nations / Division for Sustainable Development Goals 2015).

w ramach naszych (w porównaniu do sytuacji i warunków w wielu innych miejscach na świecie – dużych) możliwości.

Istnieje przy tym kontekst wartości w takim sensie, że transformation design zakłada pewne podstawowe nastawienie czy ogólną wspólną orientację, która jednak nie powinna się odnosić do jednego odgórnie zdefiniowanego modelu społeczeństwa – oprócz ogólnego prawa do regulowania relacji społecznych w sposób umożliwiający każdemu człowiekowi zaspokajanie podstawowych potrzeb (zob. Sommer, Welzer 2017: 45–46). Dotyczy ona przede wszystkim kryteriów ukierunkowujących podejmowanie aktywności oraz ich koncygowanie. Projektowanie usytuowane w kontekście transformation design można określić jako działalność mającą na celu budowanie społeczeństwa zdolnego do przyszłości (niem. *zukunftsfähig*), które również w przyszłości zachowa zdolności samoorganizacyjne, czyli możliwości reprodukcji systemu, przy uwzględnieniu jego niezbędnych współzależności i relacji ze środowiskiem. Na tym ogólnym poziomie mniej ważne jest, czy operujemy koncepcją środowiska w rozumieniu teorii systemów, czy też stosujemy potoczne rozumienie środowiska. Bazując na teorii systemów, środowisko traktuje się jako wielkość, która z powodu sprzężenia strukturalnego ma znaczenie dla (samo)organizacji wewnętrznych procesów społecznych; stosując natomiast potoczne podejście (środowisko jako natura), prędzej czy później dochodzimy do wniosku, że człowiek od tej natury, jako jej część, zależy⁴⁴. Kiedy próbuje on tę relację kształtować i utrzymywać pod kontrolą, tworzy sobie nierzadko (znowu na poziomie komunikacji) iluzję, że można uciec od praw fizyki lub choćby od zależności kompleksowych systemów, którym jednak, chcąc nie chcąc, się podlega. Wiąże się to z ogólną problematyką solucjonizmu i (iluzorycznego) traktowania technologii jako sposobu na rozwiązywanie wszelkich problemów (patrz niżej). Widoczne staje się jednak również, że perspektywa oparta na teorii (tu: komunikacji) oferuje

⁴⁴ „Każda forma życia, również ludzka, jest uzależniona od przemiany materii w naturze” (Welzer 2016: 275).

szersze możliwości z uwagi na analizę zagadnienia i rozpoznanie mechanizmów produkujących problemy.

Globalne ukierunkowanie działalności projektowej (czy jakiegokolwiek innej) w odniesieniu do designu transformacji odpowiada ukierunkowaniu się na szeroko zdefiniowaną zrównowagę⁴⁵ w sensie zachowania jej trzech zasadniczych kryteriów:

- konsystencji, to znaczy budowania cyklicznych procesów i relacji z uwagi na wykorzystywane zasoby energetyczne i materialne (zob. *Cradle to Cradle*, gospodarka o obiegu zamkniętym⁴⁶), bez produkcji „śmieci”;
- sprawności (w sensie technicznym, jako relacji między nakładami a osiąganą korzyścią), czyli zastosowania zasobów w sposób generujący możliwie duży rezultat przy możliwie małym nakładzie energii i materiału;
- wystarczalności (suficjencji), czyli świadomego ograniczania się do tego, co rzeczywiście jest potrzebne; ogólnie – zmiana panujących wzorów (nad/hiper)konsumpcji, dekomercjalizacja życia⁴⁷.

Na poziomie społeczno-komunikacyjnym zwłaszcza zasada suficjencji stanowi ważny element, gdyż dotyczy generalnego podejścia oraz wartości leżących u podstaw form i stylów życia wyłaniających się w społeczeństwie. Suficjencja odbywa się

w czterech wymiarach (zaproponowanych w tej formie przez Wolfganga Sachsa 1993):

⁴⁵ *United Nations* w agendzie na rok 2030 definiują 17 zasadniczych celów zrównoważonego rozwoju (między innymi w zakresie zapobiegania biedzie, gwarantowania żywności, zdrowia, edukacji czy też podejmowania akcji w ramach walki ze zmianą klimatu) oraz koordynują globalne analizy i działania w tym zakresie przez *Division for Sustainable Development Goals* – zob. *United Nations / Division for Sustainable Development Goals 2015*.

⁴⁶ Zob. na przykład https://ec.europa.eu/commission/priorities/jobs-growth-and-investment/towards-circular-economy_pl oraz <https://euractiv.eu/wp-content/uploads/sites/6/special-report/EA-SPECIAL-REPORT-EURACTIV-PL-V01.pdf> [11.05.2018].

⁴⁷ *Konsistenz, Effizienz, Suffizienz*, por. Sommer, Welzer 2017: 151; zob. też https://www.nachhaltigkeit.info/artikel/modelle_und_konzepte_zur_nachhaltigkeit_2018.htm [11.05.2018].

- pozbywanie się – redukcja własnych potrzeb i zużycia surowców, energii, czasu;
- rozplątanie/dekartelizacja – likwidacja ponadregionalnych zależności i ukierunkowanie procesów gospodarczych (w ramach możliwości) na miejsce, region, obszar, w których dochodzi do produkcji;
- spowolnienie – spowolnienie życia i cyklów innowacji;
- dekomercjalizacja – zaprojektowanie relacji wymiany niebazujących na zysku i wzroście gospodarczym (Sommer, Welzer 2017: 205, za: Fleischer 2018a: 184).

Rozważania w zakresie transformation design – zarówno te teoretyczne, jak i praktyczne, na temat konkretnych aktywności i działań – dotyczą zatem (potrzeby) zasadniczych zmian (czasem wymiany podstaw) różnych dziedzin życia społecznego:

- formy gospodarki,
- produkcji żywności i innych dóbr,
- obrotu i dystrybucji towarów,
- organizacji społecznej.

Reduktywna moderna stanowi przy tym raczej ogólną strategię ukierunkowującą niż (ostatecznie czy precyzyjnie ustalony) cel rozwoju. Można ją co prawda „w skrócie scharakteryzować jako utrzymanie aktualnych standardów cywilizacyjnych bez: wzrostu gospodarczego, hiperkonsumpcji i ekscesywnego eksploatowania (zużycia) natury” (Fleischer 2018a, referujący: Sommer, Welzer 2017: 144), chodzi jednak raczej o szukanie i kształtowanie możliwości niż o produkcję gotowych przepisów, w związku z czym powstaje również szerokie pole zadań dla projektowania komunikacji w kontekście designu transformacji.

Oznacza to, że z jednej strony nie ma (lub nie szuka się) ostatecznej odpowiedzi na pytanie, jakie zmiany mogłyby dojść do skutku, z drugiej jednak istnieją zarówno ogólna idea wiodąca, jak i idee dotyczące nie tylko kwestii, *co* trzeba by zmienić, lecz także (i „nawet”), *jak* trzeba postępować, *względnie co można (by) zrobić* oraz *w jaki sposób* można zrealizować i ukierunkować poszczególne aktywności. Istnieje wiele różnorodnych małych lub większych inicjatyw, koncepcji i idei na różnym poziomie ogólności, mających charakter teoretycznych

modeli lub praktycznych działań (przykłady podane zostaną w dalszej części publikacji).

Trudność leży w tym, że na razie nie wiemy, jak mogłoby wyglądać przejście do innego, zmienionego systemu, społeczeństwa lub świata. Wiemy bowiem, dlaczego aktualny system jest niewydolny czy niewłaściwy, oraz wiemy, jaki inny nam się marzy lub jakiego innego systemu byśmy chcieli. Problem jednak zawiera się w zjawisku brakującego ogniwa pośredniego (ang. *missing link*) i polega na braku koncepcji dotyczącej kształtu drogi przejścia od stanu obecnego do czegoś nowego.

W ogólnej dyskusji teoretycznej i koncepcyjnej, w której szuka się generalnego kształtu owego przejścia, problem polega nie tylko na sporadycznym pojawianiu się wielu inicjatyw wyróżniających się łączącą je podobną motywacją, ale też na tym, że *nie* łączy ich wspólna ideologia. Dyskusja szukająca metarozwiązań stanęłaby również przed dodatkowym dylematem, a mianowicie, że dotychczasowe próby raptownego wprowadzania zasadniczych zmian społecznych za pomocą jakiejś wspólnej superideologii niekoniecznie się powiodły:

[...] nauczeni tradycją, wiemy, że duże (globalne lub regionalne), czyli rewolucyjne, próby zmian kończyły się dotychczas, w najlepszym wypadku, niepowodzeniem, a w najgorszym – katastrofą; a próby zmian ewolucyjnych doprowadzały w rezultacie do niechcianych i niekorzystnych rezultatów, dokładnie do tych, w ramach których aktualnie żyjemy” (Fleischer 2018a: 143).

Powstaje zatem – nienowe – pytanie, jaki ogólny charakter powinny i mogłyby mieć ruchy dążące do transformacji społecznej. Przy czym (w przyjętej tu perspektywie) nie chodzi o wyróżniające je ogólne cechy i wartości, lecz o przyjętą ogólną strategię. Czy zatem chodzi o wymianę zastanych struktur oraz kategorii komunikacji, czy raczej o ich modyfikację „od wewnątrz”, to jest – o rewolucję czy o ewolucję? Zamiast gubić się w dyskusjach o – przez nas samych stworzonym! – dylemacie, można by też zauważyć, że jest to pytanie retoryczne, nieprowadzące do niczego innego, jak do perpetuowania się dalszych dyskusji o pojęciach, historii, celach, powodach itp.

Taka procedura służy do komunikacyjnej asymilacji problematycznego tematu w myśl maksymy: ‘póki się gada, nie można (i nie trzeba) działać’, oraz do pacyfikacji aktywności zagrażających systemowi (bardziej niż mówienie): zamiast działać inaczej lub przynajmniej projektować działania dążące do zmian, będziemy polemizować, czy rewolucję bądź ewolucję uważamy za słuszną formę aktywności; w rezultacie z powodu niekończącej się dyskusji nie dojdzie do działań. A ironia zagadnienia polega zaś na tym, że gadanie zużywa mniej surowców niż działanie, czyli jako takie jest bardziej ekologiczne.

Można temu przeciwstawić podejście, w którym – na podstawie wyżej opisanych ogólnych wartości i celów strategicznych wiążących się z dążeniem do reduktywnej moderny – podejmuje się aktywności w każdym miejscu i kontekście, w którym jest to możliwe, bez planowania oraz zwracania zbyt dużej uwagi na cały system i jego środowisko. Nie chodzi przy tym o tracenie z oczu wymiaru teoretycznego i analizy doświadczeń historycznych, lecz o powiązanie takiej działalności analitycznej z aktualnymi wyzwaniami oraz z konkretnym działaniem. Z uwagi na znaczenie wiedzy historycznej wynika z tego perspektywa, którą Karl Polanyi sformułował tak: „Zastrzegamy sobie zajmowanie się wydarzeniami przeszłości wyłącznie w celu lepszego rozjaśnienia stanów rzeczy teraźniejszości” (cyt. za: Sommer, Welzer 2017: 55).

Ze względu na obszar i kwestię szeroko rozumianego projektowania oznacza to konsekwentne opowiadanie się za podejściem stawiającym na ludzką zdolność i potrzebę autonomicznego kształtowania świata, w którym chce się żyć. Dla ilustracji można wrócić do wspomnianej tu już społecznie zorientowanej koncepcji designu proponowanej przez Otlę Aichera:

Dziś dla Aichera jest pewne, że wielkie społeczne i gospodarcze plany, które w instrumentalny sposób postępują się technicznymi procesami i naukową wiedzą, nie są odpowiednim środkiem do humanizowania świata. Mimo wszelkiej skuteczności w poszczególnych obszarach wręcz przyspieszają burzenie społecznych relacji i pustoszenie Ziemi aż do stwarzania zagrożenia dla podstaw ludzkiej egzystencji. W takim samym stopniu, w jakim człowiek uczynił świat artefaktem, wzrosła jego niezdolność do panowania

nad rozwojem. Ponieważ produkcja rzeczy podlega abstrakcyjnym prawom, podporządkowują one sobie także żywy świat. Dlatego Aicher opowiada się za radykalnym powrotem do podmiotu. Zamiast ufać rządowi, potęgą gospodarczym i duchowym instancjom, ludzie powinni wyrobić w sobie potrzebę, by „żyć według własnych pomysłów, robić własne projekty, wykonywać prace określone przez własne wyobrażenia, postępować w zgodzie z własnymi koncepcjami”. Dopiero wówczas nie będą oni tworzeni przez okoliczności, lecz sami uformują swoje życie (Stock 2016: 15).

Powyższy przykład dyskusji nad kwestią (r)ewolucji dobrze opisuje centralny element normalizacji w komunikacji – próba stopniowego wprowadzania zmian zazwyczaj kończy się integracją innowacji w już istniejący system, natomiast mówienie o planowaniu drastycznych ingerencji w system (rewolucja) spotyka się (nierzadko słusznie) z obawami oraz z odrzucaniem takiej opcji z perspektywy systemu dbającego o zabezpieczenie swojego funkcjonowania i istnienia w formie, w jakiej już właśnie funkcjonuje i istnieje. Maksyma brzmi: po co zmiana, skoro system przecież funkcjonuje. Z punktu widzenia badań i teorii komunikacji mamy więc do czynienia z nieco innym problemem – jak zainicjować zmianę i utrzymać ją na dłuższą metę wbrew działającym w komunikacji mechanizmom asymilacji i instytucjonalizacji, z których z kolei wynika to, co obserwować możemy jako normalizację w komunikacji? Analiza zagadnienia za pomocą takich podejść może nam wskazać drogę dla projektowania. To natomiast, jak przejście „w całości” mogłoby wyglądać, stanie się widoczne wtedy, kiedy będziemy je mieli za sobą. Ujmując rzecz z takiej perspektywy, kwestia rewolucji czy ewolucji przestaje być istotna (lub staje się co najwyżej ciekawostką na poziomie rozmów typu *small talk*) i już nie uniemożliwia nam działań.

‘Transformation’ w takim ujęciu może pokazać różne możliwości (nie alternatywy – o tym niżej) wobec jakoby nieskończonej gamy ofert, które, metaforycznie mówiąc, przesłaniają nam widok podczas zajmowania nowej perspektywy, ponieważ zastane możliwości (oferty) są wewnątrzsystemowe, to znaczy powstały z problematycznych założeń ogólnych, takich jak wzrost, postęp (definiowany

przez ten pierwszy), ekspansywność, krótkofalowe ukierunkowanie na teraźniejszość itp.:

Całe uniwersum ofert konsumpcji i mobilności wytwarza stale dostępne archiwum odpowiedzi na najróżniejsze pytania – co jeść, jak się ubrać, jak się poruszać, co oglądać. [...]

Znajdujemy się [...] chronicznie w uniwersum odpowiedzi, nie wiedząc lub nie mogąc sobie przypomnieć, co właściwie było pasującym do tego pytaniem. Tego właśnie dokonuje konwencjonalny design: permanentne dawanie odpowiedzi na pytania, których nie trzeba już na tę okoliczność formułować.

Design transformacji natomiast wychodzi od tego, że decydujące jest pytanie: jaki cel chcę osiągnąć, jakie środki są w tym (do tego) celu potrzebne? Możliwe odpowiedzi na to zawierają też możliwość kwestionowania samego celu [...] (Sommer, Welzer 2017: 111–112).

Design transformacji ukierunkowany jest zatem na projektowanie oraz koncyptowanie podejść i praktyk niezależnych od takich problematycznych założeń lub umożliwiających uniezależnienie się od nich. Odgrywając taką rolę, transformation design musi przy analizie problematyki przejść perspektywę zewnętrzną wobec opisywanych mechanizmów, gdyż inaczej nie będzie w stanie obserwować uwarunkowań i ograniczeń istniejących wewnątrz systemu (też w odniesieniu do przyjętych obszarów normalnościowych). Można to w tym kontekście powiązać z szerszym obszarem projektowania komunikacji (communication design), w którym design rozumiany jest jako proces, a nie jako usługa opakowywania gotowego produktu w atrakcyjną powłokę. To ostatnie nastawienie, w poprzednim cytacie określone mianem „konwencjonalnego designu”, zostało już krytycznie opisane kilkadziesiąt lat temu przez Otlę Aichera z uwagi na podejście praktykowane w Hochschule für Gestaltung z Ulm:

w tej kwestii właściwie niewiele się zmieniło do dzisiaj. świat nie stał się bardzo różny od tego, jaki był. większość projektantów przeszła do obozu stylistów, estetów, by przystrajać produkty odpowiednio do potrzeb estetycznego wsparcia sprzedaży. szata ciągle jeszcze jest wszystkim. szkoda, że tanto ulm już nie istnieje (Aicher 2016 [1987]: 100).

Design w takim całościowym podejściu, stosowanym również w communication design, uwzględnia zarówno kwestie funkcjonalności i estetyki, możliwości materiałów oraz innych środków i zasobów stojących do dyspozycji (w projektowaniu komunikacji owe zasoby mogą być również niematerialne), jak i szerszy kontekst społeczny i środowiskowy, te dwa ostatnie traktuje zaś jako punkt wyjścia do wszelkich rozważań. Ponadto – i to wyróżnia go na tle innych podejść – jest ukierunkowany teorią pozwalającą na uwzględnienie komunikacji jako kontekstu warunkującego nie tylko wprowadzanie rozwiązań projektowych, lecz także sam proces projektowy oraz, co ważne, fazę (czy raczej sposób i zakres możliwości) formułowania problemów. Jedno z głównych wyzwań transformation design zawiera się w tym ostatnim aspekcie (co postaram się pokazać niżej).

Kwestionowanie podstawowych założeń i krytyczna analiza problemu są wbudowane w proces projektowy. Stanowią one pierwszy krok podejmowany w pracy diagnostycznej, która jest punktem wyjścia procesu projektowania: „Praca diagnostyczna [...] ma na celu zrozumienie problemu projektowego przy jednoczesnej kontroli kontekstów: społecznego, ekonomicznego i kulturowego” (Wszółek, Grech 2016: 12).

Przy tym – jak zauważa Bazon Brock, odnosząc się do działalności naukowo-artystycznej – przy systematycznej pracy nad określonymi problemami najważniejszą kwestią nie jest uzyskanie bezpośrednich rozwiązań. „Tylko początkujący myślą, że mogą problem rozwiązać, na przykład – kończymy z problemem raka raz na zawsze” (Brock 2014). Na początku pracy nad problemami – w proponowanej przez Brocka perspektywie i strategii – stoi kwestionowanie normalności:

Strategia właściwa pracy naukowo-artystycznej oznacza bowiem: zrobić problem nawet z tego, co każdy uważa za oczywiste, na przykład z przedmiotów codzienności, [...] wręcz przez generowanie wiedzy widzieć coś jako coraz bardziej problematyczne (Brock 2014).

Naszym zadaniem jest więc poznawcze odstąpienie kolejnych powiązań i kontekstów problemów, to znaczy nigdy niekończące się stwierdzanie ich kompleksowości (choć Brock zwraca uwagę na inflacyjne używanie tego słowa). W tak generowanych ramach z kolei można opracować podejście praktycznego obchodzenia się z danym kompleksem problemowym lub jego wieloaspektowością.

Wtedy praca naukowa nad kwestiami społecznymi stanowi strategię nieustannego problematyzowania istniejących w świecie zależności i generuje tym samym uniwersalny, globalny obszar „wiązańności” – tych problemów, przed którymi jako ludzkość nie możemy uciec oraz za które musimy (będziemy musieli) ponieść odpowiedzialność w takim sensie, że zostaniemy z nimi skonfrontowani. Tego typu praca nad problemami i ich kontekstami produkuje tym samym socjalność jako kategorię niezależną od podziałów kulturowych czy innych (na temat wiązańności według Brocka zob. też Fleischer 2018a: 209–210). Za taką conceptualizacją idzie więc konstatacja, że nauka uprawiana jest „niezależnie od kultur [...] wspólnot językowych itp.” (Brock 2014) i w tym sensie nie zna granic kulturowych, które i tak stanowią zawsze konstrukt zależny od kontekstów, w jakich zostały wytyczone.

Projektowanie komunikacji, jak również design transformacji można zatem sprowadzić do tych samych podstaw, gdyż to pierwsze wychodzi od pracy empirycznej i przyjmuje ją za strategię poznawczą ukierunkowującą działalność projektową, a to drugie podejmuje problemy mające wymiar globalny.

Transformation design zatem nie zaczyna się od projektowania rozwiązań, lecz od określenia pytania (problemu) projektowego, „które [pytanie – A.S.] pojawia się w praktyce” (Sommer, Welzer 2017: 112). W odniesieniu do wyżej opisanego przymusu ciągłego wzrostu – co stanowi jeden z tych problemów, które trzeba będzie rozwiązać – można też pójść o krok dalej i dążyć do możliwie najmniejszego wysiłku (w sensie zużywania skończonych zasobów, energochłonności itd.). „Wysiłek ten może wynosić również zero” (Welzer, Sommer 2017: 112).

W tym ujęciu design nie miałby już za zadanie kształtowania stale pojawiających się kolejnych rzeczy, lecz pozbycie się, usunięcie raz na zawsze rzeczy, których się nie potrzebuje. Oznaczałoby to na przykład: nie projektowanie kolejnej butelki dla nowej wody mineralnej, lecz zaprojektowanie szyldu kierującego do najbliższego kranu z wodą (Sommer, Welzer 2017: 116).

Powiązanie tematu z wymiarem komunikacyjnym jest tu ewidentne.

Dzieje zrównoważonej nowoczesności
pisane są przez tych, którzy ją praktykowali,
ponieważ o niej marzyli.

(Welzer 2016: 336)

3. Podejścia (perspektywa wewnętrzna)

Jedną ze strategii stosowanych w rozważaniach koncepcyjnych dotyczących designu transformacji jest w związku z opisanym wcześniej dylematem analiza sytuacji zastanej oraz ruchów i podejść już powstałych w obliczu diagnozowanych problemów (a nie opracowanie metateorii, którą można by im narzucić). Również w niniejszym opracowaniu przegląd przykładów oraz ich systematyzacja na ogólniejszym tle stanowią niezbędną podstawę analizy problemów komunikacyjnych. Z punktu widzenia badań i projektowania komunikacji taka perspektywa, ukierunkowana na konkretne koncepcje, ruchy i inicjatywy, ma jednak charakter wewnętrzny (nie przyjmuje perspektywy zewnętrznego obserwatora): przedstawiane tu podejścia mogą więc stanowić potencjalne rozwiązanie pokazanych problemów; jednak podczas dokonywania ich oglądu, nie zajmujemy się (na razie) kwestią tego, w jaki sposób będą one integrowane w (zawsze już istniejące) szersze konteksty komunikacji oraz jakie mogą być/będą współoddziaływania. Owe podejścia zatem nie zawsze są (nie mogą być i zazwyczaj też nie roszczą sobie do tego pretensji) prostymi i bezpośrednimi rozwiązaniami, gdyż sama problematyka jest zbyt szeroka i kompleksowa. Stanowią one raczej zbiór przykładów odchodzenia od utartych schematów oraz ogólnie przyjętych przekonań typu „inaczej się nie da”, funkcjonujących jako strategie uzasadniające zachowanie stanu normalnego. W ramach motta takich ruchów i podejść można by sformułować cel, aby „wdrożyć *wszystko, co możliwe*, co uznać można za żywotne obalenie tezy o »braku

alternatyw«” (Sommer, Welzer 2017: 177). Sommer i Welzer odnoszą się tu pośrednio do strategii używanej między innymi w polityce, gdzie unika się dyskusji o innych możliwościach i twierdzi, że dla danego postępowania, decyzji itp. „nie ma alternatywy”¹. A zatem to nie tworzenie alternatyw (odbywające się na podstawie danego i jedynego systemu przesłanek), lecz kreowanie możliwości stanowi właściwą strategię określania ogólnego celu przedsięwzięć w designie transformacji (zob. Fleischer 2017: 89). Pokazane niżej przykłady należy zatem rozumieć jako ilustrację takiego ogólnego kierunku zmian, dokładnych efektów, których nie sposób przewidzieć w kompleksowym systemie oddziaływań i współzależności. Nie chodzi zatem (ani na tym etapie analizy zagadnienia, ani na innych) o ustalenie jakiegoś „masterplanu” oraz obowiązującego „wszystkich” czy obiecującego powodzenie, lecz o przyjrzenie się próbom robienia czegoś inaczej.

Każdy krok w kierunku odbiegającym od *business as usual* zwiększa prawdopodobieństwo, że również kolejny, drugi, trzeci, czwarty, krok będzie krokiem w tym kierunku – tak samo, odwrotnie, chodzenie skonwencjonalizowaną, nierównoważoną ścieżką obniża prawdopodobieństwo dojścia w przyszłości do skutku jakiegoś odchylenia (Sommer, Welzer 2017: 173).

Niemniej jednak wewnątrzsystemowa perspektywa jest tu nadal zachowana, gdyż zajmujemy się na razie zarówno praktycznymi, jak i teoretycznymi podejściami dążącymi – każde na swój sposób oraz na różnym poziomie ogólności – do transformacji przez projektowanie. Dopiero w kolejnym kroku – analizy możliwości i trudności takich podejść na tle komunikacji – przejść możemy na poziom obserwacji zewnętrznej, która za pomocą teorii uniezależnia się od wewnątrzsystemowych uwarunkowań i pozwala je obserwować z pewnego dystansu. Przyjmowanie takiej perspektywy – w kolejnych rozdziałach – ma służyć wskazaniu typowych problemów pojawiających się na poziomie komunikacji oraz ich analizie, kiedy omawiane tu

¹ Znana z notorycznego stosowania tego zabiegu jest pani kanclerz Republiki Federalnej Niemiec Angela Merkel.

próby „robienia czegoś inaczej” napotykać rzeczywistość społeczno-komunikacyjną. Z tak ukierunkowanej perspektywy możemy badać, jak na poziomie komunikacji omawiane tu inicjatywy i wynikające z nich oferty komunikacyjne wchodzi w interakcję z normalnością i procedurami normalizacyjnymi, to znaczy z ogólnie przyjętymi zasadami, założeniami i przesłankami na co dzień organizującymi życie społeczne przez komunikację. Identyfikacja takich mechanizmów z kolei umożliwia inne projektowanie podejść i łączy ich tematy z projektowaniem komunikacji.

Ilustracja 3 przedstawia systematyzujący przegląd przykładowych koncepcji i inicjatyw na tle ich skali (stopnia ogólności czy też poziomu teoretyczności lub praktycznego zastosowania).

poziom /
Charakter

○ makro

□ mezo

* mikro

teoria, analizy,

idee, pomysły,

aktywności,

koncepty, pojęcia

zinstytucjonalizowane działania

konkretne przykłady

rezyliencja
[Resilienz]

bilans/ślad ekologiczny
[carbon footprint itp.]

współdzielenie i wymiana
produktów, usług, kompetencji

zrównoważony rozwój/
zrównoważona nowoczesność
[sustainability]

granice planetarne
[planetary boundaries]

transition towns

pomoc sąsiedzka

give box

nowe kierunki studiów i instytucje
naukowe

commons
(wspólne dobra społeczne)

sklepy/punkty wymiany/wypożyczania
towarów [Leihläden, Tauschläden]

repair cafés

otwarte kursy związane
z transformation design

syndykaty mieszkaniowe
[Mietshäuser-Syndikate]

rower wymiany Swap

reduktwna moderna

popularyzacja wiedzy
(naukowej i innej)

redystrybucja
towarów, wymiana

car sharing (inicjatywy
lokalne, nie koncernów)

urban
gardening

naukowa obserwacja zmian
środowiskowych spowodowanych
przez człowieka

certyfikaty

fair trade

wspólne pola uprawne
[community gardening, Gemeinschaftsgärten]

regionalizacja
(zamiast nacjonalizacji)

rolnictwo biologiczne/
ekologiczne

urban farming

guerilla gardening

ogródki działkowe

analiza przesłanek komunikacji i normalności	<i>divestment</i>	minimalizm, redukcja	regionalnie funkcjonujące systemy zwrotne dla opakowań	żyć bez pieniędzy
ekonomia po wzroście gospodarczym [<i>Postwachstumsökonomie</i>]	zero waste	sklepy z żywnością bez opakowań jednorazowych		
ekonomia dobra wspólnego [<i>Gemeinwohl-Ökonomie</i>]	pieniądze regionalne (jako alternatywne waluty)	wizualizacje		<i>tiny houses</i>
gospodarka o obiegu zamkniętym [<i>circular economy</i>]	komunikacja subwersywna (produkcja irytacji systemu, „bawić się” normalnością)		ratowanie jedzenia	
świat bez pieniędzy (oraz zmiana systemu, roli i funkcji pieniądza)	<i>Cradle to Cradle</i>	„reduce, reuse, recycle“	jeść mniej mięsa	<i>food sharing</i>
energia odnawialna (?), badania nt. produkcji energii zrównoważonej	<i>sharing economy</i> (?)	<i>slow life</i>	<i>slow food</i>	wegetarianizm weganizm
	ekologia (?)	recykling	upcykling (?)	freeganizm
	zielony wzrost (?)	ruch pokojowy		

legenda dla kolorów – rodzaj koncepcji, inicjatyw, aktywności*:

konceptje podstawowe

inicjatywy społeczne, sąsiedzkie

idee historyczne

podjęcia dot. komunikacji i normalności

inicjatywy dot. produkcji żywności i zieleni

szersze tematy bez klasyfikacji

konceptje redukcji i cykliczności

konceptje dot. odżywiania

* jeden z wielu możliwych podziałów

Ilustracja 3. Podejścia

Źródło: opracowanie własne.

Każdy z pokazanych przykładów mógłby być tematem osobnego opracowania. Nawet jednak w omówieniu książkowym nie ma miejsca na szczegółowe przedstawienie wszystkich podejść ani na dyskusję o ich potencjale czy sensowności z uwagi na omawianą tu problematykę. Aby jednak nawiązać do możliwie szerokiej gamy przykładów, zdecydowano się na nieco inną formę prezentacji zagadnienia, opartą na pokazanym wcześniej przeglądzie oraz – oprócz krótszych i przykładowych nawiązań w tekście niżej – na wykorzystaniu glosarium umieszczonego na końcu książki. Przedstawia ono krótkie wyjaśnienia, przytacza przykładowe źródła wybranych haseł pokazanych na ilustracji oraz analizuje je na tle wyżej zarysowanej problematyki komunikacji i normalizacji.

Przegląd ten należy więc rozumieć jako (ciągle rozwijającą się) gamę możliwości już wymyślonych (dawniej² lub niedawno) koncepcji, które w szerokim rozumieniu można traktować jako podejścia mieszczące się w ramach transformacji społecznych³. Przy tym niektóre idee były praktykowane już wcześniej lub mają swoich prekursorów, ale zostały (prawie) zapomniane albo przestały funkcjonować z powodu zmiany warunków kontekstowych. Ponadto praktyki będące rozsądnym rozwiązaniem dla mniejszych wspólnot nie zawsze mogą zostać przejęte „jeden do jednego” w dużych aglomeracjach miejskich (i na odwrót). Natomiast w wersji dopasowanej do nowych warunków (czasem również pod nową nazwą) znowu ożywają.

Ze względu na globalny charakter i znaczenie zagadnienia oraz międzynarodowy i interkulturowy kontekst, w którym te podejścia często się rozwijają, niektóre hasła prezentowane są również po angielsku oraz po niemiecku. Anglojęzyczne nazwy niekiedy są

² Na potencjał dawniej wymyślonych rozwiązań i na znaczenie podstawowych idei budowania innej, zrównoważonej nowoczesności wskazuje również Welzer (2016: 264–328).

³ Takie aktywne stosowanie podejścia skupiającego się na opracowaniu i wdrażaniu rozwiązań można również obserwować w inicjatywach typu „transition”, które po części pokrywają się z tu podanymi przykładami i zasługują na uwagę, kiedy zajmujemy się tą tematyką (zob. na przykład <https://transitionnetwork.org/> [24.06.2018]).

zachowywane w ramach rozprzestrzeniania się danej idei, na przykład *car sharing* (dzielenie się samochodami przez mniejszą społeczność lokalną) lub *give box* (otwarte miejsce, szafa, mały drewniany domek służące wymianie przedmiotów codziennego użytku, odzieży itp. w dzielnicach miast). Niemieckojęzyczne pojęcia wiążą się również z tym, że tematyka ta została w ostatnim czasie głębiej opracowana, szczególnie z perspektywy socjologicznej i kulturowej, między innymi przez cytowanych tu niemieckojęzycznych badaczy.

Nie wszystkie przykłady są generalnymi rozwiązaniami, nie wszystkie także roszczą sobie pretensję do generalizacji i funkcjonowania „dla wszystkich” lub „wszędzie”. Tak na przykład niejedzenie produktów zwierzęcych (komunikacyjnie już znormalizowane⁴ jako weganizm lub, w zależności od wariantu, wegetarianizm) nie dla wszystkich musi być atrakcyjną lub możliwą formą odżywiania się czy konsumpcji. Wegetarianizm praktykowany przez większą część społeczeństwa mógłby jednak stanowić rozsądne podejście w obliczu problemów spowodowanych nadmierną produkcją oraz konsumpcją mięsa i innej żywności pochodzenia zwierzęcego⁵.

Niektóre przykłady stanowią raczej eksperymenty na poziomie indywidualnym (na przykład życie bez pieniędzy) lub mniejszych grup i społeczności; inne próbują być (lub stały się) modelem dla podobnych inicjatyw w innych miejscach, często również o lokalnym (na przykład *give box*) lub regionalnym (na przykład pieniądze regionalne) zasięgu. Mimo mniejszej skali i ograniczonego zasięgu takie inicjatywy mogłyby – przez rozprzestrzenianie się lokalnie, ale w wielu miejscach – przyczynić się na dłuższą metę do budowania pierwszych fragmentów fundamentu ogólnej zmiany (zob. niżej – rezylencja). Wspomniany już na wstępie ruch *transition towns* stanowi

⁴ Przy czym normalizacja, co ciekawe, ma tu miejsce w formie takiej, że owe podejścia językowo traktowane są jak nowa religia lub ideologia – jedzenie mięsa natomiast nie.

⁵ Gdyby rozszerzyć na cały świat konsumpcję mięsa w tej samej mierze, w której dziś jest uznawana za normalną w krajach zachodnich, potrzebowalibyśmy już w roku 2050 trzech planet (na hodowlę zwierząt, produkcję pasz, pastwiska itd. – zob. Bethge i in. 2017: 89).

przy tym dobry przykład na to, że akurat w bardziej przejrzystym kontekście organizacyjno-społecznym miejscowości i gmin mniejszej lub średniej wielkości potencjał i szanse na stosunkowo bezpośrednią implementację zmian są większe niż w złożonych strukturach wielkich aglomeracji. Idee i inicjatywy stają się co prawda widoczne i rozprzestrzeniają się również w dużych jednostkach urbanistycznych (przez skupienie wielu ludzi na stosunkowo małej przestrzeni); ze względów komunikacyjnych zatem ich realizacja (czy próba realizacji) również ma sens w wielkim mieście, tam też na dłuższą metę, w perspektywie globalnej i z uwagi na tendencje urbanizacyjne, jest nieunikniona, gdyż w dużych aglomeracjach powstaje większa część diagnozowanych tu problemów. Niemniej jednak skuteczne przełożenie pomysłów na konkretne działania na początku może być prostsze w mniejszych społecznościach, co następnie stanowić może punkt wyjścia do kolejnych działań długofalowo rozprzestrzeniających się według strategii ruchów oddolnych. Dobrym tego przykładem jest działalność w zakresie redukcji śmieci w myśl koncepcji *zero waste*, która, zwłaszcza w mniejszych gminach i miejscowościach, jest już skutecznie realizowana w wielu miejscach w Europie⁶. Jako przykład przytoczyć można organizację toskańskiej miejscowości Capannori we Włoszech:

Nowhere is the phrase »Mighty oaks from little acorns grow« truer than in the small town of Capannori, Italy, where a small but determined movement to stop the construction of an incinerator led to an Italy-wide grassroots Zero Waste movement. The area has one of the highest municipal recycling rates in Europe and is an example of strong policy decisions and community participation achieving groundbreaking results⁷.

Inne podejścia nadają się do realizacji tylko na czas przejścia do czegoś nowego i niekoniecznie muszą stanowić rozwiązanie zasadniczego

⁶ Zob. <https://zerowasteurope.eu/what-we-do/> oraz [https://zerowastecities.eu/\[7.07.2018\]](https://zerowastecities.eu/[7.07.2018]).

⁷ Zob. <https://zerowasteurope.eu/2013/09/the-story-of-capannori-a-zero-waste-champion/>; zob. też <http://www.rifiutizerocapannori.it/rifiutizero/> [7.07.2018].

problemu leżącego u ich podstaw, ale mogą go uświadomić (na przykład freeganizm, który w oddolny sposób próbuje zorganizować redystrybucję masowo wyrzucanej żywności nadającej się do spożycia). Zwracaniu uwagi na problemy i utrzymywaniu wrażliwości mogą również służyć różne formy komunikacji subwersywnej, zanalizowanego przeze mnie szczegółowo w innym miejscu (por. Siemes 2018b).

Niektóre pomysły zostały też ze względu na ich przejęcie przez struktury rynkowe i podporządkowanie interesom gospodarczym zniekształcone i można by ich pojawianie się w kontekście transformation design podać w wątpliwość. W związku z tym są one (na ilustracji) opatrzone znakiem zapytania, na przykład różne odmiany tak zwanej *sharing economy* czy marzenie o zielonym wzroście, który miałby polegać na tym, że mimo pozostawania przy zasadniczo niezmiennym systemie moglibyśmy jakimś cudem stać się „eko”⁸. Niemniej jednak dodałam pewne przykładowe pojęcia i hasła, co do których nie wiadomo, czy nie produkują one więcej problemów, a zatem czy nie stanowią pseudorozwiązania, kiedy już wchodzi w interdyskurs, to znaczy są przejęte i używane w szerszych kontekstach komunikacji.

Może umożliwi to szerszą dyskusję również na temat tego, jakie mechanizmy mogą doprowadzić do sytuacji, w której kiedyś sensowne idee (lub wymyślone jako tak zwane dobre chęci) mogą później podlegać deformacji, a nawet stać w sprzeczności z pomysłem wyjściowym – między innymi z powodu procedur normalizacyjnych w komunikacji, w ramach asymilacji i instytucjonalizacji. Zadaniem dobrze przemyślanego transformation design jest bowiem również

⁸ W ramach opisu i analizy systemowych przypadków w tym zakresie (ekonomizacji zasobów naturalnych i środowiskowych w celu ochrony środowiska), na przykład handlu emisjami CO₂, B. Sommer i H. Welzer (2017: 76–83) mówią o neoliberalizacji polityki ochrony środowiska („Neoliberalisierung der Umweltpolitik”), wskazując na problematyczne implikacje takiego postępowania. Jeśli ochrona środowiska lub pewne jej elementy stają się towarem, jej obszar siłą rzeczy podporządkowany zostaje regułom rynku. Taką dynamikę już można po części obserwować w branży recyklingu i handlu śmieciami. Welzer jako przykład krytycznej perspektywy wspomina o konferencji *Nature TM Inc. Questioning the Market Panacea in Environmental Policy and Conservation* (Institute of Social Studies 2011).

reagowanie na tego typu mechanizmy (a lepiej – ich identyfikacja jeszcze zanim do nich dojdzie) i opracowanie odpowiednich strategii (czasem nazywanych „proaktywnymi” – i tu pojęcie to, w przeciwieństwie do, czasem bezrefleksyjnego, używania go w tekstach PR-owych o PR, ma sens).

Najważniejszym elementem (z mojej perspektywy) jest przedstawiona na ilustracji możliwość systematyzacji, pokazująca, że podejścia, które na pierwszy rzut oka mają różny charakter (na przykład koncepcje teoretyczne vs. praktyczne inicjatywy) i odnoszą się do różnych tematów, w gruncie rzeczy sytuują się w pewnej współzależności. Pojawiają się one w podobnym czasie w rozmaitych miejscach (dużych miastach, regionach wiejskich, różnych regionach na świecie) i kontekstach (na przykład życia codziennego, edukacji, sfery naukowej) lub funkcjonują już od dawna (na przykład pomoc sąsiedzka – jako tradycyjnie skuteczna forma organizacji społecznej, która nie wymaga skomplikowanych struktur i jest niezależna od automatyzmów rynkowych; rower – jako jedna z najbardziej zrównoważonych form mobilności indywidualnej), dzięki czemu doskonale pokazują, że nie wszystko trzeba wymyślać „od nowa” oraz że jest na czym budować nowe struktury i zmienioną praktykę społeczną.

Przegląd pokazuje ponadto, że niekiedy kwestie, które zostały sformułowane w opracowaniach teoretycznych, odzwierciedlają się w lokalnych aktywnościach mających jakoby mały zasięg (lub na odwrót). Tak na przykład koncepcje typu świat bez pieniędzy (zob. Fleischer 2014) albo zasadniczo inaczej zorganizowanego systemu finansowego (zob. np. Kennedy 1990) znajdują już pierwsze próby realizacji w różnych formach lokalnej wymiany towarów i usług w regionach, w których wprowadzona została lokalna waluta (pieniądze regionalne), albo w indywidualnych eksperymentach (życie bez pieniędzy).

Wobec tego okazuje się również, jaką rolę odgrywa pojęcie (czy zjawisko) rezyliencji przy transformacji społecznej. Sam termin odnosi się do umiejętności radzenia sobie ze zmieniającymi się warunkami środowiska; niekoniecznie tylko w sensie ekologii czy środowiska

naturalnego, lecz także w ogólniejszym, teoretycznym rozumieniu systemowym. „Rezyliencja oznacza odporność na obciążenia i zagrożenia” (Welzer 2016: 251). Pojęcie dotyczy zatem, w terminologii teorii systemów, kwestii odporności na zmiany środowiska, na fluktuacje. W psychologii pojęcie ‘rezyliencji’ stosowane jest w odniesieniu do psychicznych zasobów indywiduum umożliwiających radzenie sobie z wydarzeniami, przeżyciami albo, ogólnie, trudną sytuacją życiową, które mogą być różnie ukształtowane⁹. W transformation design, rozumianym jako zadanie dotyczące całego społeczeństwa, rezyliencja¹⁰ (ang. *resilience*, niem. *Resilienz*) stała się centralnym pojęciem i jednym z celów nadrzędnych. Jeśli przyjąć wyżej przedstawione założenia dotyczące potrzeby zmian oraz transformacji systemu społecznego, to jedną z możliwych dróg praktycznego budowania podstaw dla „*transformation by design*” mogłoby stanowić tworzenie „*resilience communities*”, czyli społeczności, które będą dysponować propozycjami obchodzenia się z nowymi warunkami i wyzwaniem (powstającymi na przykład w związku z przyspieszoną urbanizacją lub w sytuacji wyczerpujących się, a dotychczas niezbędnych źródeł energii), gdyż one (społeczności) już wcześniej (to znaczy teraz) wypracowały inne podejścia. Doświadczenia i wiedza wynikające z takich już zrealizowanych albo (choćby w niszach) funkcjonujących podejść mogłyby stanowić fundament nowego systemu, a w każdym razie byłyby szansą na powstanie czegoś innego.

⁹ Jednym z podstawowych projektów badawczych dotyczących rezyliencji jako kategorii psychospołecznej była długofalowa obserwacja rozwoju osobistego kilkuset dzieci wychowujących się w trudnych warunkach, prowadzona na wyspie Kauai na Hawajach przez zespół badaczy pod kierunkiem amerykańskiej psycholożki Emmy Werner (zob. Werner 1977, 2005).

¹⁰ W polskich tekstach występują różne warianty tego słowa (rezyliencja, resiliencja, reziliencja) – tu stosowaną pisownię przejmuję za przekładem książki H. Welzera (zob. Welzer 2016: 251).



[...] rzeczywiste działanie jest innym wymiarem
niż pojęciowe myślenie i postrzeganie, rzeczywiste
działanie realizowane jest tu i teraz [...]

(Fleischer 2018b: 34)

4. Odniesienia do komunikacji i normalności (perspektywa zewnętrzna)

Już określanie przedstawianych tu pomysłów jako „alternatywnych” pokazuje, że mimo dużej liczby inicjatyw i aktywności normalność, w której na co dzień bierzemy udział, jest zupełnie inna. Mówiąc wprost: „alternatywność” tych podejść (to, że można im taką cechę przypisać) świadczy o tym, że założenia normalnościowe, na podstawie których operujemy w rzeczywistości komunikacyjnej, są konceptualnym przeciwieństwem opisanych działań i idei (toteż stanowią o normalności). Codziennie realizowana normalność sprzeczna jest z tymi aktywnościami, dlatego uchodzą one za alternatywne (wobec niej).

Przykład: Mówimy o ochronie środowiska, ale kupujemy (ewentualnie nawet w tym samym czasie) kawę *to go*, czyli na wynos, zazwyczaj w kubku, który za kilka minut wyrzucimy, natomiast do jego produkcji zużyte zostały zasoby energii i surowców, jakie, nawet jeśli to nieduży przedmiot, nie przystają do jego kilkuminutowego użycia (zob. dygresja II w rozdziale drugim). Wielu opakowań napojów (zwłaszcza składających się z różnego gatunku materiałów, na przykład plastiku połączonego z papierem) nie można recyklingować, a nawet gdyby to było możliwe, nie mamy opracowanych procedur do realizacji takiego przedsięwzięcia w sposób kompleksowy, w takim sensie, że recykling obejmowałby wszystkie – wtedy już niepowstające – śmieci, jak przewiduje i realizuje to zasada *Cradle to Cradle*.

Zasadniczą sprzeczność między trybem myślenia przyjętym jako normalny a ideami dążącymi do innych form życia i praktyk społecznych zilustrować można niewielkim przedmiotem (zob. ilustracja 4).



Ilustracja 4. Mały przedmiot niemieszczący się w dzisiejszym świecie
Źródło: zdjęcie własne.

Przedmiot ten daje możliwość zużywania również krótkich kawałków ołówka (prawie) do końca – przedłuża je tak, że mimo krótkości można ich nadal używać. Kiedy pokazuję go na przykład studentom na zajęciach z transformation design, wzbudza zainteresowanie i może stać się punktem wyjścia rozmowy na różne tematy (takie jak cykl życiowy przedmiotów, historia ich produkcji oraz materiały w nich tkwiące, ogólnie – kwestia uważności). Równocześnie jednak pozostałości w salach zajęciowych (długopisy, ołówki, kartki i zeszyty, o śmieciach nie wspominając) lub – żeby nie denuncjować tylko studentów – w salach konferencyjnych czy po innych tego typu spotkaniach świadczą o tym, że podejście stosowane w codziennej praktyce opiera się na zasadach, które różnią się diametralnie od trybu myślenia zakładającego, że używanie ostatnich trzech centymetrów ołówka mogłoby być sensowne.

Wracając do nieco szerszego tematu wspomnianych wyżej alternatywnych aktywności (konkretnych inicjatyw w zakresie transformacji społecznej) – posiadają one, z perspektywy komunikacji i społeczeństwa, wciąż za mały zasięg, aby mogły doprowadzić do zmian systemowych. Problem ten wiąże się między innymi z tym, że komunikacja niejako broni się przed zasadniczymi zmianami, przypisując aktywnościom dążącym do takich zmian rolę niszową lub w pewnym sensie specjalistyczną: specjalne zajęcia, programy edukacyjne, warsztaty, konferencje, podczas których zajmujemy się tematem, a poza tym nadal prowadzimy życie w „starym” trybie. Przykładem mogą być wspomniane programy edukacyjne dotyczące zrównoważonego rozwoju, implementowane w społeczeństwa funkcjonujące dalej w sposób niezrównoważony:

Póki dominująca praktyka społeczna pozostaje w tak wyraźnej sprzeczności z treściami [programów edukacyjnych dotyczących zrównoważonego rozwoju – A.S.], sukcesy uczenia się u dzieci prowadzą co najwyżej do dysonansu kognitywnego (Festinger 1957), a najprawdopodobniej do oswojania się ze sprzecznościami w życiu codziennym (Sommer, Welzer 2017: 40).

Podczas omawiania społeczno-kulturowych uwarunkowań transformation design również Sommer i Welzer identyfikują zasadniczy problem wiążący się z charakterem komunikacji rozumianej jako ogólny mechanizm społeczny oraz z procedurami normalizacyjnymi, nadal jednak pozostają raczej na poziomie opisu zjawiska:

Leży to w logice społecznego podziału pracy i funkcji, charakterystycznych dla nowoczesnych społeczeństw: wprowadzany jest „przemysł refleksji” nad tematem zrównoważonego rozwoju, który najczęściej pokojowo „współ-istnieje” z kontynuacją niezrównoważonych warunków produkcji i konsumpcji. Można to obserwować nie tylko w dziedzinie edukacji, lecz także w polityce dotyczącej klimatu, z uwagi na rozwój mobilności, ochronę konsumentów, gdziekolwiek: powstają refleksywne systemy cząstkowe (doradztwo konsumenckie, Climate Service Center, kalkulatory CO₂), które w niczym nie naruszają procedur metabolizmu społecznego (Sommer, Welzer 2017: 40).

Lub w wersji sprowadzonej do osobistych doświadczeń:

[...] świadomość konieczności ochrony środowiska naturalnego oraz praktyczne działania niewiele muszą mieć ze sobą wspólnego. [...] uczucie dyskomfortu, jakie niekiedy się pojawia, kiedy robimy rzeczy w zasadzie złe, staje się łatwiejsze do zaakceptowania, kiedy głośno o nim powiemy (Welzer 2016: 38).

Analiza Welzera prowadzi do pytań, których wyjaśnienie oferuje teoria komunikacji oraz teoria systemów. W ich ramach opisane zostały obserwowane tu mechanizmy funkcjonalnej dyferencjacji społeczeństwa oraz asymilacji i instytucjonalizacji. Dwa ostatnie widzieć można jako elementy ogólniejszego procesu normalizacji, który służy integracji systemowych irytacji (problematycznych dla systemu elementów). Normalizacja odbywa się w komunikacji oraz poprzez komunikacje¹¹, między innymi w sensie wprowadzania i stabilizowania (*Etablierung*) obszarów, w których można (przede wszystkim) *mówić* o tym, co trzeba by zrobić, a działać co najwyżej na obszarach odłączonych od całości systemu (kręgi alternatywne, sztuka itd.). W dużym uproszczeniu oraz w formie przykładu: gospodarka nadal funkcjonuje według zasady wzrostu, natomiast małe inicjatywy mogą być wprawdzie podejmowane na innych zasadach, ale tylko póki nie przeszkadzają gospodarce w trybie jej funkcjonowania. W szerszych kontekstach natomiast przechodzi się na koncepcje nawiązywalne w już gotowych ramach (zielony wzrost, idea odłączenia wzrostu gospodarczego od zużycia zasobów itp.).

Pomysły i podejścia, które można według wyżej pokazanego schematu umieścić na poziomie 'mikro', są zatem normalizowane między innymi za pomocą ich przesunięcia w niszę. Podejścia znajdujące się na poziomie 'mezo' (na przykład idee dotyczące dzielenia się produktami i usługami), są – odkąd tylko zostały opracowane wystarczająco dobrze dla ich praktycznego zastosowania – asymilowane

¹¹ W sensie ciągle generowanych ofert komunikacyjnych oraz nawiązania lub braku nawiązania do nich.

przez konkretny i struktury gospodarcze. Z uwagi na szersze koncepcje teoretyczne z poziomu 'makro' można natomiast zastosować najprostszą (gdyż wystarczy tak *mówić*) procedurę normalizacyjną – wartościowanie owych koncepcji jako nierealistyczne i niemożliwe do realizacji idee (*idée fixe*).

Aktualnym przykładem opisanej dynamiki na poziomie 'mezo' są skomercjonalizowane oferty w zakresie *car sharing* oraz przewozu osób lub oferowanie mieszkań prywatnych turystyce indywidualnej. Są to pomysły, które już wcześniej zostały wypracowane i były stosowane w zakresie półprywatnym, niedążącym do osiągnięcia zysków, w danej przestrzeni i wspólnocie społecznej. Zostały one natomiast przejęte przez sferę komercyjnych usług, między innymi w związku z rozwijaniem się możliwości ich szablonowego oferowania w dowolnym miejscu na świecie przez internet, w sposób kontrolowany przez firmę znajdującą się w danym miejscu. Ukierunkowanie na korzyść społeczną i autonomiczna aktywność jednostek tworzących w tym celu potrzebną im infrastrukturę organizacyjną (samoorganizacja i odporność) zostały więc zastąpione orientacją na rynek oraz oferowaniem usług konsumentom i funkcjonują pod płaszczykiem dostarczania korzyści społecznych.

Wracając do analizy zagadnienia w kontekście teorii komunikacji: z punktu widzenia systemu zarówno mówienie o tym, że musimy coś – ewentualnie wszystko – zmienić, jak i działanie w tym kierunku stanowią irytację i potencjalnie problem, gdyż może to oznaczać, że system w obecnej formie przestanie istnieć. Obydwie formy irytacji (mówienie oraz działanie) sytuują się jednak na różnym poziomie. Mówienie odbywa się (i musi się odbywać) wewnątrz systemu, gdyż, aby było nawiązywalne, zmuszone jest korzystać z przesłanek produkowanych w systemie (czyli w komunikacji). Działanie natomiast stanowi obszar, który co prawda nie jest niezależny, gdyż między nim a komunikacją istnieje sprzężenie zwrotne, ale z perspektywy komunikacji stanowi obszar zewnątrzsystemowy (zob. Luhmann 2004: 79). W jego ramach istnieje zatem możliwość *realizacji* czegoś, co stoi w sprzeczności z założeniami kierującymi komunikacjami. W ten

sposób, mówiąc metaforycznie, zmiana może zostać wprowadzona przez tylne drzwi. Normalizacja, realizowana za pomocą procedur asymilacyjnych oraz instytucjonalizacji, stanowi mechanizm zabezpieczający wbudowany w komunikację, aby zapobiec nadmiernej irytacji systemu oraz uniknąć form kwestionowania jego zasadniczych przesłanek, gdyż owe formy kwestionowania miałyby konsekwencje.

Przyglądając się zagadnieniu z perspektywy obserwatora zewnętrznego, widzimy ciągłą grę, w której system waha się między dopuszczaniem do irytacji (głównie na poziomie komunikacji) a ich kontrolą przez tworzenie dla nich nisz. Z tego powodu ciągle powstają różne zinstytucjonalizowane formy komunikacji i podejmowane są działania mające na celu produkcję – wewnątrzsystemowo – irytacji i zachowanie zdolności systemu do dopasowania się do ulegających zmianie warunków. Nie są to już jednak warunki zewnętrzne, lecz immanentne dla systemu, czyli produkowane w komunikacji i funkcjonujące na jej obszarze.

Zmieniające się warunki (na przykład zmiany klimatyczne) i wynikające z nich problemy, przed którymi stoją obecnie społeczeństwa, pochodzą natomiast z zewnętrznej strony systemu, nie zostały wyprodukowane w komunikacji ani bezpośrednio z niej nie wynikają. Zatem stopień czy rodzaj elastyczności, który byłby potrzebny, aby dopasowywać się do tych warunków *w ramach komunikacji*, przekracza z dużym prawdopodobieństwem jej możliwości, przynajmniej te, które mamy na podstawie opisanych zdolności systemowych.

Innymi słowy: w sytuacji normalnej [sic!] normalizacja spełnia sensowną funkcję – czyni system odpornym na bezpośrednie, nagłe, by tak rzec, nieprzemysłane zmiany i gwarantuje jego dalsze funkcjonowanie. Natomiast w sytuacjach, które wymagałyby zasadniczych modyfikacji oznaczających całkowitą wymianę założeń związanych z podstawowymi obszarami systemowymi (na przykład w gospodarce itp.), normalizacja zakłóca proces redefinicji.

Tym samym znajdujemy się w błędnym kole (w toksycznej pętli sprzężeń zwrotnych) – na poziomie społeczeństwa mamy do czynienia z problemami, których przyczyny leżą w zjawiskach spoza systemu

społecznego (ale zostały przez niego i jego formę organizacji wyprodukowane), a tylko za pomocą komunikacji, która temu zapobiega, możemy je rozwiązać.

W odniesieniu do konkretnych zjawisk przystaje do tego paradoksalne na pierwszy rzut oka twierdzenie Sommera i Welzera:

Jeśli standard cywilizacji osiągnięty przez gospodarkę kapitalistyczną opartą na wzroście ma zostać zachowany, kapitalistyczna gospodarka oparta na wzroście musi zostać przewyżczona” (Sommer, Welzer 2017: 48).

Transformation design ma więc do czynienia z problemem potrzeby komunikowania (wprowadzania do kontekstu społecznego) nowych warunków „ramowych”, co nie jest możliwe w starych ramach. Bez ram natomiast (bez odniesień do założeń normalnościowych) komunikacja nie jest możliwa – pojawia się wtedy bowiem brak nawiązywalności, co pokazałam już w innej analizie (por. Siemes 2015: 79–80).

Procedury normalizacyjne, które w związku z perpetuowaniem komunikacji, systemowo rzecz biorąc, odgrywają ważną rolę, zastosowane w odniesieniu do alternatywnych pomysłów dotyczących transformacji społecznej, powodują pacyfikację nowych ruchów przez przesuwanie ich do stosownej „niszy” albo ich urynkowanie i monetyzację, czyli podporządkowanie programowi komunikacyjnemu ‘gospodarka’ (o programach komunikacji – zob. Fleischer 2012). Taka asymilacja nowych idei z zastanymi procedurami blokuje jednak wprowadzanie nowych zasad generalnych.

(Kolejnym już) przykładem może być szerokie urynkowanie produktów „bio” oraz wynikające z tego z uwagi na pierwotną ideę sprzeczności, gdyż czasem biologicznie uprawiane owoce podróżują samolotem dookoła świata, aby na północnej półkuli (po drodze wielokrotnie przepakowane, chłodzone itd.) uspokoić wyrzuty sumienia (nie do końca) oświeconego konsumenta¹². Opis takich i podobnych

¹² W takich i podobnych przypadkach można zaobserwować, na czym polega różnica między trendem a ruchem. Ten ostatni rozwija się na tle określonej społeczności, która – mając pewne cele i dążąc do ich realizacji – generuje dany ruch (co może się odbywać w różnych miejscach, mniej lub bardziej niezależnie od siebie,

paradoksalnych sytuacji można by kontynuować – i wylądować przez to w kolejnej pułapce komunikacji, polegającej na tym, że zaczynamy narzekać na stan zastany, który sami wyprodukowaliśmy i który tym narzekaniem właśnie wspieramy, wnioskując ponadto z uporem godnym lepszej sprawy, że nic się nie da zrobić, bo jest jak jest.

Nie ma co prawda przełomowych koncepcji dotyczących tego, co zrobić z opisaną tu problematyką (jak na nią reagować lub jak pokonać samego siebie i własną bezradność wobec skomplikowania skomplikowanego świata), co również może być spowodowane tym, że owa problematyka jest rzadko (a z perspektywy badań komunikacji – w ogóle) jasno określana i analizowana. W każdym razie (co również podkreśla Welzer 2016: 193) nie ma też jednak (oprócz wyżej sformułowanej pseudoargumentacji) ani jednego przekonującego argumentu za tym, aby nic nie robić. Dotyczy to również poziomu analizy, która może przyczynić się do opracowania odpowiednich strategii komunikacyjnych. Róbmy więc coś – na razie na poziomie konstruktywnego myślenia według modelu procesu projektowania, który od pierwszej, ogólnej identyfikacji problemu (właśnie przez nas podjętej) przechodzi do wstępnego zebrania pomysłów, aby potem jeszcze doprecyzować i wyizolować problem lub, w razie potrzeby, zdefiniować ów problem zupełnie inaczej. Dopiero na tej podstawie można wskazać możliwy kierunek działań i „pójść dalej”.

Jednym z wniosków wynikających z zaprezentowanego tu stosowania perspektywy teoretycznej do naszej problematyki może być ten, że to nie produkowanie alternatyw jest celem designu transformacji, lecz tworzenie możliwości.

Alternatywy dane są horyzontalnie jako pole wyboru w ramach jednej struktury; możliwości natomiast produkują swe rezultaty dopiero po znalezieniu

w odniesieniu do danych czasów i określonej problematyki), podczas gdy trend polega na przejęciu elementów tego, co kiedyś zostało wymyślone, do realizacji konkretnych celów i konkretnej problematyki przez inny kontekst (na przykład rynkowy, konsumpcyjny) oraz na jego przewartościowaniu w produkt, który sprzedać można komukolwiek.

owych nowych możliwości w ramach innej struktury. Temporalnie zatem alternatywy dotyczą tu i teraz, dotyczą równoczesowości; możliwości natomiast dotyczą jedynie ich zastosowania bez znajomości wynikających z tego rezultatów w przyszłości, tworzonej przez zastosowanie danej możliwości. I dlatego możliwości są niebezpieczne i ryzykowne dla systemu, a alternatywy są zachowawcze wobec struktury i funkcjonowania systemu” (Fleischer 2017: 89–90).

Aby zapobiec bezpośredniej integracji pomysłów stojących w sprzeczności z podstawowymi założeniami systemowymi (nie wszystkimi, lecz takimi, które zostały zidentyfikowane jako problematyczne, na przykład wzrost), właśnie w systemowe zależności, trzeba wytwarzać możliwości działań. Możliwości te (aby były możliwościami właśnie) muszą stać na innych podstawach (konsekwentnie wychodzić z innych założeń), niezależnych od przyjmowanych dotychczas. Aby nie mogły zostać zasymilowane w ramach założeń normalnościowych, owe wygenerowane możliwości muszą (w sensie strategicznego przymusu, a nie w sensie normatywistycznym) czy powinny być nienawiązywalne wobec założeń i dynamiki zidentyfikowanych jako problematyczne (na przykład zasady wzrostu jako elementu kierującego działania czy akceptacji przez rynek); jednocześnie jednak muszą oferować i produkować nawiązywalność na innych obszarach. Uruchamiany na tych zasadach proces jest bowiem otwarty z uwagi na wynik – to znaczy nie jesteśmy w stanie przewidzieć, jakie będą jego rezultaty. Taka procedura okazuje się ryzykowna, ale kontynuacja działań na dotychczas przyjętych zasadach, jak wiemy, również jest ryzykowna, gdyż wiąże się z ryzykiem utraty podstaw egzystencji.

Od strony pozytywnej można traktować ten asortyment rzeczy dostępnych jak coś, co możemy użyć i wykorzystać w drodze do nowoczesności zredukowanej [reduktywnej moderny – A.S.]. I co, rzecz jasna, musimy jeszcze wynaleźć.

(Welzer 2016: 327)

4.1. Podejście ‘analizuj i rozpowiadaj o tym’

Ciekawą propozycję w kontekście opisanej tu problematyki sformułował Harald Welzer, socjolog i psycholog społeczny zajmujący się od dłuższego czasu transformation design (zob. Welzer 2013 i Sommer, Welzer 2017¹³). Podejście opracowane przez Welzera stanowi jedno z niewielu starających się przyjrzeć zagadnieniu całościowo, dążących do „ogarnięcia” systemowości zjawiska na tle społecznym oraz – w ujęciu Welzera – kulturowym. Analizując zagadnienie, Welzer omawia sytuację wyjściową i wyzwania, w obliczu których rozwijały się różne ujęcia transformacji społecznej i kształtowania świata społecznego, oraz sytuuje małe inicjatywy w szerszym kontekście teoretycznym. Z tym że w jego popularnonaukowych publikacjach na ten temat brakuje, jak już wspomiano, teorii komunikacji, która pomogłaby wyjaśnić sporo problemów czy (jeszcze) lepiej zrozumieć ich genezę.

Niemniej jednak podejście Welzera jest jednym z niewielu, które systematycznie analizują zagadnienia podjęte przez design transformacji w szerszym kontekście uwarunkowań społeczno-kulturowych, przy czym to, co u niego omawiane jest pod tym hasłem, z perspektywy nauki o komunikacji można również określić jako proces generowania trzeciej rzeczywistości przez komunikację (na co również zwraca uwagę Fleischer 2018a: 143). Abstrahując od użytego

¹³ W tym miejscu podaję daty pierwszej publikacji dwóch książek ten na temat. Cytowane w niniejszej książce pozycje ukazały się później w polskim tłumaczeniu (2016), względnie w innej formie (z miękką okładką [Sommer, Welzer] – w 2017).

paradygmatu teoretycznego, również analiza Welzera umożliwia poznanie i uwzględnienie głębszej problematyki warunkującej aktywności w zakresie projektowania zmian społecznych.

W publikacjach i wystąpieniach publicznych oraz w działalności naukowej Welzer dąży między innymi do tego, aby wygenerować nowe narracje o przyszłości – i o teraźniejszości. W tym celu założył fundację FUTURZWEI (nazwa odnosi się do „czasu przyszłego złożonego”, formy gramatycznej umożliwiającej odróżnienie dwóch czynności przyszłych odbywających się w różnym czasie). Zajmuje się ona problemami transformation design zarówno na poziomie analizy, jak i konkretnych aktywności oraz wspiera ciekawe pomysły i inicjatywy poprzez opowiadanie o nich, co daje im możliwość usieciowienia się oraz w ogóle – pojawienia się w komunikacji. Zaproponowany tryb myślenia o przyszłości pozwala na nową formę refleksji. Chodzi o to, aby móc widzieć to, co dzieje się dzisiaj, jako przyszłą przeszłość – taką, o której będziemy chcieli chętnie wspominać.

Proszę sobie po prostu wyobrazić, jak kiedyś, za ileś lat, brzmiałaby Państwa odpowiedź na pytanie, kim byliście i jak przyczyniliście się do zniszczenia lub zachowania przyszłości? Wyobraźcie sobie siebie w czasie przyszłym złożonym: kim będąc byt wówczas? (Welzer 2016: 178).

Z zastosowania tak ukierunkowanej perspektywy wynika inny horyzont możliwości: „Myślenie od strony przyszłości otwiera nowe możliwości, natomiast myślenie z pozycji *status quo* systematycznie je ogranicza do poziomu tego, co już jest powszechnie znane” (Welzer 2013: 384). Ujmując rzecz w ten sposób, można dążyć do działania w dzisiejszym świecie tak, żeby powstał świat, w którym chętnie będziemy żyli nie tylko w danym momencie, lecz ponadto który nadać będzie się także do funkcjonowania w nim potem na dłuższą metę. Chyba nie trzeba dopowiadać – na wszelki wypadek jednak dopowiem – że świat polegający na ciągłym „wyrzucaniu” rzeczy, których tak naprawdę nie można się pozbyć, ponieważ przetrwają cykl życiowy ludzkiego gatunku wielokrotnie, oraz na stosowaniu surowców ze skończonych zasobów do takich celów się nie nadaje.

Udało nam się wyprodukować tylko iluzję (że się nadaje), przez przesunięcie problemów najpierw do innych regionów świata, a w dłuższej perspektywie czasowej w przyszłość i dla przyszłych generacji.

Zaproponowany tryb myślenia oraz związane z nim podejście stanowią tym samym próbę praktycznego zastosowania zasady równoważoności w takiej formie, że można ją przełożyć na kontekst codzienny – działać na podstawie przesłanek pochodzących z wizji przyszłości, a nie tych odnoszących się do obecnie funkcjonujących standardów, które właśnie mają być przezwyciężone, gdyż zostały zidentyfikowane jako problematyczne.

Związany z tym pomysł tworzenia nowych narracji jako punkt wyjścia transformation design jest z jednej strony ciekawy o tyle, że unika popadania w teoretyzowanie i filozofowanie (w tym sensie, że tylko się mówi o tym, co można lub trzeba by zrobić), a z drugiej strony umożliwia natychmiastowe działania: można dołączyć do istniejących inicjatyw, przejąć pomysły, kontynuować je itd. oraz doświadczyć konkretnych (choćby małych – ale własnych) sukcesów. Maksyma może według Welzera brzmieć: „To my już zaczniemy” – zaczniemy „robić historie”, realizować to, co w przyszłości będzie, miejmy nadzieję, widziane jako pozytywna przeszłość, moment zmiany itp., podczas gdy gdzie indziej dalej bez skutku dyskutuje się o tym, co i jak można by zrobić.

Niemniej jednak powód i sens własnych działań można ocenić jedynie na podstawie wcześniej podjętej ogólnej analizy sytuacji – co zresztą również pokazują publikacje Welzera, w których przed omówieniem konkretnych inicjatyw zawsze dokonuje on analizy koniecznej do identyfikacji problemów. Wspomniany brak uwzględniania teorii komunikacji jest w tej sytuacji problematyczny. Tworzenie nowych narracji w opisaney wersji pozostanie bowiem siłą rzeczy na poziomie ‘mikro’ lub szybko wróci na taki poziom po kilku abstrakcyjnych i ogólnych rozważaniach. Z jednej strony to dobrze, gdyż tylko na poziomie ‘mikro’ działania są możliwe. Jednak, wbrew pierwszemu wrażeniu, „ucieczka” od mechanizmów komunikacji nie staje się możliwa wyłącznie na tym poziomie (nie wyłącznie

dzięki działaniom). Wręcz przeciwnie – pozostawanie na poziomie praktycznych działań powoduje, że zostaje się przy perspektywie wewnątrzsystemowej.

Na poziomie 'makro' (teorii, modeli i pojęć), na którym na pierwszy rzut oka można „tylko mówić”, staje się dopiero możliwa obserwacja całości, całego systemu. Póki więc teoretyczne rozważania polegają na obserwacjach i wynikających z tego konstatacjach dotyczących sytuacji ogólnej (to znaczy nie odłączają się od empirii), mogą na tym poziomie powstać modele teoretyczne i pojęcia pomagające nam zobaczyć całość, której bez tego nie bylibyśmy w stanie widzieć.

Na takiej podstawie z kolei można definiować problemy, możliwości, debatować oraz ustalać to, co i dlaczego uważamy za ważne, wskazane itd. Mówienie na poziomie (wynikających z obserwacji) teorii, pojęć, idei ma zatem sens o tyle, o ile uda nam się za pomocą tych narzędzi uciec od dyskusji typu „gaworzenie o tym, co złe i co trzeba by zrobić inaczej, gdyby się coś robiło” oraz dokonać analizy problemu. Same narracje natomiast nie są (nie będą) w stanie utrzymać podstaw motywujących działania, a ponadto jako wewnętrzny element komunikacji na dłuższą metę będą podlegały procedurom normalizacyjnym. Analizę kilku przykładów w tym zakresie przedstawię w kolejnej publikacji. Już wstępne analizy ewidencji (zob. też glosarium) wskazują na to, że ogólne wyzwanie dla implementacji tematów i aktywności związanych z projektowaniem zmian polega na tym, aby zachować związek – i stale opracowywać relacje – między sferą komunikacji (mówieniem o czymś – czy to na poziomie teorii, czy narracji dotyczących konkretnych aktywności) a sferą działań (robieniem).

Konieczne zmiany społeczne lekceważone są jako utopia, a możliwości wywierania wpływu widziane są tylko na poziomie technicznym.

(Kreutzberger 2019: 18)

4.2. Obietnice technologii

Jednym z zasadniczych zagadnień, którym trzeba będzie poświęcić (jeszcze) więcej uwagi i czasu, jest odróżnienie problemów i celów od sfery sposobów, za pomocą których możemy coś osiągnąć. Droga rozwiązania problemu sama nie jest bowiem rozwiązaniem, lecz właśnie drogą do niego. O tym natomiast, czy coś jest rozwiązaniem (czy coś zostało rozwiązane), decydują cele, które trzeba wcześniej określić oraz mieć je na uwadze w procesie realizacji. Słowa ‘cele’ używam tu w liczbie mnogiej, gdyż zawsze są to jedynie cele cząstkowe czy etapowe. Ogólny kierunek dążenia do reduktywnej, moderny i zrównoważonego trybu organizacji życia, jaki został opisany wcześniej, stanowi natomiast podstawowe założenie, które w odniesieniu do konkretnych aktywności jest raczej, metaforycznie mówiąc, horyzontem myślenia niż dokładnie określoną metą, możliwą do natychmiastowego (za pomocą jednej drogi) osiągnięcia. Celu ogólnego dla całego rozwoju nie ma lub nie da się jednoznacznie ustalić; cele etapowe konkretnie realizowanych działań stanowią natomiast narzędzie potrzebne do tego, aby w ogóle móc dojść do czegoś. Projektując transformację, nie zajmujemy się zatem rozwiązaniem całej problematyki, lecz nieustanną pracą nad nią (w sensie rozpoznania współoddziaływań – patrz Brock) oraz nad tym, by uniknąć powstawania problemów – dzięki diagnozowaniu ich z punktu widzenia projektowania komunikacji, to znaczy kwestionowaniu podstawowych założeń i warunków je produkujących.

W dotychczas stosowanym paradygmacie technologia jest natomiast obszarem, któremu często i nietrafnie przypisana zostaje rola rozwiązania, zamiast rozumienia jej jako obszaru oferującego co

prawda szeroką gamę narzędzi, ale niestanowiącego celu. Nie jest to tylko conceptualna pedanteria, którą w obliczu i tak przerastającej nas skali problemów można pominąć. Za tym, jaką rolę i funkcję przypisujemy czemu, idą bowiem możliwości myślenia i działania. Jeżeli rozumiemy, weźmy przykład z innej dziedziny, młotek jako cel, to gwoźdźnia nim raczej nie wbijemy w ścianę (a nawet możemy zapomnieć, że o to chodziło). Ten przykład bezpośrednio pokazuje bezsens takiego przypisania sensu. Tego typu nastawienie do technologii (przekonanie, że ona sama w sobie stanowi rozwiązanie, a nie jest tylko środkiem) czasem już nawet nie jest przez nas dostrzegane, gdyż fascynujemy się tym, jak to wszystko (te maszyny, urządzenia, programy i aplikacje) zaprojektować i wyprodukować, a następnie oczarowani jesteśmy tym, jak wspaniale to działa, tyle że tylko na podstawie przesłanek wewnętrznego mechanizmu, a nie z uwagi na zapomniane lub nigdy niesformułowane cele. Z opisanym wyżej dążeniem do redukcji nakładów efekty tak ukierunkowanej działalności mało mają wspólnego.

W wypadkach, gdy przyszłym technologiom przypisana zostaje rola recepty „na wszystko” czy choćby tylko na określony problem (który niekiedy dopiero powstał przez ekscesywne lub bezrefleksyjne wykorzystanie technologii) – a czyni się to bez zadawania pytania, co za tym idzie i jakie będą efekty tak ukierunkowanych działań – mamy do czynienia z zabiegiem określanym w podobnych badaniach jako *framing*¹⁴. *Framing* – polegający na oferowaniu ram interpretacyjnych dla danego zagadnienia czy danej oferty komunikacyjnej – jest w tym wypadku ukierunkowany na przyszłość. Jako *framing* prognostyczny pracuje „modelowaniem przyszłości, proponowaniem rozwiązań czy sposobów przyszłego działania w zgodzie z [...] określonym stanowiskiem” (Fleischer 2018a: 232).

Technicznie rzecz biorąc, problem jednak może polegać na tym, że obiecujące rozwiązania technologiczne mogą okazać się kontraproduktywne ze względu na to, że tworzenie samej technologii lub

¹⁴ Więcej na temat *framingu* zob. Entman 2002; Matthes 2014; Wehling 2016.

utrzymywanie pewnej infrastruktury dla niej produkuje dodatkowe problemy albo nawet zwiększa te, które chcieliśmy rozwiązać (koszty ekologiczne w sensie zużycia energii, gorszego bilansu CO₂ itd.). Taka problematyka już stała się widoczna (w większym lub mniejszym stopniu) z uwagi na wiele zjawisk, które w ostatnich dekadach zostały wprowadzone jako ekologiczne rozwiązania problemów – tyle że póki owe rozwiązania funkcjonują w niezmiennym systemie, albo szybko dojdą do swoich granic, albo w ogóle nie są (nie mogą być) rozwiązaniem¹⁵: „Póki model gospodarczy i kulturowy jest ekspansywny, również zastosowanie techniki będzie prowadzić do ekspansji” (Sommer, Welzer 2017: 72).

Tendencja ta jest, jak widać, związana z procedurami asymilacji i normalizacji tego, co dochodzi jako „nowe”, w tym, co już wcześniej istniało – co pokazuje jednocześnie, że *framing* w tym ujęciu jest jednym z zabiegów pozwalających na empiryczną obserwację normalizacji w komunikacji. Przykłady na to, że mamy do czynienia z fundamentalnym mechanizmem, który może być i jest realizowany w zasadzie z pomocą dowolnej treści, znajdziemy na wielu różnych obszarach. Analizując zjawisko, Welzer odnosi się na przykład nie tylko do aktualnie dominującego koncipowania transformacji w sensie wiary w technologię, lecz także do nadziei osiągnięcia zmian przez monetyzację zasobów środowiska (między innymi handel emisjami; zob. Sommer, Welzer 2017: 70–83), jak i do problematycznych aspektów rozwoju ruchów ekologicznych lat 80. ubiegłego wieku (np. częściowej asymilacji ich idei przez rynek, wynikającej z braku świadomości historycznej; zob. Welzer 2016: 139–146). Ponieważ przykłady można by mnożyć, przytoczę tu tylko trzy.

¹⁵ Innym, w pewnym sensie jeszcze gorszym, przypadkiem jest wprowadzenie nowych technologii z obietnicą korzyści ekologicznych generowanych jedynie w celu przeformowania owej technologii i jej komunikacyjnego motywowania, ale z przystąpieniem przy tym interesów stojących w tle przedsięwzięcia oraz wiążących się z tym kosztów i długofalowych efektów ubocznych. Tak na przykład energia atomowa była kiedyś komunikacyjnie motywowana jako przyszłościowy sposób produkowania „czystego” prądu; problemy przez nią stwarzane zostały natomiast zignorowane (zob. Sommer, Welzer 2017: 70; Fleischer 2018a: 156–158).

Pierwszym niech będzie używanie (i rodzaj) surowców potrzebnych do produkcji urządzeń umożliwiających wytwarzanie jakoby „czystej” energii, takich jak kolektory słoneczne. Póki takie rozwiązania pojawiają się na rynku jako dodatek do już istniejących technologii, mogą one jeszcze – choćby przejściowo – sensownie funkcjonować. W momencie jednak, gdy chcielibyśmy całkowicie przejść na energie odnawialne, powstałoby pytanie, czy oraz w jakiej mierze ta technologia byłaby w stanie zaspokoić potrzeby energetyczne społeczeństw, zwłaszcza jeśli te, jak to jest obecnie, wciąż domagają się coraz większej ilości energii; podczas gdy oszczędzanie energii, redukcja jej zużycia, krytyczne spojrzenie na sensowność niektórych urządzeń elektrycznych oraz elektronicznych itp. nie stanowią w ogóle gdziekolwiek podejmowanego tematu.

Kolejnym przykładem może być rzadko kwestionowana wiara w to, że możliwe jest całkowite lub choćby częściowe wykorzystanie w indywidualnej mobilności i komunikacji samochodowej w obecnie funkcjonującej wersji samochodów z napędem elektrycznym w krajach tak zwanych rozwiniętych, a skoro są tak dobrze rozwinięte i słusznie rozwijają się dalej, to na dłuższą metę – we wszystkich krajach świata, czyli wśród całej ludzkości. Na aktualnym poziomie technologii produkcji baterii potrzebne byłyby gigantyczne zasoby surowców, których w wystarczającej ilości po prostu na planecie nie posiadamy. Samochody elektryczne co prawda nie produkują emisji w miejscu, w którym są używane, ale energia elektryczna potrzebna do ich napędu musi zostać wyprodukowana, tyle że gdzie indziej; ponadto musi zostać dostarczona, co oznacza budowę odpowiedniej infrastruktury (i zużycie potrzebnych w tym celu surowców) itd. W tak skrótowej prezentacji dla każdego z przykładów można z jakimś prawdopodobieństwem wprowadzić „argument przeciwny”, tyle że wtedy z reguły trzeba ignorować kolejne współoddziaływania¹⁶. Szersze analizy zagadnienia wskazują natomiast na to, że właściwy problem nie leży w tym, czy możemy

¹⁶ Podsumowanie tej przykładowej problematyki w całej jej kompleksowości zob. Fleischer 2018a: 148–150 oraz Wolf 2019a i 2019b.

(chcemy, powinniśmy) przejść na napęd elektryczny, lecz w tym, jakie sposoby poruszania się obecnie faworyzujemy. Potrzebna jest – tak brzmi ogólny wniosek – inna koncepcja przemieszczania się, gdyż obecnie funkcjonujący koncept ruchu indywidualnego zależy od różnych problematycznych założeń (jedno z nich dotyczy zakładanego dostępu do nieograniczonych i niewyczerpywalnych zasobów energii), których nie możemy perpetuować, wymieniając jedynie formę napędu.

Ciekawym przypadkiem (i ostatnim już przykładem) myślenia niewychodzącego poza ramy samego problemu, to znaczy operującego z perspektywy wewnętrznej, są projekty zbierania śmieci plastikowych znajdujących się w oceanach za pomocą specjalnie w tym celu rozwiniętych technologii¹⁷. Projekty takie stanowią jeden z obecnych przykładów starań o to, aby przeciwdziałać rosnącemu zanieczyszczeniu oceanów ogromnymi ilościami plastikowych śmieci. Odpady te (według szacunków – około 8 milionów ton rocznie) nie są biodegradowalne, lecz w długim czasie podlegają jedynie rozkładowi na coraz mniejsze cząstki, które są równie problematyczne, a nawet stanowią jeszcze większe zagrożenie niż wyjściowe śmieci, gdyż są zjadane przez ryby i inne zwierzęta wodne, przez co zagrażają życiu tych organizmów oraz zaburzają i niszczą funkcjonowanie ekosystemu morza. Opisany tu przykładowy proces nie obejmuje mikro- i nanoplastiku, który powstaje jako efekt procesów produkcyjno-konsumpcyjnych, jak na przykład: ścierania się opon samochodowych i tworzyw sztucznych z ubrań w trakcie prania lub wytrącania z zawierających go kosmetyków (np. peelingów). Duże ilości odpadów plastikowych, które przede wszystkim przez zanieczyszczone rzeki trafiają do oceanów, znajdują się

¹⁷ Jako przykładowe projekty (różnie ukierunkowane, jeśli chodzi o wymiary, konkretne cele i techniczne rozwiązania) zob. *The Ocean Cleanup* (<https://www.theoceancleanup.com/>), jeden z najbardziej znanych programów zainicjowany przez Boyana Słata (będącego na początkowym etapie projektu studentem), oraz *Pacific Garbage Screening* (<https://pacific-garbage-screening.de/>). Krótki opis przykładów – zob. Schöbel 2018 oraz Flatley 2018. Na temat inicjatyw dotyczących zbierania śmieci w nieco mniejszym zakresie oraz gromadzenia wiedzy o szerszej problematyce zob. <http://oneearth-oneocean.com/> czy <http://oneearth-oneocean.com/category/international-marine-litter-database/> [9.06.2018].

wprawdzie poza zasięgiem naszego pola widzenia. Jednak po części (w rozdrobnionej wersji) trafiają w formie tak zwanych owoców morza z powrotem na talerz i do żołądka tych, którzy wyprodukowali problem, co stanowi swego rodzaju sprawiedliwość dziejową lub ironię losu. Tylko mały odsetek (ogromnych ilości) plastiku pływa na powierzchni morza oraz kumuluje się w formie wysp utworzonych przez prądy morskie i wiatr w kilku regionach. Jednym z takich obszarów, na którym skupiają się duże ilości plastiku (w postaci mniejszych i większych kawałków), jest tak zwany *great pacific garbage patch*, położony między zachodnim wybrzeżem Ameryki Północnej a Japonią¹⁸. Część podróżujących w ten sposób dookoła świata odpadów ląduje też z powrotem na wybrzeżach. Jedno z najgęstszych na świecie tak powstałych skupisk śmieci odkryli badacze Uniwersytetu Tasmańskiego na niezamieszkałej wyspie Henderson, leżącej na Pacyfiku, w połowie drogi między Nową Zelandią a Chile¹⁹.

Wspomniane projekty oczyszczania oceanów dążą, ogólnie rzecz biorąc, do tego, aby – za pomocą specjalnych urządzeń zakotwiczonych przez określony czas w danym miejscu lub pływających samodzielnie albo wraz ze statkami – zebrać możliwie duże ilości znajdujących się tam odpadów. Jakkolwiek znaczne są ambicje takich projektów, ich efekty uboczne, zarówno na poziomie działań, jak i komunikacji, mogą być problematyczne. Opisane tu skutki coraz większej ilości (mikro)plastiku w oceanach niepodlegającego naturalnej degradacji, lecz jedynie rozdrobnieniu, są dramatyczne i bez wątpienia wymagają działań. Wysiłek podejmowany na rzecz ograniczenia szkód i chęć niesienia pomocy przez próbę zredukowania znajdującej się w morzu ilości plastiku są oczywiście sensowne, tyle że nie rozwiązują to problemu – lecz tylko walczy z jego skutkami (podobnie jak pewien pan z wiatrakami), a w ten sposób stabilizuje sam problem, bo skoro mamy technologię oczyszczania morza i skupiamy się na tym, aby ją

¹⁸ Zob. <https://www.nationalgeographic.org/encyclopedia/great-pacific-garbage-patch/> [15.10.2017].

¹⁹ Zob. <http://www.sueddeutsche.de/panorama/umweltverschmutzung-millionen-plastikteile-an-pazifikinsel-angeschwemmt-1.3507746-4> [16.05.2017].

udoskonalić, to jaki mamy powód (oraz możliwości) do zapobiegania przyczynom tych zjawisk?

W tym miejscu pojawia się problematyka efektów ubocznych na poziomie działań, gdyż zasoby inwestowane w takie projekty – na etapie ich planowania: czas i komunikacje, a później: pieniądze, surowce, materiały, energia – nie mogą być przeznaczone na rozwiązanie właściwego problemu, czyli zaprzestanie stosowania i produkcji tych ogromnych ilości tworzyw sztucznych, które nie są biodegradowalne i, przy rozsądnym nakładzie organizacyjnym i energetycznym, nie mogą w tych ilościach, w jakich aktualnie powstają, w całości być segregowane oraz recyklingowane. Dalsze (praktyczne już) trudności dotyczą samego zamiaru, by z ogromnych oceanów wyłowić wartość wzmianki ilość drobnych cząstek plastikowych – duża część zanieczyszczeń ma tak małe wymiary, że zebranie ich, względnie filtrowanie, jest niemożliwe (na przykład części mikroplastiku, ale również polimerów pochodzących między innymi z kosmetyków), lub znalazły się one już na dnie oceanów²⁰. Niektóre projekty z większymi ambicjami znajdują się na etapie planowania i prototypowania, inne przeszły już w fazę wdrażania i testowania²¹; bez względu na ich ewentualny sukces praktyczny wyżej wspomniane problemy zasadnicze stanowią wyzwanie, które trzeba by (bardziej albo w ogóle) uwzględnić bądź tematyzować.

Na poziomie komunikacji natomiast projekty takie już przed ich realizacją – zanim można było empirycznie ocenić ich skuteczność – spowodowały (oprócz zwiększania świadomości problemu, co jest

²⁰ Około 70% odpadów opada na dno morza. Drobne części plastikowe zespalają się na przykład z planktonem i innymi mikroorganizmami i opadają w postaci tak zwanego *marine snow* do stref głębinowych oceanów, gdzie tworzą warstwę toksycznego mułu. „Niektórzy biolodzy morza już przypuszczają, że w morzach istnieje sześć razy tyle cząstek plastikowych, ile planktonu” (Kreutzberger 2018: 44).

²¹ Wyżej wymieniony projekt *The Ocean Cleanup* w tym kontekście był skonfrontowany z zasadniczymi problemami praktycznymi. Urządzenie, które miało zebrać śmieci, po kilku miesiącach testowego stosowania zostało przetransportowane z powrotem na ląd w celu jego naprawy i modyfikacji (zob. <http://www.tagesschau.de/ausland/cleanup-aus-101.html> [2.01.2019]).

pozytywnym efektem) również niepożądane skutki uboczne: zamiast bowiem, choćby tylko komunikacyjnie, skupić się na właściwym problemie (na produkcji i używaniu niebiodegradowalnych tworzyw sztucznych oraz ich wprowadzaniu do „środowiska”), dziennikarze, badacze i inni aktorzy zajmowali się oraz nadal zajmują samą ideą i technologią takich projektów, ich omawianiem, a nie innymi pozostającymi do dyspozycji możliwościami rozwiązania problemu. Nawet jeśli ktoś krytycznie podchodzi do danego zagadnienia, główna część potrzebnego w tym celu nakładu pracy absorbowana jest najpierw przez jego komunikacyjną aktualizację.

Nie omawiam tego przykładu, by dyskredytować bez wątpienia słuszne cele takich projektów i godne podziwu inicjatywy, lecz by zwrócić uwagę na to, jak szybko w kontekstach komunikacyjnych ulegać można dynamice własnej tychże procesów. Skupiając się na jednym aspekcie zagadnienia i tracąc z oczu inne, możemy wpaść w pułapkę wiecznej reprodukcji problemów. Zarówno dla projektowania komunikacji, jak i dla opisanych inicjatyw problem polega na tym, że innych kontekstów i innego świata (społecznego) niż te komunikacyjnie generowane w społeczeństwie nie ma – poza możliwością natychmiastowego przejścia do działań, co znowu niewiele daje bez koordynowania tego przez komunikację.

Szerszym problemem i ogólniejszym skutkiem związanym z udzieleniem technologii wyłączności na projektowanie rozwiązań jest wynikające z takiego podejścia zaniedbywanie innych aspektów, na przykład społecznych i socjalnych, które przez to schodzą na drugi plan. Kilkanaście lat temu próby określenia zrównoważoności ukierunkowane były przede wszystkim na kwestie społeczne i socjalne – zrównoważoność definiowano jako „modus społeczny do zaspokajania potrzeb [...], niezagrażający możliwościom przyszłych pokoleń w zaspokajaniu ich potrzeb” (Hauff 1987, za: Sommer, Welzer 2017: 215).

Taka perspektywa jednak w ostatnich latach wyraźnie przesunęła się na drugi plan – na korzyść skupienia się na technicznych rozwiązaniach problemów środowiskowych i zrównoważoności. Zawężanie tematyki transformacji do

tego aspektu sugeruje bowiem, że zrównoważoność można osiągnąć bez zmiany praktyki gospodarczej i społecznej (Sommer, Welzer 2017: 215).

Z drugiej strony również wczesne opracowania dotyczące zrównoważoności bywały – w części lub w całości – związane z konceptem wzrostu. Uzasadniane było to między innymi przekonaniem, że nowe gałęzie gospodarki, budowane według kryteriów zrównoważoności, wymagają jednak wzrostu, aby nowoczesne społeczeństwa mogły osiągnąć potrzebną zmianę systemową. Innym powodem pojawienia się motywu wzrostu było poniekąd słuszne przekonanie, że stanowi on niezbędne narzędzie do osiągnięcia satysfakcjonującej jakości życia całej ludzkości, co z kolei związane jest z problemem ochrony środowiska. W tym ujęciu wzrost stanowi konieczność wynikającą z rzeczowej i wnikliwej analizy sytuacji społeczeństw na tle globalnym; jest jednak przy tym rozumiany i konceptualizowany inaczej – w odniesieniu do kwestii sprawiedliwości i dostępu. Kluczowym opracowaniem był raport Brundtland z 1987 roku²² (z niego pochodzi cytowana wyżej ogólna koncepcja zrównoważonego rozwoju), wydany pod tytułem *Nasza wspólna przyszłość*, w którym zajęto się zarówno kwestią ochrony środowiska, jak i poprawy jakości życia populacji światowej. Dobry przegląd i analizę raportu prezentują Ewa Rokicka i Wojciech Woźniak (2016: 55–62) w szerszym opracowaniu na temat zrównoważonego rozwoju.

Komisja [opracowująca raport – A.S.] stała na stanowisku, że kwestie środowiska przyrodniczego należy rozpatrywać w powiązaniu z problemami demograficznymi, zjawiskiem ubóstwa, procesami rozwoju gospodarczego, ponieważ są one jednocześnie przyczyną i skutkiem zmian środowiskowych w skali globalnej (Rokicka, Woźniak 2016: 55–56).

²² Zob. United Nations 1987. „Aby ukierunkować wysiłki organizacji międzynarodowych i władz państwowych, Zgromadzenie Ogólne ONZ powołało w grudniu 1983 roku specjalną, niezależną Światową Komisję do Spraw Środowiska i Rozwoju (WCED, World Commission on Environment and Development). Na jej czele stanęła ówczesna premier Norwegii, Gro Harlem Brundtland. Komisja przygotowała raport zatytułowany »Nasza wspólna przyszłość« (Our Common Future – Brundtland 1987), który został przyjęty na 42 sesji Zgromadzenia Ogólnego ONZ w 1987 roku” (Rokicka, Woźniak 2016: 55).

Autorzy raportu Brundtland podkreślali, „że stworzenie w pełni zrównoważonego modelu życia, a więc uzyskanie poprawy jakości życia ludzi na całym świecie bez rabunkowej eksploatacji planetarnych zasobów naturalnych, wymaga zróżnicowanych działań w poszczególnych regionach świata” oraz że w tym kontekście „niezbędna jest integracja działań w trzech kluczowych obszarach: 1. Wzrostu gospodarczego i równomiernego podziału korzyści, 2. Ochrony zasobów naturalnych i środowiska, 3. Rozwoju społecznego” (Rokicka, Woźniak 2016: 56–57).

Raport z jednej strony miał duże znaczenie, jeśli chodzi o jego efekty na poziomie komunikacji, był bowiem jednym z dokumentów, który „sytuował debatę na temat zrównoważonego rozwoju w międzynarodowym gospodarczym i politycznym kontekście” (Rokicka, Woźniak 2016: 55). Z drugiej strony jednak może on również służyć jako ilustracja zasadniczego problemu powstającego w trzeciej, komunikacyjnej, rzeczywistości. W ujęciu wynikającym z analiz przedstawionych w raporcie wzrost bez wątplenia stanowi bowiem niezbędny (w kontekście równości i sprawiedliwości) cel. Podkreślenie potrzeby wzrostu (w raporcie lub w innych tekstach na ten temat) z reguły wiązało się z nadzieją, że możliwe jest produkowanie jego „zrównoważonej” wersji, takiej, która miałaby stać się podstawą ogólnego celu rozwoju świata, pozytywnego dla całej populacji i przyszłych pokoleń. Z perspektywy badań komunikacji natomiast przyjęcie wzrostu jako zasadniczego motywu działań może być (i po części już się okazało) problematyczne, gdyż dynamika asymilacji kategorii wprowadzanych w proces komunikacji odbywa się na tle już przyjętych normalności i praktyk. Konstatacja tego problemu nie zmienia wartości programowej raportu, lecz raczej ma być (czy może być) pomocnym narzędziem do ogólnego ukierunkowania strategii komunikacyjnej. Problem polega bowiem na tym, że z powodu operowania konceptem wzrostu podejścia proponowane w tym i podobnych raportach narażają się na asymilację swoich idei przez zastany system, co skutkuje (albo skutkować może) nie zmianą, lecz perpetuowaniem, a nawet intensyfikacją dotychczas przyjętych praktyk.

Na ten ostatni, ogólniejszy fenomen zwraca uwagę również Welzer, przytaczający perspektywę historyczną Jareda Diamonda:

Jared Diamond w swojej książce „Upadek” pokazuje, z jakich powodów upadły w historii takie społeczności jak Majowie, grenlandzcy wikingowie czy mieszkańcy Wyspy Wielkanocnej. Wspólna cecha charakterystyczna takich upadków polegała na tym, że w momencie gdy w tych społecznościach pojawiła się świadomość, iż warunki do przeżycia stają się krytyczne, zaczęto intensyfikować wszystkie strategie, za pomocą których dotychczas odnoszono sukcesy (Welzer 2016: 17).

Rzecz w tym, że opisane zjawisko uwarunkowane jest mechanizmem komunikacji (asymilacją i normalizacją) właśnie. Na dłuższą metę jego dynamika prowadzi do sytuacji, w której dziś się znajdujemy: żaden z diagnozowanych zasadniczych problemów ekologicznych nie został rozwiązany, a ich skala (względnie skala ich poważnych skutków) na ogół się jeszcze zwiększyła²³; starania natomiast, aby przeciwdziałać problemom, nie prowadzą do zmian, przynajmniej tak długo, póki pochodzą od wnętrza systemu, to znaczy pracują jego podstawowymi przesłankami. Wtedy można jedynie „walczyć” z problemami, zawężając tym samym pole widzenia, potwierdzając je, a nie unikać perpetuowania procesów i praktyk je produkujących.

Jedna z najbardziej podstawowych publikacji z obszaru omawianych tu analiz już ponad 40 lat temu, to znaczy na samym początku rozwoju dyskusji, zwróciła uwagę, i to nawet w tytule, na podstawową problematykę wzrostu; chodzi o wspomniane już opracowanie *Granice wzrostu* (*The Limits to Growth*, Meadows i in. 1972). Innymi słowy, identyfikacja najważniejszych problematycznych kategorii jest kwestią niekoniecznie czasu i wzrostu wiedzy, lecz przyjętej perspektywy. Jeśli proces szukania rozwiązań rozpoczyna się od niewłaściwych przesłanek (nastawienia, że trzeba coś zmienić, ale bez gotowości do

²³ Przy tym nie chcę lekceważyć i nie należy przeoczać osiągnięcia znaczącej poprawy na niektórych obszarach, jeśli chodzi o wspomnianą ogólną problematykę sprawiedliwości i jakości życia w skali globalnej, zob. United Nations / Sustainable Development Knowledge Platform 2017/2018.

kwestionowania zasadniczych założeń), wypracowane rozwiązania co najwyżej prowadzą do rozczarowań oraz praktycznego doświadczania efektów dynamiki asymilacyjnej i normalizacji w komunikacji. W tym kontekście uwzględnić również trzeba potencjalnie konfliktowe kwestie oraz przyznać, że transformacja w żadnym wypadku nie będzie procesem bezkonfliktowym (zob. Sommer, Welzer 2017: 216–218).

Jeśli chodzi o przymus wzrostu, oznacza to między innymi wychodzenie od dokładnej analizy zasadniczych warunków systemowych, na tle których ta problematyczna przesłanka mogła się rozwinąć – to znaczy krytycznej analizie systemu finansowego (w którym konieczne staje się generowanie zysków w celu spłacania długów – zob. Kennedy 1990; Fleischer 2014) oraz kapitalistycznie zorganizowanego modelu gospodarczego. Welzer (2018) określa to tak: „kto mówi o zmianie klimatu, nie może milczeć o kapitalizmie”. W tym samym tekście Welzer krytykuje równocześnie (dobitniej niż we wcześniejszych opracowaniach – zob. Sommer, Welzer 2017: 29–39) perspektywę przyjmowaną niekiedy w analizach tak zwanego antropocenu, sugerującą, że problemy, przed którymi stoimy, są swego rodzaju dopustem natury, co prawda ludzkiej, ale bez możliwości identyfikacji instancji odpowiedzialnych za problematyczną sytuację lub prowadzących do niej założeń systemowych. Kieruje to uwagę na konieczność przyjęcia perspektywy krytycznej wraz z uwzględnieniem wymiaru politycznego i ideologicznego również na poziomie nazewnictwa, za którym zawsze idą określone możliwości formułowania dalszych wniosków i opracowywania rozwiązań:

U podstaw tego konceptu [antropocenu – A.S.] leży bowiem folklorystyczna postawa, że to „człowiek [jako taki – A.S.]” stał się w międzyczasie siłą geologiczną, wybijającą system Ziemi w sposób długofalowy z taktu. Tego jednak nie spowodowały ludzkie formy życia, które, jak wiadomo, były historycznie i kulturowo bardzo różnie przez tysiąclecia istnienia *homo sapiens*.

Dopiero globalnie rozprzestrzeniony kapitalizm wzrostu ekonomicznego, to znaczy historycznie ekstremalnie młoda forma gospodarki, wywołuje gigantyczne siły niszczące, które przyjmują charakter systemowy. Potocznie to wyrażając, można powiedzieć, że mamy do czynienia z „forsoceniem”, który opisuje nasz obecny stan świata, nie antropoceniem przypisującym winę

ponadhistorycznemu i transkulturowemu abstractum „człowiek”, depolityzując tym temat (Welzer 2018).

W obliczu tej krytyki z jednej strony warto wspomnieć o tym, że również aktualne opracowania dotyczące antropocenu postulują potrzebę zasadniczych zmian społecznych²⁴ oraz pokonania obecnie funkcjonujących schematów („*today's high-production consumer capitalist mode of living*”, Lewis, Maslin 2018b). Dyskutuje się na przykład takie pomysły, jak bezwarunkowy dochód podstawowy (niem. *bedingungsloses Grundeinkommen*, ang. *Universal Basic Income*, UBI) oraz koncepcja (re)naturyzacji połowy powierzchni planety w celu zachowania dobrych warunków życia i ocalenia systemu Ziemi²⁵ („*Half-Earth*”, zob. Lewis, Maslin 2018a i 2018b). Z drugiej strony zaś pojawia się zasadniczy problem braku głębszej analizy. Dopiero bowiem – dyskursowo i społecznie konfliktowe – nawiązanie do polityczno-systemowego podłoża problemów oraz rzeczowe i bezwarunkowe uwzględnienie wymiaru globalnego i sytuacji globalnej (niesprawiedliwość i nierówności w skali globalnej oraz wynikające z tego trudności) umożliwiają identyfikację przeszkód przy implementacji pomysłów – lub, czasem, przyznanie, że dany pomysł jednak nie stanowi rozwiązania, gdyż problem polega na czymś innym.

Również w perspektywie, w której pewne problemy systemowe zostają odkryte i zanalizowane, ogólny stan społeczny może być potencjalnie ujęty (czyli znormalizowany) w ramach przyjętych założeń (tak że zasadnicza zmiana nie może nastąpić), jeśli komunikacyjnie oferujemy taką możliwość. W tym mieści się kwestia nazewnictwa,

²⁴ „*We argue that to avoid ever-larger environmental changes causing a societal collapse, we need to acknowledge the incredible power that modern society possesses and direct it towards a shift to a new type of society in the 21st Century*” (Lewis, Maslin 2018b).

²⁵ Zob. też dotyczący tej idei zainicjowany w 2011 roku projekt zachowania lasów i ponownego zalesiania terenów w regionach (sub)tropikalnych, *Bonn Challenge*, na który również Welzer (2018) zwraca uwagę (<http://www.bonnchallenge.org/content/challenge> [16.06.2018]).

które jest tylko objawem problematycznych przesłanek, ale stanowiącym potencjalny punkt wyjścia takiej dynamiki.

Przytoczyć można też inne przykłady zabiegów komunikacyjnych zawierających potencjał ich wykorzystania w normalizacji. Jednym z nich jest metafora mówiąca o tym, że mamy do czynienia z patologiami: „*Universal Basic Income and Half-Earth are, of course, not the remedies for all of society’s ills*” (zob. Lewis, Maslin 2018b). Nawet jeśli metafora ta (i metafory w ogóle) użyta jest jedynie w roli figury stylistycznej, a nie jako wyraz opinii, wprowadza się za jej pomocą podstawy normalizacji podejścia, w której zastany system jednak może zostać uznany za dobry, a zwalczać należy tylko jego wypaczenia.

Analizując konkretny przykład projektów zbierania śmieci plastikowych w oceanach – mamy więc, na tle tej szerokiej problematyki i z perspektywy mechanizmu komunikacji, do czynienia z podobną sytuacją jak w wypadku marzenia o zielonym wzroście: komunikacja umożliwia (pseudo)traktowanie problemów przy nadal niewidocznych założeniach produkujących owe problemy.

W kontekście technologii internetowej i cyfryzacji podejście przypisujące im główną rolę lub nawet wyłączność w rozwiązywaniu wszelkich problemów (nawet takich, które dopiero z tej technologii wyniknęły) opisywane i krytykowane jest jako „solucjonizm” (zob. Morozov 2014 i 2015). Dla transformation design jest to wyzwanie na każdym poziomie: zarówno z uwagi na formułowanie problemów, jak i projektowanie oraz wdrażanie rozwiązań, gdyż na każdym z tych etapów może zastąpić widok na właściwe problemy i tym samym utrudniać mówienie o nich (zapobiegać temu, że w ogóle stają się tematem komunikacji) oraz definiować jednostronnie kierunek potencjalnych działań lub charakter rozwiązań. W celu tworzenia teorii i empirycznej obserwacji można natomiast badać, jak rozwija się dyskurs na temat transformacji – zarówno jego ogólne ukierunkowanie, strategie i sposoby mówienia, jak i konkretne problemy, cele, propozycje, motywy oraz pojawiające się w nim konstrukty.



Praw natury nie można negocjować.

(Harald Lesch¹)

5. Problemy – komunikacyjne (poznawcze i projektowe)

Opisana tu problematyka oraz przykład założonej przez Welzera fundacji, której nazwa kieruje uwagę na istotność koncepcji czasu i przyszłości, wskazują w nawiązaniu do teorii i badań komunikacji na zasadniczy problem: borykanie się z tym, że konteksty społeczne zorganizowane są komunikacjami, podczas gdy zmiana i transformacja mogą być osiągnięte (tylko?) przez działania. W komunikacji istnieje segmentacja czasu na przeszłość, teraźniejszość i przyszłość. Działania natomiast mogą mieć miejsce jedynie tu i teraz. Tym samym otwiera się pole zależności: komunikacja – działanie – czas, które bez teorii komunikacji nie tylko byłoby niewidoczne, lecz także nie dałoby się zinterpretować.

Komunikacja jest nam (ludziom) potrzebna do koordynowania działań; ale komunikując, przesuwamy działania w przyszłość, której na poziomie działań nie ma (w tym sensie, że działać możemy tylko teraz, nie „w przyszłości”, tak mówić natomiast możemy). Przyszłość w takim ujęciu rozumieć trzeba jako konstrukt komunikacji. Z tego wynika pewna paradoksalna sprzeczność, z którą na co dzień żyjemy i zazwyczaj nie mamy z nią problemów, gdyż jesteśmy przyzwyczajeni do asymilacji tego typu zderzeń między postrzeganiem a kognicją: dzisiaj mówimy – jutro. Ale jutro znowu będzie dzisiaj. I wtedy dzisiaj mówimy...²

¹ Oryg.: „*Mit Naturgesetzen kann man nicht verhandeln*”; H. Lesch, *Wie viele Erden braucht die Welt? Veränderung durch Wissen*, wykład na konferencji *Thüringen Erneuer!bar*, 15.02.2018, <https://www.youtube.com/watch?v=12AXal5ucEA> [25.06.2019].

² Więcej na temat sprzeczności oraz ich asymilacji w komunikacji za pomocą procedur normalizacyjnych – zob. też Siemes 2015: 210–212.



Ilustracja 5. Znormalizowane sprzeczności między komunikacją a działaniem. Maksyma: Od jutra nie będę wyrzucać śmieci elektronicznych do środowiska. I już dzisiaj pakuję je do torby z odpowiednim napisem.
Źródło: zdjęcie własne, Wrocław, 2018.

Poza takim najbardziej zasadniczym problemem komunikacyjno-społecznym³, zawsze pojawiającym się w przypadku ambicji podjęcia aktywnych działań w zakresie transformacji społecznych i który staje się widoczny w teoretycznych przemyśleniach, istnieje jeszcze kilka innych bardziej szczegółowych problemów, które trzeba rozważyć z perspektywy teorii komunikacji i badań normalności. Opracowanie odpowiednich

³ Problem ten ma swój odpowiednik na poziomie indywidualnym i jego psychiki, można się z nim spotkać w praktycznym, codziennym życiu w postaci notorycznego odkładania rzeczy „na później”. Z tym że na poziomie indywidualnym różny jest zakres zarówno wynikających z tego problemów, jak i podejść oraz możliwości odnoszących się do samego zjawiska (niemniej jednak generowane jest ono za pomocą konstruktywów ‘jutro’ czy też ‘później’, pochodzących z komunikacji). Psychologia (również w zestawie jej przestanków jako subsystemu) odkryła patologiczną wersję tego zachowania – (cierpienie na) prokrastynację, w związku z którą owa psychologia, ma się rozumieć, oferuje stosowną pomoc. Jednak nie o indywidualnych problemach z tak zwaną motywacją, załatwianiem rzeczy itp. jest tutaj mowa, lecz o daleko idących konsekwencjach koncepcji i konstrukcji czasu w wymiarze społecznym.

strategii na podstawie takiej analizy byłoby zadaniem teoretycznie ugruntowanego projektowania komunikacji w zakresie transformation design. Tabela 2 zawiera przegląd problemów i wynikających z nich zadań (czy możliwości) projektowych. Listę tę należy rozumieć jako pierwszą próbę sprecyzowania kilku zasadniczych kwestii, które można obserwować w komunikacyjnej normalizacji. Prawa kolumna tabeli zawiera zarówno szersze wyzwania, jak i konkretne przykłady strategii i technik (po części już dawniej stosowanych, na przykład wizualizację), ze względu na które można by przemyśleć, czy i w jakiej mierze stanowić mogą adekwatne podejście. Nie chodzi więc o recepty na rozwiązywanie problemów, lecz raczej o luźny zbiór pomysłów dotyczących możliwości czy też potrzebnego ukierunkowania tego, co projektowane jest na poziomie komunikacji, to znaczy w stosunkowo abstrakcyjnej sferze, co najwyżej będącej punktem wyjścia do robienia czegoś (inaczej). Nie każdy punkt zatem stanowi propozycję, co robić, lecz raczej odnosimy się do tego, jak lub z jakimi celami w tle trzeba by postępować; przy czym nie każdy sposób będzie adekwatny w każdej sytuacji i w każdym kontekście.

Tabela 2. Problemy i zadania projektowe w zakresie komunikacji

problemy komunikacyjne	co jest potrzebne – zadania i możliwości (?)
<ul style="list-style-type: none"> • sprzeczność między segmentacją czasu w komunikacji (przeszłość – teraźniejszość – przyszłość) a możliwością działania (dylemat „dzisiaj mówimy – jutro”) 	<ul style="list-style-type: none"> • wskazanie problemu • projektowanie komunikacji <i>uniemożliwiającej</i> mówienie bez działania (jak na przykład dyskusje bez konsekwencji na poziomie działań) • aktywizacja do działań „tu i teraz” (zasada: to my już zaczniemy – Welzer)
<ul style="list-style-type: none"> • brak transparentności (z punktu widzenia jednostki) 	<ul style="list-style-type: none"> • projektowanie form komunikacji umożliwiających rozbudowanie wiedzy • wprowadzanie pojęć teoretycznych z wykazaniem ich potencjału dla codziennych rozmów (aby uniknąć ich usamodzielnienia się na poziomie interdyskursu) • pokazanie całościowości • pokazanie powiązań • wizualizacje • uwidocznianie historii produktów

problemy komunikacyjne	co jest potrzebne – zadania i możliwości (?)
<ul style="list-style-type: none"> • poczucie bezwładności (z punktu widzenia jednostki) 	<ul style="list-style-type: none"> • strategię produkcji poczucia własnej sprawczości • projektowanie i inicjowanie doświadczeń • pokazanie możliwości • usieciowienie inicjatyw • nowe, <i>własne</i> narracje
<ul style="list-style-type: none"> • moc normalności i procedur normalizacyjnych w komunikacji; • w tym kontekście między innymi: • asymilacja i instytucjonalizacja „inności”: • powstawanie scenariuszy komunikacyjnych • przymusy organizacyjne wynikające z założenia organizacji • konceptualne, prawne, organizacyjne i administracyjne umieszczanie aktywności w sferze „alternatywy” • usamodzielnienie się i przewartościowanie dobrych pomysłów 	<ul style="list-style-type: none"> • strategiczne uwzględnienie procesów normalizacji w projektach • projektowanie możliwości (nie – alternatyw) wraz z infrastrukturą niezależną od zastanych procesów (produkcyjnych, obyczajowych, komunikacyjnych) • uświadamianie i samodzielne kształtowanie konstruktów komunikacji • negocjacja i – jeśli zachodzi potrzeba – redefinicja kategorii komunikacji • bycie nienawiaźnywalnym wobec założeń i dynamiki zidentyfikowanych jako problematyczne • komunikacja subwersywna • unikanie nadmiernego rozbudowania struktur organizacyjnych i komunikacyjnych – ogólnie: mniej mówić, więcej robić (przejsć od komunikacji do działań)
<ul style="list-style-type: none"> • nasilające się mechanizmy asymilacyjne w kontekście internetu (dokładniej: komunikacji zapośredniczanej internetem, kształtowanym (obecnie) w dużej mierze przez tzw. wielkie agregatory) 	<ul style="list-style-type: none"> • wykształcenie kompetencji komunikacyjnej i medialnej • zakładanie inicjatyw niezależnych od koncernów internetowych • budowanie i utrzymywanie własnej infrastruktury komunikacyjnej • dokumentacja własnej pracy w miejscu i w sposób, nad którymi ma się kontrolę
<ul style="list-style-type: none"> • problem posłańca – komunikowanie niewygodnej prawdy: kto wskazuje na problemy, jest potencjalnie widziany jako wróg • tematyzacja problematyki zakłóca dotychczas funkcjonujące procesy i sama widziana jest jako problem 	<ul style="list-style-type: none"> • praca nad integracją – nie w sensie ujednolicenia stanowisk, lecz stosowania integratywnych procedur komunikacyjnych • unikanie opozycji i zapobieganie ich używaniu: nie pozwalać na powstanie podziałów typu „my–oni” • tworzenie poczucia wspólnoty i sym-/empatii

Źródło: opracowanie własne.

Jeden z prostszych problemów (w sensie jego widoczności z perspektywy jednostki) to brak transparenacji z uwagi na wskazaną problematykę. Nawet jeśli ktoś zajmuje się problemami świata i społeczeństwa (to znaczy ma do tego głowę, a także czas, odporność psychiczną i kognitywną oraz dystans wobec sprzeczności nowoczesnego świata), to w obliczu skomplikowanych powiązań „wszystkiego ze wszystkim” może szybko ulec wrażeniu, że jedynym rozwiązaniem jest albo zwariowanie, albo poczucie bezradności produkujące wnioski typu „nic się nie da zrobić”, czyli poddanie się sytuacji; dla przypomnienia – sytuacji, którą sami sobie wyprodukowaliśmy i utrzymujemy codzienną praktyką. Wniosek, że „nic się nie da zrobić”, tylko pozornie jest logiczną konsekwencją (wygodną dla nas, gdyż wtedy też niczego nie trzeba robić); jest on ciekawy (i wątpliwy) również w obliczu pokazanej wyżej tabeli, w której zdecydowanie więcej można zapisać po stronie zadań i możliwych oraz wymaganych działań.

Celem transformation design jest więc projektowanie komunikacji (i działań) w taki sposób, byśmy z perspektywy indywidualnej byli w stanie wyprodukować poczucie sprawczości i własnej skuteczności (Welzer). Wbrew pierwszemu wrażeniu, jakoby stanowiło to wyłącznie zadanie na poziomie działań, jest to również problem komunikacyjny.

Zwłaszcza, a niewykluczone, że wyłącznie na poziomie komunikacji powstać może przekonanie, że „niczego nie można zrobić”. Co prawda da się mówić, że niczego nie można zrobić, ale mówiąc to, właśnie coś się robi, a mianowicie – kontynuuje robienie czegoś tak jak dotychczas. To też robienie. Tyle że nieproduktywne.

W tej sytuacji zadanie projektowania komunikacji polega na tym, aby zdemaskować konstrukty tworzone przez samą komunikację oraz pokazać, że póki się żyje, zawsze można „coś zrobić”, a nawet – ponieważ się żyje, automatycznie coś się robi. Pytanie tylko – co i jak.

W pewnym sensie chodzi o kreatywne nawiązanie (niekoniecznie o powrót) do świadomości ruchów ekologicznych, pokojowych czy zorientowanych na sprawiedliwość w skali globalnej z lat 80. ubiegłego wieku, które za maksymę uznały przekonanie, że jeśli wielu ludzi w wielu miejscach zrobi wiele małych kroków, to mogą oni zmienić

cały świat. Tyle że z czystego deklaratowania takich przekonań jeszcze nigdy nie wyniknęło więcej niż właśnie jedynie deklaracje na poziomie komunikacji; chodziłoby zatem o to, aby znaleźć inną drogę oraz na nowo i inaczej połączyć poziom komunikacji z poziomem działań (na którym to właśnie można coś zrobić).

Zasada „mniej mówić, więcej robić”, umieszczona w tabeli w wierszu dotyczącym procedur normalizacyjnych, która wyrwana z kontekstu mogłaby się wydawać absurdalna (jako zadanie dla projektowania komunikacji), na tym tle uzyskuje sens: chodzi o to, aby szybciej (lub w ogóle) przejść z poziomu mówienia (o problemach, o tym, co trzeba by zmienić itd.) do konkretnych działań oraz aby, projektując komunikację, umożliwić takie przejście. Kiedy w ramach zajęć z transformation design powstaje na naszym kierunku studiów *give box*, stanowi to co prawda niewielkie przedsięwzięcie w skali globalnej, ale w otoczeniu, w którym studenci przebywają, realizacja takiego projektu może mieć większe znaczenie niż omawianie kolejnych wspaniałych przykładów projektów już powstałych gdzie indziej.

Niemniej jednak jednocześnie w projektowaniu komunikacji dla transformation design, opartym na teorii, chodzi również o to, aby poprzez komunikację móc zainicjować modyfikację znaczeń centralnych kategorii, jak na przykład sukces, rozwój, jakość życia.

Póki definicja sukcesu (jego mierzenie i konstatacja, mówienie o sukcesach itd.) negocjowana jest w przeważającej mierze w dziedzinach, które z punktu widzenia transformation design mają ulec zmianie, nie dziwi, że ruchy przeciwstawiające się temu mają trudności z odniesieniem sukcesu (!). Kiedy sukces definiowany jest przede wszystkim za pomocą parametrów ekonomicznych czy finansowych, wtedy działania społeczne oraz ekologiczne niemieszczące się w tych parametrach nie zostaną przeforsowane, mimo że byłyby skuteczne i w najwyższym stopniu sensowne oraz korzystne dla społeczeństwa⁴. Mniej sensowne

⁴ Powiązana z tym problemem idea to ekonomia ukierunkowana na dobro wspólne, która jest z sukcesem (sic!) realizowana w pewnych regionach i wspólnotach oraz na pewnych obszarach (zob. glosarium).

działania natomiast, na przykład zysk osiągnięty jakimś kosztem (środowiska, pracowników, obywateli itd.), nadal będą definiowane jako odniesienie sukcesu. To samo oczywiście odnosi się do jakości życia (kiedy będzie ona definiowana liczbą posiadanych smartfonów lub przyjaciół na Facebooku, a nie na przykład realnymi relacjami społecznymi... wtedy będzie to inna jakość życia) oraz rozwoju (kiedy ten będzie definiowany... jak wyżej, a nie na przykład wiedzą, wtedy... jak wyżej). Z owego 'jak wyżej' widać ponadto, że mamy tu tylko jeden problem, a wydawałoby się, że jest ich wiele.

Do tego punktu odnosi się również propozycja Welzera, by opowiadać inne, nowe historie sukcesu, w których na przykładzie realizowanych w praktyce inicjatyw pokazane jest, jak „robienie czegoś” może się powieść, a zatem być skuteczne. Takie opowiadania mogłyby się przyczynić do tworzenia nowych narracji, które funkcjonowałyby jako podstawa dla „kontr-historii w relacji do ekspansywnej moderny” (Welzer 2016: 336).

Należy jednak zwrócić uwagę na to, że w obliczu istniejących struktur i obszarów normalności stabilizujących to, co w społeczeństwie już zostało komunikacyjnie wynegocjowane, samo opowiadanie historii i praktyczne wspieranie inicjatyw lub ich zakładanie może nie wystarczyć. Z perspektywy badań komunikacji i normalności wygląda na to, że takie i podobne strategie, jeśli sformułowane są bez głębszego przemyślenia zagadnienia na tle teoretycznym, mogą na dłuższą metę być bezwładne wobec zastanych struktur, stworzonych między innymi przez korporacje, interesy oraz – ogólnie – normalności funkcjonujące w komunikacji i/lub zostać przez te instancje zasymilowane. W tym kontekście rynek przejmuje idee dążące do zasadniczych zmian czy kwestionujące stan zastany oraz wykorzystuje je do właściwych dla niego procedur i konceptów. To już się przydarzyło popkulturze, wyrosłej z alternatywnych ruchów kontestacyjnych formujących się od późnych lat 60. XX wieku (zob. też Welzer 2013: 79). Ruchy społeczne czy ekologiczne „są regularnie instytucjonalizowane i absorbowane przez rynek, generują nowe rynki cząstkowe lub [jedynie – A.S.] partykularne modyfikacje” (Sommer, Welzer 2017: 67). Oczywiście nie przez rynek, lecz przez klientów, czyli nas

samych, bez których tego rynku w ogóle by nie było. Obecnie ów proces i jego dynamika manifestują się w tak zwanej *sharing economy*, która przejmując dawno już istniejące społeczne praktyki dzielenia się czymś, monetyzując pod takim szyldem, bez własnych dokonań, całe sfery społeczno-komunikacyjne (podwożenie kogoś własnym samochodem – Uber; prywatną gościnność – Airbnb; krótką analizę zjawiska podaje też Fleischer 2018a: 243). Wprowadzanie własnej inicjatywy w sferę społeczną, to znaczy mówienie o niej, nazywanie jej itd., musi zatem uwzględnić to, że pomysły mogą zostać lub już zostały przejęte przez zinstytucjonalizowane struktury czy konteksty interesów.

Siła normalności i procedur normalizacyjnych w komunikacji oraz wynikająca z nich asymilacja wszelkich inności w odniesieniu do tego, co już było, jest zatem kolejnym, nieco bardziej złożonym problemem, który trzeba podjąć i uwzględnić w *transformation design*. Nieuwzględnianie (nieuniknionych w komunikacji) procedur normalizacyjnych prowadzi nie tylko do pacyfikacji ruchów dążących do zmian przez ich instytucjonalizację, lecz także sprzyja usamodzielnianiu się „dobrych pomysłów” oraz ich przetransponowaniu na mniej dobre czy zgoła bezsensowne, bo sprzeczne z wyjściowymi. Za tym zjawiskiem stoi sformułowany tu już problem trudności redefinicji lub modyfikacji założeń funkcjonujących w podstawowych obszarach systemowych. Raz wprowadzone do komunikacji są one raczej stabilizowane i potwierdzane przez normalności i procedury normalizacyjne; ich modyfikacja natomiast wymaga więcej niż irytacji produkowanych w zinstytucjonalizowanych alternatywnych niszach; ich wymiana zdaje się mało prawdopodobna ze względu na mechanizmy zabezpieczające reprodukcję systemu.

Już sama świadomość tych procesów może być pomocna w tym, aby inaczej podejść do danej aktywności. Z punktu widzenia konkretnej inicjatywy może się wydawać obojętne, czy taka świadomość wynika z analiz teoretycznych, czy z wcześniejszych doświadczeń. Różnicę tworzyć może jednak to, że za pomocą teoretycznej analizy oszczędzić można sobie, nierzadko przykrych, doświadczeń oraz

umożliwić strategiczne planowanie, co oszczędza z kolei czas i nerwy. Poza tym konkretne doświadczenia i niepowodzenia niekoniecznie umożliwiają rozumienie ich powodów, jeśli nie dysponuje się przeglądem całości i odpowiednim modelem teoretycznym.

Ciekawym aspektem z perspektywy nauki o komunikacji jest też podejmowanie przez transformation design problemu normalizacji w sposób bezpośredni, to znaczy komunikacyjnie. Podejścia rozwinięte w ostatnim czasie sięgają po środki, które w ramach typologizacji komunikacji można zaliczyć do komunikacji subwersywnej. Polegają one na uświadamianiu konstruktów i mechanizmów komunikacji czy założeń normalnościowych, czym umożliwiają ich samodzielne kształtowanie.

Różne zinstytucjonalizowane obszary i formy zawierają możliwość stosowania komunikacji subwersywnej, na przykład kabaret czy różne odmiany sztuki ulicznej⁵. Skoro formy te w wielu wypadkach są jednak realizowane w już społecznie ustalonych sferach (przy określonej okazji, w określonym miejscu itd.) oraz zostały odpowiednio „zaszklakowane”, ich potencjał inicjowania zmian jest w dużej mierze ograniczony (choć na dłuższą metę zawsze istnieje). W ostatnim czasie jednak również ruchy zajmujące się problemami szczegółowymi transformacji społecznej wykorzystują komunikację subwersywną lub podobne formy kwestionujące ogólnie przyjęte założenia na temat tego, co jest normalne. Inicjatywy w tym zakresie⁶ zanalizowałam szczegółowo w innym miejscu (por. Siemes 2018b, 2018c).

Ostatni aspekt ogólnego problemu normalizacji w komunikacji wiąże się z rozwojem technologii, przez które komunikacje są za pośredniczane. W tabeli 2 przedstawiony jest on w przedostatnim

⁵ Wspominając o kabarecie, nie mam na myśli *comedy*, czyli opowiadania dowcipów na scenie, lecz (zwłaszcza w Niemczech silny) kabaret polityczny, w którym grupy kabarecistów w audycjach telewizyjnych prezentują i wyjaśniają kompleksowe problemy społeczne, gospodarcze i polityczne, w kwestii szczegółów odsyłając do sieci, gdzie publikuje się dokumentacje i źródła omawianych na scenie zagadnień.

⁶ Do grup działających w tym zakresie zaliczać można między innymi takie formacje jak: Rimini Protokoll, The Yes Men, Peng! Kollektiv i AdBusters.

wierszu z uwagi na jego inną specyfikę i daleko idące konsekwencje. W dobie internetu zdominowanego przez wielkie korporacje mamy do czynienia (czy to w roli badacza, czy „normalnego człowieka”) z nasilającymi się mechanizmami asymilacyjnymi wszelkich inności oraz z przeciwstawnym fenomenem rekursywnego zamykania się komunikacji w bańkach filtrowych i komorach z echem (*echo chambers*)⁷, co tylko przy powierzchownym oglądzie stanowi sprzeczność, gdyż są to dwie części tego samego mechanizmu. Problem ogólny, pojawiający się na poziomie społeczeństwa, polega na tym, że społeczeństwa usieciowione nie mogą już zostać niczym zaskoczone, co oczywiście utrudnia lub zgoła uniemożliwia zmiany. I tak na przykład społeczeństwo lat 50. ubiegłego wieku zaskoczone zostało dynamiką rewolty młodzieżowej i studenckiej (tak zwaną kontrkulturą), która również przez to miała (nawet jeśli później została zasymilowana) znaczący wpływ na dalszy rozwój społeczny. Na temat tych zmian czy sensowności rozwoju, do jakiego doszło w ich kontekście, można oczywiście mieć różne opinie oraz prowadzić długie debaty. Samo pojawienie się protestu natomiast oraz jego wymiar pokazały, że, systemowo rzecz biorąc, zmiany były wskazane. Jakie to zmiany oraz jak są realizowane i co z nich na dłuższą metę wynika – to już inna kwestia.

Dzisiejsza dynamika systemu jest inna. Z jednej strony internet oferuje niespotykane do tej pory możliwości rozprzestrzeniania się idei oraz nisze dla podobnie ukierunkowanych zainteresowań itd., z drugiej, zwłaszcza w obliczu aglomeracji dostępu do powstających w ten sposób danych „w rękach” czy „pod dachem” niewielu tylko koncernów, prowadzi do coraz szybszego identyfikowania pojawiających się nowych nurtów oraz do ich wykorzystania do własnych interesów (na przykład rynkowych lub politycznych). To, co mogłoby stanowić szansę na zmianę (zaskoczenie skostniałego systemu, a przez to jego pokonanie lub modyfikacja), dziś jest integrowane w zastane struktury, nim zdąży rozwinąć swój innowacyjny potencjał.

⁷ Szczegóły na temat roli obu zjawisk oraz różnic między nimi – zob. Nguyen 2018.

Kolejnym problemem w kontekście technologii umożliwiającej szybkie usieciowienie się są tendencje zamykania się ruchów alternatywnych w niszach oraz zjawisko odbywającej się szybciej i głębiej niż dotychczas radykalizacji i zaostrzania się wątków dyskursowych. Do zjawisk powstałych w tym kontekście należą nie tylko wspomniane *echo chambers*, lecz także ogólniejsze samonapędzające się „spirałe komunikacji”, w ramach których określone tendencje nasilają się (jakoby same, ale w gruncie rzeczy wspierane technologią i jej wewnętrzną logiką i organizacją, na przykład algorytmami i botami) w krótkim czasie (por. *shit storms*, *hate speech* itp.)⁸.

Tendencje te zmniejszają szansę zaistnienia wszystkich kompleksowych form komunikacji wymagających u interlokutorów na przykład otwartości na inność i kompleksowości, refleksji i czasu na przemyślenia. Dylemat do rozwiązania przez projektowanie komunikacji polega na tym, że wszechstronnie zaplanowana strategia komunikacyjna musi być przygotowana na funkcjonowanie w otoczeniu aktualnie wykorzystywanej technologii⁹, jednak w taki sposób, że nie będzie podlegała jej mechanizmom i automatyzmom.

Szerszym problemem wartym rozważania jest kwestia ludzkich kompetencji w obchodzeniu się ze sprzecznościami.

Ostatni punkt tabeli zdaje się drobnym problemem, dotyczy jednak kwestii stanowiącej niezbędny punkt wyjścia wszelkich aktywności i komunikacji podjętych w ramach designu transformacji. Wracamy tym samym do (konceptualnego) początku, to znaczy do momentu, w którym ktoś chce zacząć mówić o transformation design. Powstaje wtedy bowiem potrzeba komunikowania niewygodnych prawd: opisywania stanów rzeczy, których jako tak, a nie inaczej zsocjalizowane jednostki nie aprobujemy, kiedy o nich słyszymy, lecz

⁸ Badania na temat procesów polaryzacji wśród użytkowników – zob. na przykład Bessi i in. 2016.

⁹ Nie stosuję tu określenia „technologia komunikacyjna”, gdyż z naukowego punktu widzenia ta „technologia” (czy aktualnie funkcjonujące w jej ramach „oferty”, to znaczy firmy i marki, jak na przykład Facebook) nie służy komunikacji, lecz gromadzeniu zasobów i monetyzacji uwagi (por. Fleischer 2017: 17–20).

w których produkcji bierzemy udział. Wzorce konsumpcyjne, style życia i zwyczaje przyjęte w społeczeństwach konsumpcyjnych czy też w krajach tak zwanych rozwiniętych stanowią podłoże szerszej problematyki – codziennie ją potwierdzają i reprodukują, póki nie zostaną wymyślone oraz zrealizowane inne schematy zachowań. Tę problematykę ilustruje krótki eksperyment myślowy pokazujący skalę zagadnienia.

Proszę sobie przypomnieć kilka większych zakupów (lub rzeczy uzyskanych w inny sposób) z ostatnich lat – przedmioty, do których mają Państwo dostęp i które są potrzebne w życiu codziennym, na przykład urządzenia takie jak telefon mobilny, komputer, telewizor, lodówka, pralka, meble (łóżko/materac, półki, szafy, zlew itp.), czy też ubrania (buty lub kurtki zimowe). Teraz proszę (fizycznie) podzielić każdy z tych przedmiotów przez liczbę lat, przez którą Państwo będą ich używać lub ich używali, czyli wyobrazić sobie, że przepięłowali Państwo te przedmioty na odpowiednią liczbę kawałków (dajmy na to, dwa do czterech kawałków smartfona, dziesięć kawałków pralki itd.). A teraz proszę sobie wyobrazić, że w ciągu jednego roku musieliby Państwo sami wyprodukować lub wydobyć wszystkie materiały i surowce tkwiące w tych kawałkach (rudę, metale, ropa itd.), wraz z całym potrzebnym nakładem pracy (energia, praca w produkcji i przy transporcie itd.). Ciekawe, jaki wynik Państwo uzyskają.

Argument, że nowoczesny podział pracy, automatyzacja itd. ułatwiają różne rzeczy oraz oszczędzają ludziom czas i energię, jest tu nie na miejscu. Argument ten jest wprawdzie kuszący, przystaje bowiem do opisywanej tu problematyki – wolimy ignorować niewygodne fakty, niż je przyjąć, gdyż miałyby to konsekwencje, choćby na poziomie wyrzutów sumienia. Oszczędności w zakresie nakładów nie są jednak w skali globalnej tak duże, jak może się wydawać z wygodnej perspektywy zachodniego konsumenta. Część pracy wykonywana jest – w nieludzkich warunkach – poza horyzontem konsumenta, a za wynikające z automatyzacji oszczędności w nakładzie pracy płacimy rosnącym zużyciem energii kopalnej. Metafora niewolników energetycznych obrazuje to na swój sposób:

Według szacunków Johna McNeilla pod koniec XX wieku jeden człowiek do utrzymania swojego standardu życiowego potrzebuje średnio 20 takich „niewolników energetycznych”, to znaczy ekwiwalent siły roboczej 20 osób, które pracują dla niego 24 godziny dziennie przez 365 dni w roku; średni obywatel Ameryki potrzebowałby nawet więcej niż 75 niewolników energetycznych (McNeill 2005: 30; za: Sommer, Welzer 2017: 62).

Do tej podstawowej problematyki dochodzi to, że w komunikacji (czyli kiedy rozmawiamy o tego typu sytuacjach) zupełnie traci się z oczu wymiar praktyczny (fizyczny, cielesny), to znaczy rzeczywiście przez kogoś wykonaną pracę. Nawet jeśli ta wykonywana jest przez maszynę, to jednak ktoś musiał ją skonstruować oraz zgromadzić potrzebne materiały. Owo uniewidocznianie (inwizybilizacja) kontekstów i powiązań dotyczy również procesu konsumpcji: nie doświadczają się sobą (własnym ciałem), co oznacza produkcja tego, za co płacimy. „Na tym tle transformation design ma za zadanie ponowne uwidocznienie historii własnej produktów” (Sommer, Welzer 2017: 154).

Kształtowanie świadomości tego, że jako członkowie tak zwanych postępowych krajów i społeczeństw konsumpcyjnych stanowimy (nasze zachowania i codzienna praktyka) część problemu, może spowodować (systemowo przewidywaną) reakcję „karania postaćca”, którą można obserwować na różnych poziomach. Za ilustrację niech posłuży przytoczony w pierwszym rozdziale przykład komunikacji dotyczących zmian klimatycznych oraz kwestii konieczności podjęcia nagłych działań, kiedy naukowcy od dziesięcioleci mówią, że „to już ostatnia chwila na podjęcie działań na rzecz ochrony klimatu”, umożliwiając tym samym polityce stałe przesuwanie konkretnych działań na później, gdyż za każdym razem jest „za pięć dwunasta”.

Naukowcy mają mocne powody dla stosowania pozytywnej retoryki: obawiają się, że jeśli powiedzą, że cele są już niemożliwe do osiągnięcia, to politycy w ogóle zarzucą działania na rzecz ochrony klimatu. Tak więc naukowcy, bojąc się tego defetyzmu, nieprzerwanie przerabiają założenia tak, aby utrzymać narrację przy życiu (Popkiewicz 2018a).

Problem jednak jest jeszcze szerszy, gdyż nie tylko od polityki i polityków, lecz także od społeczeństwa jako całości zależy, czy będziemy w stanie zaprojektować zmianę. Wniosek dotyczy więc ogółu społeczeństwa i jego podstawy – komunikacji: to nie projektowanie komunikacji nawołujących do „robienia czegoś inaczej” jest pierwszym i zasadniczym wyzwaniem designu transformacji, lecz (najpierw) wprowadzanie na poziomie komunikacji stosownych tematów w taki sposób, by nie były one odrzucane według opisanego schematu (asymilowane zabiegiem argumentacyjnym), tak że doprowadzą do wyciągnięcia właściwych wniosków, a potem – do praktycznych kroków.

W kontekście transformation design pojawia się więc nie tylko dużo niewygodnych i nieprzyjemnych informacji o skutkach trybu życia, do którego większość z nas przywykła i go nie kwestionuje, lecz także bardziej zasadniczy problem, polegający na tym, że przejście do – jakkolwiek zmienionych – innych form organizacji życia społecznego nie będzie bezkonfliktowe i siłą rzeczy związane jest z utratą przywilejów i rezygnacją z nich. Nawiązując do prac socjologicznych Norberta Elias, Sommer i Welzer zwracają uwagę na to, że rozwój społeczny zawsze wiąże się ze zmianą charakteru i relacji pozycji społecznych zajmowanych przez różne grupy ludzi, ze zmianą przejętych funkcji oraz ich znaczeń (Elias 1996: 192–193, za: Sommer, Welzer 2017: 217). Taki rodzaj zmian oznacza jednak również przesunięcie dyferencjałów władzy oraz związane z tym pojawienie się nieuniknionych konfliktów interesów.

Jest to o tyle poważny problem komunikacji, że już komunikacyjne początki takiego ruchu, to znaczy *mówienie* o własnym udziale w tej problematyce oraz o wynikającym z tego wniosku, że trzeba będzie ingerować we własne zwyczaje i przywileje, stanowi, z punktu widzenia normalności panującej w danym kontekście społecznym, niemal niemożliwe wyzwanie. Także nasze zasadnicze pytanie wyjściowe – czy chcemy „*transformation by design or by disaster*” – jest przy tym, z perspektywy projektowania komunikacji, mało pomocne, gdyż z normalistycznej i normalizującej perspektywy może zostać uznane za alarmistyczną i katastroficzną wizję.

Obietnica, że będzie niewygodnie i nieprzyjemnie, że zmiana przyniesie różnego rodzaju ograniczenia, nie staje się bardziej przekonująca przez argument, że w przeciwnym wypadku (czyli kiedy niczego nie zrobimy) będzie jeszcze gorzej. Jest ona bowiem najzupełniej „niesexy”.

Innymi słowy: patrząc z perspektywy dzisiejszej normalności, w której przecież „tu i teraz” wszystko zdaje się funkcjonować (przynajmniej w takiej mierze, że można sobie sięść i gadać o transformation design), dyskusja z taką przesłanką nie wchodzi już w rachubę. A kiedy dyskusje nie wchodzi w rachubę, oznacza to nic innego, jak wykluczenie tematu z trzeciej rzeczywistości, jego negację, a tym samym usunięcie go z komunikacji i z systemu społecznego. Przejmując tę argumentację, tego typu zachowanie porównać można do reakcji małego dziecka, które (jeszcze) nie jest w stanie wytrzymać niedogodności na drodze do długofalowych celów. Ciekawe, jakie to rzuci światło na człowieka i jego (przez niego samego) chwalone *ratio*.



Musimy rozsadzić ramy możliwości.

(ja 2018: dzień 274)

6. Podsumowanie i postawienie problemu

Dla projektowania komunikacji w ramach transformation design z powyższych rozważań wynika kilka wyzwań i problemów, do których trzeba, po ich wypracowaniu i głębszej analizie, znaleźć sposoby podejścia. Niekoniecznie chodzi tu o rozwiązania, gdyż podstawowych mechanizmów komunikacji nie można rozwiązywać (chyba że przestaje się komunikować, ale wtedy również wyłączamy się ze świata społecznego). Chodzi natomiast o podejmowanie tych problemów przy uwzględnieniu mechanizmu komunikacji (jako podstawowego elementu warunkującego możliwości) oraz wykorzystanie na własne potrzeby wiedzy wynikającej z analiz teoretycznych.

Ogólnie rzecz biorąc, możliwość „przewyciężenia” pewnych elementów procesu komunikacji za pomocą samej komunikacji polega na ingerencji w dotychczas funkcjonujące obszary normalności, które, przez wprowadzenie irytacji w zaplanowany sposób, można zakwestionować, co daje szansę na ich modyfikację. I znowu niekoniecznie chodzi tu o gwałtowne zmiany ani o to, aby za wszelką cenę stawiać wszystko pod znakiem zapytania (nastawienie, które w latach 80. XX wieku było określane słowem „anty”), lecz o to, aby zagwarantować elastyczność społeczeństwa (i własnego mózgu).

W interesie systemu społecznego nie leży ani ciągła zmiana i nieustanne kwestionowanie wszystkiego (gdyż zakłóciłoby to przebiegające w nim procesy), ani to, że normalność może „sobie funkcjonować” według maksymy „jest jak jest, bo tak jest i zawsze tak było, a zatem nie może (lub – normatywnie – nie powinno) być inaczej”. Maksyma ta, będąca wewnętrzną regułą każdego obszaru normalności, może stać się problematycznym postulatem, utrudniającym

wprowadzanie sensownych (dla dalszego istnienia systemu) zmian. W sytuacji, w której wiemy, że właściwie trzeba by coś zmienić, pozostawanie w ramach dotychczas funkcjonujących normalności (to jest postępowanie według tego postulatu) stanowi mało obiecującą i mało przyszłościową strategię.

Z przedstawionej analizy wynika też ważna rola pojęć teoretycznych odnośnie do zadań i możliwych działań w obrębie projektowania komunikacji. Mogłoby się wydawać, że modele i pojęcia teoretyczne niespecjalnie nadają się do praktycznego wspierania projektowania komunikacji czy podejmowania omawianej tu problematyki. W gruncie rzeczy (co próbowałam pokazać) jest jednak odwrotnie – teoria i wynikające z niej pojęcia stanowią niezbędny element implementowania transformation design w kontekst społeczno-komunikacyjny.

Pojęcia takie jak ‘rezyliencja’ (odporność na fluktuację) czy też ‘ślad ekologiczny/ślad dwutlenku węgla’ (ang. *ecological footprint*, niem. *ökologischer Fußabdruck*, lub konkretniej: *carbon footprint / CO₂-Fußabdruck*) umożliwiają opis problemu oraz ogarnięcie kompleksowych fenomenów z nim związanych. To one pozwalają określić zjawiska (co bez tych pojęć byłoby niemożliwe) i tym samym stanowią niezbędny punkt wyjścia, by w ogóle zajmować się problematyką. Są kategoriami opisu umożliwiającymi zaistnienie samego tematu w komunikacji i wprowadzenie go do dyskursu. Ma to największe znaczenie, gdyż w rzeczywistości komunikacyjnej, która jest podstawą procesów społecznych, coś może funkcjonować (czyli istnieć) tylko na podstawie jego pojęciowości; nie można nawiązać do czegoś, co nie zostało określone. Bez pojęć, co brzmi banalnie, nie ma tematu transformation design ani jakiegokolwiek innego.

Kolejny problem teoretyczny polega jednak na tym, że raz sformułowane pojęcia integrowane są w normalność. Podlegają procedurom normalizacyjnym, asymilacji i instytucjonalizacji, a po drodze tracą potencjał wprowadzania czegoś nowego. W takim kontekście widzieć można sytuację, w której mówi się o problemie zmiany klimatu (chętnie na konferencjach i szczytach oraz „w mediach”, a już mniej chętnie przy kawie w knajpie), zmiany gwałtownej jak na skalę

takich naturalnych procesów, spowodowanej trybem życia człowieka w określonym typie społeczeństwa (lub – gorzej – wyraża się „opinie”, że zmiana klimatu nie istnieje lub została wymyślona przez Chińczyków¹) – ale działania przesuwane są w przyszłość. Skoro jednak możemy działać zawsze tylko „tu i teraz”, powstaje problem (dla nas, natura sobie poradzi) nigdy niepodjętych lub zawsze „za późno” rozpoczętych działań.

A jeśli chodzi o komunikację – w związku z „dużymi”, problematycznymi i niewygodnymi pojęciami typu ‘zmiana klimatu’ – powstaje dodatkowy problem ich funkcjonowania na poziomie interdyskursu (zob. dygresja I oraz rozdział 2) z jednej strony oraz dyskursów specjalistycznych z drugiej (przy czym ich interpretacja i funkcja na tych poziomach mogą się znacznie różnić), ale nie na poziomie codziennych rozmów pod sklepem albo na imprezie. Na tle konceptualnego podziału na teorię i praktykę pojęcia „teoretyczne”, które mogłyby nam pomóc, przesuwane są do mediów (będących częścią sfery interdyskursu) lub przekazywane specjalistom – niech oni się tym zajmują, wtedy my będziemy mieli święty spokój.

Jedno z najważniejszych wyzwań wynikających z tego dla projektowania komunikacji w zakresie transformation design to zatem opracowanie nie tylko takich strategii i podejść, które pomogą nam nie utykać na poziomie pojęć oraz przejść po odpowiednim przemyśleniu zagadnienia do działań, lecz przede wszystkim takich, które umożliwiają wprowadzanie tych pojęć do żywej dyskusji, niezależnej od istniejących scenariuszy i szablonów. Dopiero wtedy powstaje szansa, by (z)rozumieć pojęcia jako narzędzia i środek, a nie tylko jako abstrakcyjny cel narzucany przez instancję zewnętrzną na podstawie teorii. Cele natomiast sami musimy i możemy ustalić, a wynikają one pośrednio z ukierunkowania działań; co jednak oznacza, że wtedy staniemy się za nie również odpowiedzialni i nie będziemy mogli przeznaczyć odpowiedzialności na inną sferę (na przykład polityki, nauki itd.).

¹ Odmówienie czemuś racji bytu stanowi jedną z drastyczniejszych procedur normalizacyjnych, co pokazałam w: Siemes 2013: 131–134 oraz 114–118.

Jeśli podczas analizy zagadnienia uwzględni się normalizm i procedury normalizacyjne jako element warunkujący możliwości komunikacji oraz wynikające z tego możliwości ukierunkowania działań, odkryć można jeszcze jeden, bardziej zasadniczy, problem. Polega on nie tylko na tym, że brakuje ogniwa łączącego aktualną sytuację z wizją przyszłości, w której będziemy chcieli żyć (por. Welzer) – takie określenie problemu (brak ogniwa) byłoby bowiem wynikiem ciągłego stosowania perspektywy wewnątrzsystemowej – lecz również na tym, że brak świadomości powodów generowanych problemów zastania albo wręcz uniemożliwia zobaczenie możliwości. Problem komunikacyjny nie zaczyna się bowiem od pytania, jak przejść do inaczej ukształtowanej przyszłości, lecz od uzmysłowienia sobie, *co jest i jak jest* oraz jak ów „stan rzeczy”, do którego jesteśmy przyzwyczajeni (normalność), warunkuje i ogranicza nasze pole widzenia.

Inaczej: to system obecnie (a może i generalnie) funkcjonujących w komunikacji przesłanek uniemożliwia start ku czemuś nowemu, a nie brakujące łącze między statusem A (dzisiejszym) a B (pożądanym, przyszłościowym i przyszłym równocześnie). Przesłanki te, jako podstawa komunikacji, leżą jednak jeszcze *przed* dzisiejszym stanem rzeczy – w takim sensie, że ten ostatni generowany jest przez owe przesłanki². Jeśli nie będziemy gotowi do ich kwestionowania, to ambicje wprowadzania zmian będą skazane na porażkę.

Podczas analizy problemów, trzeba zająć się owymi przesłankami (ich odkryciem, sposobem funkcjonowania i oddziaływaniami).

Dylematem i problemem badawczym dla całościowo ukierunkowanego projektowania transformacji są zatem również podstawowe kategorie komunikacji oraz założenia normalnościowe; a zamiast

² Może warto w tym miejscu podkreślić, że podział na punkty A i B jako reprezentujące teraźniejszość i przyszłość dokonany jest tu tylko dla uwypuklenia argumentacji i nie wiąże się z dalszymi hipotezami odnośnie do konceptualizacji czasu; tą kwestią trzeba zająć się osobno z uwagi na kompleksowość zagadnienia. Pojęcia 'teraźniejszość' i 'przyszłość' stosowane są więc w rozumieniu potocznym, gdyż służą tylko uzmysłowieniu innego problemu. Szerzej na temat czasu i działań w kontekście systemów społecznych – zob. Fleischer 2018a: 249–300 oraz Luhmann 1979.

debat o brakującym ogniwie w miejsce pomiędzy punktem A (teraźniejszością) a punktem B (przyszłością) wstawić można szeroki kontekst projektowy transformation design, to znaczy pracę nad strategiami komunikacyjnego implementowania idei i podejść w ramach trzeciej rzeczywistości. Gadanie o brakującym ogniwie nie prowadzi bowiem do niczego innego, jak do ubolewania nad tym, że nie wie się, co (lub jak) robić. Powoduje to zaś pozostawanie na poziomie komunikacji i stanowi kolejny zabieg zabezpieczający system.

Nie chodzi więc o **dylemat i problem badawczy** oraz **obszar projektowy** oparty na algorytmie:

A (teraźniejszość) – **[brakujące ogniwo]** – B (przyszłość)

lecz o algorytm:

[przesłanki generujące] A (teraźniejszość) – **[idee i podejścia na poziomie ‘mikro’, ‘mezo’, ‘makro’ operujące poza obszarem przesłanek]** – B (przyszłość).

Na poziomie konceptualno-projektowym można wtedy wyróżnić: obszar analizy problemów (przesłanki) oraz obszar wprowadzania zmienionych praktyk w kontekst społeczny. Z uwagi na ten pierwszy, w ramach którego zwracamy uwagę na kwestie komunikacyjne, istotne stają się tło teoretyczne i narzędzia (paradygmat poznawczy, systemy pojęciowe oraz metody badawcze), których używamy w celu określenia problemów; z uwagi na drugi obszar ważniejsze jest natomiast umożliwianie działań przez projektowanie. W jego ramach chodzi nawet o to, aby ograniczyć ambicje bycia postrzeganym przez „szerszą publiczność” na rzecz realizacji swojej idei, która może dotyczyć zarówno poziomu ‘mikro’ (małe inicjatywy), jak i ‘mezo’ lub ‘makro’ (koncepcje teoretyczne). Za pojawianiem się „pomysłów” w szerokim kontekście interdyskursowym idą bowiem niekontrolowalne efekty normalizacji i asymilacji, co może spowodować ich integrację w zastane struktury. Należy więc od strony projektowej

(struktury projektów) próbować uniemożliwić tego typu przejęcie idei oraz – co może brzmieć paradoksalnie – nie wkładać zbyt wiele energii w popularyzację pomysłu, lecz więcej w jego dokładne opracowanie i zastosowanie³. Zastosowania z kolei mogą, zwłaszcza jeśli chodzi o koncepcje na poziomie ‘mezo’ lub ‘makro’, polegać również na komunikacjach (wystąpieniach, rozmowach, zajęciach uniwersyteckich, warsztatach rozprzestrzeniających ideę itd.). Redukcja ambicji w zakresie komunikacji odnosi się jedynie do tego, aby nie chcieć za wszelką cenę produkować nawiązywalności, gdyż kosztuje to dużo energii pożeranej przez komunikację i normalizację. Zamiast tego można skupić się na dokładnej konceptualizacji idei odpowiadającej danemu problemowi oraz na opracowaniu strategii uniemożliwiających zdeformowanie tej idei w kontekście procesów normalizacji i asymilacji na obszarze interdyskursu. W kolejnej książce będę uwzględniał ten kontekst problemowy, opisując badania oraz wybrane, eksperymentalne działania dotyczące designu transformacji.

³ Na ten aspekt również zwrócono uwagę w kontekście strategicznego ukierunkowania aktywności w zakresie *Critical Campaigning* (zajmującym się, ogólnie rzecz biorąc, opracowaniem kampanii na rzecz praw osób ucisnionych, zmarginalizowanych i pozbawionych władzy), który można zaliczyć do obszaru transformacji społecznej: masowy zasięg nie stanowi celu samego w sobie (zob. *The Critical Campaigning Manifesto* – Peters 2018).

Jedni kwestionują własne wartości i osobisty styl życia; drudzy projektują prototypy przyszłościowych przedsiębiorstw, banków, osiedli i wspólnot; inni budują alternatywne sieci sieci; jeszcze inni na nowo przemysłują porządek prawny i państwo narodowe, a niektórzy wynajdują ludzką kulturę całkiem od nowa. Wszystkie podejścia są ważne, uzupełniają się wzajemnie jako „mozaika przyszłości”, zrównoważoności oraz dobra wspólnego.

(Christian Felber¹)

7. Glosarium przyszłości

W tym rozdziale przedstawiam wybrane koncepcje i pojęcia, które zaliczyć można do szeroko rozumianego obszaru transformation design. Dotyczą one, na różnym poziomie ogólności, zarówno projektowania zmian w kontekście opisanych tu problemów komunikacji, jak również działań. Celem glosarium jest przybliżenie podstawowej wspólnej idei stojącej za pojęciami pokazanymi na ilustracji 3 oraz umożliwienie orientacji w odniesieniu do szczegółowych problemów i zagadnień, istotnych dla projektowania z jednej strony oraz dla badań komunikacji i normalności z drugiej. W tym sensie jest ono próbą połączenia perspektywy wewnętrznej (krótki opis idei) i zewnętrznej (obserwacja wybranych aspektów relewantnych inicjatyw na tle teorii komunikacji i badań normalności).

Glosarium to można więc rozumieć jako eksperyment metodyczno-analityczny, którego celem jest również sprawdzenie, czy tego typu triangulacja (zob. Flick 2011) daje nam nowy wgląd w problem (kwestie zmian społecznych). W przypadku szerszych zagadnień, które

¹ Pomysłodawca i twórca 'ekonomii dobra wspólnego'; cyt. za: Sommer, Welzer 2017: 191.

na ilustracji 3 zostały luźno przypisane do poziomu podejść teoretycznych oraz koncepcji i pojęć ('makro' i 'mezo'), zostaną wskazane główne publikacje dotyczące danej kwestii, w innych zaś – przytoczone źródła (głównie internetowe) dotyczące konkretnych inicjatyw z uwagi na aktualne możliwości i sposoby ich realizacji.

Prezentowany tu wybór ze względu na liczbę i różnorodność źródeł cechuje się siłą rzeczy pewną arbitralnością, stąd nie jest on oczywiście kompletny, gdyż... jest wyborem właśnie. Przedstawienie i omówienie każdego aspektu w sposób wyczerpujący przekroczyłoby ramy i możliwości jednego opracowania oraz byłoby kontrproduktywne wobec jego ogólnego ukierunkowania, gdzie chodzić ma jedynie o wstępną analizę zagadnienia w kontekście komunikacji oraz o samo określenie problemów badawczych i tła, na którym się one sytuują. Z uwagi na ogrom materiałów oraz dynamikę zjawiska omówię zatem tylko najważniejsze dla naszego kontekstu aspekty – podstawowe pojęcia i podejścia przedstawię dość szczegółowo, a pozostałe tylko naszkicuję.

Przygotowanie glosarium motywowane jest ponadto tym, że omawiane w pracy pojęcia nie zostały do tej pory zestawione w jednym miejscu, ani w charakterze sieci współzależnych elementów, ani w odniesieniu do wspólnego tła teoretycznego. Z jednej strony podany zostanie więc przegląd pewnej całości, a z drugiej, tam gdzie na poziomie ogólnym jest to możliwe, dokonam krótkiej analizy istotnych implikacji związanych z daną ideą lub podejściem w kontekście komunikacji. Chodzi o rozważenie pytania, w jaki sposób dana idea się rozwija oraz jakie, by tak rzec, efekty uboczne produkuje, kiedy zaczyna funkcjonować na tle komunikacji i społeczeństwa. Owe sposoby „komunikacyjnego funkcjonowania” idei mogą być bowiem uznane za szczególnie znaczące dla projektowania zmian, gdyż ramy komunikacyjne z reguły istnieją już przed powstaniem danej idei i tym samym warunkują możliwości oraz sposoby funkcjonowania tego, co jest wprowadzane jako nowe, inne, odkrywcze itp. Analiza i uwzględnianie takich uwarunkowań stanowi zatem niezbędny element procesu projektowego.

Ponadto można stwierdzić, że niektóre pojęcia są ściśle powiązane. Wstępny szkic takich powiązań podałam w tekście głównym oraz na ilustracji 3. Ponieważ tego typu prezentacja (zwłaszcza w książce) jest siłą rzeczy dwuwymiarowa, nie ma w tym medium możliwości wizualizacji wszystkich istniejących powiązań, to wymagałoby bowiem stosowania trzech lub czterech wymiarów. Próbą przedstawienia choćby niektórych takich wielowymiarowych powiązań, które ani na ilustracji, ani w tekście ciągłym nie są bezpośrednio wizualizowalne lub opisywalne, niech będzie następujący sposób ich dodatkowego oznaczenia. Prezentacja współzależności pomysłów i inicjatyw skonstruowana jest tak, że czytając glosarium na podstawie ilustracji 3, przyjąć można różne perspektywy lektury:

- szczegółową, dotyczącą poszczególnych pojęć, idei, rodzajów inicjatyw (w odniesieniu do poszczególnych punktów);
- tematyczną, w której wybrane idee odnoszące się do podobnej problematyki oznaczone są jednym kolorem; a także
- perspektywę abstrahującą od konkretów, ale za pomocą indeksów (kółko, kwadrat, gwiazdka) zwracającą uwagę na to, że do dyspozycji pozostają różne poziomy myślenia i działania: od poziomu teoretycznego, czyli naukowej analizy i refleksji (wymiar ‘makro’, oznaczony kółkiem ○), przez wypracowanie pojęć i koncepcji pośredniczących między teorią a praktyką (wymiar ‘mezo’, oznaczony kwadratem □), po praktyczną aktywność w konkretnym miejscu lub środowisku (wymiar ‘mikro’, oznaczony gwiazdką *).

Przez alfabetyczny układ haseł w glosarium powstaje siłą rzeczy arbitralny porządek, nieoddający relacji omawianych kwestii, ale ponieważ te ostatnie, na co wskazują różne możliwości ich oglądu, również nie są zorganizowane w jakąś jednoznaczną strukturę, lecz w zależności od przyjętej perspektywy wykazują coraz to inne powiązania i współzależności, układ ten nie stanowi zasadniczego utrudnienia lektury, a wybrany został ze względów praktycznych, w celu łatwego znalezienia poszczególnych pojęć z ilustracji 3. Natomiast kolor i oznaczenia graficzne umożliwiły odniesienia do pokazanej tam systematyki.

W gruncie rzeczy zaś chodzi o przygotowanie swego rodzaju punktu wyjścia zarówno do szczegółowych badań wybranych tematów, jak i do pokazania, że można „coś robić inaczej”, a także projektowania zmian wychodzących poza ramy wewnątrzsystemowych modyfikacji na korzyść generowania alternatyw za pomocą perspektyw analitycznych. Łączy je (alternatywy) wszystkie jedna ogólna cecha dotycząca poziomu relacji ekonomicznych, które w większości prezentowanych tu idei są – w mniejszym lub większym stopniu – tematyzowane, niekiedy kwestionowane i krytykowane lub po prostu reorganizowane albo redefiniowane. Zarówno szeroko zakrojone koncepcje, jak i konkretne praktyczne inicjatywy dążą zazwyczaj – mniej lub bardziej świadomie – do postulowania lub wprowadzania autonomicznych struktur niezależnych od przymusów i mechanizmów, które wynikałyby z prostej i bezpośredniej implementacji danego pomysłu w obecne struktury rynkowe. W tym leży też ich potencjał zmian.

Ponieważ wszystkie te koncepty, co do których dziś nie wiemy, jak skuteczne i głęboko oddziałujące mogą być, przesuwają ekonomiczne dyferencjały władzy, są one najprawdopodobniej skuteczniejsze dla zmian niż klasyczne narzędzia skandalizacji i wyjaśniania (Sommer, Welzer 2017: 204).

Niektóre elementy postulowane przez Sommera i Welzera jako „klasyczne narzędzia wyjaśniania” włączyłam jednak do glosarium, ponieważ są one niezbędne do zdania sobie sprawy z pewnych teoretycznych konceptów lub sytuacji problemowych, nawet jeśli wtedy trzeba się borykać z tym, że bez odpowiedniej znajomości mechanizmów komunikacji istnieje ryzyko pozostania na poziomie *mówienia* o problemach zamiast podjęcia działania. Jak jednak bez takiego tła (teoretycznego, naukowych analiz, informacji oraz stosownych narzędzi edukacyjnych) komunikować, że rozpoczęcie czegoś nowego i robienie czegoś inaczej jest w ogóle sensowne? Motywacja do realizacji praktycznych inicjatyw wynika bowiem dopiero z wcześniejszego uświadomienia sobie problemu. Przy czym nie zawsze wystarcza to, co zauważamy w najbliższym otoczeniu, ani też wynikające z tego półprywatne dążenie do wygodnych warunków życia dla siebie i osób

z naszego otoczenia. Wprawdzie może to jeszcze być wystarczające do realizacji pomysłów dotyczących życia w danej dzielnicy, budowania pozytywnych relacji sąsiedzkich itp., ale również takie drobne inicjatywy często podejmowane są na tle wypracowanej świadomości szerszych problemów społecznych. Skupienie się – bez tła teoretycznego, bez oświaty i edukacji na temat globalnych powiązań problemów – na samych praktycznych inicjatywach oznacza pozostawanie w pozycji wewnątrzsystemowej oraz produkuje bezwładność wobec struktur i mechanizmów w kontekście globalnym. Aktywności podjęte jedynie na poziomie ‘mikro’ na dłuższą metę skazane są na asymilację z panującą normalnością, czyli na przejęcie ich przez struktury rynkowe i podporządkowanie ich aktualnym wymogom.

O analiza przesłanek komunikacji i normalności

Ten pierwszy punkt celowo jest dość ogólnie sformułowanym nawiązaniem do problematyki, która staje się istotna na tle teorii i badań komunikacji, a sprowadza się do pytania: w jaki sposób komunikacja i charakter procesu za jego pomocą utrzymywanego w ruchu, warunkuje aktywności projektowania transformacji? Szczególną uwagę poświęcić należy w tym wymiarze dwóm aspektom.

Po pierwsze, kwestii, jakie przesłanki są – najczęściej pośrednio i w sposób milczący – wprowadzane wraz z dotychczas stosowanymi w komunikacji elementami kategorialnymi, pojęciami, konstrukcjami itd. oraz jak one potem funkcjonują na tle nowych ofert komunikacyjnych i nawiązań do nich, warunkując je właśnie. Do takich przesłanek należą (przykładowo):

- kategoria wzrostu jako niekwestionowana podstawa i cel działań, ukierunkowująca aktualne i przyszłe decyzje;
- pieniądź stosowany w roli formy myślenia, czyli jako element warunkujący kształt i rozwój innych obszarów życia społecznego oraz organizację indywidualnych relacji (zob. Brodbeck 2017 i Fleischer 2018b: 223)²;

² Termin ‘forma’ w rozumieniu Spencera-Browna (1997).

- postęp (jego semantyzacja i modelowanie w komunikacji w kontekście dwóch poprzednich punktów);
- szerokie pole semantyczne i normalnościowe wiążące się z opozycją ‘natura vs. kultura’, w którym natura koncygowana jest jako coś oddzielonego od człowieka, a technikę definiuje się jako metodę opanowania natury (a nie kooperowania z nią lub zawierania się w niej).

Po drugie, w szerszej perspektywie (powyższych przesłanek) ciekawe staje się pytanie, jakie koncepty, programy komunikacji i procedury normalizacyjne wiążą się z tymi przesłankami; lub ogólnie: co idzie za stosowaniem danej kategorii mówienia, jaki kierunek oraz jakie możliwości ona otwiera (a jakich nie³) oraz czy i jak owe elementy mogą być asymilowane? Z punktu widzenia projektowania zmian przy ostatnim punkcie chodzi w pewnej mierze o ryzyko asymilacji, które można ocenić za pomocą analiz na tle teorii oraz na nie zareagować, uwzględniając w procesie projektowym dynamikę normalizacji i asymilacji oraz inne współoddziaływania sieci kontekstowych powstających w komunikacji. W tym kontekście z jednej strony analizę przesłanek komunikacji i normalności można umieścić na poziomie konceptualnym, gdyż jej narzędzia opierają się na teorii i metodologii badań; z drugiej strony stanowi ona jedną z niewielu możliwości powiązania takiej teoretycznie ugruntowanej perspektywy, która wydaje się niekiedy (i niektórym) abstrakcyjna, z (mikro)poziomem praktycznych, konkretnie realizowanych działań – tyle że w tym wypadku badawczych. Szerszy paradygmat, który w tle może ukierunkować działalność badawczą i pomóc w określaniu problemów badawczych i interpretacji wyników, oferuje uwzględniająca wymiar systemowy konstruktywistyczna teoria komunikacji. Stąd punkt ten (jak i sporo innych) oznaczony mógłby być indeksami wskazującymi na wszystkie poziomy (‘makro’, ‘mezo’ i ‘mikro’); by jednak zachować przejrzystość,

³ Szerszego kontekstu do analizy obu obszarów problemowych dostarczają opracowania dotyczące systemowych źródeł obserwowanych obecnie kryzysów w wymiarze socjalnym, ekonomicznym i ekologicznym – jako przykład zob. Scheidler 2015a; 2015b.

przypisuję go sferze ‘makro’, podobnie jak hasła dotyczące ukierunkowanej teorii praktycznej działalności badawczo-analitycznej.

- (przykładowe) odniesienia: * komunikacja subwersywna;
* wegetarianizm; zielony wzrost

bilans/ślad ekologiczny

O zasadniczej roli pojęć teoretycznych dotyczących transformacji mowa była już w rozdziale 6. Bilans czy ślad ekologiczny to jedno z najważniejszych pojęć z tego zakresu. Umożliwia ono zdanie sobie sprawy z szerokości problematyki oraz jej odniesień do kontekstów życia codziennego, gdzie mogłoby funkcjonować jako wartość orientacyjna, wspomagająca działania w zgodzie z celami, jakie ludzkość wyznaczyła sobie w zakresie redukcji emisji dwutlenku węgla. Podczas gdy dyskutowane wyżej budżety emisji gazów cieplarnianych (zob. dygresja I) odnoszą się – z punktu widzenia jednostki – do abstrakcyjnych ilości, ślad ekologiczny dotyczący konkretnych czynności lub procedur konsumpcyjnych jest wartością nie tylko możliwą do obliczenia, lecz także mającą realne odniesienia do własnych indywidualnych działań. Ogólnie rzecz biorąc, ślad ekologiczny może być wyznaczany z uwagi na różne wielkości i jednostki (osoby, gospodarstwa domowe, procesy produkcyjne itp.). Przy obliczeniach wskaźnik CO₂ używany jest (między innymi) jako wielkość bazowa; wynik podawany przez stosowne kalkulatory nie oddaje zatem bezpośredniej emisji CO₂, lecz stanowi przeliczenie na wartości porównawcze, na ekwiwalent CO₂⁴. Bilans ten wyrazić można nie tylko przez CO₂, lecz także innymi sposobami, na przykład w postaci zużywanej powierzchni Ziemi. Ogólniejsza nazwa odnosząca się do tego typu wartości orientacyjnych to ‘ślad (czasem też: plecak) ekologiczny’ (ang. *ecological footprint*, niem. *ökologischer Fußabdruck/Rucksack*) lub też ślad środowiskowy.

⁴ Przykłady kalkulatorów: https://uba.co2-rechner.de/de_DE/start; <https://ziemiana-rozdruzu.pl/kalkulator>; <http://www.footprintcalculator.org/>; <https://footprint.wwf.org.uk/#/> [19.02.2019].

Ślad środowiskowy to wszystkie lub wybrane oddziaływania produktu, usługi lub organizacji na środowisko. Jednym z najbardziej zaawansowanych sposobów obliczenia śladu środowiskowego jest zastosowanie metodyki LCA (oceny cyklu życia, *life cycle assessment*). Zgodnie z normą ISO 14040s, cykl życia definiowany jest jako „kolejne i powiązane ze sobą etapy wyrobu, od pozyskania lub wytworzenia surowca z zasobów naturalnych do jego ostatecznej likwidacji”⁵.

Wiąże się to więc ogólnie z pomysłem uwzględniania (z)używanych zasobów i energii, czyli (argumentując programem komunikacji: gospodarka) kosztów ekologicznych powstających (acz niewidocznych) w produkcji, handlu i konsumpcji danej rzeczy, a także z propozycją wliczania ich w cenę produktów i usług.

Idea bilansu CO₂ i śladu ekologicznego pojawia się w związku z tym w różnych kontekstach transformation design i stanowi zarówno element szerszych rozważań, modeli, strategii gospodarczych i politycznych, jak i punkt wyjścia realizacji indywidualnie prowadzonych eksperymentów. I tak na przykład w modelu ‘ekonomii po wzroście gospodarczym’ (Niko Paech) chodzi docelowo o to, aby za pomocą zmienionych form produkcji, gospodarowania, handlu i konsumpcji osiągnąć znaczną realną redukcję średnich emisji CO₂ na osobę, które przy obecnym stylu życia w krajach przemysłowych wielokrotnie przekraczają to, co jest „do dyspozycji” (jeśli nie chcemy korzystać z zasobów potrzebnych innym lub przyszłym pokoleniom)⁶. Eksperymenty realizowane przez poszczególne osoby (nierzadko przy wsparciu ze strony nauki⁷) wskazują na to, że znaczna redukcja

⁵ Ministerstwo Przedsiębiorczości i Technologii, <https://www.gov.pl/web/przedsiębiorczosc-technologie/lad-srodowiskowy> [9.03.2019].

⁶ Dokładniejsze liczby zob. https://www.globalcarbonproject.org/carbonbudget/18/files/GCP_CarbonBudget_2018.pdf; zob. też <https://www.overshootday.org/> [19.02.2019]. Dokładność należy przy tym rozumieć jako kategorię w kontekście liczb komunikacyjnych (a nie matematycznych), chodzi o wartości służące orientacji w ramach trzeciej rzeczywistości i motywujące działania.

⁷ Por. na przykład projekt, w którym 100 gospodarstw domowych w Berlinie, z naukowym wsparciem, przez rok próbowało realizować styl życia w zgodzie z ochroną klimatu i ze znaczną redukcją emisji CO₂. W odniesieniu do średniej wartości rocznych

emisji jest co prawda trudna, ale nie niemożliwa, nawet w dzisiejszych, czyli jeszcze niezmienionych, warunkach. Ale z warunków tych wynikają (po części) również sam problem oraz zagadnienie badawcze, gdyż reprezentują one obecnie panujące ramy normalności. Komunikacyjna asymilacja oraz normalizacja idei mierzenia i liczenia „swoich” (spowodowanych przez siebie) emisji w odniesieniu do tej normalności prowadzić może na poziomie komunikacji do efektów częściowo sprzecznych z celem koncepcji. Zaczniemy (krótko i przykładowo) od kwestii normalizacji. Każda próba uwzględnienia wartości orientacyjnej takiej jak osobisty bilans ekologiczny musi bowiem być zasymilowana w ramach aktualnej normalności nie tylko na poziomie praktycznym, lecz także na poziomie mówienia o niej. W przykładowo wybranej egzemplifikacji opis tego procesu zaczyna się tak:

Pewien niemiecki przedsiębiorca chce pokutować za dwutlenek węgla, który w ciągu swego życia wydmuchał w atmosferę Ziemi. Do dnia swojej śmierci chce uzyskać pozytywny bilans ekologiczny. Czy jest on wariatem, naiwnym idealistą czy wzorem? (Buse 2018: 44).

Nawet jeśli pominąć praktyczne problemy z realizacją takiego pomysłu w obecnie funkcjonującym systemie, mamy mimo to do czynienia z zasadniczą trudnością na poziomie komunikacji: by móc mówić o uwzględnianiu śladu ekologicznego w swoim życiu, nawiązać trzeba do założeń normalnościowych, na mocy których idea ta wydaje się co najmniej dziwna (co najwyżej moralnie słuszna). Musi ona zatem zostać zasymilowana za pomocą odpowiednich konceptów w nawiązaniu do jakiegoś programu komunikacji: religia (pokuta), medycyna (wariat), nauka i zdroworozsądkowość (naiwny idealista) oraz moralność (wzór).

Zamiast zatem wprowadzić w społeczeństwo nowy tryb myślenia i od podstaw zmienić struktury produkujące problem, pomysł

emisji 11,6 tony CO₂ na osobę w całych Niemczech – przez zmianę stylu życia (między innymi konsumpcji, mobilności i odżywiania) w projekcie osiągnięto redukcję do średnio 7,3 tony na osobę (zob. <https://klimaneutral.berlin/> [19.02.2019]).

zostaje – nim będzie w stanie wyrzec wpływ na owe struktury – komunikacyjnie zasymilowany, gdyż nie ma w ogóle możliwości, by mówić o nim w inny sposób niż w oferowany przez zastaną normalność.

Do kolejnego problemu wynikającego z asymilacji i normalizacji idei na poziomie komunikacji, tyle że w wymiarze technicznym, odnosi się Harald Welzer, zwracający uwagę na to,

że całe to wyliczanie „śladu węglowego” i ekologicznych plecaków niczym nie różni się od innych świadczonych usług, ponieważ także one przyczyniają się przecież do permanentnego zwiększania nakładu środków niezbędnych do ich uzyskania. Poza tym dla klimatu jest obojętne, czy serwery Google’a pracują dlatego, że ktoś chce wiedzieć, czy Lady Gaga była u dentysty, czy że interesuje go, jaki jogurt jest godny polecenia ze względu na swoje walory dla środowiska [...] (Welzer 2016: 114).

Z jednej strony zatem ślad czy bilans ekologiczny stanowi narzędzie wizualizacji i uświadamiania problematyki; z drugiej natomiast, jeśli próbuje się go używać w aktualnych warunkach jako narzędzia praktycznej zmiany w wymiarze indywidualnym, okazuje się, że funkcjonuje on co prawda na poziomie osobistym, ale w komunikacji asymilowany jest przez zastane warunki normalnościowe. Nieco inaczej rzecz ma się ze stosowaniem tej koncepcji w szerszych kontekstach, kiedy kalkulatory CO₂ oraz śladu ekologicznego stanowią element strategiczny i kontrolny w zakresie polityki klimatycznej, co występuje w odniesieniu do gmin i miast, instytucji i przedsiębiorstw. Tu idea ta wspierać może zmianę podejścia całych jednostek organizacyjnych, niemniej jednak również wtedy stanowi tylko jedną z ofert komunikacyjnych, z których można skorzystać, by na poziomie komunikacji „obsługiwać” odpowiednie oczekiwania dotyczące aktualnej problematyki zmiany klimatu czy globalnego ocieplenia. Nie zmienia to jednak nic w odniesieniu do innych systemowych przymusów w danym subsystemie, takich jak na przykład koncept wzrostu (zob. hasło ‘zielony wzrost’).

Idea bilansu ekologicznego nie ma zatem potencjału ani możliwości, aby w sposób bezpośredni wygenerować zmianę na poziomie

działań, gdyż może być stosowana tylko na podstawie aktualnego stanu rzeczy (a innej w komunikacji nie ma). Dla strategii transformacyjnej oznacza to jednak tylko tyle, że idea ta nie jest obecnie w stanie odgrywać roli czegoś, co pozwalałoby na zmianę systemową. Natomiast można nią pracować na poziomie komunikacji: generując uświadomienie problemu, tworząc możliwość mówienia o problemie „w ogóle” oraz wpływając w instytucjach i subsystemach społecznych na odpowiednie ukierunkowanie bardziej kompleksowych procesów. Problematyka emisji może zatem za pomocą idei śledzenia śladu ekologicznego zaistnieć i być widoczną na poziomie społecznym; w tym sensie ślad CO₂ można traktować jako narzędzie wizualizacji idei. W celu bezpośredniego inicjowania i umożliwiania konkretnych aktywności trzeba jednak zaprojektować kolejne i inne kroki w ramach szerszych strategii projektowych.

→ O naukowa obserwacja zmian środowiskowych spowodowanych przez człowieka; * wizualizacje; □ popularyzacja wiedzy (naukowej i innej); O zrównoważony rozwój

* *car sharing*

Car sharing jest jednym z pomysłów cieszących się w ostatnim czasie największą popularnością. Nie wiadomo jednak, czy idea polegająca na tym, że różne osoby dzielą się jednym (kiedyś w rzeczy samej jednym, teraz jednak – dodatkowym) samochodem, kiedyś sytuująca się wśród projektów proekologicznych i społecznych, jest sensowna w szeroko rozbudowanym modelu komercyjnym, to znaczy w sytuacji gdy *car sharing* oferowany jest przez firmy w celu monetyzacji naszego przemieszczania się, czyli uzyskiwania zysków dla firmy. Podstawowa idea *car sharingu* polegała bowiem na redukcji liczby pojazdów, a w konsekwencji: miejsc parkingowych, zakorkowania ulic, ilości spalin itd. Jej szerszy kontekst stanowi idea dzielenia się rzeczami, aktywacji pomocy sąsiedzkiej itp. Kiedy *car sharing* stosowany był w bliskim sąsiedztwie, w zasięgu kilku ulic lub jednej dzielnicy, jak odbywało się to w latach 90. XX wieku (i jeszcze bez internetu)

w większych miastach Europy, wtedy na tak wąskim obszarze faktycznie był on narzędziem redukcji w duchu strategii reduktywnej moderny. I to nie tylko dlatego, że liczba prywatnych samochodów była wtedy (przez takie inicjatywy) faktycznie zmniejszona, lecz również ze względu na to, że korzystanie z samochodu musiało być wcześniej zaplanowane (należało odpowiednio wcześniej zarezerwować pojazd na określony dzień i godzinę) oraz stanowiło wyjątek, gdyż pozostała mobilność realizowana była za pomocą innych środków transportu (na rowerze, komunikacją miejską, pieszo). Wygoda dostępu do samochodu była zatem tylko jednym z aspektów motywujących zakładanie grup carsharingowych, a dostęp nie był rozumiany jako coś, co w każdej chwili oraz w każdym miejscu powinno być do dyspozycji. Wręcz przeciwnie – udział w systemie zakładał (a nawet wymuszał na jego użytkownikach) bardziej świadome korzystanie z samochodu, gdyż trzeba było go odebrać z miejsca, w którym stał, a potem znowu go tam zostawić. Z dzisiejszej perspektywy te wczesne systemy mogą się wydawać ociężałe, a aktualne, umożliwiające za pomocą mobilnych aplikacji ciągły dostęp do całej floty pojazdów znajdujących się w różnych miejscach, wydają się postępowe. Na poziomie komunikacji (tym razem społecznej) obserwujemy zatem kolejny przykład zjawiska określanego jako *shifting baselines* – przeszłość widziana i oceniana jest na tle aktualnej normalności⁸. Stary świat, na który patrzymy przez pryzmat tego, co obecnie przyjęte jest jako niekwestionowana podstawa codzienności (tu: milczące założenie, że indywidualna mobilność miejska realizowana za pomocą samochodu jest normalna i stanowi najczęstsze rozwiązanie), jawi się dziś jako niedoskonały i uciążliwy. Krytyczne spojrzenie na to zjawisko (czyli jego zewnątrzsystemowa obserwacja) nie domaga się oczywiście powrotu do „starych, dobrych czasów” lub rozwiązań, co nie byłoby ani możliwe, ani sensowne w obliczu rozwoju techniki, nawyków i potrzeb. Można natomiast – zamiast kontynuacji praktyk,

⁸ Pojęcie to pierwotnie pojawia się w badaniach dotyczących pokoleniowych różnic w postrzeganiu zmian w zakresie bioróżnorodności (zob. Turvey i in. 2010).

o których wiemy, że produkują wiele problemów – wrócić do analizy sytuacji wyjściowej, to jest kwestii postrzegania mobilności w mieście oraz potrzeb i problemów w tym kontekście, aby na tej podstawie zaprojektować nowe, inne rozwiązania. Przemieszczanie się po mieście w pojedynkę na stosunkowo krótkim dystansie za pomocą pojazdów mieszczących zwykle pięć osób oraz idące za tym nakłady energii i materiałów raczej nie stanowi najlepszego z możliwych rozwiązań.

Kwestia, czy *car sharing* w obecnie preferowanej i realizowanej formie stanowi postęp w sensie zrównoważonej i reduktywnej moderny, nie jest jeszcze rozstrzygnięta. Nawet jeśli z perspektywy niektórych użytkowników oraz firm i instytucji może on być motywowany również ideą zrównoważonego rozwoju miast, to jednak nie jest wykluczone, że w aktualnej wersji – stosowania go równoległe do zastanego systemu (samochody prywatne) oraz w warunkach gospodarki ukierunkowanej na wzrost – prowadzi raczej do efektu *rebound* i powiększa jedynie problemy. Na przykład takie:

- liczba pojazdów⁹ – aby dany system mógł funkcjonować, powinien oferować dostęp do samochodu w możliwie bliskim otoczeniu w wielu miejscach, a najlepiej w każdym miejscu, w którym ktoś chce z niego korzystać, co oznacza, że samochodów tych musi być dużo; a ponieważ na rynku funkcjonuje wiele konkurujących w tym zakresie firm, oznacza to, że wszystkie muszą oferować możliwie dużą flotę, co z kolei sprawia, że samochodów musi być jeszcze więcej niż dużo oraz niż było, przez co zwiększa się również:

⁹ W wypadku rowerów przeniesienie idei wypożyczania i sharingu do zglobalizowanych kontekstów konkurencji i rynku już spowodowało, że w niektórych miastach na skutek trudności gospodarczych przedsiębiorstw oferujących tego typu usługi pozostały góry złomu rowerowego, dla którego utylizacji nie ma rozwiązań. Również tu można obserwować (zob. też hasło *sharing economy*), jak skutki nieudanych inicjatyw rynkowych przerzucane są (nawet jeśli tylko częściowo i na bliżej nieokreślony czas) na instytucje publiczne lub inicjatywy prywatne (na przykład na mieszkańców, którzy sami zaczynają sprzątać pozostałości po takich przedsięwzięciach), czyli na społeczeństwo, podczas gdy wygenerowane wcześniej zyski pozostają w sektorze gospodarczym (zob. <http://www.spiegel.de/auto/aktuell/muenchen-plant-zwangs-geld-gegen-obike-a-1248342.html> [22.02.2019]).

- liczba przejazdów w mieście, gdyż dostęp do samochodu ma się w każdej chwili, więc po co szukać alternatywnych możliwości przemieszczania się (komunikacja miejska).

Wiele wskazuje na to, że wraz z implementacją systemów car-sharingowych należałoby konsekwentnie rozbudowywać inne możliwości transportu i stworzyć warunki innym formom mobilności oraz – a to byłoby już zadaniem projektowania komunikacji – podjąć pracę nad tym, aby takie zmienione strategie mobilności w środowisku urbanistycznym implementować w procesy komunikacji. Oprócz rozbudowania twardej infrastruktury chodzi też o komunikacyjną normalizację tych form przemieszczania się, które obecnie są zasymilowane jako „alternatywne”, a w dążeniu do zrównoważonej moderny stanowią strategię logicznie wywodzącą się z analizy stanu zastanego oraz problemów, przed którymi stoją społeczeństwa; w praktyce społecznej natomiast wciąż traktowane są jako wyjątkowe. Kiedy natomiast stanowiłyby oczywisty element całej gamy możliwości, również *car sharing* mógłby stać się sensownym elementem strategii transformacyjnych, a nie jedynie formą manifestacji wygody życia miejskiego (z perspektywy konsumentów) oraz elementem napędzającym wzrost gospodarczy i generującym zyski poprzez konkurowanie firm.

Również na dłuższą metę *car sharing* może mieć efekt transformacyjny, gdyż ci, którzy rozpoczynają swe dorosłe życie w środowisku miejskim, w którym *car sharing* stanowi jedną z możliwych form mobilności, nie będą już w ogóle (musieli) kupować własnego samochodu. Problem polega jednak na tym, że w kwestii transformacji społecznej nie mamy już czasu na czekanie, aż zasadnicze problemy rozwiązane zostaną przez odnowienie się populacji; poza tym nie rozwiązałyby to problemu perpetuowania systemowo zakorzenionych zasad uniemożliwiających podstawową zmianę.

Problemy *car sharingu* przedstawione są tu tylko w odniesieniu do dużych miast, w których proponowane rozwiązania mogłyby funkcjonować. Kiedy jednak uwzględnić również regiony wiejskie i przedmiejskie, problematyka mobilności przedstawia się już inaczej, zatem modele carsharingowe powinny być inaczej wypracowane, a ogólna strategia

projektowania zmian wymaga innego ukierunkowania, gdyż powinna umożliwić znalezienie rozwiązań przeciwnych tendencji niż te, które obserwujemy w mieście: niższa populacja, mała liczba potencjalnych uczestników systemów sharingowych, długie drogi dojazdu do lekarza, sklepu, brak możliwości oferowania szeroko rozbudowanego systemu komunikacji publicznej itp. Ale jest to w pewnym sensie też szansa na wypracowanie innych, oddolnych rozwiązań, ukierunkowanych przede wszystkim społecznie, a nie rynkowo, gdyż dla wielkiego kapitału tego typu sytuacja wyjściowa nie obiecuje dużych zysków. Tu i tam opracowanie i implementacja nowych, inaczej realizowanych systemów umożliwiających mobilność stanowi strategię budowania rezyliencji.

- O reduktywna moderna; □ rezyliencja; □ *sharing economy*;
- * współdzielenie/wymiana: produktów, usług, wiedzy

* □ *carrot mobs*

Idea ta polega na wspieraniu zrównoważonych form produkcji, dystrybucji i handlu (lokalnych producentów, sklepów z żywnością ekologiczną lub bez opakowań itp.) przez robienie większych zakupów razem z umawiającą się w tym celu grupą ludzi, dzięki czemu dostarczamy tego typu (a wspieranym przez nas) sklepom klientów, a same sklepy utrzymywane są przez to przy życiu i mogą oferować produkty, których chcemy. Mechanizm taki tworzy samonapędzający się system, korzystny dla obydwu stron. Niektóre formy takich wspólnych zakupów zostały już zinstytucjonalizowane i są organizowane w taki sposób, by jednocześnie oszczędzana była energia (na przykład przy dostawie towarów); z kolei inne działania typu *carrot mob* stanowią jednorazowe akcje z elementem rozrywkowym i jednoczesną motywacją proekologiczną. Nazwa stworzona jest według tego samego wzoru co *flash mob* czy *smart mob*¹⁰. Jako zestaw zaledwie kilku

¹⁰ Za słownikową definicją: „*spontaneous collective action in public spaces organized by means of the Internet*”; zob. [https://dict.tu-chemnitz.de/dings.cgi?service=deen&opterrors=0&optpro=0&query=flash+mob&iservice=\[20.04.2019\]](https://dict.tu-chemnitz.de/dings.cgi?service=deen&opterrors=0&optpro=0&query=flash+mob&iservice=[20.04.2019]).

pomysłów na poziomie ‘mikro’ idea ta nie stanowi długofalowego rozwiązania problemów generowanych przez system (do tego też nie dąży), gdyż działa tylko w określonym momencie i miejscu, nie ingeruje natomiast w głębsze struktury organizacyjne gospodarki. Niemniej jednak nadaje się do tego, aby spopularyzować zrównoważoną postawę i odpowiednie działania oraz wyprodukować poczucie własnej sprawczości. Biorący udział w *carrot mob* przynajmniej w zakresie robienia zakupów (to znaczy tam, gdzie w innym wypadku człowiek w roli konsumenta podlega nadrzędnym mechanizmom rynku lub jest przynajmniej obiektem, a nie podmiotem) może robić coś inaczej niż dotychczas, mając przy tym jeszcze przyjemność z udanej wspólnej akcji, o zawiązywanych w jej trakcie kontaktach społecznych nie wspominając. W ten sposób lokalnie ograniczone działania oddziałują poprzez komunikację na wymiar społeczny, a nawet jeśli ich aktualny wpływ może wydawać się znikomy, przyczyniają się do transformacji społecznej w kierunku zrównoważoności i stanowią jeden element spośród wielu innych na poziomie ‘mikro’.

W szerszej perspektywie do *carrot mobs* można by również zaliczyć długofalowo realizowane zakupy grupowe – na przykład abonamenty na żywność (zwłaszcza warzywa, owoce produkowane w zgodzie ze standardami ekologicznymi) – u lokalnych producentów. Wiele dość dobrze rozwiniętych ofert w tym zakresie funkcjonuje w Niemczech i Austrii pod nazwą *Gemüsekieste* (‘skrzynka z warzywami’), gdzie lokalni rolnicy dostarczają sezonowe warzywa i owoce swym abonentom, przez co jedni mają pewnych odbiorców i przewidywalne obroty, a drudzy – świeże warzywa¹¹. Tego typu systemy abonamentowe realizowane są też często wspólnie przez grupy sąsiedzkie lub kręgi znajomych, które dzielą się dostarczaną żywnością według własnych potrzeb i upodobań. Podobnie ukierunkowaną inicjatywą wspierania lokalnego rolnictwa i wspólnego nabywania zdrowej żywności jest

¹¹ Jako przykłady zob.: <http://www.die-gemuesekiste.de>, <http://www.gemuesekiste.com>, <http://www.rollende-gemuesekiste.de> oraz <http://www.gemuesekiste.at> [7.02.2019].

polski projekt przedstawiony na stronie lokalnyrolnik.pl. Ciekawe z badawczego punktu widzenia jest tu nieco inne podejście do tematu w wymiarze komunikacyjnym, to znaczy inny sposób mówienia o tej inicjatywie oraz związane z tym procedury normalizacyjne, które można zrekonstruować na podstawie analizy dostępnych materiałów. Wspólny punkt odniesienia 'lokalność/regionalność' jest bowiem w różny sposób werbalizowany (zob. zakładki „über uns” oraz „misja” na tych stronach). Na niemieckiej stronie podstawowa kategoria motywująca lokalność to ekologia (przyczacane są informacje dotyczące rolnictwa biologicznego, ekologicznych zasad produkcji, rodzajów uprawianych warzyw itp.); na polskiej stronie pracuje się przede wszystkim kategoriami: zdrowie, zdrowa żywność oraz „naszość” („wspieraj swoich” lub „odkryjesz zapomniane smaki polskiej wsi”). Na podstawie tego typu materiału można by zbadać, jakie strategie semantyzacji zjawiska są stosowane, jakie wzory występują w tekstach dotyczących tego typu inicjatyw oraz czy – a jeśli tak, to w jaki sposób – wskazują one na odniesienia do różnych pól normalności.

Jak wiele innych przykładów na poziomie 'mikro', pomysł stojący za zjawiskiem *carrot mobs* ani nie jest nowy, ani nie pojawia się wyłącznie pod tą nazwą. Ta już jakiś czas temu przejęta została przez istniejące struktury rynkowe i konsumpcyjne, między innymi w związku z budową portali łączących konsumentów w grupy w celu realizacji zakupów czy korzystania z różnego rodzaju usług z rabatami. Takie sposoby organizacji konsumpcji służyć mogą do realizacji różnych celów, ale kiedy pozbawione są kluczowych aspektów prospołecznych, ekologicznych, wspierających lokalną i regionalną produkcję, przede wszystkim perpetuują i stabilizują już istniejące wzory konsumpcji oraz stojące za nimi cykle produkcji, wskaźniki rozwoju gospodarki itd. Tylko duże koncerny, agencje turystyczne itd. są w stanie oferować odpowiednim portalom rabatowym atrakcyjne rabaty na wielką skalę, które to rabaty następnie w innym miejscu łańcucha sprzedaży sobie rekompensują, aby bilans się zgadzał. Funkcją *carrot mobs* w omawianej tu wersji natomiast jest (oprócz krótkofalowych korzyści, które jednak mogą być istotne z perspektywy kupującego)

docelowe wspieranie wybranych form produkcji i handlu z zamysłem umożliwienia zasadniczej zmiany systemowej.

→ * pomoc sąsiedzka; □ rezyliencja; □ rolnictwo biologiczne/ekologiczne; * współdzielenie/wymiana: produktów, ...

□ certyfikaty

To hasło stanowi jedno z najbardziej ogólnych na liście, więc wymaga krótkiego doprecyzowania. Mowa jest tu o certyfikatach dotyczących systematycznego przestrzegania ekologicznych standardów oraz społecznej odpowiedzialności w ramach działalności gospodarczej (produkcji, handlu itd.), gwarantujących zarówno kontrolę i ciągły rozwój tych zagadnień, jak i przejrzystą komunikację ze względu na przyjęte standardy. Punkt ten wymieniam dlatego, że certyfikaty mogą być narzędziem wspierającym wprowadzanie nowych, różniących się od dotychczasowych form produkcji, ale również, przez zwracanie uwagi na problemy, wzorów konsumpcji, a w wielu dziedzinach już funkcjonują one w tej roli. Tryb ich oddziaływania w społeczeństwie (w interdyskursie¹², tu: z perspektywy konsumentów) jest przy tym jednak, by tak rzec, czysto komunikacyjny. Warunkiem sprawnej implementacji certyfikatów jest bowiem ich osadzenie w (po części instytucjonalizowanych) strukturach komunikacyjnych gwarantujących ich „wartość”. Jasne regulaminy i ustalenia z jednej strony oraz gwarancja testów, kontroli itp. z drugiej, funkcjonując razem, mają (a przy sprawnym działaniu – mogą) zagwarantować, że to, co obiecuje certyfikat, zostanie spełnione, czyli że certyfikat rzeczywiście coś certyfikuje. Ta pozorna tautologia oraz metafora „wartości” wskazują na problem, który powstaje, kiedy certyfikat (jako funkcja

¹² Abstrahuję tu od certyfikowania procesów produkcji na poziomie specjalistycznym, to znaczy od certyfikatów działających w obrębie poszczególnych branż lub na linii „b2b”, które co prawda mogą być związane z certyfikatem pojawiającym się później na produkcie końcowym, ale w ich przypadku na pierwszym planie stoi właśnie *procedura certyfikowania*, a nie *znak certyfikatu* i jego nawiązywalność w komunikacji na poziomie interdyskursu wśród konsumentów.

komunikacyjna) wprowadzany jest w kontekst komunikacyjno-społeczny, to znaczy zaczyna być stosowany w jego ramach (a gdzie indziej nie ma sensu). Certyfikat siłą rzeczy manifestuje się na poziomie komunikacji – w postaci znaku *symbolizującego* pewne procedury uwiarygodnienia. Znak *reprezentuje* łańcuch komunikacji i działań (te ostatnie tylko w tym sensie są związane z certyfikatem, że ten obiecuje ich podejmowanie). Realizację działań natomiast można teraz próbować obejść lub, w najgorszym przypadku, „odciąć” od znaku. W tym kontekście powstaje zjawisko pseudocertyfikatów, to znaczy takich, które w różny sposób produkują iluzję bycia czymś więcej niż elementem graficznym na opakowaniu. Certyfikaty w tym sensie mogą produkować zaufanie, jednocześnie je podkopując. Winne nie są oczywiście same certyfikaty, lecz my. Przy tym obojętne jest, w jakiej roli społecznej bierzemy w tym udział lub z jakiej perspektywy patrzemy, gdyż w/z każdej można brać udział w produkcji zaufania lub przyczyniać się do jego nadużycia. Dokładnie w tym punkcie w grę wchodzi również „my” w roli konsumenta. Od świadomości problemów (na przykład społecznych, ekologicznych itd., często spowodowanych przez aktualne formy produkcji i wzory konsumpcji) z jednej strony oraz wiedzy o tym, co certyfikaty oznaczają, z drugiej, czy też od chęci uczenia się tych znaczeń zależy bowiem, czy generują one dla nas *możliwość wyboru* (a tylko o to chodzi) lub czy będą funkcjonować w wersji „pseudo”, *sterując naszym wyborem*.

Certyfikaty są zatem przydatne do tego, aby produkować kompleksowe współzależności, które w innym wypadku nie byłyby ani „do ogarnięcia” w jednym kroku, ani postrzegalne i kontrolowalne za pomocą jednego symbolu/znaku. Warunkami ich funkcjonowania są jednak świadomość problemu i edukacja w danym zakresie oraz zaufanie na poziomie społecznym i „wiążącość” komunikacji. Istnienie znaków tego typu może prowadzić do dynamiki usamodzielnienia się związanego z nimi zabiegu komunikacyjnego, co obserwujemy tam, gdzie stosowane są pseudocertyfikaty pozbawione realnego tła w sensie gwarancji kontroli i spełnienia obietnic. Jednocześnie samo istnienie certyfikatów jest znakiem tego, że krytyczna świadomość

oraz gotowość do zmian w społeczeństwie rozwinęły się w takim stopniu, że próbuje się wpłynąć na problemy, które się samemu wyprodukowało. Certyfikaty stanowią próbę instytucjonalizacji zaufania, co w zależności od konkretnego kontekstu społeczno-historycznego może doprowadzić do różnych rezultatów (a to z kolei stanowi ciekawy problem dla badań komunikacji interkulturowej).

- O analiza przesłanek komunikacji i normalności; *fair trade*;
- rolnictwo biologiczne/ekologiczne

commons

Hasło to omawiam tu w funkcji ogólnej nazwy szerokiej gamy koncepcji i aktywności odnoszących się do opracowania i wytwarzania wspólnych lub wspólnie dostępnych produktów: przedmiotów, zasobów wiedzy, twórczości oraz procedur i procesów produkcji określonych dóbr. W takim ujęciu *commons* są ściśle związane z koncepcją *open source*, która z kolei w szerszym rozumieniu odnosi się nie tylko do wspólnie zaprojektowanego i ogólnodostępnego software'u (oprogramowania), lecz również do „hardware'u”, do otwartych projektów w zakresie designu w wielu dziedzinach. Elementem łączącym jest więc wspólne projektowanie lub udostępnianie wyników tego procesu, na przykład w odniesieniu do mebli, architektury, ubrań, a nawet... protez¹³. Przytaczający takie przykłady Harald Welzer (2016: 251–264) opisuje to zagadnienie w powiązaniu z kwestią rezyliencji i tworzenia wspólnot rezyliencyjnych, w których generowane są na różne sposoby wzajemnie usieciowione struktury pomocy działające głównie regionalnie, na przykład w wypadku katastrof, ale również podczas realizacji większych projektów (budowa domu jednorodzinnego) wśród lokalnej społeczności. Istotne w odniesieniu do *commons* jest również odgraniczenie dóbr wspólnych (generowanych w tej

¹³ Zob. na przykład projekty takie jak *SketchChair*, *Open Architecture Network*, *Architecture for Humanity*, *OpenWear*, *Open Prosthetics*, opisane w tekście na temat produkcji *peer* (zob. Siefkes 2012: 350 i nast., cyt. za: Sommer, Welzer 2017: 145).

działalności) od dóbr publicznych (wytwarzanych i utrzymywanych przez struktury państwowe):

Silke Helfrich et al. (2009: 9) odgraniczają dobra wspólne od dóbr publicznych, nawet jeśli oba posiadają wspólne cechy. Podczas gdy dobra publiczne – takie jak infrastruktura komunikacyjna i parki, oferty edukacyjne lub ochrona przed stosowaniem przemocy fizycznej – zabezpieczane są przez państwo, społeczne dobra wspólne – jak ogólnodostępne oprogramowanie lub ogrody interkulturowe – najczęściej powstają w ramach wspólnego, a przede wszystkim oddolnie zorganizowanego procesu (Sommer, Welzer 2017: 201).

W odniesieniu do działających w komunikacji procedur asymilacyjnych *commons* stanowią zatem obiecujące rozwiązania. Po pierwsze, funkcjonują one już dawno w społeczeństwie jako oddolne, niezależne od nadrzędnych struktur formy organizacji. Po drugie, zdają się bardziej odporne na zawłaszczanie ich przez rynek niż aktywności, które w ostatnich latach pojawiły się pod nazwą *sharing*, podlegające, niekiedy aż do zupełnego wyparcia pierwotnej idei, procesom komercjalizacji. Pomysły realizowane początkowo w formie lokalnych inicjatyw (na przykład *car sharing*), oparte głównie na motywacji społecznej i ekologicznej, a co najwyżej na drugim planie ekonomicznej (i to jedynie w sensie oszczędzania wydatków, a nie generowania zysków), zostały przejęte przez firmy i koncerny, które podporządkowują (i muszą to czynić) początkową ideę interesom gospodarki rynkowej.

→ * pomoc sąsiedzka; O świat bez pieniędzy; * współdzielenie/wymiana: produktów, usług, wiedzy; * wspólne pola uprawne

□ *Cradle to Cradle*

Zjawisko to wychodzi od podstawowej idei, że należy wymienić całe procedury i cykle produkcji oraz konsumpcji, a nie tylko modyfikować ich poszczególne sektory. Ogólnie rzecz biorąc, chodzi o to, aby zorganizować przepływ energii i materii w sposób cykliczny w zamkniętych

procesach (w tym punkcie *Cradle to Cradle* wiąże się z nieco ogólniejszą koncepcją gospodarki o obiegu zamkniętym czy cyrkularnej), co odzwierciedlać ma nazwa tego ruchu – „od kolebki do kolebki”. Zaletą koncepcji *Cradle to Cradle* jest to, że została ona wypracowana jako długofalowy proces o jasnych i przejrzystych zasadach realizacji oraz implementacji do procesów produkcyjno-handlowych, a także że wspierana jest badaniami i naukową obserwacją doświadczeń uzyskanych w trakcie jej realizacji. W tym sensie mamy do czynienia nie tylko z ideą – co z punktu widzenia analizy komunikacji miałoby tę wadę, że jako konstrukt komunikacyjny idea ta byłaby niezbyt odporna na procedury asymilacyjne i normalizacyjne (to znaczy szybko lądowałoby się w pułapce mówienia, bez przechodzenia do działań) – lecz z podejściem faktycznie funkcjonującym, o sprawdzalnych w rzeczywistości skutkach.

Koncepcję projektowania procesów w myśl zasady *Cradle to Cradle* opracowali w latach 90. XX wieku profesor chemii Michael Braungart oraz architekt William McDonough (zob. McDonough, Braungart 2002). Braungart jest też założycielem instytutu EPEA, oferującego badania i doradztwo w zakresie praktycznej implementacji procesów cyrkularnych oraz certyfikowanie tychże¹⁴. Popularyzacją pomysłu zajmuje się również stowarzyszenie *Cradle to Cradle*, organizujące między innymi coroczny kongres, na którym przedstawiane oraz dyskutowane są przez ekspertów, przedstawicieli firm i zainteresowanych z całego świata aktualne problemy w tej dziedzinie¹⁵.

Celem *Cradle to Cradle* jest wykorzystanie energii i materii w obrębie biosfery i technosfery w zamkniętych cyklach: wszystkie materiały stosowane w procesach produkcyjnych są tak wybrane lub od nowa zaprojektowane, by można było je bez reszty ponownie wprowadzać do biosfery lub technosfery. „Bezpieczna i potencjalnie nieskończona cyrkulacja materiałów i substancji odżywczych w cyklach zamkniętych” ma produkować „innowację, jakość i dobry design”¹⁶.

¹⁴ Zob. <https://www.epea.com/de/cradle-2-cradle/> [9.10.2018].

¹⁵ Zob. strona stowarzyszenia: <https://c2c-ev.de/>; strona dotycząca konferencji: <https://c2c-kongress.de/de/> [9.10.2018].

¹⁶ Zob. przypis 14.

Idea *Cradle to Cradle* różni się od większości innych koncepcji pracujących takimi kategoriami jak ochrona środowiska, ekologia czy też redukcja i oszczędzanie nakładów, czyli niepodających w wątpliwość stanu zastanego, lecz jedynie go modyfikujących. Argumentacja ruchu *Cradle to Cradle* jest następująca: kiedy wkładamy całą naszą energię w „oszczędzanie”, dajmy na to plastiku, nie osiągniemy żadnej systemowo istotnej zmiany, gdyż zasadniczy problem – stosowanie plastiku jako materiału „do wyrzucania” – nie zostaje przez to rozwiązany, lecz uprawiamy jedynie kosmetykę. A problematyczne skutki stosowania plastiku w dotychczasowy sposób mogą być co najwyżej zredukowane lub, co gorsza, przesunięte w przyszłość; plastik zaś nadal się w środowisku kumuluje, tyle że nieco wolniej. Idea *Cradle to Cradle* podchodzi do problemu radykalniej, gdyż optuje za daleko idącą zmianą podstawowego ukierunkowania procesów produkcyjnych, właściwie każdego ognia łańcucha produkcyjno-handlowego. Firmy produkujące według zasad *Cradle to Cradle* dbają więc systematycznie o to, aby ich produkty były tak zrobione, by na końcu cyklu użytkowania możliwe stało się rozebranie ich na składniki, które w stu procentach ponownie są wykorzystywane w dalszej produkcji lub kompostowane. Materiały do produkcji wybierane są wtedy tak, by albo podlegały naturalnej degradacji i bez reszty wprowadzane zostawały do biosfery, albo (kiedy to fizycznie niemożliwe) w procesach technologicznych i chemicznych były ponownie wykorzystane w technosferze. Przedsiębiorstwa, które przestawiają część swojej produkcji (cykl produkcyjny wybranych produktów) lub całą produkcję na reguły *Cradle to Cradle*, dbają o to, aby możliwie wszystkie kroki procesu produkcyjnego były zorganizowane w sposób niegenerujący odpadów i by wszystkie składniki wchodziły ponownie w procesy produkcyjne (tego produktu lub innych). Aby zabezpieczyć poprawną i sensowną realizację takich zmian, opracowana została certyfikacja *Cradle to Cradle*.

Aspekt, który bywa w tym kontekście oceniany krytycznie, to kwestia możliwości całkowitego przejścia na ten model i stosowania go dla wszystkich złożonych produktów technologicznych (na przykład budowa całego samolotu według zasad *Cradle to Cradle*; na razie

produkowana jest biodegradowalna tapicerka foteli samolotów). Według tych zasad, wraz z monitoringiem gwarantującym prawidłową ich realizację, produkowane są między innymi: krzesła biurowe, dywany, odzież, a także realizuje się kompleksowe projekty terenów przemysłowych i architektury¹⁷.

Nawet jeśli przestawienie produkcji tylko wybranych produktów lub ich poszczególnych składników wydaje się zbyt prostym i niezadawalającym przedsięwzięciem, jego skuteczna realizacja pokazuje jednak, że model *Cradle to Cradle* nadaje się do praktycznej realizacji; trudności pojawiają się dopiero podczas całościowej realizacji cyklicznie zorganizowanych procesów przepływu energii i materii. Sam model pozwala co prawda na implementowanie zmian obejmujących wszystkie istotne elementy procesu produkcyjno-handlowego, ale warunki środowiska – w tym wypadku wewnątrzsystemowego: społeczeństwo, gospodarka, zwyczaje konsumpcyjne itd. – stanowią przeszkodę w konsekwentnej realizacji tej koncepcji. Pryncypialność tego modelu jest jednak zaletą, gdyż przez to zmniejszone zostaje ryzyko powstawania niepożądanych efektów ubocznych w porównaniu z zajmowaniem się wyłącznie jednym wybranym ogniwiem (stosowanie recyklingu, a następnie sprzedawanie śmieci lub wprowadzanie handlu certyfikatami emisji bez uwzględnienia systemowych powiązań i dynamiki rynku).

→ gospodarka o obiegu zamkniętym; recykling; zrównoważony rozwój

divestment

W kontekście zagadnień związanych z transformation design *divestment* (ang. też *disinvestment*) oznacza wycofywanie środków finansowych z sektorów gospodarki, przedsiębiorstw i państw czerpiących

¹⁷ Dalsze informacje szczegółowe – zob. <https://eepa-hamburg.com/c2c-sectors/>; konkretne przykłady – zob. <http://www.trigema.de/nachhaltigkeit/cradle-to-cradle/>; <http://www.steelcase.com/eu-de/produkte/arbeitsstuhle/think/>; <http://mcdonoughpartners.com/projects/ford-rouge-center-landscape-master-plan/>; opis projektu w kontekście designu – zob. <http://mcdonoughpartners.com/design-approach/> [22.04.2019].

zyski z etycznie wątpliwej działalności, mającej negatywne skutki w wymiarze społecznym i środowiska naturalnego (przemysł zbrojeniowy, tytoniowy, koncerny generujące zyski z wykorzystania energii uzyskanej z paliw kopalnych). Idea *divestment* dotyczy więc w tym rozumieniu¹⁸ *nieinwestowania* i wiąże się bezpośrednio z tak zwanym etycznym, zrównoważonym i społecznie odpowiedzialnym inwestowaniem. Jest to o tyle ciekawe, że wskazuje na założenie normalnościowe, według którego inwestycje jako takie stanowią (jakoby) niekwestionowa(l)ną przesłankę społeczną. Oczywiście również ja nie widzę (jeszcze) innego rozwiązania prowadzącego do zmiany tej przesłanki, zwracam tylko uwagę na to, że w komunikacji pracuje się wtedy w sposób niekwestionujący i niepodający w wątpliwość, czyli za pomocą tak zwanych wielkich oczywistości, co z kolei wiąże to zagadnienie z koncepcją pieniędzy i funkcjonowaniem rynku finansowego.

Podczas gdy pomysł *divestmentu* znajduje zastosowanie w kampaniach dotyczących konkretnych tematów czy sytuacji i w tym sensie jest „wydarzeniowy”, idea etycznego lub zrównoważonego inwestowania może być uznana za strategię stosowaną długofalowo, jako nowy tryb działania nie tylko na obszarze gospodarki. Możliwość ta jest w ostatnich latach wykorzystywana w różnych kontekstach i manifestuje się instytucjonalnie na różnych poziomach, na przykład w zakładaniu organizacji promujących temat zrównoważonego inwestowania lub banków prowadzących politykę inwestycyjną na innych, nowych zasadach¹⁹.

→ O analiza przesłanek komunikacji i normalności; O świat bez pieniędzy; O zrównoważony rozwój

¹⁸ W ekonomii pojęcie to stosowane jest w nieco innym znaczeniu i dotyczy innych kwestii niż inwestycje, na przykład procedur generowania kapitału w przedsiębiorstwie za pomocą sprzedaży jego części lub wycofania się z finansowo ryzykownych inwestycji (zob. <https://de.wikipedia.org/wiki/Desinvestment> [9.03.2019]).

¹⁹ Zob. na przykład bank GLS (Gemeinschaftsbank für Leihen und Schenken – Bank Wspólnotowy dla Pożyczania i Darowania), który inwestuje swe (czyli nasze) środki według kryteriów socjalnych i ekologicznych, według maksymy „Pieniądże są dla ludzi” („*Geld ist für die Menschen da*”), i komunikuje to w sposób transparentny swoim klientom (<http://www.gls.de> [9.03.2019]).

□ ekologia

Pojęcie 'ekologii' omówię tu jedynie z uwagi na proces jego przeniesienia w szersze konteksty komunikacji. Nie chodzi zatem o naukowo dobrze opracowaną rolę i funkcję ekologii, lecz o mechanizmy jej asymilacji przez inne systemy. Pierwotnie (a w nauce nadal) funkcjonalnie sensowne pojęcie 'ekologii' zostało bowiem w komunikacji, jak wiele innych, zasymilowane w sposób co najmniej „skrzywiony” w odniesieniu do innych obszarów. Przykładem historycznym w tym kontekście mogą być lata 80. XX wieku w Niemczech i funkcjonowanie w tamtym czasie pojęcia *Öko* (eko) określającego ludzi angażujących się w ochronę środowiska, które to środowisko tym samym przeniesione zostało konceptualnie w sferę zewnętrzną i usytuowane w opozycji do człowieka, co jest sprzeczne z koncepcją ekologii. Tym samym pojęcie to uzyskało nową rolę. Starania dotyczące zmiany postaw społecznych na tym obszarze zostały, by tak rzec, wyeksmitowane w inne miejsce, do kącika „eko”, rozumianego jako nisza komunikacyjna, w której odtąd członkom subkultury „eko” zezwolono na siedzenie w niej i robienie na drutach swych ekosweterków²⁰.

Początkowo, kiedy pojęcie 'ekologii' zostało „importowane” do interdyskursu, to znaczy pojawiło się poza dyskursem specjalistycznym, chodziło o komunikacyjne wprowadzenie i podkreślenie perspektywy, że wszelkie życie – a zatem również człowiek – jest częścią systemów ekologicznych i tym samym działalność ludzka (w tym produkcja przemysłowa) nie może być widziana, projektowana i realizowana w izolacji od cykli natury²¹. Pierwotna idea i koncepcja naukowa ekologii odnoszą się bowiem do takiej właśnie systemowej

²⁰ Odnoszę się tu do zwyczaju studentów pokolenia '68 oraz młodych polityków partii zielonych w latach 80. w Niemczech, którzy na wykładach uniwersyteckich lub posiedzeniach w parlamencie robili na drutach wełniane swetry. Wprowadzając w taki sposób nieznormalizowane elementy w różne zinstytucjonalizowane konteksty, zwracali oni uwagę na skostniałe struktury i scenariusze komunikacyjne uniemożliwiające zajmowanie innej, nowej i zewnętrznej perspektywy.

²¹ Można co prawda ignorować te współzależności; na dłuższą metę i w skali globalnej jednak postępowanie w myśl takiego podejścia skazane jest na porażkę, czego obecnie w sposób bolesny musimy się nauczyć – a przyszłe pokolenia będą musiały.

perspektywy traktowania procesów życiowych oraz wszystkich procesów biologicznych na planecie, w której postrzega się je i naukowo obserwuje we współzależności wszystkich ich elementów²². W wyjściowym znaczeniu pojęcie ‘ekologii’ wiąże się zatem ogólnie z podejściami uwzględniającymi w sposób holistyczny i systemowy współzależności w obserwowanym świecie oraz z odpowiednimi teoriami na polu nauki (jako prekursorskie w tej dziedzinie można uznać między innymi prace J. von Uexküll’a – zob. na przykład Uexküll 1909). Trzeba je ponadto łączyć z innymi podanymi tu pojęciami i koncepcjami wskazującymi na cykle środowiskowe oraz dążącymi do ich naukowej obserwacji (na przykład granice planetarne) czy uwzględniającymi cykliczny charakter procesów systemowych w specyficznym kontekście danego subsystemu (na przykład *Cradle to Cradle*, gospodarka o obiegu zamkniętym).

Problem integracji pojęcia z interdyskursem oraz jego asymilacji w ramach różnych wymiarów (w sensie pojawienia się pojęcia w różnorodnych kontekstach, czy to na tle procesów generowania wizerunku, czy w procesach rynkowych, na przykład w reklamie, komunikacji marek itp.) polega na tym, że pojęcie pozbawione zostaje w tym procesie pierwotnego znaczenia lub że znaczenie to nie stanowi już centralnego obszaru orientacyjnego podczas interpretacji zjawisk. W przypadku takiego niefrasobliwego stosowania tego pojęcia jego semantyka jest rozszerzana w zależności od kontekstów oraz związanych z nimi interesów i celów. W ten sposób pojęcie ‘ekologiczne’ jest i może być stosowane zarówno do klasyfikacji grup społecznych, jak i w charakterze napisu na różnego rodzaju produktach, to znaczy na różnych poziomach ogólności i szczególności, za czym jednak zawsze idzie jego reinterpretacja i normalizacja w aktualizowanym kontekście. Wtedy stanowi również „dobre” narzędzie wizerunkowego etykietowania grup, jak marketingu czy reklamy.

²² Ekologia to według pierwotnego określenia E. Haeckela z 1866 roku „nauka o relacjach organizmu z otaczającym światem zewnętrznym”; później precyzyjniej zdefiniowana przez C. Krebsa jako „naukowe badanie współoddziaływań, które decydują o rozprzestrzenianiu i abundancji [liczebność populacji – A.S.] organizmów” (za: Brockhaus 2019).

Przykładem z obszaru wizerunkowego mogą być wypowiedzi medialne osób angażujących się w ochronę środowiska lub nastawienia manifestujące się na przykład w komentarzach czy danych uzyskanych za pomocą badań ankietowych dotyczących wizerunku ekologów, „ekologistów”, aktywistów ekologicznych lub subkultury „eko”. Przykładowe polskie badania w tym zakresie przedstawia Ariadna Ciążęła (2015), omawiająca wizerunek ekologów w mediach, między innymi na tle konfliktów w roku 2007 dotyczących budowy obwodnicy, której trasa miała przebiegać przez teren podlegający ochronie.

Popularne stało się w tym czasie określanie ekologów mianem „oszołomów”. „Oszołom” to słowo powszechnie używane w języku potocznym. Zgodnie z internetowym Słownikiem Języka Polskiego PWN oznacza ono „człowieka ślepo podporządkowanego jakiejś idei i wierzącego w nią bezgranicznie” lub „kogoś zachowującego się nienormalnie” [...] (Ciążęła 2015: 69).

Pojęcie, jak widać, na powierzchni może służyć denormalizacji (charakteryzuje jakieś zachowanie jako nienormalne), a równocześnie funkcjonalnie może być narzędziem komunikacyjnej asymilacji zjawisk i służyć do ich normalizacji w komunikacji, w takim sensie, że generowane są możliwości odniesień do zachowań, które przedtem nie były nawiązywalne, a teraz ukierunkowane zostały odpowiednio do ich pozycji względem zakładanej normalności.

Przykładem zastosowania i asymilacji tego pojęcia na obszarze komunikacji rynkowej mogą być takie slogany jak „ekologiczna pralnia chemiczna” lub napis „skóra ekologiczna” na metce sztucznej tapicerki kanapy. Ta ostatnia wyprodukowana została nie tylko za pomocą kompleksowych chemicznych procesów realizowanych poza naturalnym systemem ekologicznym, lecz staje się niebiodegradowalnym odpadem, zwłaszcza jeśli rozleci się po stosunkowo krótkim czasie używania, co może nawet spowodować, że cała sofa zostanie wyrzucona, skoro zakup nowej wymaga mniejszego wydatku niż jej odnowienie. W obu sytuacjach (procesy normalizacyjne oraz generowanie wizerunku i rynku) pojęcie potencjalnie traci początkowy sens, zgodnie z którym reprezentowało przemyślaną koncepcję

traktowania procesów życiowych, a równocześnie zyskuje sens z perspektywy wewnętrznej w formie normalizującej strategii asymilacji (wizerunek) lub argumentu sprzedaży (rynek).

Również komunikacyjne przesunięcie praktycznie podejmowanych działań w zakresie ekologii do odpowiedniej niszy subkulturowej nie jest jedynie historyczną ciekawostką, lecz do dziś stanowi jeden z zasadniczych problemów i wyzwań stojących przed projektowaniem zmian. Przykładem z Niemiec mogą być akcje protestacyjne przeciwko karczowaniu ostatniego kawałka jednego z najstarszych lasów w kraju (*Hambacher Forst*) na rzecz zaplanowanego już kilkadziesiąt lat temu wydobywania węgla brunatnego w tym miejscu przez koncern RWE, co w obliczu celów polityki klimatycznej jest co najmniej wątpliwe. Tak zwani aktywiści – mieszkający od lat przed tym lasem, na terenie udostępnianym im przez prywatną osobę, a w trakcie akcji protestacyjnych przebywający w domkach na drzewach w samym lesie – prowadzą egzystencję właściwie poza społeczeństwem, do czego zmusza ich to społeczeństwo oraz jego regulacje prawne i egzekutywa (na przykład policja). Fizyczne podstawy tej – jedynie komunikacyjnie znormalizowanej (przez określenia typu: aktywiści, okupanci), ale z punktu widzenia społeczeństwa nienormalnej – egzystencji są stale niszczone, kiedy dochodzi do kolejnych akcji ze strony koncernu RWE, który jako właściciel terenu leśnego prawnie musi być wspierany przez państwowe instytucje (policję). Przeciwno wykarczowaniu lasu protestują natomiast co jakiś czas w dość dużej liczbie również inni (tak zwani zwykli) ludzie, na co dzień pozostający w znormalizowanym społecznie otoczeniu. Ich protesty muszą się jednak odbywać na tle procedur zinstytucjonalizowanych komunikacyjnie (prawnie i administracyjnie, przez demonstracje wcześniej zgłaszane w urzędzie itp.). Możliwe efekty na poziomie działań są jednak praktycznie niwelowane z powodu ich integracji w obszar normalności, to znaczy ograniczone do sfery symbolicznej, i nie produkują skutków w sferze działań. Pozostają na poziomie komunikacji, na którym ktoś „mówi coś przeciwko” danemu x, co jednak nie przeszkadza zinstytucjonalizowanym procesom w ich przebieganiu. Tylko interwencja ze

strony zinstytucjonalizowanych struktur wywołuje bezpośrednio konsekwencje na poziomie działań; a to wymaga czasu²³.

Można więc skonstatować, że pojęcie 'ekologii' na poziomie naukowym stanowi jedno z kluczowych podejść generujących koncepcyjne i strategiczne tło projektowania transformacji. Stosując je w roli nazwy lub hasła na poziomie komunikacji i interdyskursu, należy liczyć się z tym i być świadomym tego, że podlega(ło) ono licznym reinterpretacjom w odniesieniu do normalizacji i asymilacji, co z kolei należy uwzględnić przy projektowaniu komunikacji.

→ O analiza przesłanek komunikacji i normalności; O zrównoważony rozwój

O ekonomia dobra wspólnego (*Gemeinwohl-Ökonomie*)

Koncepcja ta jest szeroko i systematycznie opracowana, dotyczy idei uprawiania gospodarki i mierzenia jej powodzenia na mocy innych niż dotychczas, społecznie ukierunkowanych wskaźników. Została ona opracowana przez Christiana Felbera i jest praktycznie stosowana w różnym zakresie, głównie regionalnie, w wielu krajach europejskich i na świecie, na przykład w Austrii (punkt wyjścia ruchu), Hiszpanii, Niemczech, Włoszech czy Wielkiej Brytanii. Od momentu startu w 2010 roku do ruchu dołączyło (według informacji na stronie internetowej) kilka tysięcy osób, które komunikują ideę publicznie, wspierają firmy i gminy mające na celu dobro wspólne oraz pracują w kierunku politycznego zakotwiczenia tej koncepcji. Ponad 2000 przedsiębiorstw wspiera ideę, 400 z nich sporządziło już raporty w tym zakresie lub/i jest członkami stosownych towarzystw²⁴. Przedsiębiorstwa, gminy i instytucje

²³ Obecnie prace są przerwane, gdyż w październiku 2018 roku Naczelny Sąd Administracyjny wydał decyzję w trybie nagłym, zgodnie z którą karczowanie tego lasu nie jest stosowne. Nie oznacza to jednak końca historii, gdyż z perspektywy prawnej chodzi jedynie o to, że uzasadnienie karczowania lasu nie zostało przez koncern sformułowane w sposób prawnie zadowalający, na przykład jako konieczne z uwagi na sytuację energetyczną kraju i/lub dobro powszechnie (zob. Kalenderblätter, *Hintergrund* 2018, 4: 64).

²⁴ Zob. <https://www.ecogood.org/de/> oraz Felber 2012. Autor zajmuje się też kwestią etycznego działania banków i handlu światowego oraz alternatywami dla umów

edukacyjne biorące udział w tym modelu bilansują swoją działalność (na razie dodatkowo, to znaczy obok „normalnie” stosowanych wskaźników) według kryteriów odnoszących się do dobra wspólnego, budując w ten sposób perspektywicznie system ekonomiczny oparty na wspólnie generowanych i ustalonych wartościach. Jednostki biorące w tym udział organizują się w towarzystwie wspierającym ekonomię dobra wspólnego (Verein zur Förderung der Gemeinwohl-Ökonomie); raporty i sprawozdania z działalności w zakresie ekonomii dobra wspólnego są ewaluowane zewnątrz oraz opublikowane, tak że proces implementacji idei w działalność podlega społecznej obserwacji i kontroli.

Podejście to jest o tyle ciekawe, że z jednej strony opiera się na systematycznej analizie aktualnie istniejących zjawisk utrudniających wprowadzenie czegoś nowego czy sprzecznych z wyżej określonym celem ogólnym, a z drugiej oferuje konkretne strategie i praktyczne wskazówki w zakresie realizacji zmian. Stanowi w związku z tym nie tylko przykład narzędzia generowania potrzebnego, według Welzera, poczucia własnej sprawczości, lecz także może być punktem wyjścia do szczegółowych badań normalizacji i komunikacji. Szerzej rzecz ujmując, model ekonomii dobra wspólnego usytuować można w kontekście ekonomii społecznej (też: gospodarka/przedsiębiorczość społeczna)²⁵.

→ O analiza przesłanek komunikacji i normalności; □ regionalizacja; □ rezyliencja; O zrównoważony rozwój

O ekonomia po wzroście gospodarczym

(Postwachstumsökonomie)

Opracowania na temat ekonomii po wzroście gospodarczym zajmują się, ogólnie rzecz biorąc, poszukiwaniem odpowiedzi na pytanie, jak

i organizacji takich jak TTIP czy WTO (Felber 2017a). Krótki przegląd istotnych możliwości – innych niż dotychczas funkcjonujących – kryteriów i strategii w tym kontekście – zob. Felber 2017b; ogólnie zob. też <http://www.christian-felber.at> [12.03.2019].

²⁵ Zob. <http://www.ekonomiaspoleczna.pl> oraz *Research Network for Social Enterprise*, <http://www.emes.net> [12.03.2019].

mogłyby wyglądać społeczeństwa po erze orientacji na wzrost gospodarczy²⁶. Wychodzi się przy tym od analizy stanu zastanego oraz aktualnej problematyki społecznej i ekologicznej, po czym rozważa możliwości innej organizacji relacji społecznych oraz gospodarczych, nadal jednak gwarantujących dobrobyt i zadowolenie, tyle że na innych zasadach – uniezależniając się od obecnie funkcjonujących przymusów. Newralgicznym punktem jest konstatacja, że stały i wykładniczy (!) wzrost w sytuacji skończonej ilości zasobów (w ramach tak zwanych granic planetarnych) jest nie tylko fizycznie niemożliwy, lecz związana z nim dynamika produkuje również, by tak rzec, „po drodze” poważne problemy, a ich kompleksowe efekty widoczne będą dopiero dla przyszłych pokoleń, którym (obok aktualnie powstających niesprawiedliwości w skali globalnej) już dziś odbiera się podstawy życia. Próby generowania wzrostu bez powstawania szkód ekologicznych skazane są na porażkę, gdyż na dłuższą metę i na ogół prowadzą do zwiększonej skali ekstraktywizmu. W opracowaniach na temat ekonomii po wzroście gospodarczym wskazuje na to nie tylko analiza systemowych zależności i mechanizmów gospodarczych (na przykład efekt *rebound*; zob. Paech 2016: 71), lecz także diagnoza komunikacji oraz procedur asymilacji i normalizacji w jej ramach, które stabilizują (jak długo się da) obecnie istniejące zjawiska, pomijając możliwość ich wymiany na inne (zob. hasło ‘zielony wzrost’).

Dlatego postuluje się przemyślenie „alternatywnych programów ekonomii po wzroście gospodarczym”, które z jednej strony wymagałyby drastycznej redukcji produkcji przemysłowej, a z drugiej doprowadziłyby do wzmocnienia stabilności społeczeństwa w zakresie rezyliencji i umiejętności umożliwiających samodzielne gwarantowanie warunków życiowych oraz zaoferowałyby przy tym nawet powstanie wyższego poziomu samospelnienia (zob. Paech 2016: 11).

²⁶ O kwestii wzrostu na tle designu transformacji i zrównoważonego rozwoju – zob. na przykład Jackson 2017; Latouche 2006; Seidl, Zahrnt 2010. Tym tematem zajmuje się również wiele inicjatyw, kongresów itp. Zob. na przykład <http://www.postwachstum.de>; <http://www.degrowth.info>; postwzrost.wordpress.com (Augustyn 2014) [12.03.2019].

Model takiego przejścia do zasadniczo odmiennej formy organizacji społeczeństwa i gospodarki przewiduje między innymi inny podział czasu pracy, w którym tylko połowa pozostającego do dyspozycji czasu byłaby poświęcana „klasycznym” formom pracy zarobkowej (sfera monetarna), a druga stałaby się niezależna od sfery komercyjnej (Paech 2016: 151). W tej drugiej połowie czasu powstałyby zatem szersze (czy w ogóle jakieś) możliwości samodzielnego i niezależnego od globalnorynkowych struktur zajmowania się wytwarzaniem tego, co Paech postuluje jako subsystemę oraz wystarczalność. Ta ostatnia została omówiona w modelu zrównoważoności; subsystemcja natomiast oznacza zastępowanie części globalnych procesów produkcyjno-rynkowych oraz wynikających z nich zależności własną działalnością w skali lokalnej, nad którą samemu ma się kontrolę – w myśl maksymy, że każdy z nas coś potrafi, a zatem można się tym (nieodpłatnie) dzielić. Subsystemcja polega więc na tym, aby możliwie dużo zadań społecznych i produkcyjnych sprowadzić znowu do poziomu regionalnego i lokalnego, jak na przykład: wspólne korzystanie z dóbr, formy bezpośredniego wymieniać się usługami w sieciach społecznych i sąsiedzkich, formy produkcji w takim ‘mikro’zakresie (żywność, rzemiosło, edukacja). Nacisk kładziony jest więc zarówno na praktyczne zastosowanie strategii subsystemcji i wystarczalności na poziomie indywidualnym, na rozbudowanie regionalnej ekonomii, jak i na przebudowanie tych zależności, które pozostałyby w sektorze globalnym (na przykład produkcja typu *high-tech*), na korzyść zrównoważonych form gospodarki i handlu. Patrząc perspektywicznie, ekonomia po wzroście gospodarczym wiąże się również ze zmianą roli i funkcji pieniędzy w społeczeństwie. Dzięki odsprężeniu czasu pracy zarobkowej od czasu własnej pracy znaczenie pieniędzy zostałoby zredukowane; tu pojawiają się odniesienia do koncepcji świata bez pieniędzy.

Model ekonomii po wzroście gospodarczym jest przy tym nie tylko uzasadniany analitycznie, lecz został już tak szczegółowo i konkretnie opracowany, że na wielu obszarach jego elementy są już realizowane w skali lokalnej lub regionalnej właśnie. Wbrew pozorom

nie mamy więc do czynienia z utopią pozbawioną realnych odniesień, gdyż zarówno *repair cafes*, wspólne uprawianie roślin (warzyw i owoców) przy *urban gardening*, jak i różne strategie redukcji, jak na przykład modele pieniędzy regionalnych, zaliczyć trzeba do obszaru aktywności, które odbywają się na tle ogólnego modelu reduktywnej moderny oraz przystają do postulatów ekonomii po wzroście gospodarczym. Z perspektywy badań komunikacji dyskusja o problemach ogólnych oraz praktycznych zastosowaniach z obszaru ekonomii po wzroście gospodarczym jest przykładem asymilacji kolejnej irytacji systemu w odniesieniu do komunikacji i funkcjonujących w niej aktualnie normalności. Temat bowiem manifestuje się – a działania odbywają się – głównie w kręgach zainteresowanych tą kwestią i wprawdzie oddziałują, zwłaszcza przez praktyczne zastosowania, w skali lokalnej oraz stanowią temat licznych (aczkolwiek raczej lokalnych znowu) relacji medialnych, jednak nie przynoszą (może jak na razie) większych efektów w wymiarze ogólnospołecznym, o globalnym nie wspominając. Jeśli chodzi o zjawiska zidentyfikowane jako problematyczne (wzrost gospodarczy itp.), to nadal stanowią one niekwestionowaną podstawę, funkcjonującą nie tylko w postaci zwinizowanej, lecz także bywają one bronione jako „spoiwo społeczeństwa otwartego”²⁷. W takiej argumentacji jednak dobrobyt (jakoby osiągnęty wzrostem) i sprawiedliwe formy jego produkcji w skali globalnej mylone są z aktualnie funkcjonującym trybem podziału ładu powstałego w rezultacie eksploatacji zasobów planety przez uprzywilejowaną część niektórych społeczeństw. W przeciwieństwie do takich argumentacji, postulujących utrzymanie się dotychczas stosowanych zasad, a ignorujących przy tej okazji już zidentyfikowane problemy globalne, model gospodarki po wzroście gospodarczym jest – nawet jeśli można i trzeba go oczywiście krytycznie omawiać – kolejnym elementem przyczyniającym się do budowania rezylencji i do praktycznej implementacji aktywności wychodzących od zasadniczo zmienionych założeń normalnościowych

²⁷ Zob. Reiermann 2018.

z uwagi na problem dotyczący tego, jak zorganizować społeczeństwo i relacje gospodarcze.

→ □* minimalizm, redukcja; ○ reduktywna moderna; □ regionalizacja; ○ zrównoważony rozwój

○ energia odnawialna / badania na temat produkcji energii zrównoważonej

Pojęcie ‘energii odnawialnej’ w oderwaniu od szerszych kontekstów może stać się problematyczne na poziomie komunikacji, choć badania na temat form i możliwości produkcji energii za pomocą „odnawialnych” źródeł są niezbędnym elementem przejścia do zrównoważonej moderny. Dostarczają one praktycznie stosowalnej wiedzy uzyskanej na podstawie naukowej systematyki oraz, jeśli są prowadzone szeroko, pozwalają opracować gamę możliwości realizacyjnych, które z kolei mogą zagwarantować rozwój i funkcjonowanie społeczeństwa również w sytuacji, kiedy jedno z rozwiązań okazałoby się problematyczne z powodu nieprzewidzianych efektów ubocznych (co stanowi normalny bieg rzeczy). Samo przejście na takie formy energii zdaje się nieuniknione. Można tego kroku oczywiście nie podejmować, będzie to jednak miało (dla ludzkości) stosunkowo wysoką cenę, o czym również wiemy od dłuższego czasu. Wykorzystanie zasobów kopalnych (ropa, węgiel, gaz), z których dotychczas czerpana jest energia, i związane z tym emisje CO₂ są główną przyczyną procesu globalnego ocieplenia (do tego dochodzą inne czynniki i efekty oraz inne gazy cieplarniane, między innymi metan i tlenek azotu)²⁸.

Z punktu widzenia analizy i projektowania komunikacji istotne jest zwrócenie uwagi na to, że energia zrównoważona czy odnawialna sama w sobie nie jest rozwiązaniem na „wszystko”, ponieważ jako taka nie ingeruje w fundamentalne struktury organizacyjne, którym dostarcza energię i których funkcjonowanie umożliwia. Energia jest,

²⁸ Zob. <http://naukaoklimacie.pl/fakty-i-mity/mit-co2-poswieca-sie-za-duzo-uwagi-w-porownaniu-z-innymi-czynnikami-92> [22.04.2019].

by tak rzec, indyferentna treściowo (podobnie jak mechanizm komunikacji). A zatem kiedy chce się tylko przejść na energię odnawialną, nie zmieniając innych aspektów systemowych, produkujących coraz większe zapotrzebowanie na energię (również tu mamy do czynienia ze wzrostem wykładniczym), wtedy problemy jedynie się perpetuują, tyle że na poziomie produkcji energii odnawialnej. Skuteczna produkcja dużych ilości energii odnawialnej przyczynia się w obecnych warunkach do wzrostu skali problemów, gdyż energia ta będzie nie tylko tak samo jak każda inna wykorzystana w systemie opartym na ekstraktywizmie modelu ciągłego wzrostu itd. (zob. Welzer 2016: 22–26), lecz także sama – jak wszystko inne – wymaga znacznych nakładów energetycznych i materiałowych.

Jednym z podstawowych problemów jest to, że niektóre surowce wykorzystywane do produkcji energii odnawialnej jednocześnie są lub mogą być żywnością. Tym samym powstaje konkurencja o tereny dostępne dla produkcji rolnej²⁹. Ponadto zarówno energia „odnawialna” uzyskana z roślin uprawianych w tym celu, jak i inne formy jej produkcji (na przykład wiatraki, panele słoneczne itd.) zajmują powierzchnię oraz zużywają zasoby naturalne i materiałowe, gdyż wymagają konstrukcji urządzeń i odpowiedniej infrastruktury. Zagospodarowana w tym celu przestrzeń wyjęta jest z naturalnego ekosystemu i już nie funkcjonuje jako teren wchłaniający dwutlenek węgla (tak jak lasy, które pełnią funkcję naturalnego magazynu dużych ilości CO₂ przez długi czas). Istnieje szereg ciekawych podejść uwzględniających tego typu podstawowe problemy, niemniej jednak szersza dyskusja na temat energii odnawialnej nierzadko je ignoruje i wspiera iluzję, że zmiana ogólnie przyjętych praktyk i zasad nie będzie potrzebna.

Skoro przejście na inne formy wytwarzania energii jest nieuniknione, dziedziny nauki zajmujące się badaniem możliwości w zakresie zrównoważonych form produkcji energii mogą dostarczyć ważnych

²⁹ Szczególnie ciekawa kwestia (jeszcze rzadziej obecna w dyskusji medialnej) to energia potrzebna do produkcji żywności, bez której się nie obędziemy – rolnictwo obecnie jest zależne w prawie stu procentach od energii kopalnej i wciąż mało inwestuje się w opracowanie innych rozwiązań.

podstaw, aby zmiana w ogóle stała się możliwa. Badając interdyscyplinarne dyskusje dotyczące tego tematu, sprawdzić można, czy oraz w jaki sposób krytyczne aspekty zagadnienia i kwestia niechcianych efektów ubocznych są uwzględniane lub dlaczego oraz gdzie się nie pojawiają. Brak uwzględnienia perspektywy holistycznej jest bowiem problemem powstającym na poziomie ogólnospołecznym, czyli w interdyscyplinie. W nauce natomiast perspektywa systemowa naturalnie wynika z charakteru samej nauki. Oznacza to między innymi uwzględnienie i systematyczne badanie czynników mogących wpłynąć na rozprzestrzenienie się energii odnawialnej oraz formułowanie na tej podstawie strategii polityki i gospodarki³⁰. Z perspektywy nauki o komunikacji natomiast temat jest wciąż mało zbadany; warto zatem takie badania podjąć, obserwować manifestację problemu energii odnawialnej empirycznie na tle koncepcji normalności i analizować procedury normalizacyjne stosowane w trakcie przechodzenia tej problematyki do interdyscypliny i jej asymilacji.

→ analiza przesłanek komunikacji i normalności; bilans/ ślad ekologiczny; zrównoważony rozwój

fair trade

Idea *fair trade* (tu w sensie ogólnej idei sprawiedliwego handlu) odnosi się do stosowania zasady *fairness* zarówno w handlu, jak i przy wytwarzaniu dóbr konsumpcyjnych, czyli do uwzględniania kryteriów społecznych i ekologicznych. Korzenie ma ona między innymi w organizacjach poruszających problematykę „światowej sprawiedliwości”, wyrosłych z kolei z ruchu pokojowego; w organizacjach aktywnych na przykład w Niemczech, szczególnie w latach 80. XX wieku, które założyły tak zwane sklepy światowe (*Weltläden*), gdzie można było kupować za uczciwe ceny bezpośrednio do tych sklepów sprowadzane

³⁰ Zob. na przykład: „*Why does renewable energy diffuse so slowly? A review of innovation system problems*” (Negro i in. 2012); „*The unstudied barriers to widespread renewable energy deployment: Fossil fuel price responses*” (Foster i in. 2017).

produkty (kawa, herbata, wyroby rzemiosła) z tak zwanych wówczas krajów Trzeciego Świata. W tym kontekście powstały niektóre do dziś funkcjonujące etykiety i certyfikaty przyznawane *fair* produkowanym i oferowanym produktom³¹.

W międzyczasie powstała też jednak duża liczba innych działań/ inicjatyw kojarzonych z tym pojęciem. W zależności od tego, przez kogo są one inicjowane i jak w szczegółach się je kształtuje, mogą stanowić dalszy ciąg strategii tworzących tradycję tych ruchów³² lub być narzędziem PR-owym, za pomocą którego reaguje się na medialną skandalizację własnych zachowań rynkowych. Niekiedy koncerny bowiem dopiero w reakcji na krytyczną tematyzację problemów w dyskursie publicznym tworzą własne znaki w zakresie *fair trade* (lub „eko“). Dlatego warto odróżniać inicjatywy szersze i niezależne od takich, które są jedynie lub przeważnie narzędziem wizerunkowym danej firmy czy branży. Przy czym nie chodzi (mi) tutaj o to, by generalnie stygmatyzować wszystkie działania ze strony koncernów jako swego rodzaju *greenwashing* w obszarze społecznym, lecz – wręcz przeciwnie – o wskazanie na systemowe mechanizmy, które w konkretnym działaniu idei *fair trade* w kontekście szerszej dynamiki rynku mogą spowodować, że pierwotna idea znajdzie się w tle i zostanie przestonięta przez inne interesy. Z tego powodu wspomnę tu tylko o niektórych aspektach idei certyfikatów dotyczących

³¹ Inicjatywy, które przyznają znaki i certyfikaty w zakresie *fair trade*, połączyły się między innymi w międzynarodowej organizacji Fairtrade International / Fairtrade Labeling Organizations International (FLO); inne znaki w tym zakresie przyznaje World Fair Trade Organization (WFTO). Dla Polski zob. <https://www.fairtrade.org.pl/> [6.03.2019]. W zakresie odzieży jedną z organizacji zajmujących się wdrażaniem/realizacją kompleksowo opracowanych i monitorowanych zasad produkcji i handlu według reguł *fair* jest Fair Wear Foundation (<http://www.fairwear.org> [10.05.2019]).

³² Do celów *fair trade* oraz standardów ustalonych w tym kontekście należy bezpośredni handel z grupami producentów, bez pośredników, finansowanie produkcji „z góry” oraz budowanie długofalowych relacji między producentem a handlem, co jest realizowane między innymi przez gwarancję minimalnych cen pokrywających koszty produkcji i utrzymania oraz systematyczne wspieranie projektów socjalnych, a także dbanie o zrównoważone i ekologiczne formy produkcji (przy czym certyfikaty w zakresie ekologii stanowią osobny temat).

sprawiedliwego handlu na tle tej dynamiki, gdyż szczegółowa analiza branżowych inicjatyw zrealizowanych dopiero pod wpływem krytycznej interwencji jest złożonym zadaniem, którym trzeba zajmować się osobno. Z jednej strony również takie inicjatywy mogą bez wątpienia prowadzić do pozytywnych rezultatów. Z drugiej jednak mogą się przyczynić do stabilizacji zastanych, nieetycznych strategii rynkowych, ponieważ wprowadza się jedynie fragmentaryczne zmiany kosmetyczne, które zaspokajają preferencje zakupowe niszej publiczności zainteresowanej ofertą *fair* lub „eko”, podczas gdy w globalnym wymiarze nie dochodzi do żadnych zmian. Ten problem obserwować można na przykład w zjawisku *fast fashion*, a także tam, gdzie produkty z bawełny z etykietą *'fair'* (lub *'bio'* itp.) sprzedawane są obok koszulek za 2,50 zł. W ten sposób widoczna staje się centralna właściwość normalizacji w komunikacji – inwizibilizacja lub normalizacja sprzeczności, z którymi wtedy na co dzień żyjemy. Etykieta lub certyfikat wskazujący na to, że dany produkt lub część jego składników produkowane i oferowane są *'fair'*, pokazuje bowiem równocześnie, że właśnie to przy innych produktach (większej części produktów oferowanych obok, niekiedy w tym samym sklepie) zasadniczo nie występuje. W perspektywie analitycznej na tej podstawie widoczne staje się to, co zazwyczaj ukryte jest za kompleksowymi i globalnymi łańcuchami produkcji oraz handlu, a w komunikacji się nie pojawia. Żeby się natomiast pojawiło, trzeba to przedtem w skomplikowany sposób wydobyć na światło dzienne, co ponownie należy uzasadnić, zatem jest to mniej prawdopodobne niż niekommentowane dzianie się procedur sytuujących się na poziomie normalności, które inwizibilizują i pomijają problematyczne, a dla konsumenta niewygodne tła. Normalność stabilizuje się tu – jak zwykle – sama.

Równocześnie w ramach asymilacji i normalizacji etykiet dotyczących sprawiedliwego handlu pojawiły się tendencje sprzeczne z ich ideą podstawową. I tak na przykład przy niektórych produktach oraz pewnych znakach wystarcza, że produkt ma jeden (nierzadko nieistotny) *fair* oferowany składnik (na przykład część cukru wchodzącego w skład produktu), aby mógł on mieć odpowiedni napis. Jest to jednak zależne

od leżących u podstaw kryteriów, a certyfikaty i produkty trzeba zawsze widzieć w ich kontekście³³. Powodem takiego podejścia była między innymi próba umożliwienia producentom wyrobów produkowanych *fair* udziału w procesach rynkowych. Ważne jest to tam, gdzie w stu procentach *fair* wytworzony i oferowany produkt nie byłby w ogóle możliwy do wyprodukowania lub byłby, ale tylko przy dużych nakładach i w rezultacie stałby się zbyt drogi, by konkurować na rynku, który funkcjonuje normalnie (czyli w warunkach nie-*fair*) i oferuje tanie produkty. Rezultatem takiej strategii jest jednak to, że certyfikaty pojawiają się również na towarach, które tylko częściowo produkowane są według kryteriów *fair trade*. Widzimy zatem, że stosowane w praktyce sensowne koncepty na dłuższą metę wymagają jednak zasadniczej systemowej zmiany, aby na skutek procesów normalizacyjnych nie zostały wprowadzone w zastany system. Kolejny problem polega na tym, że sama idea może na tym tle podlegać medialnej skandalizacji (aby to empirycznie udokumentować, wystarczy krótki przegląd wyników wyszukiwania hasła 'kłamstwo fair trade' w różnych językach), a tym samym może zostać zdyskredytowana.

Na pytanie, czy idea *fair trade* może być sensowna niezależnie od problemów na obszarze trzeciej rzeczywistości i systemowych trudności na poziomie 'makro', z powodu kompleksowości zagadnienia trudno jednoznacznie odpowiedzieć. Z jednej strony koncepcja *fair trade*, wprowadzenie certyfikatów i praktyczne zastosowanie wypracowanych kryteriów, mimo zasadniczych problemów miały niezliczoną ilość konkretnych pozytywnych oddziaływań na ludzi, którzy poza horyzontem konsumentów w Europie produkują dobra konsumpcyjne. Z drugiej strony z szerokiej systemowej perspektywy wskazuje się na nadal istniejące i zasadniczo niesprawiedliwe struktury handlowe, za pomocą których kraje południowe są wyzyskiwane jako eksporterzy surowców. Stosowne relacje handlowe, dzięki którym Północ – dodatkowo przez

³³ I tak na przykład kawa musi być w stu procentach *fair trade*, aby otrzymać certyfikat; kakao natomiast już nie – zob. <http://www.ndr.de/ratgeber/verbraucher/Fairtrade-Lebensmittel-Schummel,fairtrade268.html> [6.03.2019].

otwarcie rynków (na przykład krajów afrykańskich) – wprowadza na te rynki swoje, nierzadko wysoko subwencjonowane, produkty, cementowane są również przez odpowiednio ukierunkowane umowy handlowe, tak że w krajach Południa nie mogą powstać własne, wytrzymałe struktury gospodarcze i rynkowe. Ekonomista Ndongo Samba Sylla (2014) w odniesieniu do tej sytuacji krytykuje ideę *fair trade* jako niewystarczającą i niedotykającą głębszych problemów.

Trzeba zdać sobie sprawę z tego, że ruch *fair trade* powstał w kontekście lat 80. XX wieku. W czasie zatem, w którym struktury handlowe w procesie neoliberalizmu w wymiarze światowym zostały zliberalizowane. Dlatego mówię – bogate kraje muszą nareszcie brać poważnie swą odpowiedzialność i zmienić te niesprawiedliwe struktury handlowe. Weźmy przykład czekolady. Szwajcaria, Belgia lub Francja produkują czekoladę. Ale zamykają swoje rynki tak, że kraje na południu eksportować mogą tylko surowe kakao. To jest nie tylko neoliberalne, to cementuje też niesprawiedliwe struktury. Jak długo to tak będzie, handel według zasady *fair* pozostanie nadal kroplą w morzu. [...] Dlatego to co prawda dobrze, że kupuje się w supermarkecie produkty *fair trade*. Ale ważniejsze byłoby wstać i powiedzieć, że nie chcemy tych niesprawiedliwych struktur (Sylla 2018³⁴).

Zasadniczo w takiej perspektywie dobra idea prowadzi do tego, że problemy się nie zmniejszają, lecz perpetuują, ponieważ konsumenci kupują sobie czyste sumienie, zamiast zauważyć podstawowe niesprawiedliwości i przeciwko nim protestować. Ponadto chodzi tutaj jednak o problem możliwości – o możliwość wpływu na różnych poziomach i możliwość spowodowania zmian. Niemiecka organizacja *fair trade* argumentuje więc – też słusznie – że krytyka Sylli dotyczy obszarów, które leżą poza jej możliwościami wpływu i ideą *fair trade*, a równocześnie szczegółowo wyjaśnia, jak i dlaczego inicjatywy *fair trade* starają się wprowadzić zmiany od dołu, przez budowę i pielęgnowanie bezpośrednich relacji handlowych³⁵.

³⁴ Zob. <http://www.srf.ch/kultur/gesellschaft-religion/kritik-an-fairtrade-wie-fair-ist-fairtrade-wirklich> [6.03.2019].

³⁵ Stanowisko związku Fairtrade w Niemczech wobec książki Sylli znaleźć można tutaj: <http://www.fairtrade-deutschland.de/faq/stellungnahme-zum-buch-the-fair-trade-scandal.html> [6.03.2019].

W tym sensie chodzi – znowu w obszarze komunikacji i na tle transformation design – również o to, by przynajmniej pokazać (między innymi dużym koncernom, ale też polityce), że da się inaczej. Także na dotychczas dalece zaniedbanym obszarze produkcji urządzeń elektronicznych od lat demonstrowane są inne możliwości działania (zob. firmy takie jak Fairphone, Shift)³⁶.

Celem nie jest przejście rynku, lecz zmiana warunków na nim panujących. Chcemy więc doprowadzić Apple i Samsunga do tego, by inaczej produkowały. W tym celu musimy przede wszystkim pokazać, że istnieje rynek dla bardziej zrównoważonych produktów (F. Hühne, przedstawiciel PR dla Fairphone, za: Zajonz 2018).

Taka strategia nie rozwiązuje co prawda zasadniczych problemów systemowych, ma jednak tę zaletę, że w jej ramach można w ogóle zacząć działać.

→ □ certyfikaty; * ruch pokojowy; ○ zrównoważony rozwój

* *food sharing*

Food sharing jest nazwą zbiorczą dotyczącą różnych działań podejmowanych w celu zapobiegania wyrzucaniu żywności, najczęściej prowadzonych w wymiarze lokalnym, w danej społeczności (studentkiej, sąsiedzkiej itd.)³⁷. Temat ten jest szczegółowo omówiony oraz przeanalizowany z perspektywy badań komunikacji w haśle ‘ratowanie jedzenia’. Obecnie polskie inicjatywy w zakresie *food sharing* znaleźć

³⁶ Zob. <http://www.fairphone.com>, <http://www.shiftphones.com>; prezentacja problematyki *fair trade* na tle działalności obu firm – zob. Zajonz 2018 [6.03.2019]. Decydującą strategią tej branży (smartfony) jest ponadto dążenie do systematycznego zamknięcia cyklu produkcji i użytkowania urządzeń (zob. punkt ‘*reduce, repair, recycle*’).

³⁷ Zob. na przykład <https://gazetawroclawska.pl/studenci-dziela-sie-jedzeniem-w-lodowce-czeka-obiad-za-darmo/ar/11554488#wiadomosci> [27.02.2019]. Głównie facebookowe strony internetowe inicjatyw funkcjonujących w czasie przygotowania niniejszej publikacji oraz dalsze informacje znaleźć można między innymi pod hasłami ‘*food sharing/jadłodzielnia*’ i nazwami miast (między innymi: Wrocław, Trójmiasto, Łódź, Opole, Lublin).

można między innymi w zasobach internetu pod hasłem ‘jadłodziel-
nia’. Większość z nich prezentuje i organizuje się na Facebooku, i nie
ma własnych ogólnodostępnych stron internetowych (zob. również
hasło ‘pomoc sąsiedzka’). Z punktu widzenia projektowania komuni-
kacji takie postępowanie jest o tyle wątpliwe, że nie tylko ogranicza
grono odbiorców, lecz także własne możliwości autonomicznego
organizowania się w ramach danego ruchu. Wskazuje ono również
na ogólne zjawisko *shifting baselines* (tu: z uwagi na wybierane me-
dia i kanały komunikacji), to znaczy przesuwania się „bazowych ho-
ryzontów”, a co za tym idzie – dostrzeganych możliwości, w relacji
do biografii medialnej (zob. Siemes 2017c). Abstrahując od tych –
niewykluczone, że przejściowych – problemów w zakresie strategii
medialnych, *food sharing* stanowi jeden z modeli nadających się do
bezpośredniej realizacji w oddolnych inicjatywach, niewymagających
wyrafinowanej pracy administracyjnej oraz wpływających w sposób
bezpośredni na zachowania i działania osób w tym uczestniczących.

→ * freeganizm; * ratowanie jedzenia; □* redystrybucja to-
warów, wymiana

* freeganizm

Polega na „ratowaniu” wyrzucanej żywności (na przykład do kontene-
rów hipermarketów³⁸) i wykorzystaniu jej w takich celach, w jakich zo-
stała wyprodukowana – czyli do zjedzenia lub udostępnienia komuś,
kto chciałby ją zjeść. Z uwagi na regulacje prawne freeganizm (w tej
oddolnej formie) porusza się najczęściej w (co najmniej) szarej strefie
prawa, między tym, co jest formalnie nielegalne, ale (czasem) tolero-
wane czy umyślnie przeoczone, a tym, co jest ścigane przez stosowne
instytucje społeczne i co staje się następnie przedmiotem postępo-
wań sądowych. To zderzenie obszarów i założeń normalnościowych

³⁸ Stąd pokrewne określenia działalności oraz osób ją uprawiających, na przykład kon-
tenerowcy, *dumpster diving* (ang.) czy też *containern* (niemiecki czasownik utworzony
na bazie słowa ‘*container*’) oraz określenie *Essensretter* (ratownik jedzenia) w języku
niemieckim.

odzwierciedla się również na poziomie interdyskursu, na przykład kiedy zjawisko to komentowane jest w zinstytucjonalizowanych mediach w odniesieniu do konkretnych przypadków. Ilustruje to choćby artykuł na temat procesu sądowego w sprawie dwóch młodych kobiet, które po wyjęciu przeterminowanej żywności ze śmietnika supermarketu w Niemczech miały zapłacić karę w wysokości 2400 euro:

Chodzi o budyń czekoladowy za 1,49 euro, kilo jabłek odmiany Gala, filet śledziowy lub sałatę. Łącznie o produkty, które w supermarkecie kosztowałyby około 100 euro. Przed sądem powiatowym Fürstenfeldbruck chodzi jednak w środę o dużo więcej. O etykę, moralność oraz pytanie, czy można po prostu wyrzucać produkty spożywcze. Lub czy nie jest się praktycznie zobowiązanym do ich ratowania. Dwie studentki to zrobiły. Dlatego z powodu szczególnie ciężkiego przypadku kradzieży stoją przed sędzią. Wyrok jest łagodny: osiem godzin pracy społecznej. Oraz 225 euro kary grzywny w zawieszeniu³⁹.

Mamy więc do czynienia z niemal idealnym przykładem elastycznej normalności, w ramach której pewne zachowanie może być jednocześnie niedopuszczalne z punktu widzenia jakiegoś subsystemu (na przykład prawnego), ale mimo to traktuje się je jako akceptowa(l)ne, gdyż na przykład z ogólnospołecznej perspektywy jest sensowne: w wypadku żywności – z uwagi na tak zwany zdrowy rozsądek; w innych sytuacjach – z uwagi na zwiększanie integracji społecznej przez akceptację „odchyleń” od normalności.

W niektórych krajach dopasowano regulacje prawne do korzyści ogólnospołecznych: we Francji w 2016 roku uchwalono ustawę przeciwko marnowaniu żywności, w Czechach wyrzucanie żywności jest zabronione⁴⁰. Niemniej jednak normalizacja tego problemu w komunikacji niekoniecznie zmierza w kierunku jego integracji z zastaną normalnością, lecz przewiduje tylko taką możliwość, na tle elastycznej normalności właśnie.

³⁹ U. Heidenreich, *Essen aus dem Müllcontainer – eine Frage der Moral* [Jedzenie z kontenera na śmieci – kwestia moralności], 30.01.2019, <https://www.sueddeutsche.de/bayern/containern-studentinnen-gericht-1.4309763> [22.04.2019].

⁴⁰ Tamże.

Pomijając sytuację prawną oraz praktykę traktowania konkretnych przypadków, w kwestii szczegółów dyskusji o freeganizmie pozostaje kilka innych ciekawych dla analiz aspektów, odnoszących się do normalności i procedur normalizacyjnych w komunikacji. Ciekawe mogą być strategie argumentacyjne i motywy pojawiające się w dyskusji o tym temacie. Jednym z argumentów (wprowadzonych przede wszystkim przez osoby, które pierwszy raz słyszą o zjawisku) jest bowiem to, że freeganizm nie stanowi „przecież” (normatyw wskazujący na stosowanie przesłanek normalnościowych) sposobu na życie. Ignoruje się przy tym nie tylko to, że osoby uprawiające freeganizm zainteresowane są również (a niekiedy przede wszystkim) tym, by zwracać uwagę na samą problematykę⁴¹, lecz, co gorsza, również to, że sama argumentacja przeciwko freeganizmowi odwraca uwagę od problemu wyjściowego, czyli wyrzucania czegoś, co nie jest śmieciami, ale staje się nimi przez procedury, które sami wprowadziliśmy w świat (społeczny). Produkuje się zatem rzeczywistość społeczną, która na mocy takiej argumentacji jest jeszcze bardziej wspierana i potwierdzana, zamiast poddać ją krytycznej dyskusji. Natomiast osoby zwracające uwagę na problemy, kwestionujące tę rzeczywistość, są krytkowane lub same traktowane jako problem.

→ * *food sharing*; * komunikacja subwersywna; * ratowanie jedzenia; □ * redystrybucja towarów

* *give box*

To ogólnodostępne miejsce przekazywania lub wymiany rzeczy codziennego użytku, które komuś już nie są potrzebne, a innym mogłyby się przydać. Forma realizacji tego pomysłu jest elastyczna oraz zależy w dużym stopniu od możliwości i potrzeb w danym miejscu lub od tego,

⁴¹ Różne platformy podkreślają w zależności od ich ukierunkowania aspekt społeczny, inne skupiają się na podawaniu praktycznych porad i informacji (zob. na przykład <http://dumpstermap.org/> lub <http://trashwiki.org/en/Germany> [22.04.2019]); freeganizm można by zatem widzieć jako formę komunikacji subwersywnej czy też jako element stylu życia.

co w danym otoczeniu jest uznawane za sensowne bądź okazuje się możliwe do realizacji. Nieco okrojona wersję stanowi *book box*, półka czy szafka na książki, które można zostawić, wypożyczyć lub zabrać, stawiana w miejscach dostępnych w pewnych godzinach lub dla określonych odbiorców (na przykład w knajpie, na uniwersytecie) albo w miejscach powszechnie dostępnych (na przykład w starej budce telefonicznej). Inicjatywy tego typu funkcjonują również pod nazwą *bookcrossing*⁴², co przy okazji wskazuje na inne możliwe metody dzielenia się, na przykład proste zostawianie książek *nie* w specjalnie do tego przeznaczonym miejscu, lecz w dowolnym, i umożliwienie potencjalnym czytelnikom swobodne zabieranie sobie lektury.

Give box natomiast przeznaczony jest na nieco szerszą gamę przedmiotów – oprócz książek można na przykład zostawiać mniejsze rzeczy AGD, mały (sprawny) sprzęt elektroniczny, akcesoria, odzież itp., zawsze jednak zgodnie z regułą, że zarówno ich stan, jak i jakość są odpowiednie oraz zachęcające do ich dalszego użytku.

Idea *give boxów* sytuuje się na tle szerszej problematyki wzorów konsumpcji i produkcji, a także związana jest z ogólnym problemem wymiany dóbr oraz budowania wspólnej przestrzeni społecznej i ideowej. W pewnym zakresie stanowi też formę uniezależnienia się od mechanizmów rynku i systemu pieniędzy, nie w ich radykalnej czy wszechobejmującej wersji, lecz w takim sensie, że w kontekstach, w których wykorzystanie nadrzędnych struktur w sumie nie jest konieczne (gdyż można szybciej i z mniejszym nakładem energii załatwić rzeczy bezpośrednio, na miejscu, w danej społeczności), idea ta umożliwi wprowadzanie uproszczonych, społecznie sensownych procedur postępowania.

→ □ * minimalizm, redukcja; * pomoc sąsiedzka; □ * redystrybucja towarów, wymiana; * wymiana produktów...

⁴² Zob. na przykład <https://bookcrossing.pl/> [24.04.2019].

O gospodarka o obiegu zamkniętym

Pojęcie to jest bliskie koncepcji omówionej tu pod nazwą *Cradle to Cradle*, gdyż określa, jak sama nazwa wskazuje, organizację produkcji, handlu i konsumpcji w zamkniętych cyklach. W ten sposób (gdyby taki cel został osiągnięty) zużyte do produkcji surowce i materiały nie stałyby się śmieciami⁴³. Należy jednak zwrócić uwagę na to, że obecne formy gospodarki dalekie są od realizacji tej idei choćby w części. Reklamowanie pomysłu tylko na poziomie komunikacji nie jest zatem wystarczające i może nawet doprowadzić do zjawiska znanego już z innych kontekstów związanych z ochroną środowiska: na poziomie komunikacji generowane jest złudne przekonanie o byciu ekologicznym – skoro posiada się świadomość problematyki i mówi się o niej – ale za tym nie idą konieczne do realizacji tego celu działania. Dla badań komunikacji i analizy procedur normalizacyjnych równie ciekawe są w związku z tym formy komunikacyjnego wprowadzania pojęcia ‘gospodarki o obiegu zamkniętym’ w (inter) dyskurs. Na tle koncepcji normalności w komunikacji chodzi przy tym głównie o sposoby wyjaśniania tego nowego pojęcia oraz o to, jak się na jego rzecz argumentuje – w takim sensie, że jest ono prezentowane jako warte rozważań, dyskusji, stosowania oraz w ogóle staje się „czymś”, o czym można (trzeba, warto) mówić. Dla przykładu krótki cytat z pewnej publikacji:

Circular economy, tłumaczone oficjalnie na język polski jako gospodarka o obiegu zamkniętym (GOZ), to pojęcie, które przebojem wdarto się do słownika europejskiego biznesu, coraz bardziej wypierając przy tym znany, ale już nieco spowszedniały „równoważony rozwój”. Zyskujący na popularności

⁴³ „Gospodarka o Obiegu Zamkniętym stanowi odpowiedź na wyzwania związane z ograniczonym dostępem do surowców naturalnych. W tym nowym podejściu gospodarczym wartość produktów i surowców jest zachowana tak długo, jak jest to możliwe, przy jednoczesnej minimalizacji ilości wytwarzanych odpadów” (<https://www.mr.gov.pl/strony/zadania/reindustrializacja-gospodarki/zrownowazony-rozwoj-gospodarczy/gospodarka-o-obiegu-zamknietym/zespol-do-spraw-gospodarki-o-obiegu-zamknietym/> [17.04.2017]).

GOZ ma być odpowiedzią na wyzwania współczesnego świata, zarówno te ekonomiczne i środowiskowe, jak i społeczne⁴⁴.

Egzemplifikacja ta dobrze ilustruje procesy asymilacji nowego pojęcia w komunikację oraz stosowane przy tym zabiegi normalizacyjne. Po pierwsze, widzimy, jak taki temat może stać się aksjologicznie obojętny (potocznie mówiąc – zostać zepsuty), kiedy wprowadzany jest w określony *frame*⁴⁵ lub scenariusz komunikacyjny i program komunikacji z wykorzystaniem stosownych konceptów, których regułom potem w tym procesie podlega. Tu przedstawiony jest za pomocą typowego słownictwa i slangu branży PR-owej czy biznesu, w strukturze programu komunikacyjnego ‘gospodarka’.

Skoro jedno pojęcie (‘zrównoważony rozwój’) – taka przesłanka wprowadzana jest w wypowiedź – już się zautomatyzowało i przeszło do języka potocznego (stało się elementem interdyskursu), to patrząc na rzecz z perspektywy programu komunikacyjnego ‘gospodarka’ i biznesu, jest ono zużyte, a więc stare, dlatego trzeba je zamienić na coś nowego. Zastosowany został tu koncept nowości, do przedstawienia tematu użyto słownictwa i metafor z obszaru popkultury (przebój, popularność itd.) oraz wykorzystano dyskurs ekspercki („wdarło się do słownika europejskiego biznesu”).

Również za pomocą innych s frazeologizowanych zwrotów (typu „GOZ ma być odpowiedzią na wyzwania”) temat został osadzony na poziomie czysto komunikacyjnym, co jest o tyle wygodne, że nie pojawia się konieczność bezpośredniego działania. Wystarczy zasygnalizować, że mamy jedno zjawisko spośród wielu innych zjawisk, o których się mówi, by nie odczuwać potrzeby podejmowania działań, gdyż pewnie niebawem pojawi się nowe słowo, nowy termin, o którym

⁴⁴ M. Krzyczkowski, Euractiv.pl (2018), *Circular economy, czyli ekonomia zrównoważonego rozwoju*, https://www.euractiv.pl/section/energia-i-srodowisko/special_report/raport-goz/, s. 4; cały raport (pdf): EA-SPECIAL-REPORT-EURACTIV-PL-V01-gospodarka-o-obiegu-zamknietych [11.05.2018].

⁴⁵ Zob. Scheufele 2003; Matthes 2014; Wehling 2016.

można będzie sobie pogadać. Czyli nie chodzi o samo zjawisko, lecz o temat komunikacji.

Idea gospodarki o obiegu zamkniętym nie ma tu pewnie być dyskredytowana ani ja nie chcę lekceważyć cytowanego raportu i stojących za nim dobrych intencji. Na praktyczne możliwości zastosowania idei wskazuje opracowana w latach 80. XX wieku oraz funkcjonująca już w różnych krajach koncepcja *Cradle to Cradle*. Analiza tego przykładowego tekstu stosującego perspektywę, koncepty i konstrukty komunikacji z obszaru ekonomii i biznesu wskazuje jednak na zasadniczy problem powstający w związku z charakterem procesu komunikacyjnego (normalizacji), na który trzeba koniecznie zwrócić uwagę. Kiedy bowiem zajmujemy się ideami dążącymi do ogólnosystemowych zmian, wtedy, mówiąc (wyłącznie) za pomocą reguł danego subsystemu, pozostajemy na poziomie „ładnego” (słusznego, poprawnego...) mówienia *w ramach tego subsystemu* właśnie. W tak ograniczonej perspektywie nie ma jednak szansy na wypracowanie rozwiązań problemów powstających poza granicami tego subsystemu (na przykład w tak zwanym środowisku naturalnym), ale zależnych od istnienia i formy funkcjonowania tego pierwszego. Tę, by tak rzec, ślepotę konceptualną oraz jej niebezpieczne efekty ilustruje kolejny fragment tekstu, którego ze względów estetycznych już nie komentuję:

Bo na pierwszy rzut oka może się wydawać, że GOZ to wyraz ekologicznej troski o wyczerpywanie się zasobów, powstrzymanie nadmiernej eksploatacji naszej planety, a także redukcja przytłaczającego planetę wolumenu odpadów. To też. Ale ambitne przepisy – aby rzeczywiście były stosowane – muszą być realistyczne. Czyli zaprojektowane tak, by nie zdusić konkurencyjności unijnych przedsiębiorstw. Innymi słowy, *circular economy* ma na celu stać się „eko” podwójnie – ekologicznie i ekonomicznie⁴⁶.

Ale ponieważ nie mogę się oprzeć, więc może, skoro jesteśmy przy zwrotach frazeologicznych, jeden chociaż komentarz w formie

⁴⁶ M. Krzyczkowski, Euractiv.pl (jak wyżej), s. 6.

prysłowia przytaczanego często przez Welzera (2013: 153) – produkowany jest tu tak zwany cud zielonego budynku: można go *jednocześnie mieć i zjeść!* Tyle że poza sferą komunikacji trick ten niestety nie funkcjonuje.

→ O analiza przesłanek komunikacji i normalności; □ *Cradle to Cradle*; O zrównoważony rozwój

□ **granice planetarne** (*granice wytrzymałości Ziemi, planetary boundaries*)⁴⁷

→ □ bilans/ślad ekologiczny; □ otwarte kursy transformation design; □ rezyliencja; O zrównoważony rozwój

* *guerilla gardening*

Ideę *guerilla gardening* (ogrodnictwa partyzanckiego) rozumieć można jako mniej zorganizowaną i niezinstytucjonalizowaną odmianę ogrodnictwa w kontekście miejskim. Pojęcie to określa różne aktywności, między innymi sadzenie kwiatów, pozostawianie nasion lub tak zwanych bomb nasion (mieszanka kompostu, humusu i nasion różnych roślin) w rozmaitych miejscach w mieście (takich jak wysepki na jezdniach, małe trawniki, wolne kawałki ziemi, a nawet w miejscu brakujących płyt chodnikowych)⁴⁸. Akcje tego typu przeprowadzane są zazwyczaj na własną rękę, bez uzyskania zgody ze strony urzędów, to znaczy oddolnie, jako żywa implementacja ruchu *grassroot movement* w sensie dosłownym. Do celów i motywacji stojących za akcjami *guerilla gardening* zaliczyć można między innymi zwracanie uwagi na, często zaniedbane i zdewastowane, miejsca, w których mogłaby się znajdować zieleń, jak i ogólniejszą problematykę na poziomie urbanistyki (wzrost liczby powierzchni uszczelnionych itd.) oraz stosunek

⁴⁷ Zob. Rockström i in. 2009; Raworth 2012; <http://sdgacademy.org/course/planetary-boundaries-human-opportunities/> [17.04.2019]. Zob. też rozdział 2, a w nim przypisy 23, 42.

⁴⁸ Zob. <http://zielonemiasto.org/miejska-partyzantka-ogrodnicza/>; <http://guerrillagardening.pl/>; <https://gruenewelle.org/>; <http://www.guerrillagardening.org/> [20.02.2019].

do przestrzeni miejskiej, a także samodzielne, konkretne upiększanie przestrzeni miejskiej czy nawet tylko produkcję (dla siebie i innych) dobrego humoru.

Guerilla gardening częściowo organizuje się w formie ruchu wykazującego cechy subkultury: specyficzne słownictwo funkcjonujące w obrębie danych grup, schematyzacja aktywności w postaci list z poradami i trikami, żartobliwie sformułowane regulaminy postępowania itp. (patrz odpowiednie zakładki na przykładowych stronach internetowych w poprzednim przypisie).

Z perspektywy badań procesów normalizacyjnych pomysły dotyczące ogrodnictwa w mieście stanowią rezultat dyferencjacji systemu społecznego. Oznacza to, że zasadnicza idea (tu: aktywnego kształtowania przestrzeni miejskiej) funkcjonować zaczyna w różnych kontekstach: w postaci aktywności oddolnej (*guerilla gardening*), w formie częściowo lub całkowicie zinstytucjonalizowanej (*urban gardening*, ogródki działkowe) oraz w sferze potencjalnie gospodarczej (*urban farming*).

→ □* komunikacja subwersywna; * *urban gardening*; □ *urban farming*; * ogródki działkowe

* jeść mniej mięsa

Strategie redukcji dążące do osiągnięcia zrównoważoności mogą się odnosić zarówno do form produkcji, jak i konsumpcji – spożywanie mniejszej ilości mięsa stanowi jedną z prostszych form bezpośrednich działań w tym zakresie na poziomie indywidualnym. Szacuje się, że 18% problematycznych dla klimatu emisji spowodowanych jest pośrednio lub bezpośrednio produkcją mięsa oraz wytwarzaniem innych produktów odzwierzęcych. Jest to większy udział niż dotyczący samochodów, samolotów i pociągów razem wziętych. Problematyczne są zwłaszcza: metan, powstający na przykład w procesie trawienia trawy przez bydło, 25 razy bardziej szkodliwy niż CO₂, oraz 300 razy bardziej szkodliwy tlenek diazotu (podtlenek azotu, gaz rozweselający – N₂O), który ulatnia się podczas nawożenia pól, gdzie w dużej

mierze produkuje się paszę⁴⁹. Prawie połowa globalnych zniw zbóż jest przeznaczana na paszę dla bydła i krów; 70% powierzchni, na której globalnie uprawiano rolę, wykorzystuje się do produkcji mięsa⁵⁰.

W społeczeństwach, które ze względu na ogólny dostęp do informacji i edukacji miałyby możliwość posiadania wiedzy o tej problematyce oraz innego postępowania, dzięki stałemu dostępowi do żywności dobrej jakości spożycie mięsa jest zbyt wysokie zarówno w wymiarze ekologicznym i planetarnym, jak i zdrowotnym, o zdroworozsądkowym nie wspominając. Jak już wcześniej zaznaczyłam (zob. przypis 5 w rozdziale 3.), gdyby wszędzie konsumowano tyle mięsa i produktów odzwierzęcych, ile w Europie i Stanach Zjednoczonych, przekroczona zostałaby w znacznej mierze wydajność planety, a mówiąc wprost – produkcja takiej ilości żywności za pomocą obecnie stosowanych reguł i metod jest po prostu niemożliwa⁵¹. Redukcja choćby tylko do zdrowego poziomu tam, gdzie spożywane ilości daleko przekraczają to, co zalecane jest przez medycynę (w Niemczech na przykład dwukrotnie), byłaby zatem sensowna z uwagi na przyszłość zarówno planety, jak i jej mieszkańców. Ponieważ rosnący dobrobyt tendencyjnie wiąże się ze zwiększeniem konsumpcji mięsa, modyfikacja zwyczajów tym bardziej jest wskazana.

To, jaki byłby wpływ na emisje gazów cieplarnianych zmiany diety na zawierającą mniej mięsa, pokazują opublikowane w 2008 roku wyniki symulacji stopniowego (od 2010 do 2030 roku) ograniczenia spożycia mięsa na świecie (rezygnację z mięsa przeżuwaczy, mięsa w ogóle, mięsa i innych produktów odzwierzęcych lub po prostu wprowadzenie zoptymalizowanej zdrowotnie diety według zaleceń *Harvard Medical School*). [...] Reasumując, daleko idąca zmiana menu, choć sama w sobie niewystarczająca do rozwiązania problemu emisji gazów cieplarnianych, jest niezbędnym elementem działań na rzecz ochrony klimatu (Popkiewicz i in. 2019: 395).

⁴⁹ Zob. <https://www.umweltbundesamt.de/themen/boden-landwirtschaft/umweltbelastungen-der-landwirtschaft/lachgas-methan> [24.04.2019].

⁵⁰ Bethge i in. 2017: 86 i 88.

⁵¹ W ten kontekst wpisują się również próby produkcji mięsa w laboratorium, które na razie są dopiero w fazie rozwoju (tamże: 94).

Aspekty komunikacyjne, które warto są dalszych badań, sprowadzają się do analiz konstruktów mięsa w populacji oraz stabilności pozycji tej formy odżywiania w systemach oczekiwań normalnościowych jako niezastąpionej i wyłącznej. W tym sensie mięso czy ryby oraz inne tak zwane owoce morza funkcjonują na poziomie komunikacji w charakterze normy (normatywnie ustalony składnik kompletnej potrawy), to jest stanowią samodzielny i izolowany obszar niepodlegający integracji na mocy zasad elastycznej normalności jako tylko jedna z metod odżywiania się na tle innych. Z tego z kolei wynikają realne trudności praktycznego stosowania idei redukcji spożycia mięsa na przykład w restauracjach, gdyż potrawy bezmięsne stanowią (jeśli w ogóle są oferowane) wyjątek, a próśby o dopasowanie istniejącej oferty do innych wymagań sprowadzają się do żmudnych negocjacji, które są niewygodne i czasem „nie wypada” ich formułować, a więc blokowane jest to przez istniejące scenariusze komunikacyjne.

→ ○ analiza przesłanek komunikacji i normalności; * weganizm; * wegetarianizm; ○ zrównoważony rozwój

□* **komunikacja subwersywna**

Stanowi jedną z niewielu możliwości wykorzystania mechanizmu komunikacji (oraz wiedzy o procedurach normalizacyjnych) do ingerencji w procesy asymilacji i normalizacji (zob. Fleischer 2012). Historycznie i typologicznie rzecz biorąc, komunikacja subwersywna pojawia się głównie w kabarecie; w szeroko rozumianym transformation design natomiast jest wykorzystywana w różnych akcjach, które medialnie bywają określane jako sztuka, performance lub „aktywizm”⁵². Nawet jeśli komunikacja subwersywna podlega pewnym procesom normalizacji, różni się ona od innych typów komunikacji tym, że nie daje się skutecznie asymilować, gdyż każda kolejna komunikacja nawiązująca uwidacznia mechanizmy komunikacji, przesłanki

⁵² Zob. na przykład subwersywne działania grupy Peng! Kollektiv oraz The Yes Men (<https://pen.gg/de/>, <https://theyesmen.org/> i <https://yeslab.org/> [20.02.2019]).

i przesady na tle normalności. Efekt ten osiągnąć jest – i na tym polega główna zaleta tej formy komunikacji – nie tylko na poziomie wypowiedzi, to znaczy aktywacji tego, co zazwyczaj jest inwizybilizowane, lecz także na poziomie praktycznej realizacji, w której same akcje zaplanowane są tak, że ich przebieg (a zwłaszcza reakcje medialne na nie) pomaga uwidocznic te mechanizmy i przesłanki. Aktualnym przykładem może być wideo (normalizowane jako satyryczne), w którym fikcyjna grupa Meksykanów pod hasłem „*somos el muro*” proponuje prezydentowi Stanów Zjednoczonych Donaldowi Trumpowi, że ponieważ sami nie są w stanie zapłacić za budowę muru na granicy USA powstrzymującego uchodźców z Ameryki Środkowej (jak żądał tego Trump), mogą ustawić się na tej granicy jako żywy mur. Satyra ta miała nie tylko ośmieszyć Trumpa, lecz także zwrócić uwagę na znajdujące się w tle inne zasadnicze problemy, między innymi złe traktowanie uchodźców (wojennych czy też ludzi uchodzących przed przemocą i biedą) oraz negatywne nastawienia wobec uchodźców i ksenofobię, które – w opinii inicjatorów tej akcji – w dyskusjach o murze granicznym i groźbie Trumpa są z reguły przemilczane. Akcja ma zatem kompleksowe tło i (jak zwykle w wypadku stosowania komunikacji subwersywnej) należy ją oraz stojące za nią kontrowersje komunikacyjne rozpatrywać w sposób całościowy, uwzględniając również aspekty krytyczne (w kwestii szczegółów odsyłam do tekstu opisującego kontekst zagadnienia⁵³). Z perspektywy analitycznej natomiast konkretne przypadki stosowania komunikacji subwersywnej ciekawe są właśnie z powodu ich potencjału wzbudzania kontrowersji, a zatem pokazywania wieloaspektowości zjawisk oraz, by tak rzec, zagładania za ich kulisy.

Temat komunikacji subwersywnej jest na tyle szeroki, że nie ma możliwości omawiania go w ramach jednego krótkiego hasła, zasługuje bowiem na osobne badania. Pierwszą analizę w tym zakresie podjęłam na materiale empirycznym dotyczącym akcji grupy Peng! Kollektiv

⁵³ Zob. <https://hyperallergic.com/475940/millions-believe-an-anti-migrant-video-from-mexico-was-real-until-artists-exposed-it-as-satire/> [20.02.2019].

oraz The Yes Men (zob. Siemes 2018b; o procedurach normalizacyjnych w komunikacji w odniesieniu do sztuki zob. też Siemes 2018c). Kolejne analizy zaprezentuję w mojej następnej publikacji.

→ ○ analiza przestanek komunikacji i normalności; * free-ganizm; * *guerilla gardening*

□* **minimalizm, redukcja**

Minimalizmem określa się (w transformation design) różne strategie redukcyjne w zakresie materialnym (posiadanych przedmiotów, ubrań itp.), a także dotyczącym innych aspektów życiowych albo całego stylu życia oraz idące za tym mniej lub bardziej radykalne ograniczanie się do tego, co niezbędne albo istotne. Na poziomie ogólniejszym idea ta wiąże się ze strategiami redukcji dążącymi do zmniejszenia swego śladu ekologicznego. W innej perspektywie ma również indywidualny aspekt tożsamościowy i psychologiczny, dotyczący filozofii życia i nastawienia wobec niego, co oznacza też, że stosowanie elementów minimalistycznych lub prowadzenie takiego stylu życia niekoniecznie motywowane jest ekologicznie; w zależności od sytuacji i indywidualnych predyspozycji może również stanowić sposób ułożenia sobie życia i myśli w celu osiągnięcia poczucia wewnętrznej równowagi, może być strategią reakcji na nadmiar posiadanych rzeczy, na poczucie przeciążenia, chaosu itp. lub interwencją podjętą w celu bardziej zadowalającej organizacji własnego życia i uzyskania kontroli nad swoim czasem życiowym (w tym aspekcie idea ta wiąże się z koncepcją *slow life*). Ponieważ pomysł ten jest stosunkowo abstrakcyjny, mimo braku systematycznych opracowań teoretycznych przypisuję go tutaj zarówno do sfery idei, koncepcji i pojęć ('mezo'), jak i do sfery aktywności i działań ('mikro'). A motywuję to tym, że praktyczne realizacje minimalizmu mogą, ale nie muszą, dotyczyć całego stylu życia, to znaczy minimalizm może być realizowany zarówno całościowo, na podstawie szerszej idei zasadniczej zmiany (redukcja używanych zasobów naturalnych, reduktywna moderna lub próbna realizacja bardziej zrównoważonego trybu życia), jak i stosowany z uwagi na

wybrane sfery czy aspekty życiowe, a przy takiej częściowej realizacji przyczyny działań, które z zewnętrznej perspektywy można opisać jako ukierunkowane minimalistycznie, mogą być bardzo różne.

Z perspektywy komunikacyjnej ciekawe jest tu nazewnictwo, a dokładniej, związane z nim procedury normalizacyjne, które w komunikacjach nawiązujących mają z kolei wpływ na generowanie konstruktów zjawiska, wizerunek osób stosujących minimalizm oraz ocenę i wartościowanie tych elementów. Podsumowując bowiem różne aktywności w zakresie strategii redukcyjnych, minimalizm traktowany jest jako ideologia, a nawet swego rodzaju nowa forma religii – i to z akcentem potencjalnie pejoratywnym (-izm). Tymczasem punkt wyjścia jest wielowymiarowy i nie daje podstaw do takiej charakterystyki zjawiska. Mechanizm komunikacji przyczynia się jednak do tego, aby dalsze negocjowanie znaczeń odbywało się pod tą nazwą, gdyż ma ona większą nawiązywalność i przy szukaniu dalszych informacji produkować będzie dokładniejsze wyniki niż ogólne pojęcia ‘redukcji’ lub ‘strategii redukcji’. Cena nawiązywalności to wszelkiego rodzaju efekty uboczne związane z wyborem nazwy, na przykład wspomniane już pośrednie wartościowanie oraz sytuowanie tak nazwanych aktywności w niszach komunikacyjnych.

→ * *give box*; * jeść mniej mięsa; * *tiny houses*; * żyć bez pieniędzy; ○ redukcyjna moderna

○ □ naukowa obserwacja zmian środowiskowych spowodowanych przez człowieka

Ze względu na ogólność tego hasła omówię je krótko. Chodzi głównie o wagę funkcji działań naukowych dla ogólnego rozwoju transformation design oraz społeczeństwa w granicach planetarnych, to znaczy według zasad zabezpieczających podstawy do życia również przyszłym pokoleniom. Chodzi o to, że bez systematycznej, długofalowej obserwacji oraz komunikacji jej wyników nie jesteśmy w stanie widzieć wspomnianych zmian oraz rozumieć ich skali i znaczenia. Taka konstatacja może się wydawać banalna z uwagi na tysiące lat ludzkiej

działalności w zakresie obserwacji świata i środowiska, w którym się żyje. W obliczu niektórych trendów komunikacji stojących w bezpośredniej sprzeczności z tym, co proponuje nauka w sensie ogólnego systemu obserwacji świata za pomocą sprawdzonych metod, podkreślenie sensu nauki zdaje się znowu potrzebne. Trendy i tendencje te – teorie spiskowe, *fake news*, ogólnie obskurantyzm wobec wyników badań naukowych – nawiązują bowiem do obrazu świata, w którym wszelkie tematy komunikacji stają się obiektem opinii, a obserwacja naukowa traktowana jest najwyżej jako jedna z tych opinii, na równi z osobistą wiarą, a w najgorszym wypadku służy od początku za punkt wyjścia do wyrażania stanowisk sprzecznych z nauką. Negatywne nastawienie wobec naukowych dowodów dotyczących na przykład udziału ludzkości w obserwowanych aktualnie zmianach klimatycznych polega niekiedy na nieporozumieniu i przekonaniu, że przyjęcie wyników badań naukowych za podstawę ukierunkowania działań oznacza jakoby bezkrytyczne podejście, podczas gdy – wręcz przeciwnie – polega na krytycznym spojrzeniu uwzględniającym jednak również możliwość krytycznego widzenia własnych działań z pozycji obserwatora. Z uwagi na (tu tylko krótko) wspomniane trudności wprowadzania problematycznych tematów (wyników badań, wniosków) w dyskurs publiczny, a dokładniej w interdyskurs, ważne stają się podejścia popularnonaukowe. Można w tym zakresie, analizując komunikację, zaobserwować szereg ciekawych inicjatyw, na przykład strony internetowe i publikacje książkowe, w których bogata gama informacji o zmianach klimatycznych, ich powodach i efektach przedstawiana jest przez naukowców w sposób przystępny, konfrontujący przy tym „mity” z rzeczowo sformułowanymi i rzetelnie udokumentowanymi tekstami⁵⁴.

→ □ nowe kierunki studiów i instytucje naukowe; □ otwarte kursy transformation design; □ popularyzacja wiedzy (naukowej i innej)

⁵⁴ Zob. <http://naukaoklimacie.pl> oraz Popkiewicz i in. 2019.

O nowe kierunki studiów i instytucje naukowe

Temat szerszej działalności instytucji naukowych zajmujących się analizą problematyki oraz obserwacją i wspieraniem (w systemowym i analitycznym wymiarze) procesów transformacyjnych był tu już wielokrotnie poruszany (zob. wspomniany już Stockholm Resilience Centre). Ze względu na dużą liczbę tego typu instytucji nie ma możliwości podania ich wszystkich ani sporządzenia wyczerpującego opisu. Przytoczę zatem tylko kilka przykładów, aby zarysować ogólną charakterystykę zagadnienia, która cechuje się z jednej strony ścisłym związkiem z kontekstem naukowym, często w postaci bezpośredniego połączenia z instytucją uniwersytetu, a z drugiej (w różnej mierze) – z ukierunkowaniem na wymiar społeczny, w sensie pracy nad implementacją wiedzy w tym szerszym kontekście, czy to w ramach debaty publicznej, czy praktycznych projektów:

- Drift jest (według informacji na stronie internetowej) instytucją działającą na polu badań naukowych, doradztwa, edukacji oraz debaty i dialogu publicznego, założoną w 2004 r. na „Erasmus University of Rotterdam, where we are currently operating as a social enterprise”;
- Center for Climate Change Communication z George Mason University w USA pisze o sobie: „We develop and apply social science insights to help society make informed decisions that will stabilize the earth’s life-sustaining climate, and prevent further harm from climate change”;
- Post Carbon Institute natomiast występuje bez ścisłego związku z jednym określonym uniwersytetem jako instytucja non profit (finansowana między innymi przez darowizny i granty) działająca w zakresie udostępniania wiedzy i analiz: „Founded in 2003, Post Carbon Institute’s mission is to lead the transition to a more resilient, equitable, and sustainable world by providing individuals and communities with the resources needed to understand and respond to the interrelated ecological, economic, energy, and equity crises of the 21st century”⁵⁵.

Oferty studiów i kursów w zakresie działalności tych czy podobnych instytucji są po części otwarte, po części zaś mieszczą się

⁵⁵ Zob. <https://drift.eur.nl/about/>; <http://www.climatechangecommunication.org/>; <https://www.postcarbon.org/about-us/> [17.04.2019].

w programach studiów. Kursy natomiast są skierowane do szerszej publiczności (nie tylko naukowej), która zamierza uzyskać kompetencje teoretyczne i praktyczne w zakresie transformation design. Wspólnym aspektem jest podkreślenie perspektywy całościowej, systemowej oraz ukierunkowanie na najważniejsze pojęcia i koncepcje przedstawione tu w osobnych hasłach (jak rezyliencja, zrównoważoność itd.), co odzwierciedla się w wypowiedziach na temat oferty edukacyjnej:

*The Transition Academy aims to increase the capacity of changemakers, civil society and organisations to contribute to more just, sustainable and resilient futures. We offer academic and professional education on the theory and practice of transformative societal change*⁵⁶.

*Transition Design acknowledges that we are living in 'transitional times', takes as its central premise the need for societal transition (systems-level change) to more sustainable futures, and argues that design and designers have a key role to play in these transitions*⁵⁷.

*The Think Resilience online course consists of 22 short videos [...] that explore the interrelated crises of the twenty-first century, and what we as citizens, students, and community leaders can do to respond to them*⁵⁸.

Our 2-year Master's programme aims to enhance students' knowledge of the complex interactions between ecological and social systems. [...]

*The Stockholm Resilience Centre PhD programme aims to develop researchers who are able to address the sustainability challenges of the Anthropocene*⁵⁹.

Jako ogólne zjawisko komunikacyjne związane z powstawaniem tego typu jednostek można by zbadać dyskurs powstały lub powstający w związku z taką zinstytucjonalizowaną działalnością,

⁵⁶ Zob. <https://drift.eur.nl/academy/> [17.04.2019].

⁵⁷ Z opisu *Transition Design Seminar* oferowanego na Carnegie Mellon University w Pittsburgh, <https://transitiondesignseminarcmu.net/> [17.04.2019].

⁵⁸ Opis kursu oferowanego przez Post Carbon Institute (USA), <https://education.resilience.org/> [17.04.2019].

⁵⁹ Z opisów programów studiów oferowanych przez Stockholm Resilience Centre, <https://www.stockholmresilience.org/>, zakładka „education” oraz jej podzakładki [17.04.2019].

jak również normalizację jego tematów; jednocześnie jednostki te oferują przestrzeń i kształtują kompetencje do realizacji badań oraz mogą funkcjonować jako katalizator w zakresie popularyzacji wiedzy.

→ naukowa obserwacja zmian środowiskowych spowodowanych przez człowieka; otwarte kursy transformation design; popularyzacja wiedzy (naukowej i innej)

* ogródki działkowe

Stanowią jeden spośród wielu przykładów pokazujących, że również starsze idee stanowią mogą punkt wyjścia do aktywności w zakresie projektowania transformacji. Należy jednak zwrócić uwagę na to, że przy ich stosowaniu nie chodzi zazwyczaj o 'powrót do starych, dobrych czasów', w których jakoby wszystko było lepsze, lecz o wykorzystanie zawartego w nich potencjału w kontekście dzisiejszej sytuacji. Oznacza to niekiedy przejęcie tylko części tego, co kiedyś zostało wymyślone w innej sytuacji, lub wbudowanie elementów starej idei w nową strategię. Wtedy procedury normalizacyjne oraz znajomość aktualnie funkcjonujących obszarów normalnościowych mogą odegrać rolę pozytywną, gdyż ich świadome wykorzystanie może być pomocne w realizacji różnego rodzaju idei. Ogródki działkowe oraz związane z nimi pomysły na ogrodnictwo w mieście przeżywają obecnie w niektórych miejscach swego rodzaju renesans, zarówno w formie zmodyfikowanej, jako przejęcie pewnych elementów idei (zob. odniesienia pod tym hasłem), jak i w postaci tradycyjnej, to znaczy małych ogródków w mieście, których koncepcja wypracowywana jest od XIX wieku między innymi na tle spowodowanego industrializacją wzrostu dynamiki procesów urbanizacji⁶⁰. Nie stanowią one wprawdzie rozwiązania wszystkich typowych problemów powstających w (zwłaszcza dużych) miastach, niemniej jednak odnoszą się do dwóch ważnych

⁶⁰ Największe w Europie niekomercyjne zrzeszenie ogródków rodzinnych ma ponad 90 lat i obecnie łączy związki działkowców z 13 krajów, czyli ma ponad 2 miliony członków (zob. <http://www.jardins-familiaux.org/>).

obszarów problemowych naraz: jednego związanego z kontekstem urbanizacji, drugiego dotyczącego ogólnie obszaru transformation design. Nie tylko bowiem wiążą się one z ideą zasadniczą, że część żywności można produkować również w mieście, lecz tworzą także tereny zielone przyczyniające się do wzrostu jakości życia wszystkich. Oprócz polepszenia warunków naturalnych (czystsze powietrze itp.) ważne jest to, że tereny ogródków działkowych są w wielu miejscach ogólnodostępne; czasami udostępniane są w celu organizacji imprez, przez co funkcjonują jako obszar wspólny tkanki miejskiej. Mogą mieć również funkcję integracyjną⁶¹, a także umożliwiać i wspierać indywidualną aktywność dzięki oddaniu części powierzchni miejskiej w ręce mieszkańców zapewniają zaś autonomię, gdyż uzyskuje się bezpośredni wpływ na kształtowanie własnego otoczenia. Ogródki działkowe spełniają w ten sposób jeden z podstawowych wymogów transformation design i stanowią praktyczne narzędzie budowania rezyliencji⁶².

Trudności, z jakimi borykają się aktywności w zakresie miejskiego ogrodnictwa, polegają na tym, że ich tereny z perspektywy gospodarki stanowią niewykorzystaną powierzchnię inwestycyjną. Powstaje więc presja ze strony grup interesów dążących do realizacji tak zwanych inwestycji deweloperskich, co oznacza wykorzystanie tych terenów w celach komercyjnych i podporządkowanie również tych części przestrzeni miejskiej interesom wybranego subsystemu społecznego. Dla projektowania transformacji, mającego na celu zachowanie potencjału różnorodnych idei związanych z ogrodnictwem w mieście, istotnym wyzwaniem jest więc nie tylko wspieranie tego typu aktywności, lecz przede wszystkim opracowanie strategii obronnej wobec interesów

⁶¹ Wizerunek ogródków działkowych (stereotyp działkowicza) i związanego z ich uprawianiem stylu życia ulega w tym kontekście zmianie – w Niemczech od symbolu raczej zamkniętych umysłów do miejsca z (nie zawsze wykorzystanym) potencjałem integracyjnym, które stało się (zwłaszcza w dużych miastach) atrakcyjne również dla młodych osób i rodzin (dla przykładu – zob. Krüskemper 2012).

⁶² Na co wskazuje również historia, gdyż ogródki działkowe okazywały się pomocne w różnych trudnych sytuacjach egzystencjalnych (na przykład w czasach powojennych).

komercyjnych. Jednym z kroków proponowanych w tym wymiarze jest bardziej konsekwentne połączenie różnych ujęć ogrodnictwa miejskiego, realizowanych dotychczas przez niezwiązane ze sobą grupy społeczne. Może to być udostępnianie niewykorzystanych działek na terenach tradycyjnych ogródków działkowych wspólnotom z obszaru *community gardening* (funkcjonujących do tej pory raczej niezależnie od tradycyjnych ogrodów w innych miejscach w mieście, na przykład w parkach), organizowanie wspólnych wydarzeń dla działkowiczów i grup aktywnych w dziedzinie *urban gardening* itp. (zob. Dankowska i in. 2017). Łączenie tych tematów wydaje się z perspektywy obserwacji zjawiska co prawda oczywiste, ale niekoniecznie jest strategią stosowaną na polu praktycznych działań. Aktywności w zakresie ogrodnictwa miejskiego podejmowane są niezależnie od siebie przez różne kręgi i w różnych kontekstach, bez wspólnej struktury w tle. Funkcjonalne podobieństwa takich inicjatyw nie oznaczają więc automatycznie powstania powiązań strukturalnych. Z uwagi na interesy inwestycyjne i działalność deweloperską natomiast skonstatować można ich przewagę zarówno organizacyjną, jak i komunikacyjną, na mocy stojących za nimi zinstytucjonalizowanych struktur i przesłanek działań. Te ostatnie dotyczą na przykład kwestii definicyjnych i wartości, które ukierunkowują odpowiedzi na pytania typu: co oznacza rozwój (tu – miasta), postęp, co miastu (i komu w nim) jest potrzebne, jak mierzymy jakość życia w mieście itp. Póki odpowiedzi na takie pytania formułowane są z perspektywy wskaźników ekonomicznych, ruchy transformacyjne skazane są na niszową egzystencję, z której mogłyby się, jeśli zechcą, wydostać przez formułowanie wspólnych strategii ze wszystkimi uczestnikami tych procesów.

→ * *guerilla gardening*; □ rezyliencja; □ *urban farming*; * *urban gardening*

□ **otwarte kursy związane z transformation design**

Ich przykładem mogą być nieodpłatne otwarte kursy na temat zrównoważonego rozwoju oferowane przez wiele instytucji w SDG

Academy⁶³. Pośrednio związane z tym hasłem są ponadto wszelkie inicjatywy oferujące i wspierające otwarty (ale usystematyzowany w kursie online) dostęp do treści naukowych, które zwykle/w innym wypadku oferowane są w miejscach niedostępnych dla wszystkich oraz w obrębie zinstytucjonalizowanych struktur (na przykład studiów), określane jako *open learning*⁶⁴.

Z hasłem tym wiążą się wszelkie oferty samokształcenia oraz udostępniania wiedzy i porad w celu praktycznej realizacji inicjatyw transformacyjnych⁶⁵. Punkt ten ma zatem odniesienia do haseł dotyczących instytucji naukowych oraz popularyzacji wiedzy z zakresu transformacji, do tematu *commons* oraz... wszystkich pozostałych, gdyż w ofertach komunikacyjnych wytwarzanych w ich kontekście rozpoczyna się (niezorganizowany) proces budowania wiedzy i kompetencji.

Z perspektywy naukowej (nie tylko nauki o komunikacji, lecz także nauk społecznych) dziwi więc, dlaczego trwająca niekiedy od dziesięcioleci praca nad uświadamianiem problematyki drogą (samo)kształcenia do tej pory nie jest skuteczna, jeśli chodzi o wprowadzanie zasadniczych zmian. Mimo licznych prowadzonych z dużym zaangażowaniem inicjatyw (tu: ofert edukacyjnych) w zakresie ekologii, systemowego i otwartego na zmiany myślenia, mimo dostępności informacji oraz rosnącej świadomości nie udało się przesterować rozwoju ani w skali ogólnospołecznej, ani planetarnej. Emisje nadal rosną, szkodliwe praktyki są kontynuowane itd. Zadać trzeba zatem pytanie, co hamuje lub blokuje przeniesienie wiedzy i kompetencji uzyskanych za pomocą (niekoniecznie sformalizowanych) ofert edukacyjnych na poziom ogólnosystemowy oraz na jakie systemowe aspekty powinno się zwracać uwagę, aby wykorzystać potencjał leżący w procesie rozbudowanego kształcenia i w rosnącym stopniu

⁶³ Zob. <https://sdgacademy.org/> [17.04.2019].

⁶⁴ Część oferty w tym zakresie jest zorganizowana na różnych platformach pod nazwą *MOOC – Massive Open Online Course* – masowy otwarty kurs online.

⁶⁵ W tym sensie godne uwagi są też małe projekty mające charakter czy aspekt doradczy, względnie uświadamiający – jako przykład zob. <https://re-nourish.org/> oraz Benson, Perullo 2017.

uświadamiania sobie problemu? Podstawowa diagnoza wynikająca z analiz teoretycznych to funkcjonalne odsprężenie sfery komunikacji od sfery działań. Oprócz prowadzenia badań w tym zakresie teoretycznie i empirycznie uzasadniony transformation design ma więc za zadanie podjęcie tej kwestii na obszarze strategicznym i praktycznym.

- *commons*; nowe kierunki studiów i instytucje naukowe;
- popularyzacja wiedzy (naukowej i innej); rezyliencja

pieniądze regionalne (jako alternatywne [komplementarne] waluty)

Stanowią jedną z obecnie dosyć dobrze opracowanych form pieniędzy funkcjonujących według innych zasad oraz w innym zakresie niż te, do których jesteśmy przyzwyczajeni. Zazwyczaj stosowane są lokalnie⁶⁶ jako alternatywny środek płatniczy wobec „normalnych” pieniędzy, czym inicjują i wspierają bezpośrednio działalność gospodarczą w danym miejscu oraz przyczyniają się do budowania lokalnych społeczności. Istnieje wiele różnych form i konkretnych realizacji w szerszym lub węższym zakresie, zazwyczaj z udziałem lokalnych przedsiębiorstw lub w ramach pomocy sąsiedzkiej. Abstrahując od dokładnych zasad, które są bardzo różne, w systemach pieniędzy regionalnych chodzi zazwyczaj o to, aby w ograniczonym zakresie, to znaczy w formie komplementarnej wobec pieniędzy oficjalnych, umożliwić realizację części usług, produkcji i relacji handlowych bezpośrednio w danym regionie, na zasadzie wzajemności w danej społeczności. Pieniądz regionalny funkcjonuje przy tym jako symboliczny środek zapośredniczający tę działalność między więcej niż dwiema stronami i ma wobec pieniędzy oficjalnych tę zaletę, że pozostaje w szybkim obiegu lokalnym, jako taki nie może stać się obiektem spekulacji oraz nie podlega mechanizmom rynku finansowego (co nie oznacza, że nie podlega innym mechanizmom,

⁶⁶ W tym kontekście w literaturze omawiane są również pod skrótem LETS (Local Exchange Trading Systems).

które należy uwzględnić przy projektowaniu)⁶⁷. W systemach pieniędzy regionalnych rzecz ma się (w uproszczeniu) tak, że ich wartość (która zawsze jest produkowana przez realną pracę), nie może być generowana za pomocą samych pieniędzy, jak to jest na rynku finansowym w systemie pieniędzy opartych na długu, lecz wyrażana jest na przykład czasem (wiąże się to z tematem pomocy sąsiedzkiej oraz banków czasu).

Szerzej rzecz biorąc, pieniądze regionalne można zaliczyć do walut alternatywnych, przy czym pojęcie ‘alternatywności’ należy rozumieć relacjonalnie, to znaczy w sensie alternatywy wobec pieniędzy konwencjonalnych (więcej o kwestii możliwych nawiązań do pojęcia ‘alternatywności’ w komunikacji i wynikających z tego wyzwań dla projektowania komunikacji – patrz niżej). Wyjaśnienie idei walut alternatywnych oraz przegląd przykładowych inicjatyw można znaleźć w zasobach internetowych w różnych kontekstach i źródłach; część z nich związana jest z konkretnymi inicjatywami, część ma ukierunkowanie teoretyczne⁶⁸. Jeśli chodzi o wymiar praktycznych zastosowań tej idei, to w Niemczech liczne waluty lokalne zorganizowały się w wielu publicznych sieciach doradczych, pomagających we wprowadzaniu pieniędzy alternatywnych⁶⁹. Konkretnym, stosunkowo szeroko stosowanym pieniądzem regionalnym jest *Chiemgauer* w Bawarii.

⁶⁷ Długoterminowe składanie pieniędzy regionalnych w specjalnie dla nich założonym banku (na przykład w celu generowania zysków) nie jest w ich konstrukcji przewidziane, a uniemożliwiane jest przez to, że banknoty mają termin ważności, po którego przekroczeniu uiszczać trzeba dodatkowe opłaty, co wymusza stałą cyrkulację pieniędzy.

⁶⁸ Krótki przegląd dają na przykład P. Szeszko (2013) oraz (w archiwalnym już tekście) M. Sobczyk (2005); istotne historyczne konteksty zagadnienia omawia D. Brzozowiec na stronie jednej z funkcjonujących obecnie walut (*Historia i współczesność lokalnych walut*, <https://zielony.biz.pl/historia/>). Informacje bardziej szczegółowe – zob. dostępny na stronie B. Lietaera (eksperta w sprawie walut komplementarnych) *Przewodnik po walutach lokalnych* (Lietaer, Hallsmith, <http://www.lietaer.com/other-languages/polish/>). Szerzej i naukowo kwestią komplementarnych systemów pieniędzy zajmuje się między innymi organizacja RAMICS (Research Association on Monetary Innovation and Community and Complementary Currency Systems, <https://ramics.org/> [22.01.2019]).

⁶⁹ Zob. na przykład sieci: *Regiogeld* – <https://regionetzwerk.blogspot.com/>; *Netzwerk für monetäre Vielfalt* (sieć dla monetarnej różnorodności) – <https://monneta.org/>; oraz sieć *wir gemeinsam* (my razem) – <http://www.wirgemeinsam.net/> [24.01.2019].

Również w Polsce działa lub działało kilka walut lokalnych i alternatywnych, zwłaszcza w zakresie banków czasu. Ich rozwojem oraz aktualną sytuacją zajmuje się Grzegorz Sobiecki, prowadzący badania empiryczne oraz szerszą analizę zagadnienia na tle wybranych przykładów światowych (zob. Sobiecki 2017 i 2018)⁷⁰. Analiza ta przeprowadzona jest w kontekście ekonomii; badania pilotażowe przyjmują jednak szeroką perspektywę i zwracają uwagę na aspekt społeczny oraz kwestie systemowe – a zatem również zagadnienia (trudności, mechanizmy, konteksty) uwarunkowane komunikacyjnie. Celem tego pilotażowego projektu była „empiryczna identyfikacja czynników powstawania i upadku systemów lokalnych walut alternatywnych oraz warunków ich przetrwania w Polsce i na świecie” (Sobiecki 2017: 2). Wyniki stanowią cenny materiał również dla transformation design, gdyż dostarczają informacji o już istniejących inicjatywach oraz praktycznych zaleceniach co do realizacji takich projektów (zob. Sobiecki 2017: 6). Autor podkreśla, „że waluty wspólnotowe mogą być wykorzystywane jako narzędzie społeczne”, a nie jako narzędzie rozwoju gospodarki (chyba że lokalnej).

Mimo tych ciekawych badań (wskazujących na istnienie praktycznych realizacji) nawiązania do idei lokalnych walut alternatywnych występują – również z ogólniejszej perspektywy badawczej – w Polsce rzadziej niż gdzie indziej. Zarówno zasięg, jak i czas trwania praktycznych inicjatyw niekiedy okazują się ograniczone, w związku z czym znalezienie materiałów na ten temat jest trudniejsze i wiąże się z koniecznością wcześniejszego posiadania informacji⁷¹. Dotyczy to zarówno ogólnych opracowań naukowych

⁷⁰ Wywiady pogłębione z koordynatorami 14 systemów walut alternatywnych funkcjonujących w Polsce w 12 miastach (Sobiecki 2017: 5). Więcej na temat alternatywnych walut zob. też Sobiecki 2014.

⁷¹ We wspomnianych badaniach pilotażowych Sobiecki (2018: 107) zebrał co prawda informacje o 80 systemach założonych w latach 2000–2013; większość z nich jednak funkcjonowało średnio od roku do trzech lat. Na potrzebę wywiadów i szczegółowej analizy Sobiecki zidentyfikował 20 istniejących (w 2017 roku) systemów (o różnym charakterze, jeśli chodzi o dokładne zasady realizacji). Większość informacji ma jednak obecnie (początek 2019 roku) charakter historyczny lub oznaczona jest

z zakresu ekonomii (na co zwraca uwagę Sobiecki 2017: 2; 2018: 106), jak i dyskusji w kręgach zajmujących się ekonomią społeczną (zob. Szeszko 2013), gdzie lokalne waluty alternatywne generalnie widziane są jako narzędzie wsparcia rozwoju lokalnych społeczności i lokalnej gospodarki. Sytuacja ta, wskazująca na ograniczony stopień przyjęcia tematu w obszarze normalności, na poziomie badań komunikacji wiąże się z pytaniem o to, w jaki sposób temat jest (i może być) sytuowany w dyskursie (asymilowany komunikacyjnie). Abstrahuję w tym miejscu od innych, na przykład formalnych, trudności asymilacji różnych idei w zakresie walut alternatywnych ze strony instytucjonalnych struktur w społeczeństwie, na przykład rządów państwowych, systemu prawnego itp.⁷² Przykładowym obszarem analiz w wymiarze komunikacji, asymilacji i normalizacji może być stosowana w tym zakresie terminologia oraz kategorie odniesienia dotyczące omawianego tematu. Pojawiająca się w nielicznych tekstach ogólniejszych nazwa zbiorcza „waluta alternatywna” zawiera bowiem możliwość (w potocznym rozumieniu) konceptualnego umieszczenia tego typu aktywności w niszy alternatywnych kręgów właśnie, do których można się zaliczyć lub nie, a nie sytuowania ich na ogólniejszym tle społecznym. Jak przy wszystkich analizach dotyczących kwestii normalizacji, chodzi przy tym jedynie o możliwość takiej konceptualizacji, a nie o to, czy taki był zamysł przy wyborze określenia. Z naukowej czy teoretycznej perspektywy nazwa „waluty alternatywne” stanowi co prawda całkiem trafnie dobrane określenie, gdyż charakteryzuje

adnotacją o zawieszeniu działalności, zob. na przykład <http://www.bankiczasu.eco.pl/> (z informacją „Działalność zawieszona”), <http://gcop.gliwice.pl/dzialania/gliwicki-bank-czasu/> („Gliwicki Bank Czasu – Zawieszony do odwołania”), <http://www.dzielnicewroclawia.pl/wroclawianie-zakladaja-bank-czasu/> (data publikacji: 28.01.2015), <http://slaskie.naszemiasto.pl/arttykul/w-katowicach-dziala-bank-odporny-na-kryzys,3024114,art,t,id,tm.html> (18.04.2009). Wyjątkiem jest stale zaktualizowana strona <https://zielony.biz.pl/> [24.01.2019].

⁷² Informacje kontekstowe o tej problematyce – zob. Szkolnicka 2015 oraz <http://web.archive.org/web/20120408123136/http://wyborcza.pl> 1,76842,7036312,Fiskus__Wzajemne_uslugi_nie_sa_opodatowane.html [24.01.2019].

szerszą gamę aktywności⁷³ dotyczących wprowadzenia walut *innych* od już funkcjonujących (to znaczy alternatywnych wobec oficjalnego pieniądza – zob. Sobiecki 2017), które tym samym są niezależne od globalnego rynku i systemu finansowego. Niemniej jednak ciekawe jest to, że część określeń, upowszechnionych na przykład w Niemczech (*Regiogeld, Lokalwährungen*), nawiązuje wyłącznie do obszaru funkcjonowania (regionalności lub lokalności) i nie zawiera nawiązań do „alternatywności”, rozumianej jako wymiar niszowy.

Jeśli konceptualizujemy komunikację, a w jej ramach normalizację, jako stały proces negocjacyjny, to kwestia nazewnictwa z jednej strony przyczynia się (między innymi) do szans rozprzestrzeniania się idei i jej akceptacji przez szersze kręgi społeczne, a z drugiej – decyduje o pozycji, jaką dane zagadnienie zajmuje lub może zająć w interdyskursie, czyli o tym, jak oraz pod jaką nazwą dane zjawisko jest akceptowa(l)ne komunikacyjnie. Problem badawczy pojawiający się w obydwu perspektywach dotyczy ogólnego pytania: w jaki sposób coś manifestuje się komunikacyjnie oraz jak jest prezentowane w komunikacji i na tle procedur normalizacyjnych? Pytań tych można by użyć jako punktu wyjścia do systematycznej analizy zagadnienia na podstawie szerszych materiałów⁷⁴. W każdym wypadku jednak już

⁷³ Pozwala tym na uwzględnienie różnych idei alternatywnych form organizacji relacji wzajemności w danej społeczności za pomocą symbolicznego środka wymiany, takich jak banki czasu albo opisane przez Szeszkę *Sozialmärkte*.

⁷⁴ Na różnice dotyczące tego, w jaki sposób temat zostaje wprowadzony w interdyskurs, wskazują również hasła wybrane przez społeczność tworzącą Wikipedię oraz ich merytoryczna kategoryzacja w tej encyklopedii. W niemieckojęzycznej Wikipedii hasło '*Regionalwährung*' powiązane jest między innymi z kategorią '*Globalisierungskritischer Begriff*' (pojęcie związane z krytyką globalizacji) oraz '*Nachhaltigkeit*' (zrównoważoność); w polskojęzycznej Wikipedii wpis pod hasłem 'pieniądz lokalny' przyjmuje specyficzną perspektywę historyczną, skupioną na monetach wydawanych w celach turystycznych, oraz związany jest z kategoriami 'polskie monety lokalne', 'polityka pieniężna' i 'pieniądz zastępczy'; hasło 'waluta alternatywna' natomiast przypisane jest tylko do kategorii 'waluta', odsyłającej do dyskursu specjalistycznego (zob. <https://de.wikipedia.org/wiki/Regionalw%C3%A4hrung> oraz https://pl.wikipedia.org/wiki/Pieni%C4%85dz_lokalny, https://pl.wikipedia.org/wiki/Waluta_alternatywna [30.01.2019]).

w samym nazewnictwie można obserwować manifestacje procedur normalizacyjnych oraz procesy komunikacyjnej asymilacji tego, co „nowe” (inne).

Również w szerszej perspektywie temat walut lokalnych stanowi ciekawy przedmiot analizy w kontekście pytania o sposób asymilacji walut regionalnych. Zarówno na poziomie ogólnych opisów, jak i przy omawianiu przykładów konkretnych pieniędzy regionalnych i walut alternatywnych można bowiem zaobserwować wiele zabiegów stosowanych w celu produkcji nawiązywalności i kontekstualizacji tematu. Na ogólnym poziomie temat musi być wprowadzony w interdyskurs oraz usytuowany na tle normalności, z perspektywy której idea „innych” pieniędzy jest co najmniej dziwna. W bardziej szczegółowych tekstach relacja między tematem a tym, co w danym czasie uznaje się za normalne, charakteryzowana jest przez odpowiednie adnotacje, mówiące na przykład, że temat „nie przebił się jednak do głównego nurtu ekonomii” (Szeszko 2013). Z uwagi na wymiar funkcjonalny mniej istotna jest przy tym kwestia trafności tego typu konstatacji, to znaczy dyskusja na temat tego, czy tak jest, czy nie oraz jak jest i dlaczego tak, którą można by podjąć z perspektywy wewnętrznej. Dla analiz procedur normalizacyjnych natomiast ważna staje się funkcja wypowiedzi, to, że stanowi ona zabieg zabezpieczający, za pomocą którego przez bezpośrednie zaznaczenie niezwykłości tematu produkowana jest przestrzeń do dalszych komunikacji w myśl hasła ‘temat jest niezwykły, ale przez to, że o tym mówię, mam prawo o nim mówić’. Na poziomie konkretnych realizacji walut lokalnych sprawa staje się natomiast nieco bardziej złożona, gdyż tu chodzi o kwestię prezentacji danych inicjatyw i o nawiązanie do aktualnie funkcjonującej na danym obszarze symboliki kolektywnej, to znaczy do tych wartości i cech, które w danym kontekście społeczno-komunikacyjnym i w danym czasie uznawane są za akceptowane na tyle, aby usprawiedliwić wprowadzenie czegoś nowego (waluty innej niż do tej pory funkcjonująca) w obieg komunikacji. Ciekawe staje się zatem pytanie o to, do których kategorii nawiązuje się w wypowiedziach o tym temacie: czy bardziej akcentowane są korzyści społeczne, aspekt lokalności

i regionalności, czy nawiązuje się przede wszystkim do wymiaru ekonomicznego i odpowiednich konstruktów komunikacyjnych lub wręcz do kwestii narodowych (czasem zamiast podkreślenia regionalności/ lokalności, to znaczy w roli zastępczej). Niesystematyczny przegląd komunikatów na przykładowych stronach WWW na temat pieniędzy regionalnych i lokalnych wskazuje na ciekawe różnice w zakresie takich nawiązań, a zatem również na potencjalne różnice w konceptualizacji tematu na tle ogólnospołecznym oraz procesu normalizacji⁷⁵. Nawiązania te oraz wynikające z nich ogólne ukierunkowanie komunikacji o walutach alternatywnych oferują więc materiał zarówno do badań normalizacji, jak i wartości oraz symboli kolektywnych.

→ * wymiana produktów, usług, kompetencji; * pomoc sąsiedzka; □ regionalizacja; □ rezyliencja; O ekonomia dobra wspólnego; O świat bez pieniędzy

* pomoc sąsiedzka

Jako jeden z chyba najstarszych pomysłów w tej dziedzinie, jest związana z wieloma hasłami w glosarium. Stanowi od dawna już istniejącą podstawę działań prospołecznych, która bywa jednak zaniedbywana z perspektywy społeczeństwa stawiającego coraz bardziej na komunikację zapośredniczaną elektronicznie. Hasło to wskazuje na ogólne możliwości nawiązania do „starych” praktyk społecznych przez transformation design. Harald Welzer (2016: 264–294) pod hasłem alfabetyzacji na rzecz zrównoważonej nowoczesności omawia zasadnicze obszary kompetencji w tym zakresie, jak: podejście do czasu przy realizacji projektów, oszczędność, odpowiedzialność itp., a także od dawna już wykorzystywane praktyki społeczne, jak: innowacje użytkowe (zob. upcykling) czy spółdzielnie. Kluczowe dla projektowania

⁷⁵ Por. na przykład hasła pieniędzy regionalnych *Chiemgauer* „Dla nowej wspólnoty (dokładniej: dla nowego wspólnego bytu – *Für ein neues Miteinander*)”, pojawiające się w starszych opisach różnych banków czasów w Polsce: „Bank czasu – bankiem życzliwości”, oraz waluty lokalnej *Zielony*: „Wspieramy Polski Biznes” (zob. <https://www.chiemgauer.info/startseite/> oraz <https://zielony.biz.pl/> [24.01.2019]).

transformacji i komunikacji jest to, że owe praktyki często są dobrze opracowane oraz znane starszym pokoleniom, czego zwykle się nie dostrzega przy projektowaniu ukierunkowanemu – wizerunkowo i symbolicznie – przede wszystkim na młodzież, nowość oraz inne symboliczne reprezentacje przyszłości. Z perspektywy badań komunikacji problematyka dotyczy zatem zjawiska *shifting baselines*, a także kwestii wpływu autowizerunku danej branży na jej pracę oraz uwzględniane przez nią horyzonty, które z kolei warunkują to, co może być w jej ramach wymyślone i opracowane.

W kwestii pomocy sąsiedzkiej obserwować można w ostatnim czasie pewien renesans tej idei w odniesieniu do projektów dążących do (re)aktywizacji, wspierania oraz budowania społeczności w wymiarze lokalnym⁷⁶. Różne formy zapośredniczania kontaktów sąsiedzkich – lub szerzej: międzyludzkich – w danej dzielnicy projektowane są często z wykorzystaniem możliwości usieciowienia ludzi na wirtualnych platformach. Przy czym chodzi zazwyczaj o nienawiązywanie kontaktów w celu wymiany i/lub dzielenia się różnymi zasobami z zakresu życia codziennego i socjalnego. Usystematyzowane modele pomocy sąsiedzkiej mogą więc dotyczyć dzielenia się przedmiotami użytku codziennego, z których zwykle korzysta się tylko sporadycznie (wiertarka, kosiarka itp.), oferowania drobnych usług lub dzielenia się wiedzą i kompetencjami w jakiejś dziedzinie. Celem tych inicjatyw (również w wypadku korzystania z wirtualnych platform) jest szybkie przejście w sferę realnych kontaktów, a punkt wyjścia stanowi poczucie braku czy ograniczenia tych relacji, powstające w wyniku korzystania z komunikacji zapośredniczanych medialnie, co jest jedną ze sprzeczności życia w nowoczesnym społeczeństwie normalizowanych aktualnie w komunikacji.

⁷⁶ Przykłady inicjatyw sąsiedzkich oraz platform doradzających przy ich tworzeniu: <http://inicjatywysiedzkie.pl>; <https://nebenan.de/>; <http://www.wirgemeinsam.net>; <https://www.transitionstreets.org.uk/> oraz (przykładowo) J. Dudkiewicz i in. (2011), *Sąsiedzi nie gryzą, czyli 20 lokalnych inicjatyw w Warszawie i nie tylko*, <http://bibliotekawolontariatu.pl/wp-content/uploads/publikacja.pdf> [3.02.2019].

Mimo to wiele systemów traktuje dostęp do sieci jako swego rodzaju bilet wstępu, a wraz ze wzrastającą rolą przestrzeni wirtualnej rośnie również ryzyko, że praktyczna wiedza, kompetencje i możliwości sytuujące się poza zasięgiem internetu mogą zostać zapomniane lub będą w projektach lekceważone. Niemniej jednak korzystanie ze starszych praktyk społecznych na tle nowej technologii ma również zalety, na przykład systematyzację zagadnienia – to, co kiedyś odbywało się przede wszystkim w bezpośrednim kontakcie, teraz może funkcjonować jako ogólniejszy system organizacji wzajemnej pomocy lokalnej. Istniejące systemy wzajemnej pomocy mają za zwyczaj rozszerzony zasięg, zarówno geograficznie, jak i temporalnie. Dzięki realizacji kontaktów za pomocą baz internetowych łatwiej jest zorganizować sieci wzajemnej pomocy na obszarze dzielnicy lub regionu. Ponadto, co jest szczególnie ciekawe z perspektywy analizy komunikacji, rozszerzyć można bez większego problemu obszar funkcjonowania takich sieci w wymiarze czasowym – na przykład przez możliwość gromadzenia „czasu” na kontaktach oraz użycia go jako środka wymiany (banki czasu⁷⁷, zob. pieniądze regionalne). Ogólnym wynikiem stosowania takich systemów jest (docelowo) produkcja socjalności, wspieranie i budowanie społeczności oraz zaufania.

Ciekawą kwestią dotyczącą wymiaru czasowego (pomijając problemy organizacyjne na poziomie zasobów ludzkich)⁷⁸ jest to, na

⁷⁷ Zbieranie „czasu” na indywidualnym koncie przez wykonywanie różnych czynności w ramach pomocy sąsiedzkiej (zakupy, koszenie trawy itp.), z późniejszą możliwością korzystania z powstałej sieci wzajemnej pomocy sąsiedzkiej. Projektem polsko-niemieckim w tym zakresie jest *ZeitBankCzasu*, zainicjowany przez zaangażowanych mieszkańców Stubic i Frankfurtu nad Odrą (którzy wspólnie wykreowali nową miejską przestrzeń służącą inicjatywom mieszkańców po obu stronach granicy pod nazwą Stübfurt, zob. <http://vzfbe.org/zeit-bank-czasu-ein-deutsch-polnischer-energietauschgipfel/> [5.01.2019]).

⁷⁸ Trudności te polegają między innymi na tym, aby utrzymać takie systemy przy życiu przez dłuższy czas, zwłaszcza kiedy grono osób angażujących się w wykonanie zadań, ich organizację i zarządzanie nimi jest małe, czy gdy jest to nawet tylko jedna osoba (zob. na przykład tekst nawiązujący do tej problematyki na przykładzie konkretnej wrocławskiej inicjatywy z 2005 roku – gdzie okazało się, że trudno jest [...] znaleźć osobę, która mogłaby na stałe zaangażować się w koordynację przedsięwzięcia”

ile systemy wspierane cyfrowo, siłą rzeczy zależne od funkcjonującej w danym czasie technologii, są stabilne, to znaczy czy będą w stanie przetrwać narzucane nieustannie przez rynek zmiany w zakresie wymaganego 'software'u' i 'hardware'u'. Na trudności w tym zakresie wskazuje niekiedy (stara) data ostatnich aktualizacji wielu dostępnych w internecie stron na ten temat; co nie wyklucza oczywiście tego, że działania kontynuowane są obecnie gdzie indziej – w świecie rzeczywistym lub na platformach z ograniczonym dostępem, co z kolei jest sprzeczne z pomysłem wyjściowym możliwie szerokiej otwartości (zob. niżej).

Dla strategii projektowania stanowiących tło takich inicjatyw (w mniej lub bardziej uświadamianych wersjach) określić można więc różne wyzwania, na przykład:

- zwrócenie uwagi na już istniejące kompetencje i relacje w realnym świecie społecznym przez nawiązanie do nich oraz wykorzystanie ich w realizacji projektów;
- zachowanie możliwie dużej niezależności wobec rynku i pochodzących z niego ofert i prób monetyzacji własnego przedsięwzięcia, to znaczy podporządkowania go innym interesom niż społecznym.

Na korzenie danych praktyk społecznych oraz na już istniejące kompetencje można zwrócić uwagę w trakcie prowadzenia badań jakościowych mających na celu przygotowanie i wdrożenie projektów czy też podczas ich funkcjonowania. Jeśli zaś chodzi o ogólną strategię projektową, warto dążyć do umożliwienia dostępu do rozwijających się systemów oraz zwiększenia udziału w nich możliwie różnymi technikami i na różnych platformach, tak aby nie stać się zależnym od jednego „rozwiązania” oferowanego w danym momencie przez rynek.

Te przykładowe zadania strategicznie ukierunkowanego projektowania zmian odnoszą się więc do ogólnej kwestii świadomego i systematycznego przyjęcia perspektywy obserwatora w procesie

(Sobczyk 2005). Zob. też informacje o projekcie powstałym (mającym powstać?) 10 lat później, który miał być wspierany wirtualnie: <http://www.dzielnicewroclawia.pl/wroclawianie-zakladaja-bank-czasu/> [24.01.2019].

projektowania, która może przyczynić się do powstawania projektów mających zarówno dużą siłę integracyjną, jak i wytrzymałość wobec prób „przejęcia” pomysłu przez inne struktury, na przykład rynkowe. Ryzyko to przy małych inicjatywach sąsiedzkich zdaje się mniejsze niż przy innych formach wymiany usług, wiedzy i kompetencji lub współdzielenia się nimi, w odniesieniu do których takie przejęcie już wystąpiło w szerszym zakresie (patrz *sharing economy*). Niemniej jednak problem jest zasadniczy i dotyczy ogólnej tendencji. Strategia wykorzystania pomysłów z zakresu działań prospołecznych w celu generowania zysku stosowana może być (i jest) w każdej chwili również w przypadku inicjatyw z obszaru ‘mikro’, o ile tylko będzie to z perspektywy odpowiednich subsystemów i branż opłacalne⁷⁹. Dobrowolne przygotowanie się na oddziaływanie tego typu zależności manifestuje się na przykład w tym, że organizowanie się małych grup i inicjatyw odbywa się w ostatnich latach często wyłącznie na stronach facebookowych, co nie tylko wyklucza wszystkich, których „tam” nie ma (nie mogę się oprzeć: a wciąż tacy istnieją, i to często nawet w sąsiedztwie lub w tym samym mieście, oni też korzystają z internetu, tyle że z innego⁸⁰), ale także dostarcza więcej danych tym, którzy je w celach komercyjnych zbierają, i produkuje tym samym idealne warunki do przejęcia takich inicjatyw.

Niemniej jednak zasoby i możliwości internetu sprawiają, że na ogół dostęp do informacji o różnych podjętych działaniach jest nieporównywalnie łatwiejszy (niż poza internetem), a zatem panują najlepsze warunki do tego, aby nie tylko dowiedzieć się o istnieniu innych inicjatyw, lecz także skorzystać z ich doświadczeń (i na tym

⁷⁹ Przykładem z zakresu ruchu *do it yourself* jest zamknięcie (w 2018 roku) platformy DaWanda, na której w różnych krajach europejskich (także w Polsce) można było oferować przedmioty własnego wyrobu. Użytkownikom tej strony zostało „oferowane” przejście do większej (i globalizującej w ten sposób swą działalność) amerykańskiej platformy Etsy. Szczegóły i kontekst – zob. C.T. Schlenk, *Was steckt hinter dem Aus von DaWanda?* [Co tkwi za końcem DaWandy?], 2.07.2018, <https://www.gruenderszene.de/business/dawanda-aus-krise-etsy> [24.04.2019].

⁸⁰ Dla przykładu – zob. <https://human-connection.org/> [8.07.2019].

też polega działalność niektórych platform⁸¹). Chodzi zatem o to, aby wykorzystać te możliwości w sposób świadomy i systematyczny, co jest kolejnym zadaniem projektowania transformacji.

- * *food sharing*; * *give box*; * współdzielenie i wymiana...;
- regionalizacja; □ rezylencja; O ekonomia dobra wspólnego;
- O świat bez pieniędzy

□ **popularyzacja wiedzy (naukowej i innej)**

Hasło to dotyczy inicjatyw udostępniających szerszej publiczności rzeczowe, naukowe informacje na temat zmiany klimatu (i innych naukowo zbadanych kwestii związanych z designem transformacji). Liczne platformy internetowe zajmują się wyjaśnianiem aktualnych problemów i prezentowaniem wyników badań w formie dostępnej dla (zainteresowanych) laików oraz, pośrednio lub bezpośrednio, dyskusją nad tymi zagadnieniami, a także odnoszą się do opinii negujących dany problem⁸²:

Scientific skepticism is healthy. Scientists should always challenge themselves to improve their understanding. Yet this isn't what happens with climate change denial. Skeptics vigorously criticise any evidence that supports man-made global warming and yet embrace any argument, op-ed⁸³, blog or study that purports to refute global warming. This website gets skeptical about global warming skepticism. Do their arguments have any scientific basis? What does the peer reviewed scientific literature say?

Dla nauki o komunikacji powstaje tu ciekawy materiał badawczy, na co wskazuje nie tylko cytowany wyżej tekst z prowadzonej przez międzynarodowy zespół strony internetowej, lecz również wątki

⁸¹ Zob. na przykład <http://www.inicjatywysiedzkie.pl/masz-pomysl-na-inicjatywe-sa-siedzka-potrzebujesz-wsparcia-daj-nam-znac> oraz <http://inicjatywysiedzkie.pl/inkubator-inicjatywy-lokalnej/> [2.02.2019].

⁸² Zob. na przykład – w Polsce: <http://naukaoklimacie.pl/>, w Niemczech: <http://klima-fakten.de/>; cytata ze strony <https://www.skepticalscience.com/> [19.04.2019].

⁸³ Skrót od *opinion editorial*.

dyskusyjne na stronach umożliwiających komentowanie prezentowanych artykułów.

Drugim ważnym tematem związanym z tym hasłem jest szersza popularyzacja wiedzy nie tylko na temat samej problematyki, lecz także informacji o istniejących inicjatywach oraz oferowanie praktycznych porad i pokazywanie możliwości istotnych z perspektywy obywateli oraz tychże obywateli w roli konsumentów. Z jednej strony wszelkie komunikacje dotyczące aktywności w zakresie transformation design – czy to na tle szerszych koncepcji, czy wybranych zagadnień – pośrednio lub bezpośrednio również biorą udział w procesie wprowadzania tego tematu w dyskurs społeczny; z drugiej niektóre fundacje, bazy wiedzy i media skupiają się bardziej na systematycznym gromadzeniu i udostępnianiu informacji o zrównoważoności, ekologii i odpowiedzialnej konsumpcji. Przykładem w Polsce może być fundacja Kupuj Odpowiedzialnie, która jest „ogólnopolską organizacją prowadzącą działalność na rzecz zrównoważonego rozwoju i ochrony środowiska, odpowiedzialnej konsumpcji i produkcji oraz przestrzegania praw człowieka i zasad ochrony środowiska w biznesie”⁸⁴.

→ bilans/ślad ekologiczny; *commons*; nowe kierunki studiów i instytucje naukowe; otwarte kursy...; rezyliencja

* **ratowanie jedzenia**

Idea leżąca u podstaw różnych aktywności w zakresie ratowania jedzenia jest prosta: niewyrzucanie żywności nadającej się jeszcze do spożycia oraz udostępnianie jej osobom potrzebującym lub spożycie jej samemu, nierzadko w czasie wspólnie organizowanych, otwartych wydarzeń. Punktem wyjścia jest więc problematyka marnowania produktów żywnościowych, co w nowoczesnych społeczeństwach konsumpcyjnych i przy obecnych stylach życia osiąga nieznany

⁸⁴ Zob. <https://ekonsument.pl/>; podobny przykład z Niemiec: <https://utopia.de/> [19.04.2019].

dotąd wymiar. W krajach uważających się za cywilizowane i wysoko rozwinięte duża część (do około 40%) nierozpakowanej żywności – zamiast być spożywaną – ląduje na śmietniku. Zdarza się to już w ciągu produkcyjnym, kiedy na przykład warzywa czy owoce nie spełniają zakładanych oczekiwań konsumentów (czyli naszych) co do wyglądu i kształtu, w supermarketach, kiedy wyrzucana jest żywność na krótko przed upływem terminu ważności lub tuż po nim (co często nie oznacza, że nie nadaje się ona już do spożycia), w restauracjach i barach oraz – i to w dużym stopniu – w prywatnych gospodarstwach domowych. Potencjalnych przyczyn wyrzucania i marnowania produktów żywnościowych jest wiele: od faktycznego psucia się produktów z powodu ich nieprawidłowego przechowania, przez wiarę w to, że przekroczenie terminu ważności czy przydatności do spożycia oznacza, iż dany produkt nie nadaje się już do zjedzenia (co jest szczególnie kuriozalne w wypadku soli, która jako taka ma za sobą kilkaset milionów lat, ale termin ważności przewiduje trzy lata), po szersze zagadnienia, jak kompleksowe łańcuchy produkcyjne i handlowe, świadomość (a raczej jej brak) odnośnie do wartości takich produktów czy szacunek wobec pracy potrzebnej do ich wyprodukowania. Również ta problematyka zawiera więc sporo aspektów, których analizę podejmować można z perspektywy badań komunikacji oraz teorii systemów.

Wyrzucanie czegoś, co wcześniej zostało wyprodukowane, przetworzone i transportowane, często z dużym nakładem energetycznym, jest absurdalne. Niemniej jednak cykle produkcyjno-handlowe, a także tryb życia oraz nastawienie do produktów w kontekście konsumpcji i niewidocznych dla konsumenta (nieodczuwanych już) nakładów pracy powodują, że wyrzucamy żywność (lub bierzemy udział w procesach, które powodują jej wyrzucanie) nie tylko sporadycznie i wyjątkowo, lecz w sposób systematyczny, wynikający z tych kompleksowych łańcuchów oraz kontekstów odpowiedzialności. Ta ostatnia kategoria – odpowiedzialności – znika przy tym z pola widzenia społeczeństwa przez zinstytucjonalizowane procesy oraz podział czynności i decyzji na różne subsystemy społeczne, co z kolei

w komunikacji wspierane jest strategiami uzasadnieniowymi, w tym również zinstytucjonalizowanymi, na przykład z przepisów prawnych niekiedy wynika, że aktywności w zakresie przeciwdziałania problemowi są nielegalne.

Niemniej jednak działań na rzecz zapobieżenia tym absurdom jest wiele i nie sposób ich wszystkich wyciszyć ani szczegółowo opisać w krótkim glosarium. W Polsce między innymi banki żywności oraz liczne powstające w ostatnim czasie jadłodzielnie podejmują ten problem. W Niemczech funkcjonuje szeroko rozwinięty system punktów (*Tafel*n) zbierających w sposób systematyczny żywność od supermarketów i sklepów, by udostępniać ją osobom potrzebującym; to samo odbywa się na poziomie mieszkańców danej dzielnicy, miasta itd. We Francji wprowadzono przepisy prawne zabraniające supermarketom wyrzucania żywności. W wielu miejscach działa w lokalnym i półprywatnym zakresie niezliczona ilość mniejszych inicjatyw, kiedy ludzie zakładają punkty (szafki, półki, lodówki), gdzie można zostawić lub z których można zabrać sobie żywność (określane często jako *food sharing*)⁸⁵.

Można zatem z jednej strony twierdzić, że skoro tak dużo się dzieje, podejmowanie tematu (oraz sam problem i mówienie o nim) normalizuje się komunikacyjnie – co na dłuższą metę oznaczałoby szansę na zmianę. Z drugiej strony jednak przeszkadzają w tym lub zgoła uniemożliwiają to różne instytucjonalne mechanizmy systemowe. Nie jest rozwiązana zwłaszcza kwestia legalności niektórych działań na rzecz ratowania żywności. I wtedy coś, co z ekologicznego i społecznego punktu widzenia stanowi sensowne i rozsądne działanie – ratowanie jedzenia z należących do hipermarketów kontenerów na śmieci (patrz freeganizm) – z perspektywy systemu prawnego musi być i bywa karane jako kradzież, co z kolei jest „sensownym” i „rozsądnym” postępowaniem z wewnętrznej perspektywy subsystemu, klasyfikującego tę czynność na tle prawa majątkowego lub jako nieautoryzowany wstęp

⁸⁵ Przykład z Niemiec: <https://foodsharing.de/> [24.04.2019]; dalsze przykłady – patrz hasło *food sharing*.

na teren prywatny itp. Równie „sensowne” jest wyrzucanie żywności przez hipermarket, którego zarządcy argumentują z perspektywy wewnętrznej – jeśli nikt nie chce kupić tych jogurtów o dwudniowym jeszcze tylko terminie ważności, lecz wszyscy wybierają te z tylnej części półki, mające przed sobą jeszcze cały tydzień, a tu przyjechała już ciężarówka z nową dostawą, to trzeba zrobić miejsce na regałach.

→ * *food sharing*; * freeganizm; □* redystrybucja towarów, wymiana

□ **recykling**

Temat recyklingu był już wielokrotnie poruszany w tekście głównym, zwłaszcza w rozdziale drugim, oraz (z uwagi na konkretną problematykę) w dygresji II. Ograniczę się więc w tym miejscu do krótkich rozważań ogólnych oraz do wskazania przykładowych powiązań z innymi koncepcjami.

Podczas analizy tej idei oraz oceny jej potencjału należy zwrócić uwagę na różne czynniki mające (obecnie) wpływ na to, w jakiej formie może ona być i jest praktycznie stosowana. Chodzi przy tym zarówno o znaczące różnice dotyczące tego, które materiały podlegają recyklingowi, oraz związane z tym kwestie proceduralne, techniczne itd., jak i, w szerszej perspektywie analiz komunikacji, o mechanizmy branżowe i rynkowe, a także trudności organizacyjne na poziomie społecznym i codziennych praktyk (segregacja śmieci, nawyki konsumpcyjne itp.). Jeszcze istotniejszym problemem na poziomie komunikacji może być przekonanie o funkcjonowaniu recyklingu przy jednocześnie istniejących zasadniczych trudnościach z praktyczną realizacją tego podejścia, gdyż na jego podstawie problemy podstawowe nie są dostrzegane, w myśl maksymy: „Przecież segregujemy śmieci, więc już jesteśmy eko”.

W koncepcjach, w których recykling (w sensie ponownego wykorzystania surowców i materiałów) stanowiłby jeden z elementów całościowej strategii, pewne obecnie istniejące problemy w ogóle by nie powstały. To, że idea recyklingu widziana z dzisiejszej perspektywy

stwarza problemy dotyczące możliwości i sposobów jego realizacji, może wynikać z tego, że do tej pory próbowano implementować go w zastane i niezmienniane warunki oraz struktury. Kiedy natomiast konsekwentnie przestawi się łańcuchy produkcyjno-handlowo-konsumpcyjne, tak że ponowne wykorzystanie surowców przebiega w zamkniętych cyklach, wtedy recykling staje się sensowny i spełnia swe funkcje. W ten sposób byłby on czymś więcej niż tylko lokalnie podejmowaną próbą naprawiania (poza tym niezmiennianego) systemu czy ograniczania szkód, które jednak w innym miejscu są znowu reprodukowane, a ich skala wciąż się rozszerza.

- □ *Cradle to Cradle*; ○ gospodarka o obiegu zamkniętym;
* „*reduce, reuse, recycle*”; □ upcykling

□ regionalizacja

Aspekt regionalizacji procesów gospodarczo-handlowych, a ogólnie: procesów społecznych, pojawia się w kontekście projektowania transformacji jako efekt uboczny wielu teoretycznych i praktycznych podejść. Tu hasło to ma przypomnieć o tym, że ukierunkowanie regionalne stanowi sensowną strategię, chociażby z uwagi na nakłady energetyczne ponoszone w transporcie produktów. Bardziej sensowne jest więc dostarczanie produktów „bio”, które uprawiane są na miejscu, w bezpośrednim otoczeniu, niż importowanie ich z odległych regionów czy krajów. Rozwiązaniem w tej perspektywie nie jest jednak skupienie się na „własnym” kraju ani wykorzystywanie nacjonalistycznych argumentów, lecz podejście ukierunkowane na to, co w danej sytuacji jest sensowne z punktu widzenia śladu ekologicznego. Weźmy kwestię odległości – jeśli mieszka się w pobliżu jakiejś granicy, to produkty wytwarzane za tą granicą mogą mieć zdecydowanie krótszą drogę do lokalnych sklepów niż pochodzące z drugiego końca kraju. Ogólnym problemem, który można rozwiązać za pomocą strategii regionalizacji, jest kompleksowy proces handlowo-produkcyjny, sprowadzający się do wielokrotnego transportu produktów i ich składników z miejsca na miejsce (z zakładów produkcyjnych, hurtowni, sklepów), co skutkuje

ich wielokrotnym opakowywaniem, rozpakowaniem, zmianą środka transportu itp. Powrót do realizacji możliwie wielu elementów procesu produkcyjnego na miejscu lub w pobliżu jego zbytu stanowi zatem niezbędny element wielu podejść proponowanych w zakresie transformation design. A ponadto może być też skutecznie stosowany przez mniejsze inicjatywy o zasięgu na poziomie ‘mezo’.

→ ○ ekonomia „po wzroście gospodarczym”; □ pieniądze regionalne; * współdzielenie i wymiana – produktów, usług, kompetencji

□* „**reduce, reuse, recycle**” / „**repair, reuse, recycle**”

Hasło to znane jest również pod nazwą ‘zasada 3R’ i używane zarówno w pierwszej, jak i w drugiej wersji jako maksyma określająca strategię postępowania w przypadku działań (też projektowych – patrz *sustainable design*) dążących do zrównoważoności czy mających zrównoważone podejście w tle. Chodzi o to, aby za pomocą pewnych podstawowych zasad tak ukierunkować swoją działalność i własne zachowania, aby zmniejszyć zużycie zasobów lub utrzymać je na możliwie niskim poziomie, rozsądnie wykorzystując to, co już istnieje i już zostało wyprodukowane (*repair, reuse*), łącznie z ponownym zastosowaniem tych surowców, które już wydobyto (*recycle*). W modelach sprzecznych z tą koncepcją duża ilość surowców (niekiedy cennych, jak metale ziem rzadkich czy złoto stosowane w produkcji smartfonów i innych podobnych urządzeń) pozostaje bowiem niewykorzystana lub jest nawet bezpowrotnie tracona (spalanie śmieci). Strategie redukcji omówiłam w hasłach ‘minimalizm’ i ‘recykling’ oraz w rozdziale drugim. Tu szczególnie istotny jest natomiast aspekt ponownego użytkowania oraz kwestia naprawiania produktów (zob. *repair cafés* itp.)⁸⁶. Obydwa na swój sposób umożliwiają przedłużenie

⁸⁶ Na tym tle widzieć można również powstające obecnie platformy gwarantujące, że kupione przez nas używane urządzenie elektroniczne zostało wcześniej sprawdzone w certyfikowanych (przez te platformy) warsztatach lub, w razie potrzeby, może w nich zostać naprawione (zob. na przykład <http://www.backmarket.fr> lub

cyklu życia przedmiotów, redukując tym samym zużycie zasobów. Wiele szczegółowych praktyk w tym zakresie istnieje już od dawna, a aktualne starania powrotu do nich i wprowadzania ich na szerszą skalę uzmysławiają w kontekście komunikacyjnym również sprzeczne z tą ideą założenia i przesłanki obecnie funkcjonujących procesów produkcyjno-handlowych. To, że mówimy (i powinniśmy mówić) o tym, iż można postępować w myśl zasady 3R, wskazuje na to, że zapomnieliśmy o tej możliwości lub jej nie widzimy, a także nie rozumiemy, dlaczego takie postępowanie jest sensowne. W czasach, w których strategie dążące do utrzymania możliwie długiego i sprawnego cyklu „życia” przedmiotów z różnych powodów były normalne, hasło „*reduce, reuse, recycle*” byłoby pozbawione sensu (więc zbędne), gdyż – ‘tak się po prostu robi, więc po co o tym mówić’. Mechanizm ten z jednej strony pokazuje sam dylemat, a z drugiej stanowi szansę, z której można skorzystać, analizując problem na szerszym tle, gdyż to, co manifestuje się w komunikacji, wskazuje również na przesłanki procesu, o którym się mówi. W kontekstach, w których nie istniałyby przesłanki konceptu stałego wzrostu gospodarczego lub w których koncept ten funkcjonowałby na tle innych celów (na przykład w postaci cyklicznego wzrostu w poszczególnych sektorach gospodarki, ale z ogólnym dążeniem do zrównoważonego rozwoju⁸⁷), nie istniałyby też wynikające z niego założenia normalnościowe, to

<http://www.backmarket.de>; <http://asgoodasnew.de>; <http://www.gsd.eu>). Największy udział w całkowitym śladzie CO₂ urządzeń ma bowiem proces produkcji (dla produkcji iPhone’a – 80,75 kg), a tylko 10,45 kg CO₂ powstaje średnio w czasie używania – zob. A. Winterer, *Mit Backmarket schenkst Du elektronischen Altgeräten ein zweites Leben*, utopia.de, 19.02.2018, <https://utopia.de/back-market-13988/>). Oznacza to, że przedłużanie cyklu używania telefonu lub innego urządzenia z uwagi na bilans ekologiczny jest najbardziej sensownym postępowaniem, gdyż produkcja każdego nowego urządzenia ponownie pochłania nowe materiały i energię, powodując odpowiednio wysoki ekwiwalent emisji CO₂.

⁸⁷ Obecnie jest dokładnie na odwrót – pewne sektory czy poszczególne przedsiębiorstwa mają/mogą rozwijać się w sposób zrównoważony, w skali globalnej oraz na arenie międzynarodowej panuje natomiast konkurencja o wzrost gospodarczy. Ten system na dłuższą metę siłą rzeczy produkuje wciąż rosnące potrzeby zasobów, a co za tym idzie (przy obecnym modelu) – ich zużycie oraz powstanie emisji i szkód.

znaczy „oczywiste oczywistości” życia codziennego społeczeństw konsumpcyjnych, dotyczące na przykład ilości i charakteru posiadanych dóbr, komunikowane za pomocą maksym typu ‘mogę mieć coraz więcej i coraz nowszych rzeczy’, ‘jak coś się psuje lub mi się znudzi, mogę to wyrzucić i kupić nowe’ – z tego wynika, że nie ma powodu do redukcji, ponownego użytku, naprawiania itd. A kiedy sprzeciwić się tym zasadom, wtedy trzeba walczyć z systemem, który nie przewiduje innego, alternatywnego podejścia; więc rezultat takiej walki jest przewidywalny. Zresztą nawet sama koncepcja cyklu życiowego przedmiotów nie funkcjonuje bez założeń, których charakter i ukierunkowanie dyktowane są aktualnie przyjętymi przesłankami, gdyż „cykl życiowy” jest kategorią uzyskującą funkcję i sens dopiero w odniesieniu do rynku, nie tylko wymagającego od jednostek prowadzących działalność gospodarczą stałego wzrostu obrotów, lecz stosującego *przymus* wzrostu, sprowadzający się do nieprzerwanego wprowadzania na rynek nowości, zamiast, co również byłoby możliwe, skupienia się na zagwarantowaniu możliwie długiego zachowania sprawności już wytworzonych produktów (patrz *Cradle to Cradle*).

Wprowadzanie omawianego tu hasła w komunikację ma zatem co najmniej dwa oblicza: z jednej strony wskazuje na przesłanki komunikacji – i w tym sensie może odgrywać rolę narzędzia uświadamiającego zagadnienie – a z drugiej strony, w wymiarze praktycznym, kiedy traktować je poważnie, może pomagać w strategicznym ukierunkowaniu działań. Niemniej jednak, jeśli to hasło ulegnie asymilacji bez szerszego kontekstu analitycznego czy ideowego, zaistnieje ryzyko jego usamodzielnienia się, kiedy skutek systemowej dynamiki komunikacji stosowane będzie jako wyznacznik kolejnego modnego trendu i stanie się w związku z tym „trendy”, a jako przynależne jedynie do „kręgów” znajdujących się aktualnie na fali, nie zaprowadzi ani do konkretnych, ani w ogóle do żadnych działań.

→ O ekonomia „po wzroście gospodarczym”; * *repair cafés*;
* *zero waste*; O zrównoważony rozwój

O reduktywna moderna⁸⁸

Podobnie jak ‘równoważony rozwój’ oraz ‘równoważona nowoczesność’, pojęcie ‘reduktywnej moderny’ pojawia się w szerszych opracowaniach na temat transformacji społecznej jako termin dotyczący zarówno ukierunkowania działań i przyjętych w tym celu strategii, jak i w pewnym sensie nadrzędnego celu (i powodu) inicjowanych zmian. Cel ów nie został jednak sformułowany na podstawie abstrakcyjnych rozważań, lecz pojawia się jako logiczna konsekwencja analizy sytuacji zastanej, analizy pokazującej, że zmiana oraz nowe ukierunkowanie działań jest koniecznością, jeśli chcemy zachować dla ludzkości dotychczasowe osiągnięcia nowoczesności. Na tym ogólnym poziomie analizy istotne stają się przy tym przede wszystkim kategorie komunikacji:

Dlatego jeżeli nie chce się wpaść w pułapkę, w jakiej znalazły się społeczeństwa, które poniosły klęskę w wyniku intensyfikowania strategii, dzięki którym w normalnych warunkach odnosiły sukcesy, należy radykalnie zmienić własne hasła dotyczące działań: nie wydajność, tylko uważność, nie szybkość, tylko dokładność, nie parcie naprzód, tylko namysł – byłyby maksimumami na drodze ku nowoczesności redukcyjnej (Welzer 2016: 189).

Zaawansowanym zadaniem projektowania komunikacji w obszarze transformacji społecznej jest obecnie badanie takich podstawowych kategorii oraz opracowanie strategii pozwalających na ich redefinicję i modyfikację w sposób, który umożliwi społeczeństwu przejście na zmienione formy życia. Każde z wymienionych w cytacie pojęć jest bowiem zintegrowane w specyficzny sposób z aktualnie funkcjonującymi w komunikacji obszarami normalności, a zatem ich zmiana oraz idące z nią w parze nowe podejście do zagadnienia nie mogą zostać w społeczeństwie osiągnięte bez uwzględnienia tych systemowych zależności.

⁸⁸ Zachowuję tu formę bliższą oryginałowi (niem. *reduktive Moderne*); w polskim tłumaczeniu pojawia się też nazwa ‘nowoczesność redukcyjna’.

→ O ekonomia „po wzroście gospodarczym”; □ * minimalizm, redukcja; O zrównoważony rozwój

□ * **redystrybucja towarów, wymiana**

→ * *give box*; * ratowanie jedzenia; □ * minimalizm, redukcja; O reduktywna moderna

* ***repair cafés***

Repair cafés, kawiarnie naprawcze, stanowią praktyczną aktualizację idei redukcji oraz cyklicznego organizowania procesów konsumpcyjnych. Są to miejsca, w których spotykają się ludzie w celu naprawiania sprzętu gospodarstwa domowego i codziennego użytku (takich jak toster, czajnik, wiertarka, komputer itp.). Konkretny sposób realizacji bywają różne, zazwyczaj jednak oferowane usługi są bezpłatne oraz opierają się na zasadzie szeroko rozumianej wzajemności. Naprawiać urządzenia można samemu lub przy pomocy osoby kompetentnej na zasadzie wzajemności i wymiany wiedzy. Również w Polsce obserwować można pojawianie się tego pomysłu zarówno na poziomie komunikacji, jak i konkretnych realizacji⁸⁹.

W wymiarze pośrednim (‘mezo’) kawiarnie naprawcze związane są z ruchami dotyczącymi ogólnie kwestii naprawiania produktów oraz mechanizmów zapobiegających temu, co w dzisiejszych warunkach gospodarczych jest utrudnione lub utrudniane, a związane z tym, że przedłużanie cyklu życiowego produktów nie leży w interesie systemu gospodarczego, ukierunkowanego na szybką i stałą ich wymianę, czyli na wzrost obrotów. Uniemożliwianie napraw wpisane jest w proces użytkowy zarówno na poziomie materiałowym, przez klejenie części zamiast stosowania stabilniejszych połączeń, zaplanowaną niemożliwość wymiany drobnych elementów (obsolescencja), jak i na

⁸⁹ „W przedświąteczną sobotę 24 marca 2018 roku zadebiutowała pierwsza warszawska Kawiarenka Naprawcza” (<http://zero-waste.pl/2018/04/10/pierwsza-warszawska-kawiarenka-naprawcza-naszym-okiem/> [7.07.2018]).

poziomie komunikacji, co manifestuje się między innymi w regulacjach prawnych zabraniających samodzielnego naprawiania. Na tym obszarze istnieje szereg inicjatyw starających się budować i utrzymywać inaczej ukierunkowane praktyki, a także na poziomie komunikacji zwracać uwagę na problemy⁹⁰. Jest to ważne, ponieważ brak możliwości naprawiania przedmiotów na tyle się na poziomie komunikacji znormalizował, że uczestnicy debat poświęconych tym tematami sami gotowi są bronić interesów gospodarki, na niekorzyść aspektów społeczno-ekologicznych czy choćby konsumenckich, i argumentują, że przemysł borykałby się z problemami, gdybyśmy nie wymieniali sprzętów tak często jak obecnie. Takie argumenty pojawiają się na przykład na zajęciach (czyli w kręgu osób kognitywnie kompetentnych), kiedy zaczynamy rozmawiać o tym temacie lub o podobnych. Co pokazuje, że myślenie w trybie uwzględniającym długofalowe efekty środowiskowe trzeba najpierw wprowadzać i na jego korzyść argumentować, nie aktywuje się ono bowiem automatycznie. Na dość powszechne trudności z ogólną akceptacją tego typu sytuacji oraz leżących u ich podstaw założeń normalnościowych – *brak* możliwości naprawiania jest dobry i ma sens (dla kogo?) – wskazuje zresztą obecność rozbudowanej komunikacji (informacja, argumentacja, przytaczanie faktów) na wspomnianych stronach internetowych. Punktem wyjścia czy programem komunikacyjnym, w którym powstają tego typu wypowiedzi, jest gospodarka, a nie obszar (ogólno)społeczny; wielokontekstowe kwestie mają bowiem tę „wadę”, że są zbyt kompleksowe, by szybko i skutecznie produkować wypowiedzi i nawiązywalność; subsystem gospodarki natomiast oferuje w tej sytuacji prostsze schematy (kupujcie!).

→ □* minimalizm, redukcja; ○ reduktywna moderna; □* „*reduce, reuse, recycle*”; * *zero waste*

⁹⁰ Zob. na przykład strony internetowe: <https://ifixit.org/>; <https://repaircafe.org/> [24.04.2019].

□ rezyliencja

Pojęcie ‘rezyliencji’ pojawia się w różnych dyscyplinach naukowych jako termin oznaczający, ogólnie rzecz biorąc, odporność na zmiany, to znaczy zdolność systemów do reagowania na zmiany i ich asymilacji oraz zachowania ciągłości rozwojowej w zmieniających się warunkach środowiskowych. Bardziej szczegółowe definicje pojęcia różnią się w zależności od kontekstu naukowo-badawczego oraz celu jego stosowania. Psychologia bada rezyliencję głównie jako kategorię osobowościową (co nie wyklucza oczywiście brania pod uwagę również aspektów dotyczących całych społeczności – zob. przypis 9 w rozdziale 3.). W dyscyplinach zajmujących się zarządzaniem w organizacjach rezyliencja widziana jest jako kluczowy czynnik zachowania i generowania (poczucia) bezpieczeństwa. Tu dwie przykładowe definicje – jedna w odniesieniu systemowym (systemy społeczne, ekosystemy), druga w odniesieniu do organizacji i procesów zarządzania bezpieczeństwem w nich:

- *the capacity of a system, be it an individual, a forest, a city or an economy, to deal with change and continue to develop* (Stockholm Resilience Centre⁹¹);
- *the ability of systems to anticipate and adapt to the potential for surprise and failure* (Woods, Hollnagel 2006: 2).

Atutem pojęcia w przypadku zagadnień związanych z designem transformacji jest wpisane w nie myślenie systemowe oraz sytuujące się w tle podejście holistyczne:

Resilience starts from the belief that humans and nature are strongly coupled to the point that they should be conceived as one social-ecological system (Stockholm Resilience Centre, zob. przypis 91).

Krytycznie natomiast widziana bywa instrumentalizacja tego pojęcia w perspektywie psychologicznej, która w gruncie rzeczy przenosi odpowiedzialność za borykanie się z szeroko rozumianymi

⁹¹ Zob. <https://www.stockholmresilience.org/research/research-news/2015-02-19-what-is-resilience.html> [14.04.2019].

problemami na poziom indywidualnym. Tak zinstrumentalizowana interpretacja konceptu rezyliencji przesłania problemy strukturalne z poziomu społecznego i odwraca od nich uwagę, ponieważ wskazuje na to, że mogą one zostać rozwiązane przez jednostkę, która „jedynie” powinna wypracować odpowiednie kompetencje, by uzyskać zadowalające rezultaty. O problemie tym wspomina się między innymi w kontekście pracy z osobami, które przeżyły traumę podczas ucieczki przed wojną lub kataklizmami⁹². Osoby takie wymagają oczywiście pomocy bez względu na ich indywidualne zasoby psychiczne w zakresie rezyliencji, ale nad problemami będącymi przyczyną tych zjawisk trzeba jednak pracować w wymiarze społecznym w odpowiednich systemach funkcyjnych społeczeństwa (na przykład w polityce). Problem instrumentalizacji jest o tyle ciekawy, że (wychodząc od założeń teoretycznych tej publikacji) może do niej dochodzić nie w sposób celowy, lecz wynikający z procesów asymilacji pojęcia na tle przyjętych normalności oraz związanych z tym programów i konceptów komunikacyjnych, na przykład konkurencji jako konceptu stosowa(l)nego na poziomie indywidualnym, ale w programie komunikacyjnym ‘gospodarka’. Ryzyko powstawania nowych normalistycznych konkurencji (w sensie J. Linka) w zakresie budowania rezyliencji istnieje również w skali społecznej, co stanowi wyzwanie dla badań i projektowania komunikacji dotyczących transformation design. Stosując więc ten koncept, nie powinno się tracić z oczu potrzeby pracy nad problemem wyjściowym także na innych poziomach niż dostępne konceptom rezyliencji, to jest umożliwiających działania, których wynikiem będzie dopiero wzrost rezyliencji, mające często charakter lokalny czy regionalny.

Jest to o tyle łatwe, że pojęcie ‘rezyliencji’ stosowane jest w naukach zajmujących się kwestią transformacji społecznej oraz współzależnością wymiaru społecznego i ekologicznego właśnie w szerokim,

⁹² „Tu po raz kolejny odwraca się uwagę od społeczno-politycznych lub środowiskowych przyczyn katastrof, a odpowiedzialność przesuwana jest na tych, którzy są nimi dotknięci. To oni mają stać się silni, by żyć z wojną i katastrofami, dla życia w stanie wyjątkowym” (Młodoch, cyt. za: Petrus 2019: 56).

systemowym ujęciu. Stanowi ono kluczowy termin rozumiany zarówno jako strategia myślenia, jak i cel ukierunkowany na budowanie społeczności, praktyk oraz struktur wyróżniających się kompetencją i zróżnicowanymi możliwościami reagowania na zmiany. Tak w funkcji celu, do którego dążą podejścia związane z transformation design, jak w postaci strategii, rezyliencja może być traktowana jako centralna część tej szerszej, nowej interdyscyplinarnej dziedziny naukowej, którą określa się jako: transformation design, transition lub *sustainability science* (zob. na przykład Stockholm Resilience Centre), a która zajmuje się zjawiskiem zrównoważoności.

W tym rozumieniu rezyliencja ma ponadto funkcję wartości i stanowi (pośrednio lub bezpośrednio) wspólny mianownik dla praktycznych inicjatyw i działań. Rezyliencja jest wynikiem inicjatyw podejmowanych w skali społecznej – łączy je bez względu na to, czy są one bezpośrednio powiązane, czy też nie. Jako tryb myślenia wiąże się ze szczegółowo opracowaną koncepcją dotyczącą kwestii strategicznego stosowania tego podejścia jako konkretnego narzędzia projektowania i analiz, określaną jako *'resilience thinking'* oraz *'resilience science'*. Pierwszy termin wskazuje wprost na to, że z punktu widzenia teorii designu mamy do czynienia z koncepcją pokrewną czy bliską całościowo zorientowanym strategiom projektowym uwzględniającym kompleksowość kontekstów, do których to, co projektowane, ma być implementowane, to znaczy również z communication design (ponadto istnieje dosłowne odniesienie do koncepcji design thinking). Najważniejszym elementem takich podejść jest siłą rzeczy myślenie w kategoriach systemowych, co z kolei wskazuje na związek z teorią komunikacji, mającą podstawy w teorii systemów i konstruktywizmu. To dlatego podkreślanie kompleksowości kontekstów systemowych i konieczności opracowywania strategii ich realizacji stanowi zasadniczy element programowych tekstów dotyczących rezyliencji.

Efforts to build community resilience often focus on growing the capacity to »bounce back« from disruptions, like those caused by climate change. But climate change is not the only crisis we face, nor is preparing for disruption

the only way to build resilience. Truly robust community resilience should do more. It should engage and benefit all community members, and consider all the challenges the community faces – from rising sea levels to a lack of living wage jobs. And it should be grounded in resilience science, which tells us how complex systems – like human communities – can adapt and persist through changing circumstances. Six Foundations for Building Community Resilience [tytuł raportu – A.S.] describes how communities can approach the full scope of the 21st century’s challenges equitably and sustainably⁹³.

Wspomniany raport, wydany przez Post Carbon Institute, ma być źródłem dla „liderów lokalnych i aktywistów w Stanach Zjednoczonych”, ma także wnieść „wkład w szerszą dyskusję publiczną na temat rezyliencji w ludzkich społecznościach” (Lerch 2015: vi)⁹⁴.

*The first half of the report presents the challenges communities are facing, the relevant insights of resilience science, and the case for building resilience at the community level. The second half presents the six foundations we feel are necessary for building effective community resilience: **People, Systems Thinking, Adaptability, Transformability, Sustainability, and Courage** (Lerch 2015: vi; wytłuszczenie w oryginale).*

W takim ujęciu rezyliencja z jednej strony jest więc kategorią teoretyczną i konceptualną, z drugiej zaś odnoszoną do praktycznych działań, zarówno jako narzędzie ich ukierunkowania, jak i możliwy punkt wyjścia do ustalenia kryteriów ewaluacyjnych. Jakkolwiek atrakcyjne i motywujące są te wyjściowe hasła dla praktycznych zastosowań, dla ich analizy z punktu widzenia badań naukowych (w tym komunikacji) równie ważne jest zajmowanie perspektywy obserwatora, umożliwiającej dopiero dostrzeganie ukrytych aspektów i trudności wynikających z szerszych kontekstów systemowych, w które działania mają być implementowane. Wspomniane tu publikacje

⁹³ Zob. <http://www.resilience.org/resources/six-foundations-for-building-community-resilience/>; zob. też <http://www.postcarbon.org> [14.04.2019].

⁹⁴ „[...] intended as an accessible resource for local leaders and activists in the United States, and as a contribution to the larger public conversation about resilience in human communities” (Lerch 2015: vi; zob. też Lerch 2017).

stanowią tylko przykłady w tym zakresie oraz mogą oferować, wspólnie z odpowiednio opracowaną ofertą samodzielnego kształcenia się w zakresie problematyki wyjściowej i w kwestii budowania rezyliencji, co najwyżej punkt wyjścia do dalszych analiz projektowania komunikacji.

Stockholm Resilience Centre jako instytucja pracująca w tym zakresie proponuje w takiej systemowej i całościowej perspektywie siedem ogólnych zasad dotyczących rezyliencji, na które należy zwrócić uwagę przy projektowaniu, realizacji i analizie procesów transformacyjnych. Należą do nich między innymi:

- zachowanie różnorodności i redundancji (co daje możliwość zastępowania elementów);
- zarządzanie łącznością oraz kompleksowością (systemy z dobrze zorganizowaną łącznością szybciej mogą powrócić do sprawnego funkcjonowania, natomiast zbyt kompleksowe systemy stają się wrażliwe lub niestabilne);
- uwzględnienie możliwych procesów zwrotnych i niepożądanych działań wolno zmieniających się zmiennych (co ma znaczenie na przykład w systemach ekologicznych, w których wolna, niezauważalna zmiana jednej zmiennej może nagle wyrzucić drastyczny wpływ na funkcjonowanie całości systemu)⁹⁵.

Aspektem, na który zwraca uwagę również Stockholm Resilience Centre, jest istotność wspierania procesów edukacyjnych w budowaniu rezyliencji oraz podejmowanych w tym kontekście problemów. Tu pojawiają się odniesienia do innych haseł w glosarium, na przykład popularyzacji i udostępniania wiedzy oraz ofert związanych z samodzielnym kształceniem się.

Za próbą wprowadzania tego tematu w szersze konteksty społeczne idzie również dynamika normalizacyjna w komunikacji, kiedy

⁹⁵ „Maintain diversity and redundancy, manage connectivity, manage slow variables and feedbacks, foster complex adaptive systems thinking, encourage learning, broaden participation, promote polycentric governance” (<http://www.stockholm-resilience.org/research/research-news/2015-02-19-applying-resilience-thinking.html> [14.04.2019]).

dane pojęcie – tu ‘rezyliencja’ – pojawia się na poziomie interdyskursu. Na takim szerszym poziomie (na przykład w tekstach medialnych) tego typu pojęcia nie zawsze mogą być wprowadzane razem z ich kompleksowymi kontekstami wiedzy, lecz bywają najczęściej stosowane w roli (chwytnych) hasła lub, funkcjonalnie rzecz biorąc, jako symbole kolektywne bądź słowa sztandarowe (rzeczy godne podziwu, względnie potępienia – Pisarek 2002⁹⁶), służące między innymi podkreśleniu przynależności do jakiejś wspólnoty lub produkcji pozbawionej głębszych sensów i odniesień do szerszych koncepcji nawiązywalności. Stosowne egzemplifikacje obserwować można obecnie (2018 rok) na przykład w niemieckich mediach, gdzie temat rezyliencji pojawił się w tej funkcji (hasła) w programach typu *talk show* czy ogólnie w tekstach dziennikarskich skierowanych do – tak zwanej – szerokiej, czyli bliżej nieokreślonej, publiczności. Nawet kiedy pojęcie prezentowane jest w takich sytuacjach przez eksperta, jego (pojęcia) pojawienie się na tak szerokiej arenie komunikacji oznacza jedynie jego normalizację oraz potencjalną redefinicję na nowym tle. Początek takiego procesu zilustrować można wypowiedzią moderatorki *talk show* skierowaną do eksperta (psychologa): „Rezyliencja, byłby Pan skłonny to krótko wyjaśnić; nie każdy jeszcze zna, ale jest teraz totalnie na topie”⁹⁷.

⁹⁶ „Słowa sztandarowe to wyrazy i wyrażenia, które z racji swojej wartości denotacyjnej i konotacyjnej, a zwłaszcza emotywniej, nadają się na sztandary i transparenty, a więc do roli *x* lub *y* w strukturach typu *Niech żyje x! Precz z y!* Słowa sztandarowe, zwane też »pojęciami flagowymi« (Pisarek 1989), »wyrazami ważnymi« (Pisarek 2001), »symbolami politycznymi« (Lasswell, Leites 1949) lub »symbolami kolektywnymi« (Fleischer 1996), a ostatnio też »megasłowami« (Osborne 2002), nacechowane dodatnio lub ujemnie, wyrażają (lub wywołują w świadomości partnera dyskursu) bądź pojęcia pozytywne, czyli *miranda*, bądź pojęcia negatywne, czyli *kondemnanda*. Tak rozumiane *miranda* (»to, co należy podziwiać«) i *kondemnanda* (»to, co należy potępiać«) reprezentują różne wartości i antywartości” (Pisarek 2002: 8).

⁹⁷ „Resilienz – mögen Sie das kurz erklären; kennt noch nicht jeder, ist aber jetzt total gehypt”; Anne Will, Zwischen Höchstleistung und Überlastung – wann macht Arbeit krank?, *Das Erste* / ARD, 17.03.2019, godz. 21:45, <https://daserste.ndr.de/annewill/archiv/Zwischen-Hoechstleistung-und-Ueberlastung-wann-macht-Arbeit-krank,erste11442.html> [14.04.2019].

Ponownie otwiera się tu ciekawe pole badawcze dotyczące wprowadzania pojęć pochodzących z dyskursów specjalistycznych w szerszy obieg komunikacji interdyskursowej. To, że jakieś pojęcie staje się popularne czy choćby potencjalnie znane, można by uznać za sukces wspomnianych wyżej strategii komunikacyjnych; taka interpretacja byłaby jednak trafna tylko z perspektywy zawężonej do wewnątrz-systemowych kryteriów skuteczności określonego systemu funkcyjnego (na przykład branży PR-owej), a nie z perspektywy obserwatora uwzględniającego implikacje rozwojowe na szerszym tle społecznym. Ponadto interesować mogą również procedury normalizacyjne stosowane w celu asymilacji pojęć w interdyskursie oraz potencjalne modyfikacje semantyczne, w tym znaczenia komunikacyjne powstające w takich szerszych kontekstach. Pytaniem wiodącym byłoby wtedy: czy rezyliencja – jako pojęcie reprezentujące na terenie dyskursów specjalistycznych precyzyjnie i systematycznie opracowaną koncepcję – zachowuje (i może zachować) swój potencjał strategiczny w interdyskursie, czy zachodzą – i jakie – zmiany, w obliczu których można by zaprojektować strategie dążące do zachowania rezyliencji dla samego pojęcia ‘rezyliencji’?

→ * pomoc sąsiedzka; □ „*repair, reuse, recycle*”; ○ reduktywna moderna

□* **rolnictwo biologiczne/ekologiczne**

Ten punkt dotyczy alternatywnych (wobec konwencjonalnych) form rolniczej produkcji żywności w zgodzie z kryteriami ekologicznymi, z pominięciem stosowania sztucznych, chemicznie wzbogaconych nawozów, herbicydów i pestycydów, wraz ze zdecydowanym i systematycznym ograniczeniem wszelkich metod ukierunkowanych na bezwzględne zwiększanie plonów i wydajności (przy czym samo rolnictwo ekologiczne na dłuższą metę dokładnie do tego się przyczynia przez długofalowe pielęgnowanie gleby, zachowanie bioróżnorodności itp.); zazwyczaj za pomocą certyfikowanych procedur oraz z towarzyszeniem odpowiednich organizacji. Zagadnienie jest tak

szerokie, że w odniesieniu do badań komunikacji wymaga osobnego opracowania (można by na przykład, jako punkt wyjścia, zbadać kognitywny wizerunek czy profil semantyczny tego tematu w populacji), a z drugiej strony jest na tyle już znane, że w tym miejscu wystarczy o nim jedynie wspomnieć⁹⁸.

→ * *carrot mobs*; □ ekologia; □ rezyliencja; O zrównoważony rozwój

* rower

Nie sądzę, by kwestia ta wymagała dodatkowych wyjaśnień. Nie chodzi oczywiście o wynalezienie roweru, lecz o jego ponowne odkrycie w nowych kontekstach, zwłaszcza w dziedzinie mobilności w mieście. Jak wiele omawianych tu haseł, również to należy traktować jako element kompleksowej sieci różnych możliwości, stanowiących podstawę budowania społeczeństw i praktyk rezyliencyjnych, wyróżniających się możliwie szerokim zróżnicowaniem i aktywnym wykorzystaniem istniejących form realizacji zadań w społeczeństwach. Poruszanie się z punktu A do punktu B to takie właśnie zadanie. Z uwagi na problematykę normalności można zadać pytanie, dlaczego samochód „naturalnie” w większości sytuacji jest niekwestionowaną preferencją, mimo zakorkowanych ulic. Nie chodzi przy tym o sytuacje, w których samochód z różnych praktycznych powodów czy konieczności może być (lub wydaje się) „sensowniejszym” środkiem transportu niż rower, lecz o ogólną sytuację ruchu miejskiego, dla którego rower w większości miast jest nienormalnym wyjątkiem właśnie, mimo że w wielu wypadkach byłby praktyczniejszy niż samochód. Ukierunkowanie to manifestuje się w infrastrukturze, w preferowanych w przestrzeni publicznej konkretnych formach ruchu, a także w komunikacjach (społecznych), w których jazda rowerem

⁹⁸ Jako przykład szeroko zakrojonych socjologicznych badań jakościowych dotyczących rolników i rolnictwa ekologicznego w Polsce z perspektywy etnograficznej – zob. Bielski 2009.

komentowana jest (inaczej niż samochodem) z wykorzystaniem procedur normalizacyjnych jako coś niezwykłego.

W celu uzmysłowienia sobie tego zjawiska (i stojącej za nim normalności) wystarczy przejść na obszar empirycznej obserwacji codziennej praktyki ruchu miejskiego w dowolnym miejscu⁹⁹. Jeśli przeanalizować – w większym mieście na ulicy średniej wielkości – liczbę i rodzaj poruszających się po niej oraz chodnikach po obydwu jej stronach środków lokomocji, to okaże się, że samochody osobowe (najczęściej z jedną osobą wewnątrz) stanowią 83% ruchu osobowego, pozostałe formy występują zaś znacznie rzadziej, a udział rowerów wynosi zaledwie 5%¹⁰⁰.

Wiadomo, że rower nie dla każdego i nie w każdej sytuacji stanowi alternatywę wobec samochodu; ale łatwość, z jaką poprzednie zdanie bywa akceptowane, wskazuje na to, że samochód funkcjonuje konceptualnie (bez produkcji irytacji) jako znormalizowana przesłanka oceny pozostałych możliwych form mobilności. Na tle ogólniejszych celów transformacji społecznej rower stanowić może środek transportu i formę ruchu w ramach szerokiej strategii budowania rezylencji – tu w sensie opracowania zdyferencjonowanej gamy możliwości organizacji ruchu w środowisku urbanistycznym.

→ reduktywna moderna; rezylencja; *sharing economy*

⁹⁹ Abstrahuję tu od specyficznych przypadków (miast i miejsc), w których rower stanowi zaplanowaną i częściej wybieraną opcję (Kopenhaga, Amsterdam, Kolonia) – przy czym nawet w tych miastach ruch, nazwijmy go, spalinyowy nadal jest regułą.

¹⁰⁰ Pojedyncza obserwacja dotyczyła 100 obiektów (wszystkie obserwacje łącznie: 2300) poruszających się po obydwu stronach ulicy i chodników, a prowadzona była przez 23 dni robocze około godz. 9.30–10.00 przy dobrej pogodzie, nadającej się bez większego trudu do jazdy rowerem (temperatura około 22°C, brak deszczu). Notowane były samochody osobowe (dostawcze pominięto), autobusy, motocykle, skutery, rowery oraz piesi. Wybrana do obserwacji ulica ma dwa pasy ruchu oraz szerokie chodniki, na których dozwolona jest jazda rowerem (na jednym z nich zaczyna się w tym miejscu osobna ścieżka rowerowa). Miejsmem obserwacji był Wrocław, czas: maj–lipiec 2018 roku.

* ruch pokojowy

Jest przykładem nawiązującym do historycznych prekursorów obecnych ruchów związanych z transformation design. Powiązanie kwestii globalnego ocieplenia i transformacji społecznej z ruchem pokojowym wyraźnie manifestowało się w trakcie przygotowywania niniejszej publikacji, na przykład w tym, że na corocznie odbywających się manifestacjach na rzecz pokoju i rozbrojenia, organizowanych w okresie wielkanocnym w Niemczech przez ruch pokojowy, pojawiły się również tematy dotyczące zmian klimatycznych¹⁰¹.

→ □ rezyliencja; O zrównoważony rozwój

□ *sharing economy*

Problematyka związana z *sharing economy* czy *share economy* jest zasadnicza i ma charakter systemowy. Dotyczy prób monetyzacji obszarów i praktyk społecznych, które do tej pory były niezależne od pieniędzy, i wykorzystania tych praktyk do generowania zysku „trzeciej” strony – choćby gościnność, pomoc itp. wykorzystane przez „platformy” (a w rzeczy samej firmy) takie jak Airbnb, Uber itp. Ciekawa jest tu zwłaszcza owa trzecia strona. O ile dotychczas procesy monetyzacji odbywały się tak, że po jednej stronie ktoś oferował (za pośrednictwem handlu) wytworzony przez siebie produkt, który po drugiej stronie ktoś nabywał, o tyle dziś jedna strona (klient firmy Uber) sama sobie (innym klientom tej firmy) jako drugiej stronie coś oferuje (własny samochód), z czego trzecia strona, która nie posiada samochodów, czerpie zyski. Kwestie implikacji takich aktywności dla miast oraz dla regulacji prawnych analizują Finck i Ranchordás (2016), które rozróżniają inicjatywy propagujące dzielenie się niewykorzystanymi zasobami (prywatne pokoje gościnne) oraz platformy

¹⁰¹ Zob. *Netzwerk Friedenskooperative* (Sieć kooperatyw pokoju, *Network of the German Peace movement*), <https://www.friedenskooperative.de/> oraz <https://www.tagesschau.de/inland/ostermaersche-friedensbewegung-103.html> [26.04.2019].

nieoperujące regułą współpracy oraz niemotywuujące się zrównoważoną konsumpcją¹⁰².

Mowa jest w tym kontekście również o „dyskursywnym zawłaszczeniu” idei *sharing economy*, która została wypracowana jako forma solidarnej gospodarki, mającej oszczędzać zasoby, teraz natomiast działa jako model biznesowy tak zwanego kapitalizmu platform (*Plattform-Kapitalismus*, zob. Schoppek 2019). Problemem jest to, że w tym ostatnim modelu wspomniana wyżej trzecia strona oprócz (zmonetyzowanego!) zapośredniczenia kontaktu nie przejmuje żadnej funkcji w procesie dzielenia się, jej aktywność nie jest podejmowana w interesie społecznym, lecz gospodarczym. Z powodu globalnego charakteru stojących za nią struktur działalność ta nie jest – na przykład przez podatki, które przyczyniać mogą się do budowania i utrzymywania materialnej i niematerialnej infrastruktury społecznej – ponownie wprowadzana w sferę społeczną, a jej ekonomiczne wyznaczniki stają się niewidoczne, przez co powstać może *iluzja* socjalności (jej symulacja, podobnie jak w tak zwanych sieciach społecznościowych, zob. Fleischer 2017: 20). Dzielenie się pozbawione jest tym samym wymiaru społecznego: to nie dwie równorzędne strony się czymś dzielą, pomagają sobie nawzajem i tworzą dzięki temu zależności oraz relacje społeczne, lecz niewidoczna trzecia strona dostarcza usługę, etykietowaną w komunikacjach jako dzielenie się¹⁰³, nie ponosząc jednak odpowiedzialności ani społecznej, ani prawnej, nie jest bowiem częścią uruchomionych przez siebie procesów, jako że realizację działań oraz ich konsekwencje na poziomie materialnym i społecznym przejmują inni (uczestnicy oraz państwo, czyli ludzie): to oni dostarczają, utrzymują

¹⁰² „First, this Article distinguishes between genuinely collaborative initiatives that promote the sharing of underutilized assets (e.g., spare guestrooms) and non-collaborative platforms that are not driven by sustainable consumption (e.g., Uber)” (Finck, Ranchordás 2016: 1299).

¹⁰³ W myśli etycznej i filozoficznej natomiast dzielenie się oznacza również „rezygnację z czegoś na korzyść trwającego oraz wzmacniającego się w wyobraźni uczestników związku z innym człowiekiem” (Altrichter 2013, w wywiadzie przeprowadzonym przez A. Sury, <https://www.athena-verlag.de/controller.php?cmd=detail&titelnummer=525> [27.02.2019]).

i odnawiają fizyczną infrastrukturę (mieszkania, własne samochody, ulice itd.) oraz zasoby (czasowe, zdrowotne, praca instytucji towarzyszących), które tym samym wyłączone są z obiegu społecznego (mieszkanie w funkcji hotelu zamiast domostwa dla żyjących tam ludzi). Trzecia strona nie ponosi więc żadnego ryzyka w swej działalności; po jej stronie pozostają same korzyści (zyski) wygenerowane przez wykorzystanie relacji społecznych¹⁰⁴.

Dla badań komunikacji ciekawe staje się więc to, że hasło '*sharing economy*' obejmuje w ostatnim czasie inicjatywy i zjawiska różniące się zasadniczo od siebie ze względu na to, że jedne wykorzystują wyżej opisany mechanizm, drugie natomiast wywodzą się z idei, aby budować rezyliencję za pomocą bezpośredniej organizacji i usieciowienia relacji społecznych, na przykład przez pomoc sąsiedzką, wymianę usług, wiedzy i kompetencji, czy też za pomocą pieniędzy regionalnych i walut alternatywnych. Trzecie z kolei znajdują się na poziomie pośrednim, to znaczy reprezentują mieszkankę obu podejść, łączą ideę pierwotną ze sferą gospodarczą, w sensie realizacji elementów *sharing economy* przez mniejsze i średnie firmy lub przez kooperację między firmami, miastami i instytucjami miejskimi, które bywają wykorzystywane do szerszej implementacji systemów (na przykład carsharingowych). Dzięki wspólnej nazwie różnice między tymi podejściami, a tym samym ich odniesienia ideologiczne, systemowe oraz stojące w tle interesy, stają się niewidoczne, w terminologii teorii systemów i konstruktywistycznej teorii komunikacji – ziniwizbilizowane, co oznacza również, że uniemożliwiana jest lub staje się mniej prawdopodobna dyskusja na przykład o tym, komu dane rozwiązanie przynosi korzyści oraz jak oddziałuje na relacje społeczne; dyskusja, która przy oddolnych rozwiązaniach nie jest potrzebna, gdyż takie kwestie są wtedy negocjowane bezpośrednio. Na pierwszy plan natomiast wysuwa się użycie hasła '*sharing economy*' w celu wskazania

¹⁰⁴ O tej problematyce zob. na przykład R. Killick, 'Sharing economy' companies like Uber and Airbnb aren't really 'sharing' anything, *Business Insider*, 6.10.2015, <https://www.businessinsider.com/sharing-economy-companies-like-uber-and-airbnb-arent-really-sharing-anything-2015-10?IR=T> [3.02.2019].

na nowoczesność, słuszność własnego postępowania itp., co stanowi normalizacyjny zabieg wspomagający uzyskanie akceptacji.

Egzemplifikacje tej dynamiki znaleźć można w tekstach z zakresu branżowej komunikacji medialnej dotyczącej szeroko rozumianych tematów biznesowych. Pokazują one dylemat, który powstaje, kiedy zagadnienie omawiane jest głównie lub wyłącznie z perspektywy wewnętrznej danego subsystemu (w tym przypadku programu komunikacyjnego 'gospodarka'). Teksty tego typu ilustrują przy tym zasadniczy problem dotyczący komunikacji – nie chodzi o krytykę owych tekstów, lecz o odkrycie pewnych reguł narzucanych przez ramy normalnościowe, w których siłą rzeczy operujemy, komunikując z perspektywy danego programu komunikacji.

Wybrany w celu ilustracji zagadnienia artykuł z tego zakresu nie rozróżnia na przykład typów *sharing economy* na tle wyżej naszkicowanej problematyki, lecz przedstawia ją jako zjawisko (co oczywiście też jest możliwą perspektywą), które rozwijało się, by tak rzec, na jednej historycznej linii: od dzielenia się w prywatnym, sąsiedzkim otoczeniu do szerszych zastosowań realizowanych za pomocą internetu jako „innowacyjnej platformy”. Z takiej perspektywy *sharing economy* przedstawia się jako spójny trend symbolizujący innowacyjność i przyszłość, stanowiący konkurencję dla tradycji.

Jednak ten spontaniczny, oddolny trend, który wydaje się nie tylko tworzyć nową jakość w biznesie, ale i być cieszącym oczy przykładem współpracy lokalnych społeczności, wywiera także ogromny wpływ na wiele branż. Tradycyjne przedsiębiorstwa reagują natomiast ostrym sprzeciwem. [...]

Mimo walk z prawem i tradycyjnymi rozwiązaniami biznesowymi idea ekonomii współdzielenia będzie nadal się rozwijała¹⁰⁵.

W ten sposób (między innymi przez zastosowanie motywu konkurencji) powstaje, co pokazuje ten przykład, określona narracja oraz,

¹⁰⁵ E. Rudnicka, Czym jest *sharing economy* i jak zmienia biznesowy krajobraz?, *Harvard Business Review Polska*, [b.d.], <https://www.hbrp.pl/b/czym-jest-sharing-economy-i-jak-zmienia-biznesowy-krajobraz/YKrUu6Qu> [3.02.2019].

konceptualnie rzecz biorąc, sytuacja konfrontacji między starym a nowym, z której nie ma (jakoby) wyjścia lub w której nie ma się wyboru, jeśli chodzi o narzucane przez innych główne motywy opisanego rozwoju; natomiast motywacje wiodące kiedyś do powstania projektów dzielenia się schodzą na drugi plan (gdyż należą do historii).

Z drugiej strony jednak tekst rzeczowo omawia również krytyczne aspekty, na przykład problematyczny rozwój rynku nieruchomości z uwagi na aktywność takich firm jak Airbnb, a nawet efekt *rebound* – tendencja opisana w haśle ‘*car sharing*’, według której za oszczędnościami w jednej dziedzinie (tu na poziomie konsumpcji) idzie zwiększenie nakładów w innej:

Pojawia się jednak pytanie, co konsument robi z zaoszczędzonymi pieniędzmi? Odpowiedź nasuwa się szybko: kupi inne dobra, prawdopodobnie trwale zrezygnuje z transportu zbiorowego i będzie podróżował częściej. Koniec końców emisja pozostanie na niezmiennym poziomie lub, jak pokazują badania na temat wpływu zjawiska *car sharing* na środowisko, raczej ulegnie zwiększeniu¹⁰⁶.

Widzimy więc, że krytyczne aspekty nadal mogą być dostrzegane; podstawowe kwestie systemowe z perspektywy wewnętrznej natomiast stają się nieistotne lub niewidoczne.

Podejściem, które w wymiarze projektowym daje sensowną (gdyż całościowo ukierunkowaną, a zatem umożliwiającą działalność projektową) podstawę, jest natomiast zastosowanie perspektywy obserwatora (program komunikacji ‘nauka’), za pomocą której można stworzyć możliwość dalszego przemyślenia i opracowania pomysłu z uwzględnieniem szerszego kontekstu społecznego. *Sharing economy* staje się wtedy jednym rozwiązaniem spośród wielu innych, które można rozważać pod kątem jego efektów ogólnosystemowych oraz opracowywać na tej podstawie strategie komunikacyjne i transformacyjne; to znaczy zamiast biegać za kolejnym trendem, można zastosować myślenie strategiczne. Przemyślenia w takiej szerokiej

¹⁰⁶ Tamże.

i społecznej perspektywie dotyczące inicjatyw i ruchów transformacyjnych w zakresie *de-growth* (zob. punkt *ekonomia postwzrostowa*) przedstawia Dorothea Schoppek (2019), która zaznacza główną rolę tego strategicznie ukierunkowanego nastawienia:

Najważniejsze pytanie, które z tego [z problemu „dyskursywnego zawłaszczania” – A.S.] wynika, odnosi się do decyzji strategicznych: jakie są strategie dyskursywne, które z jednej strony są nawiązywalne, a zatem również dostępne zdywersyfikowanej publiczności (niezbędnej do głębokiej, demokratycznej transformacji społecznej), ale z drugiej strony nie podlegają ryzyku zawłaszczania lub marginalizacji? (Schoppek 2019).

Autorka wychodzi od tego pytania i omawia trzy strategie proponowane w literaturze ze względu na ich potencjał transformacyjny na szerszym tle społecznym: a) strategię radykalnego zerwania z obecnie dominującym neoliberalnym dyskursem oraz przeciwstawienia mu własnego, b) stosowanie humoru (zob. hasło *komunikacja subwersywna*) oraz c) proponowaną przez Haralda Welzera i omówioną w rozdziale 4.1 ideę tworzenia nowych narracji i modelowania przyszłości na zmienionej podstawie – przez analizę terażniejszości w funkcji przesłanki przyszłej terażniejszości.

Podsumowując: tam gdzie *sharing economy* staje się zglobalizowanym modelem biznesowym stosowanym w zastanych strukturach gospodarczych, „psuje się” pierwotna idea bezinteresownej wymiany produktów, wiedzy i usług, która miała się przyczyniać nie tylko do uzyskania krótkofalowej korzyści dla obydwu stron, lecz także do ogólnego dobra społecznego. Z drugiej strony modele *sharing economy* mogłyby – tam gdzie są stosowane i realizowane z nawiązaniem do idei społecznych – przygotować społeczeństwo oraz jego system funkcyjny gospodarki na inne formy gospodarowania i kształtowania relacji ekonomicznych. Z punktu widzenia badań komunikacji i obserwacji procesów normalizacyjnych ciekawa jest kwestia, na którą w odniesieniu do opisanych tu dwóch wersji asymilacji tematu w komunikacji wskazują manifestacje w sferze interdyskursu, to znaczy wypowiedzi medialne: czy *sharing economy* traktuje się jako

przedsięwzięcie o charakterze (pozbawionego idei wyjściowej) trendu, i wtedy pojęcie to jest stosowane jako etykieta dla nowości (na tle najważniejszych kategorii zastanego systemu, takich jak wzrost, sukces definiowany wskaźnikami finansowymi itd.), czy też pojawiają się inne kategorie i kryteria wskazujące na to, że idea zasadniczego przekształcenia relacji ekonomicznych odgrywa jakąś ważną rolę (zrównoważoność, ekologia, kategorie społeczne, aspekty krytyczne, kwestia przejrzystości interesów itp.)?

→ * *car sharing*; □ *commons*; * współdzielenie i wymiana...

* sklepy/punkty wymiany/wypożyczania towarów

Jak już sama nazwa wskazuje, chodzi tu o miejsca, w których można wymieniać się określonymi rzeczami lub je wypożyczyć, zamiast kupować. Sam pomysł wynika zaś z obserwacji, że wiele z posiadanych przez nas w gospodarstwach domowych przedmiotów używanych jest raczej okazjonalnie (narzędzia i sprzęty takie jak wiertarka¹⁰⁷ czy kosiarka) i przez większość czasu jedynie leży (ale za to w każdym domu); inne z różnych powodów wymieniamy na nowe, mimo że nadają się jeszcze do użytku (na przykład ubrania). Umiejętnie zorganizowana wymiana tych rzeczy lub dzielenie się nimi jest zatem metodą prowadzącą do oszczędzania zasobów i surowców oraz potencjalnie może przyczyniać się do budowania więzi społecznych, wzmacniania socjalności na poziomie sąsiedzkim lub też ogólnospołecznym¹⁰⁸.

Tego typu punkty wymiany funkcjonują najczęściej bezpłatnie, wypożyczalnie natomiast – na zasadzie kaucji zwrotnej. Nazwa „sklep”

¹⁰⁷ „Wiertarka w całym swoim cyklu życiowym używana jest tylko przez 7 minut. To jest niewiarygodne marnowanie zasobów naturalnych i energii” (z tekstu informacyjnego wiedeńskiego sklepu do wypożyczania *Leila*, <https://www.leila.wien/> [15.03.2019]).

¹⁰⁸ Przykłady różnych takich miejsc: <http://bibliotekaubran.pl>; <http://dziennikarstwo.wroclaw.pl/kupuj-wypożycz-biblioteka-ubran-we-wroclawiu/>; <http://poznan.wyborcza.pl/poznan/7,36001,24063915,po-dzielnia-daje-i-bierze-czyli-uczy-sie-dzielic.html>; <http://leihlokal.buergerstiftung-karlsruhe.de/>; <http://www.leihladen-bochum.de>; <http://leila-berlin.de/> [15.03.2019].

jest w tym kontekście nieco myląca, została jednak przejęta w analogii do funkcjonujących w Niemczech punktów (*Leihläden*, *Tauschläden*), by przy okazji wskazać na kontekst historyczny zagadnienia. Za prekursora (przynajmniej z uwagi na nazewnictwo oraz budowanie społeczności na poziomie lokalnym z długofalowym efektem w skali społecznej) uznać można tak zwane sklepy nauki (*Wissenschaftsläden*), założone przez ruch pokolenia '68. (= rewolta młodzieżowa i studencka oraz rozwijający się wtedy aktywizm prospołeczny i ruch pokojowy), które były otwartym dla wszystkich miejscem kształcenia się oraz debat społecznych. Niektóre inicjatywy funkcjonują również pod nazwą „biblioteka” lub używają tej metaforyki do wyjaśnienia swej działalności.

Punkty wymiany lub wypożyczalnie działają często w charakterze dobrowolnych inicjatyw, tym samym zależne są od możliwości czasowych osób lub grup je prowadzących oraz od wspierających je organizacji użyteczności publicznej (fundacje, stowarzyszenia itp.). Z perspektywy strategii transformacyjnych są zatem modelami z poziomu 'mikro', mającymi jednak tę zaletę, że można stosunkowo szybko i prosto zrealizować swe cele, co w rezultacie doprowadza ponadto do poczucia skuteczności i własnej sprawczości. Możliwości ingerencji i zmian na ogólniejszym poziomie założen normalnościowych w komunikacji są natomiast stosunkowo małe.

W tym kontekście obserwować można (zwłaszcza w ostatnim czasie i w większych miastach) próby realizacji pomysłu wymiany w postaci zakładania „normalnych” sklepów (na przykład z ubraniami), w których nie kupuje się, lecz wynajmuje oferowane tam towary, na przykład przez miesięczny abonament. Nie chodzi przy tym – w przypadku ubrań – o już istniejące punkty wynajmu kosztownej garderoby na specjalne okazje (wesela, bale itp.), lecz o garderobę codzienną oraz o ideę wprowadzania w życie innych, dążących do zrównoważoności form uprawiania handlu i konsumpcji. Modele te wskazują na to, że pomysł pochodzący z poziomu 'mikro' ma jednak potencjał przewędrowania z sektora oddolnej alternatywności do szerszego obszaru. Nie oznacza to koniecznie i automatycznie, że idzie za tym

również zasadnicza zmiana systemu, proces ten dotyczy bowiem, jak ilustruje to poniższy przykład, przede wszystkim – i na początku jedynie – wymiaru komunikacyjnego. Możliwych przyczyn braku długofalowego powodzenia (ostatecznej implementacji i normalizacji zmienionych praktyk do szerszego kontekstu społecznego) jest wiele. Poniższy opis „nieudanej” próby w tym zakresie¹⁰⁹ ilustruje, w jaki sposób definicja sukcesu warunkowana jest przesłankami (normalnościowymi) funkcjonującymi w komunikacji.

Od jakiegoś czasu zastanawiamy się nad tym, jak upublicznić taką wiadomość.

Do nas nie pasuje gadanie o tym, co ogół piętnuje wariackim słowem „porażka”. Praktycznie każda rozmowa o tym jest frustrująca. Padają takie zdania jak: „Znaczy nie było wystarczającego popytu”. Lub: „W Niemczech powinno się nauczyć, że porażka jest częścią procesu zakładania przedsiębiorstwa”.

Takie proste to jednak nie jest. [...]

Nie tylko prasa nazywała nas rewolucjonistkami – nasza wizja odpowiadała, między innymi właśnie ponieważ go kwestionowała, duchowi czasu.

Idea rozprzestrzeniła się; nagle przemawialiśmy przed politykami, siedzieliśmy w panelach dyskusyjnych na temat przyszłości konsumpcji, udzielaliśmy jednego wywiadu za drugim, a liczba ludzi śledzących naszą drogę i inspirowanych się ideą wypożyczania zamiast kupowania gwałtownie wzrastała.

Równoległe do naszej własnej pionierskiej pracy [...] budowałyśmy w krótkim czasie mimo wszystko biznes, który rozsyłał paczki do tysięcy klientek w całych Niemczech.

Dlatego w naszym przypadku [powodem zawieszenia internetowej wersji sklepu do wypożyczania] nie był za mały popyt, lecz raczej za duży – przynajmniej w relacji do czasu¹¹⁰.

A zatem nie brak zainteresowania podany jest tu jako powód zawieszenia (części) działalności, lecz między innymi dysproporcja między możliwościami dwóch osób a dużym zainteresowaniem zarówno ze strony klientek, jak i mediów oraz społeczeństwa. Sukces przedsięwzięcia w wymiarze komunikacyjnym natomiast był (według

¹⁰⁹ W sensie zawieszenia działalności sklepu do wypożyczania ubioru online; w wersji offline wspomniany sklep w czasie publikacji cytowanego tekstu dalej działał.

¹¹⁰ Zob. <https://kleiderei.com/online-kleiderei-stellungnahme/> [15.03.2019].

tekstu) dość duży, tyle że ze strony komunikacji i założeń normalnościowych nie jest interpretowany jako sukces.

Autorki tekstu czują się więc zmuszone, aby mówić w kategoriach porażki, podkreślając trudności nie tylko w wymiarze działaniowym, lecz także *komunikacyjnym* i (auto)wizerunkowym („do nas nie pasuje”), oraz bazują – chcąc nie chcąc – na przesłankach normalnościowych, które właściwie przez własną działalność miały być zmienione.

Niemniej jednak (z perspektywy systemowej) przez istnienie takich inicjatyw rośnie potencjał zmian, gdyż powstają irytacje, w takim sensie, że kwestionowana jest funkcjonująca dotychczas normalność i związane z nią rutyny. Ciekawym tematem do szerszych badań są więc zarówno widoczne w egemplifikacji trudności proceduralne na obszarze komunikacji: problemy z normalizacją (i interpretacją) przedstawionej sytuacji w kategoriach porażki, jak i ogólna kwestia potrzebnej i na dłuższą metę z jakimś prawdopodobieństwem zachodzącej (re)definicji sukcesu oraz innych kategorii kluczowych na tle transformacji społecznej (zob. rozdział 5).

→ □* minimalizm, redukcja; ○ reduktywna moderna; * współdzielenie i wymiana...

* sklepy z żywnością bez opakowań jednorazowych¹¹¹

→ □* minimalizm, redukcja; □* „*reduce, reuse, recycle*”; ○ reduktywna moderna; □* *zero waste*

* *slow food, slow life*

Idee i ruchy związane z hasłem ‘*slow*’ wyróżniają się ogólnie tym, że zajmują się na poziomie conceptualnym i praktycznym (re)orientacją na jakość i świadomy tryb życia, z uwzględnieniem kwestii społecznych i ekologicznych.

¹¹¹ Na temat inicjatyw i sklepów tego typu w Polsce – zob. na przykład <http://sklepbez-pudla.pl/>; <https://biore.com.pl/> [18.04.2019].

»*Slow Living*« means structuring your life around meaning and fulfilment. Similar to »voluntary simplicity« and »downshifting«, it emphasizes a less-is-more approach, focusing on the quality of your life (Meredith, Storm 2009¹¹², cyt. za: Ionciã, Petrescu 2016: 86).

Ruchy *slow* szczególnie dobrze zostały opracowane w odniesieniu do jedzenia – zwracają uwagę nie tylko na świadomą konsumpcję jakościowo dobrych produktów, lecz, w sposób całościowy, na proces produkcji, dostawy i przygotowania potraw¹¹³. Zarówno temat *slow food*, jak i szerszy kontekst idei 'slow' wyrażają się w dużej liczbie konkretnych manifestacji w sferze społecznej (ugrupowania i inicjatywy, wydarzenia i akcje, opracowania książkowe, teksty medialne itp.); są one w podobnym stopniu co zauważalne (jeśli zwraca się na nie uwagę) szeroko zakrojone koncepcje typu *transition towns* czy *zero waste*. W ostatnim czasie znacznie wzrosła ogólna popularność tematu, pojawia się on również szerzej w zinstytucjonalizowanych mediach i jako trend w tak zwanych mediach społecznościowych, choćby na platformach typu Instagram. W związku z tą różnorodną i szeroką bazą materiałową, która wymaga prowadzenia osobnych badań, ograniczam się tu do krótkiego wskazania na ogólną charakterystykę zagadnienia oraz na potencjalne zagadnienia badawcze¹¹⁴. Główna idea stojąca za ruchami *slow* stanowi bowiem przeciwieństwo obecnie funkcjonujących założeń normalnościowych i przesłanek, nawet jeśli podkreśla się, że nie chodzi w niej wyłącznie o robienie wszystkiego w trybie powolnym, lecz o elastyczne dopasowanie tempa działań do charakteru poszczególnych zagadnień, to znaczy o świadomą i sensowną społecznie i ekologicznie (re)organizację procesów społecznych i trybu życia.

Z perspektywy badań komunikacji ciekawe staje się zatem odniesienie ruchów związanych z ideą 'slow life' do obecnie funkcjonujących

¹¹² Zob. [https://en.wikipedia.org/wiki/Slow_movement_\(culture\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Slow_movement_(culture)) [20.05.2019].

¹¹³ Zob. Petrini 2005.

¹¹⁴ Przykładowe badania komunikacji dotyczące stanu aktualnego w Polsce – zob. Siwik 2019; na temat studium przypadku praktycznego zastosowania zasad *slow life* i *slow food* – zob. np. Broadway 2015.

(przyjętych jako normalne) podstawowych konceptów komunikacji, a także kwestia ich asymilacji na tym tle, czy to przez programy komunikacji i normalności systemów funkcyjnych takich jak gospodarka, czy też w obszarze interdyskursu. Podstawowe konceptualne sprzeczności pojawiają się już w odniesieniu do konceptu wzrostu:

[...] *the slow living movement (with its spinoffs, such as 'slow economics,' the slow food movement and so on) seem to go against the main trend in the economics domain. This is no surprise, if we take into account the fact that economics has been long dominated by concepts such as 'economic growth,' which fundamentally opposes the underlying principles of the slow living movement – which shifts the focus from growth for the sake of growth to sustainable growth, limited by the availability of local resources and favouring quality (of food, of life, of education) over quantity* (Ionciã, Petrescu 2016: 88)¹¹⁵.

Powstaje zatem po raz kolejny pytanie, czy koncepcje związane ze *slow life* w ramach (odbywających się siłą rzeczy) procesów normalizacyjnych są trendem lub modą pozbawionymi odniesień do pierwotnej idei, czy też mają (jednak lub mimo to) potencjał generowania głębszych zmian na szerszym tle, oraz w jaki sposób można powstające w tym kontekście problemy podejmować projektowo.

→ □* minimalizm, redukcja; □ regionalizacja; □ rezyliencja;
O zrównoważona nowoczesność

*□ **syndykaty mieszkaniowe** (niem. *Mietshäuser-Syndikate*)

Jest to alternatywna forma organizacji mieszkalnictwa polegająca na uniezależnieniu się od rynku nieruchomości przez oddolną, wspólną organizację oraz samodzielne zarządzanie wspólnie posiadanymi i używanymi nieruchomościami. Mieszkańcy realizujący tego typu modele równocześnie wynajmują oraz *wspólnie* posiadają

¹¹⁵ Autorzy prezentują analizę zagadnień związanych z hasłem *slow*, między innymi ze względu na jego potencjał podnoszenia jakości życia oraz w odniesieniu do gospodarki, zwłaszcza w kwestii tematu *green economy*.

nieruchomość, w której mieszkają; nie jest ona ich osobistą własnością, lecz właśnie wspólną. Organizują się w tym celu jako spółka z ograniczoną odpowiedzialnością (niem. *GmbH*), której członkami są towarzystwa założone przez mieszkańców danego domu oraz syndykat mieszkaniowy reprezentujący wszystkie tego typu domy razem. Zaletą tej formy organizacji jest to, że w ten sposób nieruchomości nie podlega już mechanizmom rynkowym i ich dynamice lub interesom inwestorów, gdyż staje się na stałe własnością użytkowników, płacących co prawda czynsz, jednak wyraźnie niższy od porównywalnego na tak zwanym wolnym rynku; czynsz ten służy do spłaty kredytu zaciągniętego u syndykatu na zakup danego domu, a po jego spłaceniu – finansowaniu kolejnych tego typu przedsięwzięć. Koncepcja syndykatów mieszkaniowych wiąże się z zasadniczą i dość oczywistą ideą, że każdy człowiek ma prawo do mieszkania, która jako taka pochodzi z lat 80. ubiegłego wieku i skutecznie praktykowana jest w ponad stu projektach w różnych niemieckich miastach, między innymi we Freiburgu¹¹⁶.

→ □ *commons*; * współdzielenie...; □ rezyliencja

* regionalnie funkcjonujące systemy zwrotne dla opakowań

Mogą być (częściowym) rozwiązaniem problemu śmieci powstających przez stosowanie jednorazowych opakowań. Wymagają jednak kilku dodatkowych uwarunkowań, na przykład dobrze rozbudowanych sieci wsparcia, to znaczy systemów funkcjonujących w wielu różnych miejscach¹¹⁷, niezbyt długich dróg przewozu pustych opakowań itd.; nie wszystkie produkty nadają się też do bezproblemowej dystrybucji w opakowaniu zwrotnym. Ze względu na tę kompleksowość (zarówno odnośnie do oferowanych obecnie produktów, jak i będących w dyspozycji materiałów opakowań) hasło to omawiam tutaj tylko krótko.

¹¹⁶ Zob. <https://www.syndikat.org/de/> [26.04.2019].

¹¹⁷ Przykład budowania ponadregionalnie funkcjonującego systemu zwrotnego dla przenośnych kubków do kawy w Niemczech: <https://recup.de/> [24.04.2019].

Z perspektywy badań komunikacji jednak zadziwiająco i ciekawe może być to, że mamy do czynienia z tematem niejako historycznym, czyli z kiedyś już dobrze funkcjonującą praktyką, od której odeszło się z różnych, nie zawsze rozsądnych, powodów, i to do tego stopnia, że w komunikacji trzeba dziś „renormalizować” coś, co właściwie na tle zdrowego rozsądku i w obliczu problemu śmieci już było i nadal jest logiczne oraz sensowne. Więc odnajdujemy się w sytuacjach, w których sklepy niestosujące opakowań muszą wyczerpująco wyjaśniać i uzasadniać swoją działalność oraz forsować ją wobec realiów rynku. Co z kolei ponownie wskazuje na funkcjonujące założenia normalnościowe, według których opakowania jednorazowe są regułą.

→ □* „*reduce, reuse, recycle*”; ○ reduktywna moderna; * sklepy bez opakowań; □* *zero waste*

○ świat bez pieniędzy (oraz zmiana systemu, roli i funkcji pieniądza)

Punkt ten dotyczy różnych koncepcji, odnoszących się zarówno bezpośrednio do pieniędzy i ich aktualnych form funkcjonowania, jak i do projektów dążących do zmian, mających na dłuższą metę pośredni wpływ na rolę i funkcję pieniędzy w systemie społecznym. W tym sensie nie chodzi tutaj o jakąś jedną określoną koncepcję, lecz o (co najmniej) kilka – różnie ukierunkowanych i dążących niekoniecznie eksplicytnie do likwidacji pieniędzy „w ogóle”, lecz do zasadniczej rekonceptualizacji oraz reorganizacji systemu¹¹⁸. Określenie „świat bez pieniędzy” zostało tu wybrane, aby podkreślić postulat zasadniczego przesunięcia perspektywy, stanowiący wspólny element różnie ukierunkowanych koncepcji. Pieniądze oraz mechanizmy związane z rynkiem finansowym nie są traktowane jako centralny element wyjściowy, decydujący o kierunku działań oraz o organizacji relacji

¹¹⁸ Na temat takiego szerokiego opracowania tematu w kontekście systemowym oraz zrównoważoności – zob. Lietaer i in. 2012; zob. też stronę internetową Bernarda Lietaera (z hasłem przewodnim „Currency solutions for a wiser world”): <http://www.lietaer.com/> [24.04.2019].

społecznych – w zależności od konkretnej koncepcji system pieniężny koncipowany jest albo jako środek służący celom społecznym, i w ten sposób aktywnie projektowany i wykorzystywany, albo przesuwany jest na dalszy plan na korzyść wskaźników innych niż finansowe, na przykład zasady kooperacji lub dobra wspólnego jako głównego celu, w miejsce konkurencji, wzrostu produkcji, wartości dodanej i zysku. Jednym z głównych problemów wyjściowych wielu podejść jest bowiem sposób funkcjonowania obecnych pieniędzy i związanego z nimi rynku finansowego, który to rynek usamodzielniał się dziś i wyznacza reguły funkcjonowania zarówno realnej gospodarki, jak i całego społeczeństwa. Kolejnym problemem jest generowanie przez prywatne banki tak zwanych pieniędzy dłużnych i związany z tym system odsetek (oraz odsetek od odsetek) wywołujący eksponencjalny wzrost zarówno salda, jak i należności¹¹⁹. Z ogólniejszej perspektywy natomiast istotne staje się to, że w wymiarze społecznym (i w komunikacji) nie zwraca się uwagi na fakt, że pieniądze są, było nie było, środkiem wymyślonym przez ludzi, a zatem można i trzeba kształtować sposób ich funkcjonowania w odniesieniu do celów, które stawia sobie społeczeństwo, a nie odwrotnie – system finansowy. Wiele koncepcji mających źródło w idei, że społeczeństwo mogłoby inaczej zorganizować realizację zachodzących w nim procesów, wychodzi od konceptualizacji opartych na innych kategoriach niż pieniądź lub proponuje zasadnicze zmiany systemu pieniężnego bądź uzupełnienie obecnie funkcjonującego systemu dodatkowymi narzędziami. Szczególnie ciekawe są aktualnie funkcjonujące przesłanki komunikacyjne wiążące się z pieniądzem, których skutki można obserwować w skali społecznej (kryzysy finansowe) lub indywidualnej.

[...] dzisiaj żyjemy w logice pieniądza jako samodzielnego elementu systemu, z tym że element ten wpływa na nasze życie i modeluje je według swoich reguł, integrując nas w ten system w ramach imperatywu pieniądza. Dzisiaj to

¹¹⁹ Ponieważ dokładniejsza analiza tematu wymaga dłuższego omówienia, ograniczam się do wymienienia problemów i odesłania do źródeł. O pieniądzach dłużnych jako podstawie aktualnego systemu pieniądza – zob. na przykład Brzozowicz (2009).

my sami jesteśmy towarem, „podmiotem pieniądza” (Eisenberg 2017: 9). Ludzie „mówią o sobie samych i swych drogach życiowych za pomocą pojęć ekonomicznych i dążą do swej permanentnej samoopтимalizacji na kształt towaru. Twarz stała się logo ich osobistej marki, które w tak zwanych mediach społecznych wystawiane jest w celach reklamowych” (Eisenberg 2017: 9, cyt. za: Fleischer 2018b: 222).

Temat widziany w tym kontekście dałby zatem również okazję do analizowania jednej z aktualnych form manifestacji elastycznego normalizmu. W jego ramach indywiduum, które stale obserwuje swoje otoczenie (między innymi za pomocą i na podstawie medialnych ofert komunikacyjnych) oraz dostosowuje się do niego (pozytywnie lub negatywnie), chcąc nie chcąc realizuje procesy autoadaptacji. Dla projektowania zmian i z uwagi na transformation design natomiast szczególnie istotne jest to, że przesłanki związane z systemem pieniądza (produkowane w autopoietycznym samowspierającym się procesie) sterują w dużej mierze tym, co jesteśmy sobie w stanie wyobrazić jako „możliwe”. Tym samym pomysły dotyczące świata bez pieniędzy asymilowane są w komunikacjach za pomocą procedur normalizacyjnych traktujących je jako utopijne, fantazyjne, zwariowane, niemożliwe lub jeszcze gorzej. Jeśli rezygnujemy (czy to konceptualnie, przez formułowanie idei, czy praktycznie, przez konkretne działania) z uwarunkowań stwarzanych przez obecnie funkcjonującą koncepcję pieniądza, która siłą rzeczy (przez inherentną logikę systemu) sama stabilizuje warunki swego istnienia i przetrwania, nic nie stałoby na przeszkodzie (bez względu na procesy asymilacyjne) produkowania przestrzeni ideowej wolnej od problemów, zastrzeżeń i niemożliwości wywoływanych przez zastany system. Podczas gdy obecnie myślimy w kategoriach konkurencji i wzrostu, w koncepcjach świata bez pieniędzy (lub z innymi pieniędzmi) chodzi o przejście na zasadę kooperacji oraz jej rewaloryzację, a także o społecznie sensowną organizację cykli produkcyjnych, handlowych, usługowych i konsumpcyjnych.

Pomysły formułowane lub już praktykowane w tym wymiarze, a wykazujące bezpośrednie lub pośrednie odniesienia do kwestii

pieniędzy, można stypologizować według kryterium tego, czy dotyczą one przede wszystkim zmian na poziomie samego systemu pieniądza, czy raczej odnoszą się do zmian w obszarze gospodarki, reinterpretujących funkcję pieniędzy w społeczeństwie, lub czy wypracowują inne formy organizacji relacji społecznych i dystrybucji wypracowanego w społeczeństwie bogactwa. Każda z takich koncepcji ma jednak na dłuższą metę wpływ na całość organizacji społecznej.

Podam tu jedynie przykładowe podejścia, a w kwestii szczegółów odsyłam do publikacji Michaela Fleischera (2014: 335–381). Można więc wyróżnić koncepcje dotyczące:

- zmiany systemu pieniężnego oraz formy pieniędzy lub wprowadzenia dodatkowych, uzupełniających systemów, takich jak: pełne pieniądze, pieniądź pozytywny (niem. *Vollgeld*, ang. *positive money*)¹²⁰; płynne pieniądze, pieniądze bez odsetek¹²¹, waluty alternatywne, komplementarne i pieniądź lokalny, regionalny;
- zmiany roli pieniędzy w gospodarce i społeczeństwie: ekonomia po wzroście gospodarczym (N. Paech), ekonomia dobra wspólnego (działalność gospodarcza ukierunkowana na dobro wspólne – C. Felber)¹²²;

¹²⁰ Idea jest związana z ruchem tzw. monetatywy oraz pieniądza pozytywnego (zob. <http://pozytywnezmiany.info.pl/pozytywny-pieniadz/>; <http://pieniadzpozytywny.blogspot.com/>; <http://www.monetative.de> oraz internationalmoneyreform.org [14.12.2018]).

¹²¹ „Płynność” dotyczy zmiany sposobu funkcjonowania pieniędzy, a polega na tym, że są one utrzymywane w stałym obiegu i uniemożliwione jest ich przechowywanie, by tak rzec, beczynne magazynowanie, bez utraty ich wartości, co osiąga się na przykład przez opatrywanie ich datą ważności, jak ma to miejsce w przypadku niektórych walut lokalnych. Idea ta pojawiła się (jako „wolny pieniądź”) między innymi już w szerszej koncepcji „naturalnego porządku ekonomicznego”, opracowanej na początku XX wieku przez Silvia Gesella (zob. Gesell 2011 oraz Senf 2007). Jest ona wykorzystywana w wielu aktualnych propozycjach (patrz na przykład hasło *fairconomy*; <http://www.inwo.de/> [15.12.2018] oraz Henke 2017) zarówno na poziomie teoretycznym, jak i praktycznym, w powiązaniu z funkcjonującymi systemami pieniędzy regionalnych (walut alternatywnych). Na temat idei wprowadzenia systemu pieniędzy bez odsetek – zob. szerzej Kennedy 1990.

¹²² Zob. też <http://www.gemeinwohl-oekonomie.org> [16.12.2018].

- zmiany formy relacji społecznych oraz/lub relacji produkcyjno-handlowo-konsumpcyjnych ogólnie lub w wybranych sektorach – na przykład inna organizacja wymiany dóbr i usług: dzielenie się (*sharing*), wymiana, naprawianie, banki czasu, konta czasowe¹²³;
- zmiany form dystrybucji wypracowanego w społeczeństwie bogactwa: bezwarunkowy dochód podstawowy (niem. *Bedingungsloses Grundeinkommen* – BGE, ang. *Universal basic income* – UBI).

Z uwagi na ostatni punkt szczególnie ważna jest (co podkreśla się w niektórych koncepcjach zawierających bezwarunkowy dochód podstawowy jako jeden z elementów) konieczność równoległej realizacji zmian: nie można wprowadzić takiego dochodu w sposób izolowany od zmian systemowych, a gdyby został tak wprowadzony, wspierałby jedynie obecnie funkcjonujące struktury rynkowe i konsumpcyjne. Wskazuje to po raz kolejny na procesy normalizacji i asymilacji nowych podejść przez zastane struktury i konteksty.

Bez względu na mechanizmy normalizacji i asymilacji większość pokazanych tu idei jest jednak z powodzeniem stosowana czy to regionalnie, jako szeroko akceptowany element życia na danym terenie, czy choćby w projektach pilotażowych. Do tego dochodzą eksperymenty w zakresie postugiwania się pieniędzmi na poziomie indywidualnym (zob. hasło *żyć bez pieniędzy*). Nawet jeśli kwestia świata bez pieniędzy na pierwszy rzut oka wydaje się dotyczyć jedynie utopijnych teoretycznych rozmyślań, to porusza ona głęboko znormalizowany obszar społeczeństwa i komunikacji, jakim jest system przesłanek funkcjonowania pieniędzy, który (jakoby) trudno kwestionować i który rzadko podlega refleksji. Uwzględniając jednak liczbę inicjatyw w tym zakresie, widzimy, że temat ma wiele praktycznych implikacji i jest ściśle związany z wymiarem działań. Wiele obecnych inicjatyw z zakresu transformation design dotyczy – nawet jeśli tylko pośrednio – kwestii pieniędzy i sposobu ich funkcjonowania oraz roli w społeczeństwie, jak również zagadnień typu: czemu za pomocą czego przypisujemy jaką wartość i jakie cele stawiamy

¹²³ Zob. hasło *pomoc sąsiadka*.

sobie w społeczeństwie. Niewykluczone, że idea świata bez pieniędzy, mimo dużej liczby konkretnych aktywności i mimo jej praktycznego funkcjonowania, tak rzadko pojawia się jako temat komunikacji lub traktowana jest jako niszowe zagadnienie, ponieważ zapobiegają temu komunikacyjne procedury normalizacyjne – omawianie tych praktycznych działań lub nawet akceptowanie ich powodzenia oznaczałoby bowiem zwycięstwo działania nad komunikacją, a do tego ta ostatnia rzadko dopuszcza.

→ O ekonomia „po wzroście gospodarczym”; O ekonomia dobra wspólnego; * *give box*; * pomoc sąsiedzka; * sklepy do wymiany/wypożyczenia towarów, * żyć bez pieniędzy

□ *transition towns*¹²⁴

Ruch ten polega na transformacji życia w środowisku miejskim wspieranej systematycznie przez możliwie dużą liczbę osób: w całym mieście lub miejscowości, w różnych dzielnicach, w sąsiedztwie itd. Koncepcja ta – o zasięgu międzynarodowym – w perspektywie praktycznych działań może być realizowana na wiele sposobów zarówno przez mieszkańców, jak i przez instytucje miejskie, dzięki czemu oferuje przez jej otwartą i elastyczną formułę szerokie pole działań w duchu transformation design.

Transition to zaproszenie, by stać się częścią kolektywnego projektu designu. Chodzi o kształtowanie samej transformacji, a nie o reagowanie na zjawiska kryzysowe dopiero w sytuacji awaryjnej – do czego by doszło, gdybyśmy przez kolejnych 20 lub 30 lat nie robili nic (R. Hopkins w wywiadzie, cyt. za: Sommer, Welzer 2017: 178).

Jednym z założycieli i głównych mentorów idei *transition towns* jest Rob Hopkins, który sformułował koncepcję na poziomie zarówno teoretycznym, jak i praktycznym oraz przedstawił modelowe zastosowania, doradzając w ten sposób zainteresowanym osobom lub

¹²⁴ Zob. też przypis 6 w rozdziale 1.

grupom (zob. Hopkins 2013)¹²⁵. Jeśli chodzi o konkretne inicjatywy, ruch ten jest heterogenny; zaliczyć można do niego około 500 specyficznych dla danego miejsca inicjatyw w 40 krajach (zob. Sommer, Welzer 2017)¹²⁶. Ogólnie natomiast dotyczy aktywności w zakresie uzyskania większej autonomii miast i gmin w stosunku do struktur zewnętrznych (dostarczanie energii, przemysłowa produkcja towarów), to znaczy wiąże się z budowaniem rezyliencji, osiągananej przez zakładanie lokalnych wspólnot w celu produkcji energii ze źródeł odnawialnych, reorganizacją lokalnego łańcucha produkcji i handlu, zakładaniem giełd wymiany itp. Do inicjatyw podejmowanych przez ruch *transition towns* nawiązuje wiele omawianych tu ruchów, zarówno na poziomie ‘mikro’ (konkretne aktywności typu pomoc sąsiedzka, inicjatywy sąsiedzkie, *urban gardening* itp.), jak i na poziomie ‘mezo’, czyli tam, gdzie mamy do czynienia z ideami i koncepcjami mającymi odniesienia zarówno do teorii, jak i praktyki społecznej (rezyliencja).

Również w przypadku koncepcji *transition towns* jej niezwykłość leży w funkcji pośredniczącej między sformułowaniem samej idei a obszarami jej praktycznego zastosowania. W ten sposób na dłuższą metę możliwe staje się systematyczne uwzględnianie doświadczeń wynikających z realizacji konkretnych projektów oraz udostępnianie powstającej w ten sposób wiedzy wszystkim zainteresowanym stosowaniem tej koncepcji.

Nie oznacza to oczywiście automatycznego uniknięcia typowych problemów, z jakimi borykają się małe oddolne inicjatywy. Z jednej strony mają one co prawda zalety, jeśli chodzi o możliwości bezpośredniego podejmowania działań i koordynacji aktywności, z drugiej strony jednak pojawiają się nierzadko problemy wynikające z braku jednej centralnej instancji odpowiadającej za organizację i sterowanie procesami w obrębie takich inicjatyw. Sam Rob Hopkins wskazuje to w wywiadzie na temat ruchu *transition towns*: „Często grupy kładą zbyt

¹²⁵ Poza opracowaniem idei *transition towns* Hopkins jest ekspertem w zakresie permakultury, koncepcji pochodzącej z rolnictwa, a mającej na celu implementację zrównoważonych cykli materiałowych projektowanych według wzorów naturalnych.

¹²⁶ Zob. <https://transitionnetwork.org/> [24.06.2018].

mały nacisk na uwzględnianie procesów grupowych oraz sposobów pracy” (R. Hopkins w wywiadzie, cyt. za: Sommer, Welzer 2017: 179).

Analiza tego typu trudności mogłaby być również zadaniem dla osób zajmujących się (poza udziałem w danej inicjatywie) kwestią transformacji z szerszej perspektywy communication design. Można by: po pierwsze, zająć się teoretycznie i analitycznie kwestiami związanymi z komunikacją (zarówno wewnątrzsystemowo, jak i na zewnątrz systemu); po drugie, dążyć do rozwijania strategii pomocnych w obchodzeniu się z typowymi problemami lub – lepiej – unikających ich powstawania.

Ogólną zaletą ruchu *transitions towns* jest jego odniesienie do miasta jako przestrzeni implementacji zmian:

Generalnie jednak siła ruchu Transition Town leży w tym, że społeczna jednostka »miasto« względnie »gmina« zdefiniowana jest jako arena zmian, a w tej jednostce stosunkowo szybko zorganizować i zrealizować można wiele z tego, co na poziomie większych społecznych agregatów, jak kraje, państwa narodowe lub nawet międzynarodowe organizacje, zawiesza się w kompleksowych sieciach heterogennych interesów, i się nie rozwija (Sommer, Welzer 2017: 181).

Ruch ten ma – mimo potencjalnych mniejszych trudności przy długofalowej realizacji konkretnych inicjatyw – charakter sprzyjający transformacjom, ponieważ umożliwia stosunkowo szybkie praktyczne zastosowania i produkuje przy tym poczucie własnej sprawczości oraz wspiera długofalowe generowanie rezyliencji na szerszym tle społecznym. Nawiązuje w ten sposób nie tylko do innych ogólnych koncepcji osadzonych w środowisku lokalnym i miejskim (*grassroot movements, creative cities* itp.), lecz także do konceptów teoretycznych, identyfikujących miasto jako o wiele dłużej istniejącą jednostkę społeczną niż państwa narodowe, oferującą efektywną formę organizacji społecznej (w sensie możliwości skutecznego, praktycznego funkcjonowania).

→ * pomoc sąsiedzka; □ rezyliencja; O zrównoważona nowoczesność

* *tiny houses*

To małe domy (niekiedy nazywane „mikrodomami” lub „mikrodomkami”), których konstrukcja znacznie redukuje przestrzeń i ilość materiału w stosunku do „normalnych” domów i mieszkań. Zazwyczaj mimo niewielkich wymiarów (zwykle od kilku do około 30 metrów kwadratowych) zawierają wyposażenie przyjęte w zachodnim świecie za „pełne” (kuchnię lub niszę kuchenną, toaletę i minitazienkę), dzięki czemu zapewniają miejsce do zamieszkania na stałe zwykle dla jednej do dwóch osób¹²⁷. Jednocześnie domy tego typu są skonstruowane jako ruchome obiekty (na kołach), przewożone z jednego miejsca do innego (stąd lekka, ale stabilna i trwała konstrukcja), przez co nie podlegają prawu budowlanemu lecz wymogom ruchu drogowego. Mimo ich (prawnie uwarunkowanej) ruchomości koncepcje mikrodomów powstają z zamysłem mieszkania w nich na stałe.

Motywacje do budowania mikrodomu i zamieszkania w nim bywają różne, od przejściowych eksperymentów realizowanych z ciekawości w celu zapoznania się z innym trybem życia, przez względy praktyczne (oszczędność w określonej fazie czy sytuacji życiowej), po długofalowe wiązanie tego sposobu mieszkania ze stylem życia (na przykład minimalistycznym). W związku z tym ruch ten w mniejszym stopniu wskazuje na jedną jednoznaczną i spójną ideę, ale raczej stanowi formę manifestacji prób prowadzenia życia według innych, inaczej motywowanych, interpretowanych i realizowanych zasad.

Niemniej jednak mikrodomy siłą rzeczy wiążą się z ogólniejszą ideą redukcji zużywanych zasobów oraz skupiania się na tym, co istotne. Podejmując decyzję zamieszkania w tak ograniczonej przestrzeni, podlega się tym samym konieczności posiadania tylko tych rzeczy, które są rzeczywiście potrzebne lub ważne dla danej osoby. Ponadto – co z punktu widzenia analizy zagadnienia na tle komunikacji jest znacznie ważniejsze – samo pojawienie się takiej innej, odmiennej od przyjętej normalności, formy mieszkania zwraca uwagę na oczekiwania i roszczenia, do których obywatel nowoczesnego świata

¹²⁷ Przykładowe projekty – zob. <http://www.tinyhouse.pl> [20.10.2018].

i społeczeństwa konsumpcyjnego przywykł, w myśl zasady „więcej/większe to lepiej”¹²⁸. Nie chodzi więc – jak w przypadku niektórych innych przykładów z poziomu ‘mikro’ – o to, aby propagować ideę na szeroką skalę czy sugerować jej realizację przez możliwie wielu ludzi. *Tiny houses* są przykładem formy aktywności w zakresie projektowania transformacji ze względu na jej implikacje na poziomie komunikacyjnym, na którym sam pomysł powoduje uświadomienie sobie kształtu normalności przyjętej w danym czasie, miejscu i kontekście społeczno-kulturowym. Co z kolei może się przyczynić do tego, że w sytuacji wymagającej zmiany i elastyczności myślenia widzi się więcej możliwości oraz posiada szerszą gamę wypróbowanych projektów robienia czegoś inaczej (w tym przypadku mieszkania). Szczególnie ciekawe są więc indywidualnie realizowane projekty, gdy ktoś konstruuje mikrodom lub wykorzystuje istniejącą przestrzeń według własnych potrzeb jako *tiny house*, gdyż na tym (indywidualnym) poziomie eksperymentować można bogatą gamą różnorodnych pomysłów. Projektanci i firmy zajmujące się systematyczną realizacją standardowych czy modułowych ofert przyczyniają się zaś do rozwoju indywidualnych pomysłów na poziomie ich praktycznej realizacji i powtarzalności, a tym samym uwzględniać muszą zindywidualizowane potrzeby na inny sposób, niż ma to miejsce w przemysłowej produkcji domów. Dzięki temu sama idea przez jej urynkowanie może spowodować zmianę.

→ □ minimalizm, redukcja; □ rezyliencja; ○ reduktywna moderna

¹²⁸ Co jednak nie przeszkadza jednej z firm oferujących mikrodomy w stosowaniu motywu „więcej” w autoopisie, tyle że ze względu na samorealizację: „Ale od życia chcemy wciąż więcej” (<http://tinyhousecompany.pl/o-nas/>). Niemniej jednak również w ramach oferowania gotowych modeli *tiny houses* główne motywy dotyczą między innymi orientacji redukcji i minimalizmu oraz kwestii ekologicznych, co akcentowane jest jednak z różnym natężeniem: może to być tematem wiodącym, poruszonym już na stronie domowej, lub jednym aspektem z wielu (dla porównania zob. na przykład <https://www.redukt.org/> oraz <http://tinyhousecompany.pl/wiosenne-porzadki-eko-minimalisty/> [20.10.2018]).

□ **universal basic income (ubi)**, bezwarunkowy dochód podstawowy (niem. *bedingungsloses Grundeinkommen*)¹²⁹

→ * żyć bez pieniędzy; O świat bez pieniędzy

□ **upcykling**

Metody upcyklingu opierają się na pomysłach, że przedmioty i materiały, które zwykle są wyrzucane lub podlegają recyklingowi, co nierzadko wiąże się z obniżeniem ich jakości, mogą zostać ponownie wykorzystane tak, by w rezultacie powstał produkt o lepszej jakości i większej wartości (użytkowej lub w odniesieniu do efektów w środowisku naturalnym). Bezżyteczny lub niepożądany materiał odpadowy po upcyklingu przyjmuje nową funkcję praktyczną lub estetyczną i pozostaje w obiegu produkcyjnym i użytkowym. Tego typu zastosowania to na przykład konstrukcja przedmiotów codziennego użytku (mebli, toreb, pojemników na rośliny domowe czy ogrodowe) z materiałów i rzeczy, które bez przejęcia nowych funkcji stałyby się śmieciami¹³⁰. W tym sensie pojęcie upcyklingu wiąże się z ideami, które funkcjonują albo dawniej funkcjonowały pod jeszcze inną nazwą (ruch DIY – *do it yourself*) lub które wyrosły, bez nazywania ich, z konkretnej potrzeby życia codziennego, na przykład w sytuacji braków na rynku lub niedostępności nowych materiałów (zob. ilustracja 6).

¹²⁹ Zob. na przykład stronę internetową założonej w 1986 roku organizacji Basic Income European Network (BIEN), <https://basicincome.org/>; informacje podstawowe – <https://moneyless.org/basic-income> [24.04.2019].

¹³⁰ Metody upcyklingowe bywają również stosowane w produkcji przemysłowej wykorzystującej odpady produkcyjne, które powstają w procesie produkcji innych przedmiotów.



Ilustracja 6. Przykład upcyklingu z czasów przed komunikacyjną normalizacją zjawiska pod tą nazwą – płot przy ogródku przed blokami mieszkalnymi zrobiony z resztek metalu

Źródło: zdjęcie własne, Wrocław, 2019.

Zastosowań idei upcyklingu – czy to w wymiarze prywatnym, społecznym, czy wśród mniejszych (nieraz jednoosobowych) firm lub młodych designerów – jest tyle, ile materiałów, pomysłów i kreatywnych użytkowników. Samo zjawisko natomiast ciekawe jest co najmniej na dwóch poziomach. Na poziomie komunikacji istnienie określenia tego typu aktywności wskazuje bowiem na jego już dokonaną komunikacyjną asymilację, do której doszło na tle dyskursu ekologicznego, ale z nawiązaniem do innych sfer (na przykład gospodarczej). Na poziomie działań natomiast wynikająca z tego potencjalna systematyzacja zagadnienia oraz stosowanie strategii upcyklingowych na szeroką skalę może teraz (po komunikacyjnej normalizacji) produkować kolejne efekty czy podlegać różnym nowym mechanizmom produkcyjnym.

Do tego dochodzi jednak jeszcze aspekt temporalny. Przedmiot powstały przez zastosowanie upcyklingu również kiedyś się zestarzeje, zepsuje i nie będzie już używany, czyli poddany zostanie recyklingowi, rozebrany na części i prędzej czy później przejdzie w modus śmieci. Kłopot więc w tym, że upcykling nie jest ostatecznym rozwiązaniem, lecz przesuwają go jedynie w przyszłość. Ponadto

poprzez tę procedurę powstaje (niechący) popyt na rzeczy i materiały nadające się do upcyklingu, co na dłuższą metę cementuje akurat te sposoby produkcji, które miały zostać zmienione, i w rezultacie powstaje przemysł produkujący nowe pseudoodpady dla produktów upcyklingowych.

Sam pomysł ponownego wykorzystywania tego, co w przeciwnym wypadku byłoby wyrzucane, do wytwarzania wartościowych produktów jest oczywiście godny pochwały i naśladowania. Kwestią krytyczną jest jednak sposób jego realizacji w otoczeniu rynkowych procesów asymilacyjnych. Dlatego stanowić może najwyższy etap przejściowy na drodze do systemowej zmiany sposobów produkcji. Stosowany jednak w małej skali, może przyczynić się do zwrócenia uwagi na zasadnicze problemy oraz spowodować zmianę nastawień i uświadomienie problemu wśród różnych branż mających styczność z tą ideą i formą produkcji, a także wśród designerów i konsumentów. Nie jest zatem wykluczone, że idea, stanowiąca dziś jedynie wewnątrzsystemową alternatywę, doprowadzi jednak na dłuższą metę do zasadniczych zmian w całym systemie.

→ O reduktywna moderna; * „reduce, reuse, recycle”; □ recykling

□ *urban farming*

Dotyczy produkcji żywności (uprawiania warzyw itd.) w środowisku urbanistycznym na dużą skalę (na odpowiednich terenach miejskich, na dachach czy też w specjalnie przygotowanych budynkach); tło organizacyjne stanowią tu spółdzielcze struktury społeczne oraz gospodarcze. Niektóre modele *urban farming* przewidują zamknięte cykle produkcyjne, w których na przykład produkuje się warzywa i jednocześnie hoduje ryby, produkujące z kolei nawóz dla tych warzyw. Niemniej jednak *urban farming* w dużej mierze jest zależny od „inputu” energetycznego i materiałowego z zewnątrz, a zatem nie jest rozwiązaniem „na wszystko”, może jednak być uzupełnieniem

produkcji żywności dla miasta, którą w innym wypadku trzeba by dostarczać z zewnątrz¹³¹.

→ * ogródki działkowe; □ rezyliencja; * *urban gardening*;
* wspólne pola uprawne

* *urban gardening*

Pojęcie '*urban gardening*' odnosi się do różnego rodzaju aktywności w zakresie wspólnego uprawiania roślin w mieście. Sama idea wywodzi się z ruchów społecznych, które już kilkadziesiąt lat temu zaczęły zakładać na stałe ogrody w miejscach zaniedbanych, zapuszczonych lub na terenach przemysłowych – i pielęgnować w ten sposób taką nieużywaną przestrzeń albo przejściowo tereny przeznaczone na inwestycje, ale póki co jeszcze niewykorzystane. Aktywności typu *urban gardening* są mniej lub bardziej systematycznie zaplanowane i mają zazwyczaj wsparcie instytucjonalne ze strony urzędów; same inicjatywy jednak podejmowane i realizowane są przez mieszkańców, dzięki czemu tworzy się również lokalną wspólnotę. Projekty tego typu sięgają od zakładania (na terenie oczekującym na rozpoczęcie jakiejś budowy) dużych ogrodów, w których przez dłuższy czas uprawia się warzywa i owoce, po pielęgnowanie małych pól z kwiatkami w parku w pobliżu firm, których pracownicy za udział w projekcie otrzymują nieco dłuższą przerwę, co podnosi jakość życia zarówno w dzielnicy (ładniejszy park), jak i samych pracowników (przerwa i trochę ruchu na wolnym powietrzu dla pracowników biurowych).

→ * ogródki działkowe; □ rezyliencja; * *urban farming*; * wspólne pola uprawne

¹³¹ Przykładowa analiza tematu w szerszym kontekście urbanizacji i zrównoważoności – zob. Eigenbrod, Gruda 2015; zob. też ogólnie na temat produkcji żywności w mieście – Mok i in. 2014.

*** weganizm**

Pojęcie to budzi najczęściej skojarzenia jedynie ze sposobem odżywiania się, trafniejsze jest jednak mówienie o korzystaniu z wegańskich *produktów*, gdyż chodzi tu nie tylko o żywność, ale również o produkty, by tak rzec, pozwierzące (na przykład ubrania, skóry) oraz aspekty etyczne. Weganizm jest więc jeszcze bardziej konsekwentny niż omawiane już hasła typu „jeść mniej mięsa”, czyli redukcja ilości spożywanego mięsa, lub wegetarianizm. Przez niespożywanie i nieużywanie produktów odzwierzęcych unika się zatem wspierania procesów prowadzących w wielu wypadkach, zwłaszcza przy przemysłowej produkcji żywności, do krzywdzenia zwierząt i ich przedmiotowego traktowania. Z innej perspektywy podejście to widziane może być również jako konsekwentna forma ochrony klimatu i redukcji swojego śladu CO₂, nierzadko tak też jest motywowane.

Osobiste motywacje stosowania weganizmu w sposób konsekwentny lub korzystania z jego zasad w sposób wybiórczy mogą być różne i niekoniecznie muszą dotyczyć kwestii ochrony zwierząt i/lub klimatu. W ostatnich latach dostrzegamy co prawda (zwłaszcza w środowisku miejskim) pojawianie się wielu wegańskich produktów, potraw w restauracjach, knajpek i kawiarni wegańskich ze stosowną ofertą, jak również odpowiednich certyfikatów. Niewykluczone jednak, że obserwujemy tu kolejny przypadek urynkowienia pewnego subkulturowego zjawiska i przejęcia przez struktury rynkowe nadających się do tego elementów, co z reguły oznacza, że podstawowa idea i jej konteksty problemowe bywają pomijane. Niemniej jednak popularność, jaką cieszą się tego typu oferty, wskazuje na odczuwaną przez rosnącą liczbę ludzi potrzebę „robienia czegoś inaczej” oraz gotowość, choćby w roli konsumenta i na próbę, do realizowania zmian dotyczących tak podstawowych kwestii jak żywienie, ubiór oraz etyka. Otwarte pozostaje pytanie, czy idzie za tym również długofalowa, trwała i głęboka zmiana stylu życia, czy mamy raczej do czynienia z trendem, który, jak to trend, niebawem zastąpiony zostanie innym.

Problemem może tu być również to, że zastępując składniki pochodzenia zwierzęcego i wytwarzając produkty w „stylu wegańskim”

(to jest bez uwzględniania szerszego kontekstu) na skalę przemysłową, stosujemy inne, niekoniecznie mniej problematyczne składniki, materiały i procesy wytwórcze: plastik zamiast skóry, składniki żywności polepszające smak czy konsystencję, ale wprowadzające do składu produktu końcowego elementy wątpliwe ekologicznie, jak na przykład olej palmowy z niezrównoważonych upraw itp. Stosowanie wegańskich produktów w kontekście szerszej koncepcji projektowania zmian w kierunku zrównoważonych form życia jest zatem sensowne, o ile pozostaje w ścisłym związku z innymi ideami tego obszaru (rolnictwo biologiczne, recykling, *Cradle to Cradle*). I w rzeczy samej ma to często miejsce, wiele produktów wegańskich, a także sama idea przyczyniają się na swój sposób do takiej całościowo konceptualizowanej zmiany.

W wymiarze komunikacyjnym ciekawe jest również w przypadku tego zagadnienia oddziaływanie procedur normalizacji. Z jednej strony trudno zaprzeczyć, że mamy do czynienia z zasadniczo sensownym pomysłem choćby w wymiarze etycznym. Z drugiej strony debaty na temat weganizmu szybko skupiają się na wadach tego pomysłu i trudnościach powstających przy jego realizacji. Tego typu krytyka jest oczywiście potrzebna, jak zwykle, kiedy normalizuje się w komunikacjach jakieś zagadnienie. Jednak skupianie się jedynie na krytyce powoduje, że kwestia wyjściowa oraz problematyczne skutki dotychczas normalnych zachowań pozostają w tle lub wręcz stają się niewidoczne. Inaczej mówiąc – jako problematyczny widziany jest weganizm, a nie formy konsumpcji, których efekty go i jego idee wyprodukowały. Kwestionowane jest nowe, inne podejście, co – skoro można się tym komunikacyjnie zajmować – prowadzi pośrednio do stabilizacji tego, co funkcjonowało i nadal funkcjonuje na szeroką skalę i nieustannie produkuje problem wyjściowy, dzięki czemu możemy o nim debatować. Mamy tu klasyczną pętlę sprzężeń zwrotnych. Do takiej stabilizującej dynamiki pasuje to, że również nazwa zjawiska (weganizm) jest manifestacją stosowania procedur normalizacyjnych (por. minimalizm lub wegetarianizm). Na poziomie nazwy pomysł traktowany jest jak religia lub ideologia, tym samym możliwe stają się tego typu nawiązania i negocjacje znaczeń, przez co wytycza się kierunek debat. Ten zabieg z kolei

warunkuje dalsze komunikacje, nieuwzględniające już, że pomysł nie jest motywowany „wiarą”, lecz stanowi szczegółowo wypracowany zestaw danych naukowych (gdyż z nich wywodzimy wiedzę na temat wpływu ludzkiej działalności na klimat)¹³² i etycznych imperatywów. Nie program komunikacji ‘religia’, lecz program komunikacji ‘nauka’ byłby zatem adekwatny do negocjowania idei w procesie komunikacyjnym (jej opisu, dyskusji o niej itd.).

- analiza przesłanek...; * jeść mniej mięsa; * wegetarianizm;
- naukowa obserwacja zmian środowiskowych...

* wegetarianizm

Nawet jeśli nie każdy chce albo może odżywiać się bezmięśnie, stosowanie tego podejścia przyczynia się w skali globalnej do zrównoważonego rozwoju i stanowi jedną ze strategii redukcji problematycznych praktyk w tej dziedzinie, takich jak zużycie przestrzeni, energii do produkcji żywności, szkodliwe emisje (metan), odpady itp. Dla jasności trzeba może dodać, że wegetarianizm nie oznacza rezygnacji z jedzenia tylko mięsa, lecz również ryb czy tak zwanych owoców morza; precyzyjniejsze byłoby zatem określenie ‘niejedzenie zwierząt’. W wymiarze społeczno-komunikacyjnym zaobserwować można bowiem różnego rodzaju nieporozumienia oraz wynikające z nich ciekawe sytuacje i kuriozalne dyskusje, kiedy w restauracji, gdy prosi się o wegetariańskie danie, oferowana jest ryba właśnie, w najgorszym wypadku jako jedyna możliwość. U podstaw tego typu nieporozumień leży oczywiście scenariusz komunikacyjny, w myśl którego wegetarianin to wybredny klient, a scenariusz ten nie przewiduje otwartości (elastyczności) na nowe, inne. Tymczasem „wegetariańska żywność” nie jest w ogóle niczym nowym, taka forma odżywiania się stanowi starą i dobrze opracowaną w kulturze i społeczeństwie praktykę. W odniesieniu do komunikacji ciekawa staje się (jak przy innych podobnych tematach – weganizm, jeść mniej mięsa) zarówno

¹³² Zob. Popkiewicz i in. 2019: 393–395 oraz hasło *jeść mniej mięsa*.

kwestia ogólna – dlaczego tak trudne jest wprowadzanie w kontekst społeczny (kulturowy) czegoś, co odbiega od przyjętej normalności – jak i kwestia conceptualnej roli, jaką mięso odgrywa w niektórych kulturach (ale nie we wszystkich). Z uwagi na aspekt normalności w komunikacji można również zadać pytanie: dlaczego jedzenie dań bez mięsa wymaga uzasadnień czy wyjaśnień (komunikacyjnej asymilacji), a jedzenie mięsa nie?

- ○ analiza przesłanek...; * jeść mniej mięsa; * weganizm;
- zrównoważony rozwój

* wizualizacje

Zostały one już scharakteryzowane (rozdział 5, tabela 2) jako zabiegi eksplikacyjne dla typowych problemów projektowych w zakresie transformation design. Temat wymaga jednak jeszcze dokładniejszej analizy również w odniesieniu do badań komunikacji. Dyskurs wizualny dotyczący kwestii związanych z globalnym ociepleniem i tematem transformation design nie został bowiem do tej pory bliżej zanalizowany i odniesiony do teorii komunikacji.

Moc wizualizacji, a równocześnie jej brak – to ostatnie zwłaszcza wtedy, gdy wizualizacja występuje jedynie w formie emocjonalnie nacechowanych symboli – ilustruje niniejszy cytat:

Dopiero zdjęcia „błękitnej planety” zrobione ze statku kosmicznego „Apollo” stały się powodem narastającego niepokoju. Ukazywały one bowiem absolutną i bezdyskusyjną ograniczoność przestrzeni życiowej naszej Ziemi jako kruchej planety w bezkresie kosmosu.

Jednak estetyka owej kruchości okazała się słabym przeciwnikiem konsumpcyjnego pojęcia wolności; kiedy blok wschodni załamał się w sposób tak mało spektakularny, historia jakby po prostu puściła bąka, rozpoczął się zwycięski marsz globalizacji w formie upowszechnienia na całym świecie kapitalistycznej gospodarki wzrostu – i do dnia dzisiejszego niesie ona ze sobą tak przerażająco nadmierne zużycie istniejących surowców niezbędnych do przeżycia, że stało się już oczywiste, iż w ciągu dwóch, trzech dziesięcioleci zniszczy ona podstawy własnego funkcjonowania (Welzer 2016: 65).

Na poziomie wizualizacji (graficznych oraz językowych opisów) widoczne staje się to w dość dziwnym motywie wielokrotności Ziemi (w sensie planety), „która byłaby nam potrzebna, gdyby...” (na przykład wszyscy spożywali mięso w takich ilościach jak..., praktykowali taki styl życia jak... itp. w tak zwanych krajach rozwiniętych); motyw ten aktualizowany jest w wypowiedziach dotyczących problematyki transformacji (zob. też przypis 5 w rozdziale 3.). Ziemia, która na pierwszych jej zdjęciach pokazana została w całości, a tym samym w jej, by tak rzec, jednorazowości, na poziomie komunikacji dawno już została „rozmnożona”, przez co konstruowana jest kontrproduktywna wobec dobrych zamiarów i chęci iluzja jej powtarzalności¹³³, na tle której tego typu metaforyka jest sytuowana.

→ ○ analiza przesłanek...; ○ □ naukowa obserwacja zmian środowiskowych...

* **wspólne pola uprawne** (*community gardening, Gemeinschaftsgärten*)

→ □ *commons*; * *food sharing*; * ogródki działkowe; * *urban gardening*

* **współdzielenie i wymiana produktów, usług, kompetencji**

Ten punkt łączy różne działania i pomysły omówione tu w osobnych hasłach. Ważne z punktu widzenia transformation design i projektowania komunikacji jest to, że z uwagi na charakter mechanizmu komunikacji oraz na procesy normalizacyjne, w projektowaniu warto skupić się na inicjatywach, które uniezależniają się od nadrzędnych systemów i ich przymusów czy przesłanek; zazwyczaj są to aktywności lokalne, regionalne, prywatne inicjatywy wspierane przez daną

¹³³ Przystający do tego proces wirtualnego mnożenia obiektów komunikacji opisany został w odniesieniu do normalizmu przez J. Linka jako serializacja obiektów społecznych (zob. Siemes 2015: 96). Przy czym chodzi tu o obiekty o charakterze konstruktów wydarzeń, Ziemi natomiast nie możemy (re)produkować jako wydarzenia.

wspólnotę. Analitycznie natomiast interesuje nas już cała gama zastosowań oraz komunikacyjnych manifestacji zjawiska, a z uwagi na strategię i koncepcję teoretyczne liczy się ogólna idea.

→ * *car sharing*; □ *commons*; O ekonomia „po wzroście gospodarczym”; * pomoc sąsiedzka; □ rezyliencja; □ *sharing economy*; O reduktywna moderna

* wymiany *Swap*

Wydarzenia określane jako *Swap* czy *Swap Party* organizowane są po to, aby w sposób możliwie mało sformalizowany oraz zazwyczaj bez posługiwania się pieniędzmi wymieniać się różnymi rzeczami (ang. *swap / to swap* – wymiana / wymieniać się). Często dotyczy to wymiany ubrań i drobnych akcesoriów odzieżowych, ale idea ta może być stosowana również w odniesieniu do przedmiotów z zakresu życia codziennego lub wiedzy czy żywności. W ten sposób oprócz ubrań właściciela zmieniają: artykuły dla dzieci, książki, elementy wyposażenia i dekoracji wnętrz, rośliny, sadzonki itp., a także rozszerzane są kompetencje w jakimś zakresie (*Language Swap*, *Swap* umiejętności), natomiast w kuchniach społecznych uczestnicy dzielą się wcześniej przygotowaną żywnością lub przepisami kulinarnymi¹³⁴.

Podstawowa idea to dzielenie się, wymiana oraz koncepcja dóbr wspólnych (*commons*); w rozszerzonej wersji obejmuje ona również koncepcje związane ze światem bez pieniędzy. *Swap* natomiast to jedna z możliwych praktycznych form realizacji. Ponieważ *Swap* organizować można w zasadzie w dowolnym miejscu, jeśli tylko uda się zebrać odpowiednią liczbę zainteresowanych, a wymaga „jedynie” przygotowania na poziomie komunikacji i znalezienia konkretnego miejsca, stanowi stosunkowo łatwe i elastyczne narzędzie w zakresie *transformation design*. To, co z punktu widzenia praktycznej realizacji jest zaletą, stanowi jednak również wadę tego narzędzia, zwłaszcza jeśli chodzi o długofalowe strategię zmiany. Abstrahując od tego, że

¹³⁴ Zob. Izydorska 2018: 36–38.

już samo komunikacyjne przygotowanie wydarzenia i aktywacja jego potencjalnych uczestników – nie wystarczy tylko kliknąć na przycisk „like”, trzeba realnie przyjść w danym dniu do danego miejsca – wymagać może nieco większego nakładu pracy i energii. Ale nawet udane wydarzenie *Swap* nie ingeruje w głębsze, systemowe problemy, które transformation design chce podejmować, podnosi jednak poziom świadomości choćby wśród uczestników lub przynajmniej wśród tych, którzy o takim wydarzeniu słyszeli. Nie oznacza to rezygnacji z organizowania *swapów* i z samej idei. Trzeba jedynie zdawać sobie sprawę z tego, że z punktu widzenia transformation design *Swap* stanowi jeden z wielu możliwych elementów strategii transformacji. Poza tym, definiując ogólny cel strategiczny, organizacji i przygotowania *Swap*, można z czasem rozszerzyć komunikację (wieloma mediami i kanałami) na nowe kręgi, tak aby nie znaleźć się w komunikacyjnej niszy.

→ * współdzielenie i wymiana...; * *food sharing*; * *give box*;
O świat bez pieniędzy

* *zero waste*

Koncepcja *zero waste* odnosi się do redukcji ilości produkowanych (niebiodegradowalnych) śmieci możliwie do zera. Ponieważ jest jedną z medialnie dobrze opracowanych koncepcji, na temat której bez większego trudu znaleźć można wiele informacji, nie wymaga ona tu szerszego omawiania. Inicjatywy *zero waste* podejmowane są w sferze ‘mikro’, w gospodarstwach domowych przez pojedyncze osoby i rodziny, lub w sferze ‘makro’, w szerszych kontekstach społecznych i gospodarczych. Najlepsze szanse na skuteczną realizację mają projekty, w których odpowiednie starania mieszkańców są systematycznie wspierane ze strony miast i gmin lub gdzie instytucje (edukacyjne, szkoły, szpitale, urzędy) czy firmy i usługodawcy przestawiają się na inny tryb działania oraz dążą do silnie zredukowanego „outputu” odpadów oraz możliwie wysokiej raty recyklingu, do kompostowania i innych form ponownego wprowadzania odpadów w bio- lub technosferę. Za idee związane z podejściem *zero waste* uznać można, jeśli

chodzi o ich stosowanie w gospodarce, koncepcje *Cradle to Cradle* oraz gospodarki o obiegu zamkniętym.

Zero Waste is a goal that is both pragmatic and visionary, to guide people to emulate sustainable natural cycles, where all discarded materials are resources for others to use. Zero Waste means designing and managing products and processes to reduce the volume and toxicity of waste and materials, conserve and recover all resources, and not burn or bury them. Implementing Zero Waste will eliminate all discharges to land, water, or air that may be a threat to planetary, human, animal or plant health – Definition of Zero Waste as adopted by the Zero Waste International Alliance¹³⁵.

Jeśli chodzi o konkretne działania na poziomie ‘mikro’, *zero waste* dotyczy zmiany zachowań konsumpcyjnych i stylu życia przez rezygnację z zakupu rzeczy mających skomplikowane (lub w ogóle niebiodegradowalne) opakowania; ponadto odnosi się do stosowania rozwiązań wielokrotnych, redukcji konsumpcji do rzeczy potrzebnych (a nie tylko chcianych), ponownego ich używania przez innych, recyklingu i upcyklingu tego, co jest, oraz, na końcu tego łańcucha, kompostowania reszty/resztek. Przykłady zastosowań w gminach i rodzinach znaleźć można w odpowiednich zakładkach na stronach internetowych.

Dla analiz komunikacji podejście *zero waste* jest o tyle ciekawe, że z punktu widzenia obecnie panującej normalności życie bez produkcji śmieci zdaje się niemal niemożliwe. Realizacja oraz, co ważne, tworzenie narracji o udanych praktycznych zastosowaniach koncepcji mogą zatem być istotnym i skutecznym narzędziem projektowania zmian, gdyż stanowią praktyczny dowód na to, że nawet najbardziej podstawowe rzeczy można robić inaczej. Problemem z kolei może być to, że samo opowiadanie o projektach w pewnym momencie przyczynia się do tworzenia kolektywnej iluzji, że „ktoś działa” w tej sprawie, więc samemu nie trzeba się już angażować. Jest to zresztą

¹³⁵ Zob. <http://zerowasteeurope.eu/what-is-zero-waste/>. Zob. też *Zero Waste International Alliance* – <http://zwia.org/>. Dla Polski zob. ogólnie: <http://zero-waste.pl/>; jeśli chodzi o konkretne możliwości i zastosowania – patrz na przykład <http://biokurier.pl/less-waste/> oraz <http://www.ograniczamsie.com/tematy/zero-waste> [11.02.2019].

generalny problem idei tworzenia pozytywnych narracji i skupiania się na nich w transformation design lub może stać się problemem w najbliższym czasie, nie jest bowiem wykluczone, że stosunkowo duże ambicje skończą się asymilacją zjawiska w alternatywnych ni-szach. W zasadzie bowiem nie wiemy jeszcze, czy i jak bardzo tego typu praca komunikacyjna (tworzenie narracji) w ogóle wpływa na podejmowanie własnych działań, a w jakim stopniu produkuje jedynie przekonanie, że coś robimy, że „coś się dzieje” w kwestiach ekologii, zmian klimatu itd. Ponieważ komunikacja – jako mechanizm negocjowania wspólnie stosowanych znaczeń – do tego właśnie służy, czyli funkcjonuje jako narzędzie produkcji socjalności tylko w trzeciej rzeczywistości, można mieć wątpliwości co do nadziei, że wynikiem komunikacji w każdym wypadku muszą być konkretne działania, zwłaszcza kiedy powodzenie określonych działań na tle oceny sytuacji zastanej jest bardzo nieprawdopodobne. Z drugiej strony innej możliwości niż korzystanie z usług komunikacji nie ma.

→ □ *Cradle to Cradle*; □ „*reduce, reuse, recycle*”; ○ reduktywna moderna; * sklepy bez opakowań

□ zielony wzrost

Sposób widzenia i traktowania kwestii zielonego wzrostu zależy w dużej mierze od przyjętej perspektywy oraz od kontekstu, w jakim pojęcie to się pojawia, co wskazuje z kolei na ścisły związek zagadnienia z wymiarem komunikacyjnym. Gdy analizuje się zielony wzrost z uwagi na jego implikacje i sposoby funkcjonowania w komunikacji, sprawa jest stosunkowo prosta¹³⁶. Zielony wzrost jest jednak kategorią o tyle problematyczną – jeśli za jego pomocą mają zostać rozwiązane podstawowe problemy transformation design – że postuluje się go wprawdzie co prawda jako metodę rozwiązania aktualnych problemów społeczeństw konsumpcyjnych, ale przy użyciu

¹³⁶ Analiza zagadnienia w szerszym kontekście – patrz na przykład: Paech 2016; Welzer 2016; Jänicke 2011.

wyznaczników systemu, który owe problemy produkuje. Kategoria wzrostu to podstawowa siła napędowa obecnie stosowanych form organizacji gospodarki, to znaczy systemu kapitalistycznego opartego na konkurencji i produkującego przymus stałego zwiększania „outputu” (produkcji czegokolwiek, co umożliwi generowanie wartości dodanej), tym samym już na początku łańcucha prowadzącego do tego „outputu” stoją stale wzrastające nakłady (energii, surowców itd.). Także intensyfikacja działań (pozornie) niewykorzystujących surowców materialnych (usługi czy sfera komunikacji) nie stanowi rozwiązania, gdyż także one nie obyją się bez pośredniego materialnego wkładu. Niewykluczone zatem, że tam, gdzie koncepcja zielonego wzrostu stosowana jest w charakterze globalnego rozwiązania, mamy do czynienia z efektem *rebound*: w systemie gospodarczym opartym na ekspansywnej regule nieograniczonego wzrostu wzrost oznacza w rezultacie zwiększanie, a nie redukcję używanych zasobów, również w wypadku osiągania wyższej wydajności, to znaczy redukcji „inputu”, wkładu materialnego i energetycznego, gdyż odbywa się to zawsze tylko dla wybranych branż czy dziedzin działalności. Nie chodzi bowiem o same produkty lub usługi (co do których mniema się nierzadko, że nie wymagają one energii) „zielone”, kiedy się bowiem pojawiają, siłą rzeczy powstają dla nich: odpowiednia infrastruktura, nowe budynki, urządzenia produkcyjne, magazyny, zwiększa się ruch na ulicach albo danych w sieci (co też zużywa energię). Tym samym to, co „oszczędzone” zostaje w jednym miejscu, wykorzystywane jest (i musi być) w innym, by osiągnąć wzrost gospodarczy (definiowany przyrostem PKB) w skali krajowej (wnikliwa analiza zagadnienia – zob. Paech 2016: 71–101)¹³⁷.

¹³⁷ Na wciąż rosące tempo wzrostu w zdecydowanie niezielonej wersji w skali globalnej wskazuje również coraz wcześniejsza data tak zwanego Dnia Długu Ekologicznego (*Earth Overshoot Day*), to jest dnia w roku, w którym zużyte zostały zasoby naturalne, jakie ludzkość miała do dyspozycji na cały rok, bez odbierania ich przyszłym pokoleniom. W roku 2011 zasoby tego roku zużyte zostały 27 września, w roku 2014 – 19 sierpnia, a w roku 2018 – już 1 sierpnia. Z tego wynika, że od 2 sierpnia do końca roku 2018 zużywaliśmy zasoby przyszłych pokoleń (zob. Welzer 2016: 67). Szczegółowo – zob. <https://www.overshootday.org/> [24.04.2019].

Istotnym elementem wielu analiz na temat zielonego wzrostu jest wyróżnianie sektorów, w których wzrost jest pożądany, oraz takich, w których wskazana jest redukcja. Sam koncept wzrostu jest co prawda dyskutowany, ale rzadko kwestionowany:

It is also an illusion, however, to say that giving up on growth is the alternative. In fact, it is about radical growth in environmental and resource-saving technologies. It is also about radical »de-growth« in products and processes that undermine long-term living and production conditions. Is the concept of »Green Growth« proposed by the OECD and other established institutions in Europe and Asia part of the growth illusion? (Jänicke 2011).

W odniesieniu do komunikacji, jeśli chodzi o negocjowanie tematu na poziomie interdyskursu, pojawiają się dwa ciekawe aspekty. Pierwszy problem związany jest z normalnością i procedurami normalizacyjnymi. Póki w dyskusji dominują stanowiska twierdzące, że zielony wzrost stanowi dobre rozwiązanie, nie ma czasu ani miejsca na zajmowanie się innymi możliwościami; ich omawianie przesuwane jest do nisz, gdzie działać może ograniczona liczba ludzi, którzy ponadto muszą być szczególnie odporni na procedury normalizacyjne, motywujące ich wykluczenie z ogólnej dyskusji i z interdyskursu¹³⁸. Można to wyjaśnić mechanizmem polegającym na tym, że irytacje systemu są, jak długo się da, asymilowane przez wyznaczanie dla nich nisz oraz – na poziomie interdyskursu – przez normalizację, która powoduje, że oferty komunikacyjne pozbawione nawiązywalności siłą rzeczy nie pociągają za sobą dalszych komunikacji, przez co dany temat, wątek dyskusji itd. prędzej czy później obumiera albo właśnie wędruje do niszy komunikacyjnej.

Mówienie w kategoriach wzrostu, gdyby przejść jedynie na jego „zieloną wersję”, polega nierzadko na chęci osiągnięcia konsensu

¹³⁸ „Póki nadzieja, że wzrost ekonomiczny przy wystarczająco innowacyjnym rozwoju techniki może być odspzężony od zużywania surowców naturalnych i szkód dla środowiska, nie jest zdemaskowana jako chimera, nie ma cienia szansy na akceptację pozycji krytycznych wobec wzrostu, o ich przeforsowaniu się nie mówiąc” (Paech 2016: 72).

wśród interlokutorów, stanowi próbę pozostania na poziomie interdyskursu lub jakiegoś dyskursu specjalistycznego, z których zostało by się zepchniętym do niszy, gdyby chciało się debatować w inny sposób. Tak samo wyjaśnić można również to, że (dziś) przeważająca część aktywistów i polityków reprezentujących kręgi dążące do przejścia do zrównoważonych i ekologicznych modeli społecznych propaguje zielony wzrost jako rozwiązanie. Równocześnie tego typu stanowisko w wielu innych wypadkach jest wyrazem interesów koncernów próbujących zagwarantować sobie zyski i udział w rynku nowo powstającej i szybko rozwijającej się branży ekologicznej (zob. Zdebel 2018: 13).

Skoro mówienie o radykalnie innych próbach rozwiązywania problemów wykracza poza ramy tego, co aktualnie jest akceptowane, uznawane za normalne i możliwe, oraz skoro tego typu wypowiedzi z dużym prawdopodobieństwem zostaną odrzucone (jako nienawiazywalne), to nie mówi się o nich wcale lub mówi znacznie rzadziej niż o szerzej akceptowanych, przez co sama *możliwość* wdrażania zmian już na poziomie komunikacji nie jest (lub zbyt rzadko jest) aktualizowana, co oznacza nieobecność stosownych idei w interdyskursie (niekoniecznie również w niszach).

Ponieważ nasz model cywilizacyjny nacechowany jest techniką i ekspansją, to wiemy jedynie coś na temat strony technologicznej takiej przyszłości [zorganizowanej według zasad zrównoważoności – A.S.], ale prawie nic o cywilizowanym sformatowaniu pracy, mobilności, odżywiania się, mieszkania, czasu spędzanego w takim świecie. A to oznacza, że znamy ten świat tylko z planu A, ale jeszcze nic nie wiemy o jego kształcie według planu B, C, D, E itd. (Welzer 2016: 186).

Drugim zasadniczym problemem powstającym na poziomie komunikacji jest rozmycie samego pojęcia. Nieostrość semantyki jest oczywiście inherentną właściwością komunikacji, gdyż to ona napędza mechanizm negocjowania znaczeń. W projektowaniu zmian ta właściwość stanowi jednak ciekawy aspekt z innej perspektywy, z której ów proces niechący warunkuje i wyznacza również kierunek lub kierunki działań, co obserwować można właśnie na przykładzie wzrostu. Nie chodzi o to, że słowa w zależności od interesów

i kontekstu przyjmować mogą różne, niekiedy nawet przeciwstawne znaczenia, gdyż to generalna właściwość języka, lecz o to, że również możliwości *działań* wynikające z danej semantyzacji pojęcia są różne, a same działania mogą się od siebie diametralnie różnić. Tak na przykład wzrost mylony jest nierzadko z rozwojem (czegoś, pewnych branż itd.), to znaczy ujmowany jest tak, że opisuje pożądaný rozwój pewnych branż i intensyfikację poszukiwań alternatywnych form produkcji, generowania energii itd. na drodze ku zrównoważonej gospodarce i traktuje to jako wzrost właśnie¹³⁹. W innych wypadkach aktualizowano pojęcie ‘sprawiedliwość’, zwracając uwagę na to, że konieczność uzyskania wzrostu dotyczy pewnych regionów świata oraz określonych sektorów (edukacji, systemu zdrowia itp. – patrz rozdział 4.2). W jednym i drugim wypadku ignoruje się w tego typu debatach drugą stronę medalu, a mianowicie to, że przy tak rozumianych formach wzrostu (w określonych sektorach lub regionach świata) wielu branżom czy też społeczeństwom w tak zwanych krajach rozwiniętych w miejsce wzrostu do twarzy byłoby z redukcją lub choćby z zatrzymaniem się na obecnym poziomie. I tu pojawia się kwestia ogólna – różnica (w dokładniejszych analizach zagadnienia uwzględniana) między dwiema formami osiągnięcia zielonego wzrostu. Chodzi o (iluzoryczne) odsprężenie nakładów (zużycia surowców) i powodowanych przez nie szkód ekologicznych od produkcji i generowanego w jej ramach wzrostu, jak również o rozwój (wzrost) określonych branż czy gospodarki jako takiej (zob. Paech 2016: 74; Welzer 2016: 146–153). W formie względnego (temporalnego) odsprężenia jest to możliwe w niektórych branżach oraz dziedzinach działalności gospodarczej. Określone branże mogą się rozwijać i odnotowywać wzrost, jednocześnie redukując własne nakłady i zużycie surowców oraz energii (co mierzone jest średnią ilością CO₂ w odniesieniu do produktu jednostkowego). Aby jednak na dłuższą metę osiągnąć zmniejszenie szkód przy jednoczesnym utrzymaniu tendencji wzrostowej, potrzebna

¹³⁹ Na to wskazują już tytuły publikacji w tym zakresie: »Green Growth«: *From a growing eco-industry to a sustainable economy* (Jänicke 2011).

byłaby *absolutna* forma takiego odsprężenia (*absolute Entkopplung*), to znaczy zmniejszenie nakładów w związku z produkcją „w ogóle”. Przy tej wersji odsprężenia chodziłoby więc o generalne oddzielenie wzrostu gospodarczego od zużycia surowców. To zaś, patrząc już zdroworozsądkowo, jest niemożliwe (dokładniejsza analiza – zob. Paech 2016: 71–101 i „cud zielonego budynku” Welzera [2013: 153]). Wzrost gospodarczy całego kraju produkuje bowiem zupełnie inne efekty niż wzrost w określonej branży. Skoro jednak ten pierwszy nie jest i przy obecnym systemie ogólnym nie może być kwestionowany, wzrost tylko w wybranych branżach, tych „zielonych”, jest niemożliwy. A nawet gdyby był możliwy, to również taka forma wzrostu wymaga nakładów¹⁴⁰. Ignorowanym w komunikacji problemem pozostaje to, że

[...] dobre życie nie jest za darmo. Tymczasem to właśnie sugerują zarówno działania przemysłu konferencji do spraw ratowania świata, jak i magia zielonego wzrostu: przyszłość będzie taka sama jak teraźniejszość, tylko bardziej zrównoważona pod względem rozwoju (Welzer 2016: 174).

W celu ilustracji zjawiska przedstawiłam kilka „wersji” interpretacji wzrostu, za którymi stoją dość różne przesłanki i motywacje, ale których rezultat mimo tych różnic jest taki, że dalej argumentuje się w ramach kategorii wzrostu, a szukanie rozwiązań odbywa się w kontekstach wyznaczonych przez stosowaną kategorię. Także diametralnie inne propozycje ingerujące w fundamenty systemu

¹⁴⁰ Ciekawym i niepokojącym przykładem w tym zakresie są obliczenia dotyczące zamiarów przedstawienia mobilności indywidualnej (bez zasadniczej zmiany formy tejże) na samochody z napędem elektrycznym, które wymagałoby już przy niedużej liczbie tych samochodów wydobywania ogromnych ilości cennych i rzadkich surowców, rozbudowania infrastruktury oraz produkcji również ogromnych ilości prądu (co za pomocą wiatraków i innych odnawialnych źródeł może się okazać trudne) – zob. rozdział 4.2.; Wolf 2019a i 2019b; Fleischer 2018a: 148–150. A skoro już jesteśmy przy wiatrakach, dla nich potrzebne są: zagospodarowanie przestrzeni, infrastruktura, materiał... I tak w nieskończoność. Wszystko więc wskazuje na to, że zmienić trzeba bardziej zasadnicze aspekty, a próby naprawiania systemu w wybranych miejscach w izolacji od reguł stwarzających problemy skazane są na porażkę.

przesłanek, a stanowiące jeszcze kilkadziesiąt lat temu jeden z wyjściowych punktów debat o ekologii i transformacji (patrz raport *Granice Wzrostu*, Meadows i in. 1972, 1973 oraz 2004) zostały zasymilowane w tych ramach. Jeśli nie uwzględnia się komunikacyjnych implikacji (procedur normalizacji i asymilacji), traci się z oczu to, że operując kategorią wzrostu i nie rezygnując z niej, perpetuuje się produkcję tych problemów, które miały zostać rozwiązane. A wszystko to nie rozwiązuje pytania, „w jaki sposób przetransformować społeczeństwa naszego typu, tak aby możliwe stało się wyjście z logicznej pułapki gospodarki wzrostu oraz *podniesienie kwestii zrównoważonego rozwoju i sprawiedliwości pokoleniowej do rangi ich podstawowej zasady*” (Welzer 2016: 185; wyróżnienie kursywą – A.S.), ale przynajmniej pokazuje, że w opisany sposób nie jest to możliwe. A może rozwiązanie jest już zawarte w drugiej części cytatu¹⁴¹.

→ O analiza przesłanek komunikacji; O ekonomia po wzroście gospodarczym; O reduktywna moderna; O zrównoważony rozwój

O **zrównoważony rozwój, zrównoważona nowoczesność**

Patrz wyżej¹⁴² – trzeba to po prostu zrobić.

Tematyka zrównoważonego rozwoju stanowić może w pewnej mierze naczelną ideę projektowania transformacji w przedstawionym tu ujęciu (w kwestii szczegółów odsyłam do United Nations / Sustainable Development Knowledge Platform; Rokicka, Woźniak 2016). Z perspektywy analizy komunikacji można jeszcze dodać, że starania w zakresie implementacji zasad zrównoważonego rozwoju w kontekście społecznym mogą być utrudnione, jeśli na poziomie komunikacji są one łączone z takimi problematycznymi kategoriami, jak konkurencja i wzrost jako zasada organizująca działania i sterująca

¹⁴¹ Dodatkowe informacje – zob. konferencja *DeGrowth* w 2014 roku, <https://www.degrowth.info/en/> oraz inicjatywy związane z ekonomią społeczną (krótki opis idei – zob. <https://postwzrost.wordpress.com/2014/09/09/195/#more-195> [12.03.2019]).

¹⁴² Wszystkie hasła w glosarium oraz rozdział 2.1.

nimi, gdyż pozwala to na asymilację tych starań przez zastane struktury stwarzające te właśnie problemy.

→ wszystkie hasła

* **żyć bez pieniędzy**

Temat ten jest o tyle ciekawy z punktu widzenia poruszanej tu problematyki, że stanowi jedną z najbardziej radykalnych form wyjścia z podstawowego systemu przesłanek i założeń normalnościowych organizujących życie społeczne (zob. hasło *świat bez pieniędzy*). Mimo że pieniądze są na tyle ważnym elementem systemu, że rezygnacja z nich w wymiarze społecznym wydaje się niemożliwa, w rzeczywistości eksperymenty realizowane w zakresie życia bez pieniędzy można uznać za całkiem udane, przynajmniej w sensie wykazania, że w określonych ramach jest to zasadniczo możliwe. Jeśli zaś chodzi o ich recepcję w komunikacjach, to warto są analiz z perspektywy badań normalności. Podobnie jak w wypadku „świata bez pieniędzy”, podejścia dotyczące rezygnacji z pieniędzy odnosić mogą się do, by tak rzec, całego życia lub do wybranych sytuacji, kontekstów społecznych albo okresów życia. Choć w radykalnej wersji podejmowane są raczej przez pojedyncze osoby, ogólnie można już jednak mówić o ruchach podejmujących (w różnych formach) próby realizacji koncepcji życia bez pieniędzy przynajmniej w ograniczonym zakresie, na przykład w odniesieniu do podróży lub wybranych sfer życia (żywność, dzielenie się rzeczami i naprawianie zamiast kupowania, przejściowa rezygnacja z kupowania odzieży itp.).

Wspólną motywacją tych różnych przedsięwzięć jest zazwyczaj refleksja oraz krytyczne nastawienie wobec kwestii wpływu pieniędzy i systemu finansowego zarówno na życie osobiste, jak i na problemy społeczne w skali globalnej. Chodzi przy tym o efekty wynikające ze stosowania pieniędzy (w sensie środka czy narzędzia organizującego relacje społeczne), skutki powstające między innymi z uwagi na relacje władzy, zależności i wyzysku oraz na ogólną zasadę konkurencji jako podstawowej i niekwestionowanej przesłanki

stosowania pieniędzy w sferze społecznej. Z konstatacji takich problemów wynika chęć wypróbowania innych form życia stawiających na kooperację, wzajemność i socjalność oraz uważność na poziomie osobistym.

Można więc znaleźć przykłady nie tylko osób praktykujących takie radykalne podejście i rezygnujących całkowicie z pieniędzy¹⁴³, lecz także szeroko rozbudowaną bazę wiedzy i doświadczeń dotyczących różnych innych idei w tym zakresie, które można, chcąc eksperymentować lub coś zmienić, wbudować w „normalne” konteksty życiowe¹⁴⁴. Ponieważ rezultaty takich działań nie są znane z góry, eksperymenty w zakresie życia bez pieniędzy stanowią dobry przykład praktycznego zastosowania transformation design. Projektują one inny świat, realizując działania na podstawie (mniej lub bardziej systematycznej) analizy problemów. Z kolei przez naukową analizę transformation design, to jest empiryczną obserwację i tworzenie teorii, z jednej strony można się czegoś dowiedzieć o samym procesie projektowania „od podstaw” takich nowych podejść, wyrastających z oddolnych inicjatyw na poziomie ‘mikro’, a z drugiej strony można obserwować procesy normalizacji i asymilacji, które siłą rzeczy stosowane są w odniesieniu do idei kwestionujących podstawowe przesłanki (normalność) życia codziennego i społecznego.

Jakkolwiek niezwykle lub zgoła niemożliwy do zrealizowania wydawać się może pomysł życia bez pieniędzy, ma on jednak kilka zalet wobec pomysłów „już stosowanych”, kieruje bowiem uwagę na te elementy systemu, które uznawane są za niekwestionowalne, jasne i oczywiste, czym umożliwia jednak powstanie czegoś nowego. Poniższy cytat niech będzie ilustracją tego mechanizmu, a także przejściem do zakończenia tej książki:

¹⁴³ Szczególnie imponującym przykładem w tym zakresie jest psychoterapeutka Heidemarie Schwermer, która żyła przez prawie 20 lat bez pieniędzy, a swoimi doświadczeniami dzieliła się w wielu mediach (zob. Schwermer 2018 oraz <http://heidemarieschwermer.com>; <http://livingwithoutmoney.org> [9.12.2018]).

¹⁴⁴ Informacje o obydwu odmianach – zob. strony <http://www.ohnegeld.de> czy <https://moneyless.org/> (dostępne są też różne inne wersje językowe) [9.12.2018].

Nowe myśli bazują na tym, że chce się, póki co w nieokreślony sposób, osiągnąć inny stan niż ten w teraźniejszości. Dlatego używane myśli [w sensie 'używana odzież' – A.S.] są zawsze takie niezadowolające: siedzą sobie – cytując Roberta Musila – »jak klienci w poczekalni adwokata, z którego nie są zadowoleni« (Welzer 2013: 247).

- ○ analiza przesłanek komunikacji; □ pieniądze regionalne;
- * współdzielenie i wymiana; ○ świat bez pieniędzy

Zakończenie

Zaprezentowana wyżej analiza pojęć ujawnia systematyczne powiązania idei, koncepcji i inicjatyw w sposób wskazujący na ich wspólne tło ideowe oraz na problemy (badawcze i projektowe) ich funkcjonowania w komunikacjach. Badania szczegółowe wybranych zagadnień przedstawię w osobnym tomie.

W obliczu dużej liczby ujęć współczesnych ruchów transformacyjnych narzuca się pytanie, dlaczego nie dochodzi do zmian w szerszym, systemowym wymiarze. Już z perspektywy wewnętrznej, czyli gdy patrzymy przez pryzmat zaangażowanych jednostek, zastanawia nas, dlaczego mimo wieloletniej analitycznej pracy nad tym zagadnieniem (nauka, teoria, badania) oraz mimo praktycznych działań w tym zakresie (ruchy, inicjatywy, projekty) ogólny kierunek rozwoju (na przykład bilans emisji w skali globalnej) wciąż jeszcze nie zmierza w kierunku redukcji i zrównoważoności, lecz wręcz przeciwnie – w kierunku perpetuowania, a nawet zwiększania ilości problemów. Tak wysokie natężenie dwutlenku węgla w atmosferze jak dzisiaj występowało przed trzema milionami lat, a warunki (nie tylko atmosferyczne) było w tamtym okresie zdecydowane nieprzyjazne dla naszej formy życia. Stopień globalnego ocieplenia zbliża się do granicy $1,5^{\circ}\text{C}^1$. Dlaczego więc, skoro tyle jest idei i inicjatyw, tak niewiele osiągnęliśmy? Konieczność kompleksowych i globalnych zmian jest co prawda stale postulowana, ale mimo że tysiące ludzi od dziesięcioleci pracuje na różnych obszarach w tej dziedzinie, systemowe transformacje ciągle jeszcze pozostaje daleką przyszłością.

¹ Zob. IPCC 2018 oraz <https://www.sueddeutsche.de/wissen/klimawandel-extremwetter-korallenbleiche-1.4398162-2> [26.04.2019].

Ruch *Fridays for Future*, który na przełomie roku 2018 i 2019 założyli uczniowie w wielu krajach europejskich, a manifestowali go w formie strajku² – zamiast w lekcjach szkolnych brali udział w manifestacjach przeciwko globalnemu ociepleniu i na rzecz koniecznych w tym wymiarze zmian – jest kolejnym przykładem zasadniczego problemu: sukcesy odnoszone w procesie interdyskursowego uświadamiania krytycznych aspektów (prace naukowe, praktyczne inicjatywy, protesty, relacje medialne itd.) nie przekładają się na bezpośrednie odniesienia do procesów systemowych na obszarze ogólnospołecznym. A poszczególne systemy funkcyjne społeczeństwa, zinstytucjonalizowana edukacja szkolna, edukacja medialna w zakresie ekologii itd. nie potrafiły do tej pory zareagować na potrzebę zmian. To zaś stanowi powód wspomnianych strajków. „Dlaczego powinniśmy się uczyć dla przyszłości, której, może, w ogóle nie będzie?” – pytała wówczas 15-letnia Greta Thunberg, która swoim indywidualnym protestem zainicjowała ruch *Fridays for Future*. „I dlaczego powinniśmy uczyć się o faktach, jeśli najważniejsze fakty nie są przez społeczeństwo brane poważne?”³.

Z perspektywy nauki o komunikacji powstaje zatem szerszy problem badawczy dotyczący kwestii zmiany na tle komunikacji oraz, dokładniej, komunikacyjnych uwarunkowań procesów transformacyjnych. Obszarem szczegółowym w tym zakresie byłyby procesy normalizacyjne i asymilacja obiektów (tematów, konceptów, idei, *frames*, narratywów) przez komunikację. Na tle tych uwarunkowań powstać może sytuacja, w której problem nadal istnieje (i jest napędzany przewidzianymi w systemie mechanizmami), a w interdyskursie zmieniają się i normalizują przede wszystkim „sposoby mówienia o ...” oraz „wiedza o ...” problemie i tematach z nim związanych, podczas gdy nowe działania i zmiana zastanej sytuacji podejmowane są przez

² W polskojęzycznych mediach ruch funkcjonuje również pod nazwą Młodzieżowy Strajk Klimatyczny.

³ Cyt. za: C. Schmiester, 4.12.2018, *Die Älteren haben Chaos angerichtet* [Starzy wyprawiali chaos], <http://www.tagesschau.de/schweden-klimaschutz-101.html> [4.12.2018].

mniejszość w stosownych niszach. Na to zresztą zwróciła uwagę Greta Thunberg w czasie wystąpienia na szczycie klimatycznym COP24 w Katowicach, wyrażając obawę, „że media tak naprawdę nie będą relacjonować [o problemie] i że szukać będziemy rozwiązań tylko w systemie, zamiast zmienić system”⁴.

W ten sposób do zmiany przesłanek komunikacji i założeń normalnościowych nie dojdziemy, na co wskazują również wyniki przedłożonej analizy kwestii transformation design na tle teorii komunikacji i badań normalności. Przesłanki te i założenia trzeba jednak mimo to empirycznie badać, gdyż ich uwidacznianie umożliwia dopiero rzeczową dyskusję i refleksję.

Zmiany, zwłaszcza podstawowe i systemowe, nawet jeśli w obecnej sytuacji zdają się nieuniknione – a zachodzą one w sposób nieorganizowany lub częściowo tylko sterowany przez nas – mają jednak tę ciekawą, acz niewygodną cechę, że ich efekty są dla nas nieprzewidywalne. Ruszamy więc na wyprawę w nieznanne.

Aby móc robić coś inaczej, trzeba też myśleć i mówić inaczej.

Na zakończenie jeszcze dwa cytaty obrazujące typowy dla nas (ludzi) dylemat stwarzania sytuacji bez wyjścia, o których potem musimy debatować, zamiast ich nie tworzyć.

W rzeczywistości zrównoważona przyszłość – zgodna z wyobrażeniami większości ludzi – nie jest już możliwa. Nie zredukowaliśmy strumieni populacji, zanieczyszczeń, zużycia energii i surowców. [...]

Aby wytworzyć coraz większą ilość dóbr fizycznych, ludzie, kultura i środowisko zostały zdegradowane w sposób uniemożliwiający im zapewnienie satysfakcji jakościowej, którą dawały niegdyś. Aby zastąpić te utracone wartości – spokój, wspólne obcowanie, piękno, zdrowe środowisko itp. – konsumujemy coraz więcej dóbr fizycznych. A to degraduje nasze środowisko i kulturę jeszcze bardziej (Denis Meadows⁵).

⁴ Tamże.

⁵ Cyt. za: Exignorant (2017).

Wiele naszych umiejętności rzemieślniczych spaliliśmy na stosie tanich cen. W Europie nie produkujemy już praktycznie żadnych butów, odzieży, urządzeń sportowych, zabawek i mebli. Choć sami produkujemy coraz mniej, zużywamy mimo to coraz więcej energii. Dlaczego? Nie przychodzi mi do głowy żadna inna odpowiedź jak ta, że widocznie głupiejąc, lubimy mieć ciepło. Czy chcemy taki świat przekazać wnukom? Harald Welzer mówi, »dzisiaj nie chodzi już o ideologiczne przeciwieństwa, lecz o konflikt między grupami z przewagą organizacyjną przeciwko grupom bez przywilejów organizacyjnych«. Banki i koncerty są dobrze zorganizowane. Skrzydło humanitarne nie. Dobra organizacja nie powstaje sama z siebie. Wymaga ona poświęcenia, *know-how* i zaangażowania. Jeśli chcemy naszym wnukom pozostawić świat warty życia, to mamy zobowiązanie. Dlatego od razu naszym talentem, naszymi siłami i energią nie chcemy służyć pieniądзом, lecz życiu. Tylko to ma sens (Heini Staudinger⁶).

⁶ Przedsiębiorca zaangażowany oraz konsekwentnie działający w sprawie zrównoważonego rozwoju i transformacji społecznej. *GEA-Album*, jesień 2017, nr 84, s. 14.

Literatura¹

- Aicher O. (2016). *Świat jako projekt* (red. nauk. wyd. pol.: A. Siemes, M. Wszótek; przeł. R. Darda-Staab, I. Dębek). Wrocław–Kraków: Libron.
- Altrichter R. (2013). *Aufklärung über das Soziale. Zur Kritik der Netzgesellschaft und der neueren Ethik*. Oberhausen: Athena.
- Anders G. (1980). *Die Antiquiertheit des Menschen*. T. 1: *Über die Seele im Zeitalter der zweiten industriellen Revolution*. T. 2: *Über die Zerstörung des Lebens im Zeitalter der dritten industriellen Revolution*. München: Beck.
- Augustyn M. (2014). *Postwzrost: W stronę dojrzałej gospodarki*, 9.09.2014. Dostępne na: <https://postwzrost.wordpress.com/2014/09/09/195/#more-195> [27.04.2019].
- Benson E., Perullo Y. (2017). *Design to Renourish. Sustainable Graphic Design in Practice*. CRC Press, Taylor and Francis Group.
- Bessi A., Zollo F., Del Vicario M., Puliga M., Scala A., Caldarelli G. i in. (2016). Users Polarization on Facebook and Youtube. *PLoS ONE*, 11(8): e0159641, doi:10.1371/journal.pone.0159641.
- Bethge P., Glüsing J., Zand B. (2017). Der Fake-Burger. *Der Spiegel*, 8, 86–95.
- Bielski P. (2009). Rolnictwo ekologiczne jako zawód i powołanie. Studium tożsamości, organizacji i potencjału rozwojowego polskich rolników ekologicznych. *Przegląd Socjologii Jakościowej. Monografie*, 5(3), 1–152.
- Brand U. (2014). Transition und Transformation: sozialökologische Perspektiven. W: M. Brie (red.), *Futuring. Perspektiven Der Transformation im Kapitalismus über ihn Hinaus* (s. 242–280). Münster: Westfälisches Dampfboot.
- Broadway M. (2015). Implementing the Slow Life in Southwest Ireland. A Case Study of Clonakilty and Local Food. *Geographical Review*, 105(2), 216–234.
- Brock B. (2014). *Über die Einheit von Schwindel und Schwindeln. Lügen, Tarnen und Täuschen als Erkenntnismittel*. Dostępne na: <https://www.youtube.com/watch?v=h7PGygemYw> [1.06.2018].

¹ Źródła o charakterze naukowym oraz teksty sygnowane przez konkretnego autora dotyczące danych naukowych podaję w bibliografii w tradycyjnej formie; natomiast teksty wskazujące na określone źródła, odsyłacze do egzemplifikacji w glosarium, jak również teksty bez autora podaję w formie adresu internetowego w przypisach.

- Brock B. (2016). *Theoreme. Er lebte, liebte, lehrte und starb. Was hat er sich dabei gedacht?*, Köln: Verlag der Buchhandlung Walther König.
- Brockhaus S. (2019). *Ökologie: Definition und Konzept einfach erklärt*. Dostępne na: <https://utopia.de/ratgeber/oekologie-definition-und-konzept-einfach-erklart/> [8.03.2019].
- Brodbeck K.-H. (2017). Die unheimliche Nähe des Geldes. *Brennstoff*, 49, 11–12.
- Brown T. (2016). *Zmiana przez design. Jak design thinking zmienia organizację i pobudza innowacyjność* (przet. M. Höffner, wyd. 2). Wrocław–Kraków: Libron.
- Brzozowiec D. (2009). *Projektowanie nowego świata*. Dostępne na: https://www.youtube.com/watch?v=iq6HSYAd_s8&t=166s [24.01.2019].
- Brzozowiec D. (2013). *Realny kryzys i alternatywny pieniądz*. Dostępne na: <https://www.youtube.com/watch?v=avPJ55SDVTg&t=6659s> [24.01.2019].
- Buechler S. (2008). Teorie nowych ruchów społecznych. W: K. Goriach, P. Mooney (red.), *Dynamika życia społecznego. Współczesne koncepcje ruchów społecznych* (s. 161–188). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Burns C., Cottam H., Vanstone C., Winhall J. (2006). *Transformation Design. RED Paper02*. British Design Council. Dostępne na: <http://www.designcouncil.org.uk/resources/report/red-paper-02-transformation-design> [11.10.2017].
- Buse U. (2018). Einer für alle. *Der Spiegel*, 34, 44–48.
- Castells M. (1983). *The city and the grassroots: A cross-cultural theory of urban social movements*. London: Edward Arnold.
- Chappin E.J.L., Ligtoet A. (2014). Transition and transformation: A bibliometric analysis of two scientific networks researching socio-technical change. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 30, 715–723. doi:10.1016/j.rser.2013.11.013.
- Ciążela A. (2015). Postrzeganie osób dbających o środowisko przez młodych Polaków. *Studia Ecologiae et Bioethicae*, 13, 4, 65–84.
- Dankowska A., Haase D., Haase A. (2017). Urbane Gärten – Alles Kraut und Rüben? *Garten und Landschaft*, 3, 12–19. Dostępne na: <http://www.esp-de.de/kleinod-rueckzugsraum-und-open-space-oder-einfach-nur-urbane-gaerten-ein-grosses-potenzial-fuer-urban-oekosystemdienstleistungen-fuer-alle-aber-aktuell-in-gefahr/> [7.12.2018].
- Diamond J. (2004). *Collapse*. New York: Penguin.
- Diamond J. (2007). *Upadek* (przet. J. Lang, J. Margański, Z. Łomnicka, M. Ryszkiewicz). Warszawa: Prószyński i S-ka.
- Dragona D. (2014). *Re-engineering the web – Review of the Othernet Workshop of Danja Vasiliev @ Weise7*. Dostępne na: <http://neural.it/2014/03/re-engineering-the-web-review-of-the-othernet-workshop-of-danja-vasiliev-weise7/> [10.07.2018].

- Eckert W. (2017a). Das CO₂-Budget ist fast verbraucht. *Tagesschau.de*, 4.11.2017. Dostępne na: <http://www.tagesschau.de/wirtschaft/klima-carbon-101.html> [10.12.2017].
- Eckert W. (2017b). CO₂-Ausstoß steigt erstmals wieder an. *Tagesschau.de*, 13.11.2017. Dostępne na: <http://www.tagesschau.de/wirtschaft/co2-klimagipfel-101.html> [10.12.2017].
- Eckert W. (2018). „Das Problem ist das billige Öl“. *Tagesschau.de*, 28.05.2018. Dostępne na: <http://www.tagesschau.de/ausland/plastikmuell-129.html> [26.06.2018].
- Eigenbrod C., Gruda N. (2015). Urban vegetable for food security in cities. A review. *Agronomy for Sustainable Development*, 35, 483–498, doi:10.1007/s13593-014-0273-y.
- Eisenberg G. (2017). Das Geld und die Seele des heutigen Menschen. *Brennstoff*, 49, 7–9.
- Elias N. (1996). *Was ist Soziologie?*. München: Juventa Verlag.
- Entman R.M. (2002). Framing: Towards clarification of a Fractured Paradigm. W: D. McQuail (red.), *McQuail's Reader in Mass Communication Theory* (s. 390–397). London: SAGE Publications.
- European Commission (2018). *Single-use plastics: New EU rules to reduce marine litter*, 28.05.2018. Dostępne na: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-18-3927_en.htm [26.06.2018].
- Exignorant (2017). *Badanie: Wzrost średniej globalnej temperatury o 2°C będzie katastrofą*. Dostępne na: <https://exignorant.wordpress.com/2017/11/09/badanie-wzrost-sredniej-globalnej-temperatury-o-2c-bedzie-katastrofa/> [20.06.2018].
- Felber C. (2012). *Die Gemeinwohl-Ökonomie*. Wien: Deuticke.
- Felber C. (2016). Edel sei der Markt, hilfreich und gut. *Brennstoff*, 43, 17.
- Felber C. (2017a). *Ethischer Welthandel. Alternativen zu TTIP, WTO & Co*. Wien: Deuticke.
- Felber C. (2017b). Ethisch handeln. *Brennstoff*, 47, 19.
- Festinger L. (1957). *A Theory of Cognitive Dissonance*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Finck M., Ranchordás S. (2016). Sharing and the City. *Vanderbilt Journal of Transnational Law*, 49, 1299–1369.
- Flatley A. (2018). *Das Pacific Garbage Screening soll tonnenweise Plastikmüll aus den Meeren sammeln*. Dostępne na: <https://utopia.de/pacific-garbage-screening-plastikmuell-meere-50232/> [26.05.2018].
- Fleischer M. (2003). *Polska symbolika kolektywna*. Wrocław: Dolnośląska Szkoła Wyższa Edukacji Towarzystwa Wiedzy Powszechnej.
- Fleischer M. (2009). *Trzy prawa komunikacji i jedna definicja design*. Łask: Oficyna Wydawnicza Leksem.

- Fleischer M. (2010). *Communication design, czyli projektowanie komunikacji*. Łódź: Primum Verbum.
- Fleischer M. (2012). *Typologia komunikacji*. Łódź: Primum Verbum.
- Fleischer M. (2014). *Kapitał. Niestety nie()ludzki*. Wrocław–Kraków: Libron.
- Fleischer M. (2017). *Konstrukcja rzeczywistości 3*. Wrocław–Kraków: Libron.
- Fleischer M. (2018a). *Notatki 3*. Wrocław–Kraków: Libron.
- Fleischer M. (2018b). *Notatki 4*. Wrocław–Kraków: Libron.
- Fleischer M. (2019). *Design informacji i jej algorytmy*. Wrocław–Kraków: Libron.
- Fleischer M., Siemes A. (2019). Skalowania w dyskursie ekologicznym wśród młodzieży (przypadek sytuacji z brakiem wiedzy). W: M. Grech, A. Siemes, M. Wszolek (red.), *Badanie komunikacji*, t. 2 (s. 9–51). Wrocław–Kraków: Libron.
- Flick U. (2011). *Jakość w badaniach jakościowych* (przeł. P. Tomanek). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Folke C., Carpenter S.R., Walker B., Scheffer M., Chapin T., Rockström J. (2010). Resilience thinking: integrating resilience, adaptability and transformability. *Ecology and Society*, 15(4), 20.
- Foster E., Contestabile M., Blazquez J., Manzano B., Workman M., Shah N. (2017). The unstudied barriers to widespread renewable energy deployment: Fossil fuel price responses. *Energy Policy*, 103, 258–264, doi:10.1016/j.enpol.2016.12.050.
- Geden O. (2018). Politically informed advice for climate action. *Nature Geoscience*, 11, 380–383. Informacja dostępna na: <https://www.nature.com/articles/s41561-018-0143-3> [27.04.2019].
- Gesell S. (2011). *Reichtum und Armut gehören nicht in einen geordneten Staat. Werkauswahl zum 150. Geburtstag, zusammengestellt von Werner Onken*. Kiel: Verlag für Sozialökonomie.
- globalcarbonproject.org (2017). *Global Carbon Budget*, 13.11.2017. Dostępne na: <http://www.globalcarbonproject.org/carbonbudget/index.htm> [13.12.2017].
- Goldenberg S. (2013). UN's 2C target will fail to avoid a climate disaster, scientists warn. *The Guardian*, 3.12.2013. Dostępne na: <https://www.theguardian.com/environment/2013/dec/03/un-2c-global-warming-climate-change> [20.06.2018].
- Grin J., Rotmans J., Schot J. (2010). *Transitions to Sustainable Development. New Directions in the Study of Long Term Transformative Change*. London: Routledge.
- Hansen J., Kharecha P., Sato M. i in. (2013). Assessing “Dangerous Climate Change”: Required Reduction of Carbon Emissions to Protect Young People, Future Generations and Nature, *PLOS One*, 8(12). Dostępne na: <http://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0081648> lub <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0081648> [20.06.2018].

- Hauff V. (red.) (1987). *Unsere gemeinsame Zukunft. Der Brundtland-Bericht der Weltkommission für Umwelt und Entwicklung*. Greven: Eggenkamp Verlag.
- Helfrich S., Kuhlen R., Sachs W., Siefkes C. (red.) (2009). *Gemeingüter – Wohlstand durch Teilen*. Berlin: Heinrich-Böll-Stiftung.
- Henke S. (2017). *Fließendes Geld für eine gerechtere Welt*. Baden-Baden: Tectum Verlag.
- Hölscher K., Wittmayer J.M., Loorbach D. (2018). Transition versus transformation: What's the difference?. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 27, 1–3.
- Hopkins R. (2013). *The Power of Just Doing Stuff. How local action can change the world*. [b.m.]: Transition Books.
- Institute of Social Studies (2011). Konferencja *Nature TM Inc. Questioning the Market Panacea in Environmental Policy and Conservation*. Dostępne na: https://www.iss.nl/research/conferences_and_seminars/previous_iss_conferences_and_seminars/naturetm_inc_questioning_the_market_panacea_in_environmental_policy_and_conservation/ [24.09.2017].
- Ionciă D.-E., Petrescu E.-C. (2016). Slow living and the green economy. *The Journal of Philosophical Economics: Reflections on Economic and Social Issues*, IX, 2, 85–104.
- IPCC – Intergovernmental Panel on Climate Change (2013). *Climate Change 2013: The Physical Science Basis. Contribution of Working Group I to the Fifth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change* (red. T.F. Stocker, D. Qin, G.-K. Plattner, M. Tignor, S.K. Allen, J. Boschung, A. Nauels, Y. Xia, V. Bex, P.M. Midgley). Cambridge–New York: Cambridge University Press, 1–29.
- IPCC – Intergovernmental Panel on Climate Change (2014). *Fifth Assessment Report (AR5)*. Dostępne na: <http://www.ipcc.ch/report/ar5/index.shtml>. Podstrona nt. aktualnie przygotowanego raportu specjalnego (*Special report on the impacts of global warming of 1.5°C*): <http://www.ipcc.ch/report/sr15/> [9.07.2018].
- IPCC – Intergovernmental Panel on Climate Change (2018). *Global Warming of 1.5°C. Summary for Policymakers*. Dostępne na: http://report.ipcc.ch/sr15/pdf/sr15_spm_final.pdf lub <https://www.ipcc.ch/sr15/chapter/summary-for-policy-makers/> [9.10.2018].
- Irwin T., Kossoff G., Tonkinwise C., Scupelli P. (2015). *Transition Design 2015*. Dostępne na: https://design.cmu.edu/sites/default/files/Transition_Design_Monograph_final.pdf [24.06.2018].
- Izydorska M. (2018). *Give Box. Problematyka i funkcjonowanie zjawiska* (nieopublikowana praca magisterska). Wrocław: SWPS Uniwersytet HumanistycznoSpołeczny.

- Jackson R., Friedlingstein P., Canadell J.G., Andrew R. (2015). Two or three degrees: CO₂ emissions and global temperature impacts. *The Bridge*, 45, 16–21. Dostępne na: <https://www.nae.edu/Publications/Bridge/140630/140639.aspx> [13.12.2017].
- Jackson T. (2017). *Prosperity without growth. Foundations for the economy of tomorrow* (wyd. 2). New York: Routledge.
- Jacobson K. (2014). Grassroots in the City: Urban Grassroots Movements in Central and Eastern Europe and Post-Soviet Space (Paper for presentation at the CBEES annual conference, December, 4–5, 2014). Dostępne na: [https://www.sh.se/p3/ext/res.nsf/vRes/cbees_engelsk_1412582982411_kerstin_jacobsson_pdf/\\$File/kerstin_jacobsson.pdf](https://www.sh.se/p3/ext/res.nsf/vRes/cbees_engelsk_1412582982411_kerstin_jacobsson_pdf/$File/kerstin_jacobsson.pdf) [18.09.2017].
- Jänicke M. (2011). »Green Growth«: From a growing eco-industry to a sustainable economy. W: *FFU-Report, 09-2011*. Berlin. Dostępne na: <https://refubium.fu-berlin.de/handle/fub188/19833> [9.10.2018].
- Jonas W., Zerwas S., Anshelm K. von (red.) (2015). *Transformation Design. Perspectives on a New Design Attitude*. Basel: Birkhäuser.
- Kennedy M. (1990). *Geld ohne Zinsen und Inflation. Ein Tauschmittel, das jedem dient*. München: Goldmann.
- Kreutzberger S. (2018). Kleiner als klein. *Hintergrund*, 2, 42–45.
- Kreutzberger S. (2019). Die Klimaklempner. *Hintergrund*, 2, 16–19.
- Krüskemper E. (2012). *Integration am Gartenzaun: Deutsche Kleingärten werden international*. Dostępne na: <https://www.alumniportal-deutschland.org/deutschland/land-leute/kleingaerten/> [7.12.2018].
- Latouche S. (2006). *Farewell to Growth*. Cambridge: Polity Press.
- Leggewie C., Welzer H. (2008). *Can democracies deal with climate change?*. Dostępne na: <http://www.eurozine.com/can-democracies-deal-with-climate-change/> [24.06.2018].
- Lerch D. (2015). *Six Foundations For Building Community Resilience*. Santa Rosa, CA: Post Carbon Institute. Dostępne na: <http://www.postcarbon.org/publications/six-foundations-for-building-community-resilience-2/> [14.04.2019].
- Lerch D. (red.) (2017). *The Community Resilience Reader. Essential Resources for an Era of Upheaval*. Washington: Island Press in collaboration with Post Carbon Institute.
- Leurs B., Roberts I. (2017). *What do we mean by design?*, 14.02.2017. Dostępne na: <http://www.designforeurope.eu/news-opinion/what-do-we-mean-design> oraz <http://www.designcouncil.org.uk/news-opinion/what-do-we-mean-design> [9.03.2018].
- Lewis S.L., Maslin M.A. (2018a). *The Human Planet. How We Created the Anthropocene*. London: Penguin Books.

- Lewis S., Maslin M. (2018b). *A manifesto to save Planet Earth (and ourselves)*. Dostępne na: <https://www.bbc.com/news/science-environment-44389413> [9.06.2018].
- Lietaer B., Arnsperger C., Goerner S., Brunnhuber S. (2012). *Money and Sustainability, The Missing Link*. Charmouth: Triarchy Press.
- Link J. (2013). *Normale Krisen? Normalismus und die Krise der Gegenwart*. Konstanz: Konstanz University Press.
- Loorbach D., Frantzeskaki N., Avelino F. (2017). Sustainability transitions research: transforming science and practice for societal change. *Annual Review of Environment and Resources*, 42(1), 599–626, doi:10.1146/annurev-environ-102014-021340.
- Luhmann N. (1979). Zeit und Handlung – Eine vergessene Theorie. *Zeitschrift für Soziologie*, 8(1), 63–81.
- Luhmann N. (2004 [1991/1992]). *Einführung in die Systemtheorie* (oprac. D. Baecker, wyd. 2). Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.
- Manzini E., Coad R. (2015). *Design, When Everybody Designs: An Introduction to Design for Social Innovation (Design Thinking, Design Theory)*. London: The MIT Press.
- Matthes J. (2014). *Framing*. Baden-Baden: Nomos.
- Mayer M. (2006). Manuel Castells' The City and the Grassroots. *International Journal of Urban and Regional Research*, 30(1), 202–206, doi:10.1111/j.1468-2427.2006.00652.x.
- McDonough W., Braungart M. (2002). *Cradle to Cradle – Remaking the way we make things*. New York: North Point Press.
- McNeill J.R. (2005). *Blue Planet. Die Geschichte der Umwelt im 20. Jahrhundert*. Bonn: Bundeszentrale für Politische Bildung.
- Meadows D.H., Meadows D.L., Randers J., Behrens W.W. III (1972). *The Limits to Growth (Raport Klubu Rzymskiego)*. New York: Universe Books. Dostępne na: http://collections.dartmouth.edu/teitexts/meadows/diplomatic/meadows_ltg-diplomatic.html [26.07.2017].
- Meadows D.H., Meadows D.L., Randers J., Behrens W.W. III (1973). *Granice Wzrostu* (przeł. W. Rączkowska, S. Rączkowski). Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Meadows D.H., Randers J., Meadows D.L. (2004). *A Synopsis. Limits to Growth. The 30 Years Update*. White River Junction, VT: Chelsea Green Publishing.
- Meyer-Feist A. (2018). *EU drohen Berge aus Plastikmüll*, 18.04.2018. Dostępne na: <http://www.tagesschau.de/wirtschaft/eu-plastikmuell-101.html> [26.06.2018].
- Mok H.-F., Williamson V.G., Grove J.R., Burry K., Barker S.F., Hamilton A.J. (2014). Strawberry fields forever? Urban agriculture in developed countries: A review. *Agronomy for Sustainable Development*, 34, 21–43, doi:10.1007/s13593-013-0156-7.

- Morozov E. (2014). *To Save Everything, Click Here: The Folly of Technological Solutionism*. New York: Public Affairs.
- Morozov E. (2015). Apka na biedę? Mamy to!. *Dziennik Opinii/Krytyka Polityczna*, 15.03.2015. Dostępne na: <http://www.krytykapolityczna.pl> [1.05.2016].
- Negro S.O., Alkemade F., Hekkert M.P. (2012). Why does renewable energy diffuse so slowly? A review of innovation system problems. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 16, 6, 3836–3846, doi:10.1016/j.rser.2012.03.043.
- Nguyen C.T. (2018). *Escape the echo chamber*. Dostępne na: <https://aeon.co/essays/why-its-as-hard-to-escape-an-echo-chamber-as-it-is-to-flee-a-cult> [20.05.2018].
- OECD (2015). *Environment at a Glance 2015: OECD Indicators*. Paris: OECD Publishing. Dostępne na: <https://dx.doi.org/10.1787/9789264235199-en> [18.06.2019].
- Paech N. (2016). *Befreiung vom Überfluss. Auf dem Weg in die Postwachstumsökonomie*. München: Oekom.
- Peng! Kollektiv. Strona internetowa (główna). Dostępne na: <https://pen.gg/de/> [27.07.2017].
- Peters G.P. (2018). Beyond carbon budgets. *Nature Geoscience*, 11, 378–380. Dostępne na: <https://www.nature.com/articles/s41561-018-0142-4> [27.04.2019].
- Petrini C. (2005). *Slow food: Prawo do smaku* (przeł. J. Jackowicz). Warszawa: Twój Styl.
- Petrus K. (2019). Superhelden auf hoher See. *Hintergrund*, 1, 56–58.
- Pisarek W. (2002). *Polskie słowa sztandarowe i ich publiczność*. Kraków: Universitas.
- Pluciński P. (2015). Im lepiej, tym gorzej albo widmo kryzysu miejskich ruchów społecznych?. *Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny*, 1, 409–423.
- Polanyi K. (1944). *The great transformation*. New York: Rinehart.
- Popkiewicz M. (2018a). *Naukowcy a politycy: gdy »ostatnia chwila« trwa od dziesięcioleci*. Dostępne na: <http://naukaoklimacie.pl/aktualnosci/naukowcy-a-politycy-gdy-ostatnia-chwila-trwa-od-dziesiecioleci-292> [9.07.2018].
- Popkiewicz M. (2018b). *Coraz silniejsze huragany [i nie jest to drobny efekt]*. Dostępne na: <http://naukaoklimacie.pl/aktualnosci/coraz-silniejsze-huragany-i-nie-jest-to-drobny-efekt-296> [6.09.2018].
- Popkiewicz M., Kardaś A., Malinowski S. (2019). *Nauka o klimacie. Mechanizmy działania systemu klimatycznego. Zmiany klimatu w przeszłości i obecnie*. Warszawa: Sonia Draga.
- Post Carbon Institute (2015). *Six Foundations for Building Community Resilience*. Dostępne na: <http://sixfoundations.org/> [8.02.2019].
- Raworth K. (2012). *A Safe and Just Space for Humanity*. Oxfam Discussion Paper. Dostępne na: <https://www.oxfam.org/sites/www.oxfam.org/files/dp-a-safe-and-just-space-for-humanity-130212-en.pdf> [11.09.2017].
- Reiermann C. (2018). Kitt der offenen Gesellschaft. *Der Spiegel*, 24, 57.

- Rockström J., Steffen W., Noone K., Persson Å. i in. (2009). A safe operating space for humanity. *Nature*, 461, 472–475. Patrz też: Planetary Boundaries: Exploring the Safe Operating Space for Humanity. *Ecology and Society*, 14(2), 32. Dostępne na: <http://www.ecologyandsociety.org/vol14/iss2/art32/> [13.10.2019].
- Rokicka E., Woźniak W. (2016). *W kierunku zrównoważonego rozwoju. Koncepcje, interpretacje, konteksty*. Łódź: Katedra Socjologii Ogólnej, Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny, Uniwersytet Łódzki. Dostępne na: http://socjologia.uni.lodz.pl/pliki/32-w_kierunku_zrownowazonego_rozwoju.pdf [4.11.2017].
- Sachs W. (1993). Die vier E's: Merkposten für einen maßvollen Wirtschaftsstil. *Politische Ökologie*, (11)33, 69–72.
- Scheidler F. (2015a). *Das Ende der Megamaschine. Geschichte einer scheiternden Zivilisation*. Wien: Promedia Verlag.
- Scheidler F. (2015b). Die globale Ordnung zerbricht. *Brennstoff*, 41, 7–11.
- Scheufele B. (2003). *Frames – Framing – Framing-Effekte: Theoretische und methodische Grundlegung des Framing-Ansatzes sowie empirische Befunde zur Nachrichtenproduktion*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Schöbel S. (2018). »Ocean Cleanup« schon 2018?, 27.05.2018. Dostępne na: <http://www.tagesschau.de/ausland/muell-weltmeere-slat-101.html> [26.06.2018].
- Schoppek D.E. (2019). *Strategiereflexion: Mitschwimmen oder untergehen?*. Dostępne na: <http://www.postwachstum.de/strategiereflexion-mitschwimmen-oder-untergehen-20190304> [9.03.2019].
- Schwermer H. (2018). *Das Sterntalerexperiment. Mein Leben ohne Geld* (wyd. 2). Norderstedt: BoD, Books on Demand GmbH.
- Seidl I., Zahrt A. (red.) (2010). *Postwachstumsgesellschaft. Konzepte für die Zukunft*. Marburg: Metropolis Verlag.
- Senf B. (2007). Silvio Gesell: Freiwirtschaftslehre und natürliche Wirtschaftsordnung – weder Kapitalismus noch Sozialismus. W: *Die blinden Flecke der Ökonomie. Wirtschaftslehre in der Krise*. Kiel: Verlag für Sozialökonomie.
- Siefkes C. (2012). Peer-Produktion – der unerwartete Aufstieg einer commonsbasierten Produktionsweise. W: S. Helfrich (red.), *Commons. Für eine neue Politik jenseits von Markt und Staat* (s. 315–353). Bielefeld: Heinrich-Böll-Stiftung.
- Siemes A. (2009). *Zahlen in Medienangeboten. Eine Studie zur Konstitution und Funktion medialer Zahlenwirklichkeiten*. Oberhausen: Athena.
- Siemes A. (2010). Liczby w mediach: rola i funkcja rzeczywistości liczb w komunikacji medialnej – wyniki badania empirycznego. W: B. Bogulebska, M. Worsowicz (red.), *Styl – Dyskurs – Media* (s. 419–431). Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Siemes A. (2013). *Normalność w komunikacjach – jej negocjowanie i badanie. Na materiale komentarzy dotyczących architektury domów mieszkalnych*. Łódź: Primum Verbum.

- Siemes A. (2015). *Normalność z perspektywy obserwatora – diagnoza*. Łódź: Primum Verbum.
- Siemes A. (2017a). Badanie reklamy – Przegląd perspektyw badawczych w kontekście komunikacji i kultury. W: M. Wszótek (red.), *Manual – reklama. Podręcznik z zakresu projektowania komunikacji* (s. 147–187). Wrocław–Kraków: Libron.
- Siemes A. (2017b). Normalność i procedury normalizacyjne jako kategorie obserwacji dla badań komunikacji. W: A. Dudziak, A. Naruszewicz-Duchlińska (red.), *Wartości i wartościowanie we współczesnej humanistyce*, t. 2: *Perspektywa komunikologiczna* (s. 7–22). Olsztyn: Centrum Badań Europy Wschodniej UWM w Olsztynie.
- Siemes A. (2017c). Powstawanie (auto)wizerunku w kontekście biografii medialnej i rozwoju technologii. W: I. Borkowicz (red.), *Dziennikarstwo i Media 8. Kody i strategie w komunikacji* (s. 197–212). Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
- Siemes A. (2018a). Transformation design – zarys zagadnienia w kontekście projektowania komunikacji. W: M. Wszótek, M. Grech, A. Siemes (red.), *Projektowanie komunikacji, vol. 1* (s. 85–104). Wrocław–Kraków: Libron.
- Siemes A. (2018b). Sztuka ucieczki z normalności – analiza subwersywnych form komunikacji. W: G. Habrajska i in. (red.), *Parafrazowanie w dyskursie artystycznym* (s. 95–118). Łódź: Primum Verbum.
- Siemes A. (2018c). To sztuka, czy to normalne?. W: G. Habrajska (red.), *Dyskurs artystyczny* (s. 112–122). Łódź: Primum Verbum.
- Siemes A. (2019). Kryzys jako stan normalny – o normalizacji rzeczy nie do przyjęcia. W: E. Tyc, A. Kalisz (red.), *Autopromocja, autoprezentacja, wizerunek w komunikowaniu masowym. Błąd, kryzys, skandal* (s. 113–128). Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Siwik A. (2019). *Slow-life w kontekście stylu życia. Analiza treści medialnych i badanie ankietowe* (nieopublikowana praca magisterska). Wrocław: Uniwersytet Wrocławski.
- Smolczyk A. (2018). Ein Sack in China. *Der Spiegel*, 11, 58–62.
- Sobczyk M. (2005). Czas to więcej niż pieniądź. *Obywatel*, 6(26). Dostępne na: <http://web.archive.org/web/20111108151739/http://www.obywatel.org.pl/index.php?module=pagemaster&func=viewpub&tid=3&pid=822> [24.01.2019].
- Sobiecki G. (2014). Waluty alternatywne: społeczne, lokalne, globalne, wolne, wirtualne. Czy nastąpił już koniec historii pieniądza? W: D. Filar, A. Łukasiewicz-Kamińska, I. Miciuła, G. Sobiecki, A. Niedźwiecki, J. Rakoczy, *Od muszli po bitmonety. Oblicza pieniądza i systemów walutowych* (s. 178–208). Warszawa: Texter.
- Sobiecki G. (2017). *Rozwój lokalnych walut alternatywnych w Polsce i na wybranych przykładach światowych – pilotażowe badanie empiryczne*. Warszawa: Szkoła Główna Handlowa.

- Sobiecki G. (2018). Sustainability of local complementary currencies – Conclusions from an empirical study in Poland. *International Journal of Community Currency Research*, 22, 105–124. Dostępne na: <http://dx.doi.org/10.15133/j.ijccr.2018.019> [23.01.2019].
- Sommer B., Welzer H. (2017 [2014]). *Transformationsdesign. Wege in eine zukunftsfähige Moderne*. München: Oekom.
- Spencer-Brown G. (1997). *Laws of Form. Gesetze der Form*. Lübeck: Bohmeier.
- Stock W.J. (2016). Wprowadzenie. W: O. Aicher, *Świat jako projekt* (red. nauk. wyd. pol.: A. Siemes, M. Wszolek, przeł. R. Darda-Staab, I. Dębek) (s. 11–17). Wrocław–Kraków: Libron.
- Sueddeutsche.de (bez autora) (2017). *Ökologisch leben*, 10.01.2017. Dostępne na: <http://www.sueddeutsche.de/stil/oekologisch-leben-neun-produkte-mit-denen-sie-nachhaltiger-leben-1.3299129> [10.01.2017].
- Sylla N.S. (2014). *The Fair Trade Scandal. Marketing Poverty to Benefit the Rich*. London: Pluto Press.
- Szeszko P. (2013). *Alternatywne waluty narzędziem wspierającym ekonomię społeczną*. Dostępne na: <http://www.ekonomiaspoleczna.pl/wiadomosc/908343.html> [15.12.2018].
- Szkolnicka O. (2015). Banki czasu – ekologiczna wymiana usług. *ulicaekologiczna.pl*, 13.11.2015. Dostępne na: <https://ulicaekologiczna.pl/zdrowy-tryb-zycia/banki-czasu-ekologiczna-wymiana-uslug> [24.01.2019].
- The Critical Campaigning Manifesto (J. Peters, 2018). Dostępne na: <https://criticalcampaigning.org/de.html> [10.07.2018].
- The Critical Engineering Manifesto (The Critical Engineering Working Group: J. Oliver, G. Savičić, D. Vasiliev, 2011–2017). Dostępne na: <https://criticalengineering.org/courses/othernet/> [10.07.2018].
- The SDG Academy Team [b.d.]. *Course summary. Planetary boundaries and Human Opportunities*. Dostępne na: <https://courses.sdgacademy.org/learn/planetary-boundaries-and-human-opportunities-on-demand> [15.04.2017].
- The Yes Men / Yes Lab. Strony internetowe. Dostępne na: <http://theyesmen.org/> oraz <http://yeslab.org/> [28.07.2017].
- Turvey S.T. i in. (2010). Rapidly Shifting Baselines in Yangtze Fishing Communities and Local Memory of Extinct Species. *Conservation Biology*, 24(3), 778–787.
- Uexküll J. von (1909). *Umwelt und Innenwelt der Tiere*. Berlin: Verlag von Julius Springer. Dostępne na: <https://www.biodiversitylibrary.org/ia/umweltundinnenwe00uexk#> [8.03.2019].
- United Nations (1987). *Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future*. Dostępne na: <http://www.un-documents.net/our-common-future.pdf> [7.07.2018].

- United Nations / Division for Sustainable Development Goals – DSDG (2015). *Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development*. Dostępne na: <https://sustainabledevelopment.un.org/post2015/transformingourworld> [26.05.2018].
- United Nations Environment (2018a). *Emissions Gap Report 2018 key messages*. Dostępne na: <https://www.unenvironment.org/resources/report/emissions-gap-report-2018-key-messages> oraz http://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/26896/EGR-KEYMESSAGES_2018.pdf?isAllowed=y&sequence=1 [28.11.2018].
- United Nations Environment (2018b). *How China's ban of plastic waste imports can help us beat pollution*, 7.02.2018. Dostępne na: <https://www.unenvironment.org/news-and-stories/story/how-chinas-ban-plastic-waste-imports-can-help-us-beat-pollution> [26.06.2018].
- United Nations / Sustainable Development Knowledge Platform (2017/2018). *Goal 13: Take urgent action to combat climate change and its impacts*. Dostępne na: <https://sustainabledevelopment.un.org/sdg13> [4.07.2018].
- United Nations / Treaty Collection (2015a). *Paris Agreement*. Dostępne na: https://treaties.un.org/pages/ViewDetails.aspx?src=TREATY&mtdsg_no=XXVII-7-d&chapter=27&clang=_en [4.07.2018].
- United Nations / Treaty Collection (2015b). *Paris Agreement*. Dostępne na: https://treaties.un.org/doc/Treaties/2016/02/20160215%2006-03%20PM/Ch_XXVII-7-d.pdf [4.07.2018].
- United Nations / UNFCCC (1998). *Kyoto Protocol to the United Nations Framework Convention on Climate Change*. Dostępne na: <https://unfccc.int/resource/docs/convkp/kpeng.pdf>; zob. też <https://sustainabledevelopment.un.org/sdgs> [26.05.2018].
- Wackernagel M. (2014). 12 Fragen an... 12 Questions to... Mathis Wackernagel. *GAIA. Ökologische Perspektiven für Wissenschaft und Gesellschaft*, 23(1), 6–7.
- Wehling E. (2016). *Politisches Framing. Wie eine Nation sich ihr Denken einredet – und daraus Politik macht*. Köln: Herbert von Halem Verlag.
- Weiß M. (2017). *2016 bricht globalen Temperaturrekord*, 18.01.2017. Dostępne na: <http://www.sueddeutsche.de/wissen/2.220/eil-klimawandel-bricht-globalen-temperaturrekord-1.3338871> [19.06.2018].
- Weiß M. (2019). „*Es passiert genau jetzt*“, 6.04.2019. Dostępne na: <https://www.sueddeutsche.de/wissen/klimawandel-extremwetter-korallenbleiche-1.4398162-2> [17.07.2019].
- Welzer H. (2013). *Selbst denken. Eine Anleitung zum Widerstand*. Frankfurt am Main: S. Fischer Verlag.

- Welzer H. (2016). *Samodzielne myślenie* (przeł. V. Grotowicz). Słupsk: Wydawnictwo Dobra Literatura.
- Welzer H. (2018). *Wer vom Klimawandel spricht, darf vom Kapitalismus nicht schweigen*, 8.06.2018. Dostępne na: <http://www.sueddeutsche.de/kultur/naturgewalt-mensch-wer-vom-klimawandelspricht-darf-vom-kapitalismus-nicht-schweigen-1.4001415> [16.06.2018].
- Werner E. (1977). *The Children of Kauai. A longitudinal study from the prenatal period to age ten*. Honolulu: University of Hawaii Press.
- Werner E. (2005). What can we learn about resilience from large-scale longitudinal studies? W: S. Goldstein, R. Books (red.), *Handbook of resilience in children* (s. 87–103). New York: Kluwer Academic.
- Widz K. (2018). Kryzys kapitalizmu jako projektu i możliwości komunikacyjnej zmiany w nurcie transformation design. W: M. Wszótek, M. Grech, A. Siemes (red.), *Projektowanie komunikacji, vol. 1* (s. 105–129). Wrocław–Kraków: Libron.
- Wolf W. (2019a). *Mit dem Elektroauto in die Sackgasse. Wie die E-Mobilität den Klimawandel beschleunigt*. Wien: Promedia.
- Wolf W. (2019b). *Lassen Sie uns doch mal über Verkehr reden. Teil 3: Sackgasse Elektromobilität*. Dostępne na: <https://www.nachdenkseiten.de/?p=50701> [14.06.2019].
- Woods D.D., Hollnagel E. (2006). Prologue: Resilience Engineering Concepts. W: E. Hollnagel, D.D. Woods, N.G. Leveson (red.), *Resilience Engineering: Concepts and precepts* (s. 1–6). Aldershot, UK: Ashgate.
- World Bank (2012). *Turn Down The Heat: Why a 4°C Warmer World must be Avoided*. Washington, DC: World Bank. Dostępne na: <http://documents.worldbank.org/curated/en/865571468149107611/Turn-down-the-heat-why-a-4-C-warmer-world-must-be-avoided> [9.07.2018].
- Wszótek M., Grech M. (2016). Komentarz do wydania II. W: T. Brown, *Zmiana przez design. Jak design thinking zmienia organizację i pobudza innowacyjność* (wyd. 2) (s. 11–20). Wrocław–Kraków: Libron.
- Wszótek M., Grech M., Siemes A. (2018a). *Projektowanie komunikacji, vol. 1*. Kraków–Wrocław: Libron.
- Wszótek M., Grech M., Siemes A. (2018b). *Badanie komunikacji, vol. 1*. Kraków–Wrocław: Libron.
- Zajonz M. (2018). *Warum es so schwierig ist, ein faires Handy zu bauen*. Dostępne na: <https://www.sueddeutsche.de/digital/2.220/fairphone-und-shift-warum-es-so-schwierig-ist-ein-faires-handy-zu-bauen-1.4099828> [6.03.2019].
- Zdebel H. (2018). Klimapolitisches Totalversagen. *Hintergrund*, 3, 10–13.

