

Postać w kulturze wizualnej

Tom 4: Media, słowa, wizerunki

Redakcja

Anna Krawczyk-Łaskarzewska

Alina Naruszewicz-Duchlińska

Monika Cichmińska

Olsztyn 2019

Recenzje:

Arkadiusz Dudziak
Tomasz Żaglewski

Projekt okładki:

Piotr Przytuła

Korekta:

Anna Krawczyk-Łaskarzewska

Skład:

Bożena Chmielewska

Treść publikacji z wyłączeniem materiałów wizualnych, które zostały wykorzystane przez autorów jako przykłady i wizualizacje w celach badawczo-naukowych) udostępniana jest na licencji Creative Commons Uznanie autorstwa – Użycie niekomercyjne – Bez utworów zależnych 3.0 Polska.

Pewne prawa zastrzeżone na rzecz autorów. Zezwala się na wykorzystanie publikacji zgodnie z licencją – pod warunkiem zachowania niniejszej informacji licencyjnej oraz wskazania autorów jako właścicieli praw do tekstów.

Tekst licencji jest dostępny na stronie:

<http://creativecommons.org/licenses/by-cnd/3.0/pl/legalcode>

ISBN: 978-83-955418-0-3

Wydawca:

Katedra Filologii Angielskiej
Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie
ul. K. Obiży 1
10-725 Olsztyn
e-mail: filang.human@uwm.edu.pl

Spis treści

Wstęp: Postacie w pozornym znieruchomieniu	5
Michał Ostrowski: Dusza duszy jego. O roli Delfiny Potockiej w życiu Zygmunta Krasińskiego	9
Agnieszka Kurzyńska: Kobieta w męskim świecie, czyli jak złapać przestępcę? O postaci kobiety-detektywa we współczesnych powieściach kryminalnych.....	29
Anna Krawczyk-Łaskarzewska: Damy i wampir(z)y(ce): <i>Carmilla</i> ilustrowana	45
Joanna Szewczyk: Siostry Ofelii. O kilku wizualnych reprezentacjach kobiecej melancholii i hysterii	71
Joanna Frużyńska: Małe ironistki w czarnych sukienkach. Subwersywna postać dziewczynki w najnowszej literaturze dla dzieci i młodzieży	93
Marcin Skibicki: „To, co wiecznie kobiece, pociąga nas wzwyż”. Postać kobiety na francuskim plakacie reklamowym przełomu XIX i XX wieku	109
Anna Polańska: Wizerunek ludzi morza w promowaniu fotografii marynistycznej przez gdańskie środowisko artystyczne, od zakończenia II wojny światowej do początku lat osiemdziesiątych XX wieku	127
Magdalena Szulc: „Kochane, ruszamy z turbo wyzwaniem!” O sposobach budowania autorytetu w mediach społecznościowych na przykładzie profilu na Facebooku Ewy Chodakowskiej	147
Marika Szczepaniak: Czy nastąpiła era globalnego Stepford? Kobieta generacji Z a wpływ kultury wizualnej na autowizerunek	159

Magdalena Majewska: Postaci a wartości. Językowo-kulturowy obraz postaci kobiety i mężczyzny w wybranych felietonach Tomasza Raczka z początku XXI wieku..... 175

Anna Adamus-Matuszyńska, Piotr Dzik: Postać w sloganie. Analiza „slogo” polskich jednostek samorządu terytorialnego..... 189

Anna Krawczyk-Łaskarzewska

Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie

Wstęp

Postacie w pozornym znieruchomieniu

Czwarty tom cyklu *Postać w kulturze wizualnej* poświęcony został w głównej mierze postaciom o, zdawałoby się, zredukowanej dynamice: zastygłym na kartach utworów literackich, listów czy prasowych felietonów, a także prezentowanym w obrazach statycznych, przekazywanym za pośrednictwem takich środków wizualnego oddziaływania, jak ilustracja książkowa, fotografia, plakat czy (s)logo. Owo znieruchomienie coraz intensywniej przełamują media społecznościowe, i nawet najbardziej ikoniczne wizerunki kojarzone dotychczas z literaturą mogą, rzecz jasna, plenić się, replikować i mutować w twórczości filmowej, telewizyjnej czy muzycznej.

Literackie spotkania z postaciami otwiera tekst Michała Ostrowskiego, „Dusza duszy jego. O roli Delfiny Potockiej w życiu Zygmunta Krasińskiego”. Aby przybliżyć czytelnikom dość osobliwe życie uczuciowe jednego z najwybitniejszych pisarzy polskiego romantyzmu i jego muzy, autor odwołuje się do bogatego materiału epistolograficznego, ukazując rozdźwięk między ideałem romantycznej miłości kreowanym w egzaltowanych listach Krasińskiego a przyziemną naturą rzeczywistości, której dane mu było doświadczać.

Artykuł Agnieszki Kurzyńskiej, pt. „Kobieta w męskim świecie, czyli jak złapać przestępcę? O postaci kobiety-detektywa we współczesnych powieściach kryminalnych”, porównuje i kontrastuje wizerunki kobiet-detektywów w popularnych cyklach powieściowych z początku XXI wieku. Głównym celem analizy jest ustalenie, do jakiego stopnia postacie Jane Rizzoli, Maury Isles, Maggie O'Dell oraz Eriki Falck ograniczone są konwencją gatunkową i czy są w stanie przełamać dominujące wzorce kobiecości oraz stereotypowe role przypisywane kobietom we współczesnym społeczeństwie,

Problemy dotyczące definicji, typologii i funkcji ilustracji literackiej porusza Anna Krawczyk-Łaskarzewska w artykule „Damy i wampir(z)y(ce): *Carmilla* ilustrowana”. Na przykładzie rysunków Edwarda Ardizzone'a do bodaj

najsłynniejszej, a w każdym razie najbardziej transgresyjnej noweli Josepha Sheridana Le Fanu omawia relacje między warstwą werbalną utworu i komentującym go materiałem wizualnym oraz wyciąga wnioski dotyczące znaczenia ilustracji w procesie ponownej interpretacji dzieła literackiego.

Na pograniczu literatury i mediów wizualnych mieści się również tekst Joanny Szewczyk, zatytułowany „Siostry Ofelii. O kilku wizualnych reprezentacjach kobiecej melancholii i hysterii”. Ofelia to literacki archetyp kobiecego obłądu, a także postać kojarzona z estetyzacją śmierci, lecz niektóre jej wizerunki we współczesnej fotografii, filmach czy muzycznych wideoklipach daleko wykraczają poza jej patriarchalne odczytania, redukując ją do roli obiektu (nekroestetycznej) kontemplacji.

Artykuł „Małe ironistki w czarnych sukienkach. Subwersywna postać dziewczynki w najnowszej literaturze dla dzieci i młodzieży” Joanny Frużyńskiej zestawia wybrane teksty literackie z konwencjami stosowanymi w sztukach plastycznych i filmowych. Umożliwia to autorce prześledzenie nieustannie ewoluującego kulturowego obrazu dziecka, od wizerunków anielskich, wyidealizowanych po charakterystyczne dla ostatnich trzech dekad mroczne i niepokojące reprezentacje wizualne młodocianych protagonistek, nawiązujące nie tylko do estetyki wiktoriańskiej, ale również do takich subkultur, jak goth, punk czy emo.

Z kolei Marcin Skibicki, autor tekstu „»To, co wicznie kobiece, pociąga nas wzwyż«. Postać kobiety na francuskim plakacie reklamowym przełomu XIX i XX wieku”, porównuje wizerunki kobiet w twórczości dwóch modnych i uznanych plakacistów tamtej epoki, mianowicie Julesa Chéreta i Eugène’a Grasseta. Wprawdzie prace obu twórców charakteryzuje, powszechna w świecie grafiki użytkowej *art nouveau*, erotyzacja postaci kobiecej, niemniej jednak różnią się specyficznymi ujęciami archetypu kobiecej urody, od dominującej u Chéreta lekkości i nie przekraczającej granic dobrego smaku frywolności aż po eklektyczny, uduchowiony, a także wiążący kobietę z naturą symbolizm Grasseta.

„Wizerunek ludzi morza w promowaniu fotografii marynistycznej przez gdańskie środowisko artystyczne, od zakończenia II wojny światowej do początku lat osiemdziesiątych XX wieku” Anny Polańskiej stawia tezę o istnieniu nieformalnej gdańskiej szkole fotografii o tematyce morskiej, która na przestrzeni niemal pięciu dekad odcisnęła znaczące piętno na historii polskiej fotografii powojennej, zwłaszcza jeśli chodzi o prezentację postaci ludzkich. Autorka opisuje czynniki ekonomiczno-polityczne wpływające na działalność gdańskich fotografów, łącząc je z charakterystyką wyzwań natury artystycznej

(np. ograniczenia estetyki piktorialnej i jej silnie skonwencjonalizowany mariaż z socrealizmem).

Artykuł „»Kochane, ruszamy z turbo wyzwaniem!« O sposobach budowania autorytetu w mediach społecznościowych na przykładzie profilu na Facebooku Ewy Chodakowskiej” Magdaleny Szulc przybliży metody i strategie językowo-wizualne stosowane przez znaną trenerkę fitnessu w celu pozyskiwania obserwatorów i wywierania na nich wpływu. Opisane zostają sposoby komunikowania się Chodakowskiej z odbiorcami na jej koncie facebookowym, w szczególności umiejętność łączenia przez nią wsparcia emocjonalnego i motywacyjnego z poradami o czysto merytorycznym charakterze, dotyczącymi np. zasad zdrowego żywienia.

Tekst Mariki Szczepaniak, zatytułowany „Czy nastąpiła era globalnego Stepford? Kobieta generacji Z a wpływ kultury wizualnej na autowizerunek”, jest próbą ujęcia specyficznego doświadczenia pokoleniowego kobiet, które urodziły się w połowie lat 90., a więc w erze cyfrowej, charakteryzującej się wyraźną dominacją kultury wizualnej. Koncentrując się na wizerunku kobiety w reklamie telewizyjnej, autorka podkreśla znaczenie takich czynników, jak medialna promocja celebrytów, sprzyjający stereotypizacji patriarchalny model społeczeństwa oraz dynamiczny rozwój technologii.

W tekście „Postaci a wartości. Językowo-kulturowy obraz postaci kobiety i mężczyzny w wybranych felietonach Tomasza Raczka z początku XXI wieku” Magdalena Majewska skupia natomiast uwagę na charakterystycznych dla tego autora zabiegach semantycznych i stylistycznych. Analiza tekstów publikowanych przez Raczka w popularnej rubryce *Ekran osobisty* na łamach tygodnika „Wprost” pozwala uchwycić nie tylko ich idiosynkratyczne cechy językowe, ale także uwidocznione za ich pośrednictwem wartości aksjologiczne, stanowiące fundament subiektywnej wizji kultury i społeczeństwa.

Wieńczący tom artykuł Anny Adamus-Matuszyńskiej i Piotra Dzika, „Postać w sloganie. Analiza »slogo« polskich jednostek samorządu terytorialnego”, stanowi kontynuację projektu badawczego, w ramach którego autorzy dokonują analizy znaków promocyjnych polskich regionów, miast i gmin, aby ustalić, czy poczesną rolę odgrywa w nich postać, rozumiana zasadniczo jako sylwetka ludzka. W niniejszej publikacji ich uwaga koncentruje się na treści sloganów wizerunkowych określanych terminem 'slogo', przy czym zebrany materiał potwierdza wstępne rozpoznanie, iż postać na ogół nie stanowi istotnego elementu, jeśli chodzi o symbolikę i zindywidualizowany charakter danego miejsca.

Michał Ostrowski

Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie

Dusza duszy jego. O roli Delfiny Potockiej w życiu Zygmunta Krasińskiego

Abstrakt:

Artykuł przybliży zainteresowanym osobę Zygmunta Krasińskiego, ze szczególnym naciskiem na jego życie uczuciowe. Biografia poety obfitowała nie tylko w wydarzenia będące pokłosiem powstania listopadowego i licznych podróży, ale również w miłosne uniesienia i wyznania niepozabawione, niestety, rozczarowań i dojmującego smutku. Szczególną estymą darzył wieszcz Delfinę Potocką, poznaną w Wigilię 1838 roku. Kobieta z czasem stała się jego największą muzą, kochanką, powiernicą, a także adresatką pokażniejszej korespondencji i utworów poetyckich. Celem artykułu jest ukazanie złożoności relacji pięknej arystokratki i dziewiętnastowiecznego poety oraz dowiedzenie wyraźnej rozbieżności między miłosnymi uniesieniami przybierającymi częstokroć postać egzaltacji najwyższej rangi, a życiem rodzinnym wieszca.

Słowa kluczowe:

autokreacja, korespondencja, miłość romantyczna, muza *Przedświtu*

Kabotyn i dandys? O Zygmuncie Krasińskim

Zygmunt Krasiński uznawany jest za jednego z najwybitniejszych przedstawicieli pierwszego pokolenia romantyków polskich (Napierała 2008: 58). Należy do wielkiej trójcy wieszczów. Przez całe życie kierunek wyznaczały mu idee dziewiętnastowieczne, które wspomagały „uzależnianie biografii od twórczości literackiej” (tamże: 59). W perspektywie badań nad działalnością artystyczną i rekonstrukcją biografii Krasińskiego nie twórczość, ale nade wszystko światopogląd obiera się za czynnik pozwalający na umieszczenie poety w panteonie literatury narodowej na miejscu bardzo szczególnym.

Jak twierdzi Maria Janion, urodzony 19 lutego 1812 r. w Paryżu autor *Nie-Boskiej komedii* należał do grona najbardziej „steatralizowanych” postaci całej epoki (tamże: 58). Na ów stan niewątpliwie miało wpływ przybieranie rozmaitych pów w zależności od życiowego położenia oraz sposobu radzenia sobie z przeciwnościami losu. Najbardziej widocznymi postawami, które stanowiły metodę ekspozowania wewnętrznych przeżyć, częstokroć na granicy egzaltacji i obłędu, były kabotyńska oraz dandysowska. Aby w pełni zrozumieć znaczenie i przypisaną im problematykę, spróbujmy przyjrzeć się ich słownikowym definicjom. Kabotyń to „osoba starająca się zaimponować innym tanimi efektami, komediant” (Dunaj 1999: 173). Natomiast dandysem jest „mężczyzna odznaczający się wyszukaną elegancją w stroju i sposobie bycia, łączącą się ze zblazowaniem i ekstrawagancją; modniś, elegant” (Napierała 2008: 69).

Widać zatem, że obie te pozy, polegające na swoiście patetycznym i efektownym wyrażaniu siebie, przynależą do poetyki autokreacji. Ślady ich obecności zauważalne są zarówno w poezji i dramacie Zygmunta Krasińskiego, jak i – co chyba najistotniejsze – w korespondencji, posiadającej zresztą bardzo duże walory stylistyczne. Dość długo pozostawała ona jednak w stanie rozproszenia lub ulegała obróbkom wydawniczym określanym przez Stanisława Pigionia jako unicestwiające „w przebiegu wieloletniego i wytrwałego, a zdroźnego zaniedbania” (Żółtowska 1996: 474).

Niezwykłość poety określa dodatkowo skomplikowana osobowość niedająca się jasno ani łatwo zweryfikować i zamknąć w jakichkolwiek kluczach, która praktycznie aż do momentu jego śmierci 23 lutego 1859 r. zdawała się być odzwierciedleniem silnego wewnętrznego dysonansu. Według Anity Napierały (2008: 62), autorki jednej z syntez romantycznych, na złożoność natury Krasińskiego składały się „antynomie wynikające z rozdzielenia sfery serca i rozumu”, które powodowały diametralną i nagłą zmienność nastrojów.

Dopełnieniem znacznie wyłamującej się z ogólnych ram epoki indywidualności twórcy *Irydiona* były w dużym stopniu marzenia – wywodzące się skądinąd z okresu wczesnej młodości – które, jak pisał, stanowiły dla niego „przezwyciężenie poczucia epizodyczności własnego istnienia” (tamże: 64). Istotną rolę odgrywały także podróże, które pierwotnie były determinowane koniecznością ucieczki z Królestwa Polskiego. Krasiński został bowiem potępiony przez brat studentką, kiedy postąpił zgodnie z wolą ojca, gen. Wincentego Krasińskiego, i nie wziął udziału w pogrzebie senatora Piotra Bielińskiego (Witkowska 2007: 374). Później motyw podróżniczy przerodził się w intensywny proces kreowania

artystycznej tożsamości i dał początek wielkiej epistolograficznej stylizacji na społeczny odrzutka i wygnańca (Napierała 2008: 59).

Tęsknota wywoływana przebywaniem poza granicami kraju (podróż do Szwajcarii, Włoch i Wiednia w latach 1829–1832) (Sudolski 1997: 91) – skłoniła poetę do prowadzenia regularnej korespondencji. Biorąc pod uwagę liczbę „mnożących się” w tym okresie listów, i to już w parę tygodni po wyjeździe poety, Zbigniew Sudolski (1968: 16) nazwał je „prawdziwą eksplozją epistolomanii”.

Ogromną rolę w tworzeniu korespondencji emigracyjnej odegrało także zamiłowanie poety do filozofii. Pomagała ona Krasińskiemu w zrozumieniu otaczającej go rzeczywistości, a nierzadko pozwalała nawet na rozeznanie się w samym sobie (tamże: 17).

Znaczna część wydarzeń, które składają się na biografię wieszca, powiązana była z postacią ojca oraz uległością wobec jego apodyktyczności. Zygmunt Krasiński ani nie potrafił zdobyć się na odwagę, aby wypowiedzieć mu posłuszeństwo, ani podzielić jego zapatrywań na kwestie narodowościowe. Spojrzenie na sprawy Polski z perspektywy przymusowej emigracji pozwoliło jednak pocie nabrać dystansu oraz krytycznej postawy, która zaczęła wyrażać się na przykład w tezach o niedojrzałości i niemoralności tych, którzy powzięli decyzję o walce w powstaniu listopadowym. Niesolidaryzowanie się z własnym krajem zaowocowało wieloma przykrymi skutkami. Najistotniejszym z nich było jawne uchybienie arystokratycznemu rodowodowi, który, w mniemaniu jego ojca, powinien ukazywać wysokie ideały patriotyczne.

Potrzeba podróży była zatem dla autora *Agaj-Hana* nie tylko dość dobrym pretekstem do unikania powrotu do kraju, który, jak pisał w 1836 roku do Konstantego Gaszyńskiego, nieustannie przypominał mu o „dręczącej do niego przynależności” (Napierała 2008: 61), ale także metodą poszukiwania estetycznych wrażeń mogących stanowić dopełnienie dziewiętnastowiecznego toposu wewnętrznej turystyki (tamże: 59–61) i romantycznego światopoglądu.

Największą inspiracją dla Zygmunta Krasińskiego stanowiła miłość. Koncepcja miłości, której podporządkował niemalże całe swoje życie, odnosiła się do rozpowszechnionego w epoce romantyzmu mitu „komunii dusz”, który podnosił potrzebę idealizowania, sakralizacji oraz nadawania temu uczuciu cech teatralności. Krasiński, adaptując ów mit na grunt własnych potrzeb, zdołał wykreować własną definicję miłości. Miłości niemożliwej do ziszczenia na ziemi, posiadającej za to wymiar i wartość duchową. Jak pisze Anna Kubale (1997: 101), „miało to być spełnianie się w idealnie pojętej miłości, która pozwalałaby

wznieść się ponad nieakceptowaną rzeczywistość, własne duchowe rozbitcie oraz tajone uczucie zhańbienia”.

Teoria niekończącej się miłości, poparta idealizacją i bogatą symboliką, zdawała się realizować chyba najlepiej w listach wieszczki adresowanych do jego największej życiowej muzy – Delfiny Potockiej.

Okoliczności poznania poety i jego muzy

Delfina Potocka należała niewątpliwie do najbarwniejszych osobowości swojej epoki. Pochodziła z zubożałej podolskiej rodziny ziemiańskiej, której rozgłos przyniosły bliskie kontakty z carycą Katarzyną II. Ojciec Potockiej, Stanisław Delfin Komar, pełnił funkcję majora wojsk rosyjskich, a matka, Honorata Komar, w młodości była jedną ze służek rosyjskiej władczyni (Krzywobłocka 1974: 95–96).

Delfina, starsza od autora *Nie-Boskiej komedii* o pięć lat, odznaczała się – jak wynika z zachowanych materiałów i licznych opracowań – niezwykłą urodą i wieloma talentami, którymi czarowała najznakomitszych ludzi ówczesnej kultury. Tę powszechnie znaną w światowych salonach i dworach opinię potwierdza nakreślony przez Ferdynanda Hoesicka, choć nie wiadomo na ile prawdziwy, opis jej sylwetki:

Blondynka, o przepysznych, niezmiernie bujnych włosach, o cerze białej, alabastrowej, z oczami szafirowymi, cudnie oprawnymi w ciemne brwi i rzęsy, o rysach twarzy, które choć niezupełnie regularne i klasyczne, mimo to były nadzwyczaj szlachetne i piękne, bardzo wysoka, prześlicznie zbudowana, z wielką gracją ruchu, okazała i majestatyczna, zmysłowo kusząca i powabna w najwyższym stopniu (Sudolski 2006: 82).

Fizjonomia urodzonej w 1807 roku w Kuryłowcach Murowanych ziemianki herbu Korczak, późniejszej hrabiny, jakkolwiek zachwycająca i zapewniająca jej wysoką pozycję w rankingu najpiękniejszych kobiet epoki, przysporzyła jej również w dworskim środowisku sporo negatywnych opinii, które, niestety, miały wiele wspólnego z prawdą. Od najmłodszych lat Potocka charakteryzowała się bowiem próżnością, obojętnością wobec spraw politycznych (co było wynikiem wychowania w duchu kosmopolityzmu), bardzo mocnym zepsuciem

i zmanierowaniem, którego przyczyną z całą pewnością było duże zainteresowanie nią mężczyzn (tamże: 83).

Znaczący wpływ na postrzeganie Delfiny miał ślub, który zawarła 7 listopada 1825 roku z Mieczysławem Potockim, przedstawicielem kontrowersyjnego rodu owianego legendą zdrad, intryg i nieczystych „zagrywek” (tamże: 96). Pomimo wizji bardzo korzystnych warunków bytowych oraz wzajemnego przyciągania związek ten okazał się być nieszczęśliwy. Mocne i szczere uczucie Delfiny stłamsił zaraz po ślubie wrodzony, „patologiczny” charakter małżonka (Rudzki 1990: 20). Potocki, posiadający dużą posiadłość w Tulczynie, zgodnie z licznymi relacjami (choć, według Rudzkiego, w niektórych przypadkach mającymi charakter plotki) słynął z bezwzględności, okrucieństwa oraz mściwości. W nagłym przyływie złości był w stanie „gnębić poddanych i oszukiwać dzierżawców i oficjalistów” (tamże). Nieszczęśliwa w pożyciu i skazana na samotność młoda hrabina odnalazła spełnienie w literaturze oraz wyprawach zagranicznych, które pomogły pozyskać kobiecie wielu adoratorów (Krzywobłocka 1974: 100).

Głównym źródłem konfliktu małżeńskiego była niecierpliwość Mieczysława względem doczekania się męskiego potomka, w którym pokładał nadzieje godnego reprezentowania interesów rodziny oraz sprawowania pieczy nad majątkiem. Frustracja mężczyzny zaczęła znajdować ujście w rękoczynach. Edward Rudzki, jeden z nielicznych biografów Delfiny Potockiej, pisał:

Mieczysław zwyczajnie bił swoją żonę. Czasami czynił to w dodatku publicznie. [...] Wiadomo także, że nawet w wiele lat później Potocka bała się mężczyzn, którzy mogliby ją bić, co w wyższych sferach było zdarzeniem wyjątkowym (Rudzki 1990: 29).

Narastające konflikty będące pokłosiem m.in. kilku poronień Delfiny, przyczyniły się najpierw do częstych uciezek przed agresywnym małżonkiem do domu rodzinnego, a w konsekwencji do podjęcia przez kobietę decyzji o definitywnym opuszczeniu Tulczyna. Podróż do Paryża, którą odbyła wraz z rodziną w 1832 roku w celach wypoczynkowo-towarzyskich, była ostatecznym aktem odcięcia się od toksycznego męża i doświadczanej brutalności.

Pojawienie się Delfiny na zachodnich salonach szybko zyskało miano moralno-obyczajowego skandalu. Hrabina nie ukrywała swoich doświadczeń wynikających z wieloletniej małżeńskiej gehenny, dlatego, szczególnie w towarzystwie, z upodobaniem przybierała rolę *une femme abandonnée*, czyli kobiety

opuszczonej (Krzywobłocka 1974: 103). Czynnikiem potęgującym publiczne zgorzsenie była nie tylko przybierana przez Potocką poza, która sama w sobie stanowiła już przykry wyjątek w schemacie funkcjonowania wyższych sfer, ale również to, że kobieta taka jak Delfina, nazywana „fortecą bez załogi” (tamże), z upodobaniem oddawała się jawnym, niczym nieskrępowanym flirtom. Dwuznaczne zachowanie młodej szlachcianki, odbierane jako „hipokrytyczna swoboda”, budziło bardzo negatywne opinie. Pisze o tym Bożena Krzywobłocka (tamże):

Inaczej patrzono w ówczesnym wielkim świecie na flirty mężatek. Jeśli bowiem dama nie chciała uchodzić za parafiankę, czyli gąskę głupio zakochaną we własnym mężu, musiała grać rolę kobiety niezrozumianej, niedocenianej przez męża. Poczycielem niezrozumianej duszy bywał jakiś wytworny arystokrata lub oficer. Taki jawny flirt nie gorszył nikogo i mężowie niezrozumianych pań żyli w największej przyjaźni z owymi „poczycicielami”. Ale kobieta zupełnie opuszczona przez męża była czymś bardziej gorszącym salonowe opinie.

Podczas swych podróży Delfina „poczycieli” doczekała się wielu. Spośród gwiazd paryskiego świata warto byłoby wymienić chociażby hrabiego Charlesa de Flahauta, księcia Ferdynanda Filipa Orleańskiego (generała wojen napoleońskich) i najstarszego syna króla Ludwika Filipa – znanego powszechnie z licznych podbojów miłosnych (tamże: 101). Na wdzięki atrakcyjnej arystokratki nie pozostał obojętny również Juliusz Słowacki, który spotkał się z Potocką we Fryburgu, co odzwierciedlił na kartach *Fantazego* (tamże: 104).

To właśnie w okresie zyskiwania największej liczby niewybrednych opinii, a także ulegania coraz to intensywniejszemu zmanierowaniu, Delfina Potocka poznała Zygmunta Krasieńskiego. Do spotkania kochanków doszło w wigilię Bożego Narodzenia 1838 roku w Neapolu, do którego wieszczca udał się wraz z ojcem. W tym czasie poeta zmagał się z silną depresją, której powodem było przerwanie romansu z Joanną Bobrową i wzmożone starania ojca, by ożenić swojego jedynaka (Sudolski 2006: 83).

Zdawać by się mogło, iż okoliczności spotkania szlachcianki i wieszczca dowodzą istnienia miłości od pierwszego wejrzenia. Nic bardziej mylnego. Delfina wywarła na romantycznym poecie złe wrażenie. Widać to w liście Zygmunta, z 1 stycznia 1839 roku, skierowanym do przyjaciela, Adama Sultana, w którym to wyrażał swą niechęć do urodziwej arystokratki:

Wśród nich wszystkich (rodziny Komarów – przyp. M.O.) jest dziwna istota, która stoi już za przepaścią. [...] Istota, której duszę żywą i silną, i prawdziwie wszystkimi dary, którymi Bóg Polki obdarzył, do najwyższego stopnia obrzuconą, przepesł Paryż i Londyn. [...] Mimo to jednak zostały w tej duszy iskry podobne wybuchom wulkanu, kiedy wspomnienie jakie lud nadto silna boleść je rozdmucha; [...] Kiedy zaś te iskry gasną lub drzemią, nieznośna to kapryśnica, niemogąca dwóch słów poważnych wyrzec, potrzebująca śmiać się i żartować, by uniknąć strasznej nudy, która ją toczy. [...] Literatura francuska dzisiejsza zna takie kobiety. Cywilizacja dzisiejsza takie płodzi twory, ale w nich jest jakaś nieskończoność bólu, jakaś przyszłość nieodwołalna coraz sroższych cierpień, które mnie przejmują litością. [...] Czy poznasz z tych rysów panią Delfinę Potocką? (Krasiński 1966: 17–18).

Jak można zauważyć, relacja z pierwszego spotkania z Delfiną pełna jest pejoratywnych określeń. Obok „dziwnej istoty”, „przepesutej Paryżem i Londynem”, użyte zostało słowo „kapryśnica”, które najdobitniej chyba obrazuje niestałość nastrojów arystokratki. Krasiński, przybliżając Soltanowi charakter Potockiej, spostrzegł także, iż jest ona osobą smutną, która notorycznymi żartami i niepoważnością zdaje się rekompensować sobie wewnętrzne okaleczenie. Tak negatywne wrażenie nie mogło wzbudzić w poecie innego uczucia prócz litości. Litości, którą, nawiasem mówiąc, potęgować mogło dostrzeżenie w zachowaniu atrakcyjnej hrabiny podobieństwa do własnych, chwiejnych i budzących wątpliwości zachowań.

Ten przejmujący, rozbudowany psychologicznie i ostry w wydźwięku opis, eksponujący drzemiące już w twórcy *Nie-Boskiej komedii* skłonności do idealizacji Delfiny (Sudolski 2006: 83), jest potwierdzeniem znanych opinii na temat kobiety. Krasiński, relacjonując owe spotkanie przyjacielowi, uzupełnił portret szlachcianki o dodatkowe spostrzeżenia. Utożsamiał piękną arystokratkę z francuskim, rozczochranym „fashionem” (Wasylewski 1958: 197). „Fashion” w wydaniu Potockiej oznaczać miał fascynację kulturą francuską, której śmiałość i bezpardonowość rodziła w niej chęć życia według propagowanych – szczególnie w literaturze – wzorców pełnych patosu i nienaturalnej emocjonalności. Zestawienie szlachcianki z nadmierną fascynacją Zachodem jest tym trafniejsze, że pochłanianie literatury – zwłaszcza tej uprawianej przez George Sand i Alfreda de Musseta (Sudolski 1968: 50) – w celu doszukiwania się lepszego życia, nie tylko nie pokrywało się z jej życiem osobistym, ale wręcz przybliżało ją do owej wzmiankowanej już „przepaści”.

Zainteresowanie poety ostudził również stanowczy, nieustępliwy i nieskory do żadnych kompromisów charakter Potockiej, który szybko stał się przyczyną nieporozumień. W dalszym fragmencie listu do Sołtana Krasiński pisze:

Przez to, com powiedział, proszę cię, nie rozumiej jednak, by cokolwiek innego prócz litości wiązało mnie do Pani Delfiny. Zrazu klóciliśmy się okropnie, bo szyi nie chciałem zgąć przed jej zewnętrznym fashionem; tak się nawet klóciliśmy, że ona mnie, a ja jej dziwnie przykre powiedziałem rzeczy. Ale dopiero kiedy ton swój paryski odmieniła i zaczęła mówić szczerze, i ja ton odmieniłem, i teraz co wieczór ona smutno żałobnie opowiada mi swoje życie moralne, a ja słucham i czasem ją cieszę (Krasiński 1966: 18).

Ogólne, niekorzystne wrażenie, które kobieta wywarła na Zygmuncie, bardzo szybko poszło w niepamięć, ustępując miejsca oczarowaniu. Długie, szczerze rozmowy obojga oraz odkrycie zdolności Delfiny do pięknego śpiewu – artysta usłyszał w wykonaniu pięknej arystokratki arię Julii z opery Belliniego, a potem, w liście do Sołtana, porównał kobietę do śpiewaczki operowej, Marii Malibran, która uchodziła za największą śpiewaczkę świata (Rudzki 1990: 70) – spowodowały, że coraz częściej szukał sposobności, aby spędzać z nią każdą wolną chwilę w pałacu Valle, w którym akurat przebywała z rodziną. Jak podaje Edward Rudzki (tamże: 69–71), poeta przywitał wraz z ukochaną Nowy Rok, a także, w początkach stycznia 1839 roku, oglądał z nią wybuch Wezuwiusza.

Zachwytem swym poeta podzielił się ze wspomnianym już przyjacielem dokładnie w miesiąc po pamiętnej dla niego Wigilii:

Gdybym był spotkał Delfinę wtedy, kiedy błyszczała próżnością, byłbym się od niej odwrócił, nigdy słowa do niej nie wyrzekł, ale teraz to jest taka biedna, zewsząd napadnięta, w każdym punkcie zraniona kobieta, a zarazem harda w bóleści, nie żebrząca nigdy politowania, a przyjmująca je, kiedy szczerze danym, że jakim Ci pisałem już, gawędzę z nią przez długie godziny. Z rozbicia wdzięków ocalał jeden wielki wdzięk u niej – głos, a kiedy szczerze śpiewa po artystowsku, nie dla mdłych popisowań się, jest co słuchać; czasem, daję Ci słowo, choć trudno temu wierzyć, że przypomina Malibranową (Krasiński 1970: 266–267).

Wyjazd Krasińskiego z Neapolu – 15 lutego 1839 roku – zapoczątkował kilkunastoletnią, płomienną korespondencję, na którą, według oszacowań naukowców

w latach 70. XX wieku, składało się 7000 listów, z których, w wyniku wojny oraz zapewne wskutek „zdrożnych zaniedbań”, zachowało się tylko 700. Owa „fala” korespondencyjna, przepełniona idealizacją, zestawiająca miłość do ukochanej z miłością do ojczyzny oraz powinnościami wobec niej, dowodzi, iż uczucie, które wzbudziła w autorze *Przedświtu* urodziwa dama z wyższych sfer, „wypełniło całkowicie [jego – przyp. M.O.] wyobraźnię twórczą” (Sudolski 1968: 50–51).

Romans epistolograficzny

Pierwszy list Zygmunta Krasińskiego do Delfiny pochodzi z 18 lutego 1839 roku. Data owego listu, a także miejsce (Rzym), pozwalają określić, iż został on napisany zaledwie trzy dni po opuszczeniu przez wieszczka i jego ojca Neapolu. Mimo, zdawałoby się, krótkiego przedziału czasowego, a także pierwotnych niekorzystnych rokowań wynikających z charakterologicznego niedopasowania obojga, jego treść obrazuje emocjonalną bliskość. Owe przywiązanie, mogące z dzisiejszej perspektywy być postrzegane jako coś irracjonalnego, uwypuklają postawione na początku listu pytania:

Co myślisz? Co czynisz? Jak się miewasz? Wszak ból zniknął z piersi, wszak już śpiewać możesz? Niech Bóg da mi jeszcze raz usłyszeć Wilhelma Tella z ust Twoich (Krasiński 1975a: 25).

Ciekawość, czy może ściślej żądza poznania odpowiedzi, jest próbą wskrzeszenia wspólnych chwil, rozmów, a także sposobem ponownego, telepatycznego złączenia.

Niemożliwość ziszczenia pragnień i uzyskania informacji zwrotnej spotęgowana została przez odległość, na co wskazuje dalsza część przywołanego już listu:

Dopókim jechał w moim powozie, nie czułem się dalekim od Ciebie. Teraz dopiero, wśród tego miasta, wydaje mi się, że już od bardzo dawna Cię pożegnałem. Darmo patrzę na zegarek, miarkuję godziny, dochodzę, gdzie jesteś w każdej z nich i co robisz. Wczoraj jeszcze, zawczoraj niezawodnie mógłbym być to pytanie rozstrzygnąć. Dziś już się waham, nie wiem, w jakim pokoju pałacu Valle Cię szukać, nie wiem, przy jakim z sześciu stołów jesz obiad, z jaką z dwunastu otaczających Cię osób rozmawiasz i jaki sfinks na straży (tamże: 26).

Podkreślanie odległości w korespondencji z Delfiną stało się swoistą tradycją i leitmotivem (Kubale 1997: 106). Często zdarzało się – a wnioski takie wysnuć można bazując na całym bloku niniejszej korespondencji – że zwiedzając dane miejsca podczas licznych podróży, Krasiński intensywnie, niemalże ze wielokrotnioną siłą, odczuwał nieobecność ukochanej, która z racji dzielących ją od poety kilometrów nie mogła uczestniczyć w jego codziennym życiu. Samotność wzmagała w poecie skłonność do idealizowania ukochanej. Jak pisze Anna Kubale (tamże), „w takich chwilach postać Delfiny na różne sposoby bywa »wkreowywana« i »wmalowywana« w oglądany pejzaż”. Kobieta na tyle zaprzętała myśli autora *Przedświt*, że pojawiała się często „niby byt intencjonalny” (tamże) – wytwór wyobraźni. Taki właśnie sposób przewycięzania rozłąki realizuje się w listach z sycylijskich podróży Zygmunta. Widoczne jest to chociażby w tym z 18 kwietnia 1839 roku:

Otóż zacząłem pisać do Ciebie w Albano. Czekam na Ciebie, patrzę na Kampanią Rzymską, dawną znajomą, dawną przyjaciółkę. Pobratałem się z nią w smutnych chwilach; [...] wszystkie natchnienia mojej młodości urodziły się w niej i jej ponurą barwę noszą. [...] Ku Rzymowi, gdzie dotąd jesteś, wyteżałem wzrok, ale Rzymu niepodobna ujrzeć, mgła w oddali go zakryła; widziałem tylko Kampanię, podobną do szarego morza, i z drugiej strony morze podobne do białej Kampanii. Te dwie nieskończoności przypomniały mi, że Ty nie lubisz myśleć o nieskończoności. [...] Chciałbym objąć Cię ramieniem i z tej Kampanii Rzymskiej porwać Cię do niebios (Krasiński 1983: 23–24).

Szczególnie smutny obraz wyłania się z listu nadanego z Rzymu 22 stycznia 1840 roku:

Droga moja! Coś bezrozumnego, coś zwariowanego jest w rozdziale dwóch serc kochających się. Życie obojgu zamienia się wtedy na ciągły n o n s e n s i na wieczną boleść. Co na przykład znaczy przebyć tak noc całą, jak ja dzisiejszą – słyszeć od 12-tej wszystkie bijące godziny aż do drugiej 12-tej, nie zmrużyć oka, a jednak wciąż śnić i marzyć – z Tobą ciągle być razem, a jednak nie być jednej chwili z Tobą. Nie wiem, czegom niebu nie ślubowałem dzisiaj za dzień choćby jeszcze jeden wolny od przebycia z Tobą (Krasiński 1975a: 32).

Fragment ten, jakkolwiek dramatyczny i świadczący o popadaniu w coraz większą rozpacz, w wyczerpujący sposób pokazuje podejście Krasińskiego do spraw egzystencji i odczuwania. Rozpacz, stylizowane uczucie i zastosowanie konfesyjnej formy wypowiedzi w kontekście interpretacji powyższego ustępu obrać można za części składowe życia, w które wpisany jest chaos, dezintegracja osobowości oraz konieczność walki z losem (Kubale 1997: 104). Proces intensywnej i dynamicznej dezintegracji osobowości można zaobserwować w dalszej części tegoż listu:

Były chwile, w których jak dziki zwierz rzucałem się i szarpałem firanki łóżka. Okrążyłem marę Twoją ramionami, brałem głowę Twoją w ciemnościach i przyciskałem ją do serca. Wołałem po cichu: „Dialy, Dialy, śpij”, aż łzy mi z ocz popłynęły, na przemian wściekłe, na przemian tęskne i smętne. Z dziecka przetwarzałem się w tygrysa, z tygrysa w dziecko, co wzdycha i kwili. Zdawało mi się już, że umrę tej nocy, że pęknie mi serce z żalu – mózg pełny iskier na popiół się spali! O moja Dysz, Tyś nie słyszała, jak zgrzytałem zębami i wszystkimi myślami – jakem przeklinał i buntował się, jakem wzywał Ciebie, jakem dawał za Ciebie duszę moją, marząc, że szatan jest na tym świecie, i żartując z niego – bo kto dojdzie do takiego szczytu namiętności, do takiej burzy uczuć, do tak nieskończonego upragnienia, do takiego braku szczęścia i do takich marzeń o szczęściu – ten nie lęka się żadnych potęg na ziemi, ten by zaprosił umarłych na biesiadę i pił z nimi zdrowie śmierci, nie blednąc! (Krasiński 1975a: 33).

Miłość pojmowana przez poetę jako absolutne spełnienie wszystkich doczesnych marzeń o szczęściu, w rzeczywistości stanowiła „drugą stronę rozpacz i melancholii” (Kubale 1997: 104). Miłość, a raczej jej brak, zdaje się uzasadniać cierpienie, jednak z drugiej strony zasmucająca nieobecność kobiety utwierdza w przekonaniu, że „nie można inaczej niż w wyobraźni wyzwolić się z rozpacz i bólu istnienia” (tamże). Właśnie z niemożliwości uciszenia w sobie „bólu istnienia” rodziła się w poecie konieczność epistolograficznej walki z rozdzieleniem.

Obok listów koncentrujących się na cierpieniu oraz nawołujących do przetrzymania chwil rozłąki, znaleźć można i takie, które świadczą o przybieraniu w tej relacji przez Krasińskiego roli kogoś, kto dba o rozwój duchowy ukochanej. Tak oto w liście pisanym z Warszawy z 1 na 2 września 1844 roku poeta starał się wpłynąć na światopogląd pięknej hrabiny:

Nie zrażaj się tym nigdy, aniele mój, że wracają często ciemności wkoło światła zapalających się w duchu. Komuż to nie zdarzało się na planecie tym? Znak to nie słabej umysłowości, jedno natury nie przeanielonej dotąd. Czyż najwięksi święci nie doznali chwil zwątpienia? Najpotężniejsze geniusze chwil bezwładności i prawie głupstwa, a głupstwo jest smętkiem rozumu, jak zwątpienie jest smętkiem serca (Kraśiński 1975b: 553).

Intensywnie angażuje się również w edukację ukochanej:

Nie zrażaj się więc nigdy i wierz słowom moim, że w Tobie wszystkie są dary inteligencji wzniosłej i możnej, wszystko pojąć zdolnej i pojawiający na nowo w sobie odtworzyć, czyli inteligencji twórczej także, bo nikt nie tworzy z niczego prócz Boga, który z n i c z e g o i n n e g o tylko z siebie tworzy. [...] Lecz na miłość Boską, nigdy nie wierz radom, może bardzo sumiennym, ale arcyniedorzecznym i obciążonym peruką, [...] radom bijącym na Twoją imaginację. Imaginacja jest właśnie siłą twórczą w duszy człowieka. [...] Odejm Aleksandrowi Wielkiemu, Platonowi, Napoleonowi imaginację, a zobaczysz, co z nich pozostanie. [...] Nie daj więc sobie, mającej w y ż s z o ś ć, wmówić sobie, że to źle – owszem, rozwijaj imaginacji siłę, o ile możesz, ale opierając ją na inteligencji. Orzeł to orzeł, ale potrzeba mu zawsze oczy wpite trzymać w słońce! A wtedy poleci i utonie w słońcu! (tamże: 554–555).

W korespondencji z Potocką poeta przyjmuje także postać moralizatora – kogoś, kto z tytułu uczucia rości sobie prawo do ewentualnej krytyki zachowania kobiety. W liście z drugiej połowy 1845 roku Kraśiński przybrał karcącą postawę wobec niepoahamowanych zachowań ukochanej:

Powiedz, czyż niewarta była niczego sfera idei świętych i urodziwych, którąśmy przez te trzy miesiące wciąż przebiegali? Czemuż zaraz od niej się odłączyłaś? Czemuż wróciła do próżni? Czemu mnie nie kochasz dalekim, w ideach, w których tak Ciebie ja kocham, gdy przy Tobie? Czemu odłogiem leży ta czarnoaksamitna księga, na której pierwszą kartkę zlałem wszystkie błogosławieństwa duszy mojej? [...] Cisza i miłość – oto dwa jedyne leki na złe, które nęka Cię i trawi? (tamże: 739).

Anna Kubale (1997: 104) romans poety i arystokratki określa mianem „romansu egzystencjalnego”. Czynnikiem przemawiającym za obraniem właśnie takiego kierunku interpretacji jest przede wszystkim stylizacja na formę konfesyjną. Miłosna rozmowa, prowadzona jak gdyby szeptem, w kameralnej scenerii znanej tylko zakochanym, jest pełna znaczeń i symboli. Także to, że samo już uczucie traktowane jako forma, konsekwentnie przeciwstawiane rozpadowi i zgniliznie życia, jest namiastką „piękniejszej egzystencji” (tamże: 103–104).

Znamienne dla zrozumienia zażyłości łączącej kochanków są słowa zawarte w liście z początkowej fazy ich związku, które poeta kazał wygrawerować na darowanej arystokratce biżuterii:

Na drugiej stronie kamienia do Twojej biżuterii każę wyryć: Ty-Niebo-Ja. Najogromniej mistyczny napis. Czy go do nas zastosujesz? – Czy nazwiesz Boga Ty, to jest nie to, co Ja, co zewnątrz mnie! Czy znów tak będziesz czytać z góry na dół: nie Ty, a z drugiej strony, bo Ja, i znów na krzyż – nie Ja, bo Ty. Czyli razem nie Ty, bo Ja, bo Ty, a zatem przelanie się Ja w Ty i Ty w Ja. – Miłości jedność – prawda dwóch serc i prawda ogólna świata. Życie jednego żyjące w drugim i życie drugiego żyjące w pierwszym, a razem całość. Taką całością jest Bóg i duch nasz. Taką samą jest moje i Twoje serce (Goik 2009: 217).

Przełomowym okresem w korespondencji z Delfiną był rok 1843. Splot wydarzeń z niego wynikający będzie miał niemały wpływ na poruszane przez autora *Agaj-Hana* tematy, formy ich realizacji, nastroje oraz charakter i częstotliwość spotkań kochanków. Chodzi o wydany przez ojca poety nakaz poślubienia Elżbiety „Elizy” z Branickich.

Wzmianki o usilnych staraniach gen. Wincentego Krasińskiego pojawiają się już w listach z 1840 roku, kiedy to miały miejsce pierwsze aranżowane spotkania Zygmunta i Elżbiety. Były one dla poety przykrą koniecznością. Obowiązek słuchania rodzica budzić musiał poczucie niedochowania wierności ukochanej Delfinie, co wywoływało pesymistyczne nastroje. Preludium „cierpiętnicznych” stanów stanowi list wysłany przez Zygmunta z Karlsbadu (jednej z rezydencji państwa Branickich) 31 lipca 1840 roku:

Chodziłem za nim, gdzie chciał, przełamalem wszystkie moje wnętrzości, by przybrać zewnętrzość, która by mu się podobała, ale to wszystko na nic się

nie zdało, na nic – o tyłem tylko mu synem, o ile bym pannę E/lizę/ wziął za żonę (Kraśiński 1975a: 209).

Przebywając w Karlsbadzie poeta pisał również:

Żebyś Ty wiedziała co to za przekłete miasto, co to za miejsce głupie, piekielne, jak mi źle, gorzko, smutno, nudno, niedobrze! Czyż oni myślą, że ja nie dbam o to, co im się wierzchołkiem szczęścia wydaje. Z innego ja świata, oni z innego. Ja z świata duchów! oni z świata machin, i śrub, pieniędzy i roastbeafów. [...] Ja wrócę do Ciebie. Ja chcę ciszy, ja chcę pomarańczowych drzew i luciolów [tj. robaczków świętojańskich – przyp. M.O.]. [...] czemuż Ci, którzy by mnie kochać winni, zatruwają mi życie? Czemu próbują w łańcuchy skuć to, co nie do skucia, serce moje! (Kraśiński 1975a: 213–215).

Zdając sobie sprawę z dramatycznego położenia, ulegając ostatecznie woli ojca argumentującego swą decyzję chęcią zadbania o przyszłość magnackiego rodowodu (Sudolski 2006: 100–101), Zygmunt wziął ślub z Elżbietą Branicką 26 lipca 1843 roku w Dreźnie.

Zawarcie związku małżeńskiego nie popchnęło bynajmniej poety do zerwania kontaktu z Delfiną Potocką. Kochankowie w dalszym ciągu spotykali się w wybranych przez siebie miejscach, a uzupełnieniem wspólnych eskapad, odbywających się niejako z konieczności w tajemnicy i zawsze „w pół drogi”, były bogate, epistolograficzne opisy historycznych wręcz stanów emocjonalnych. Napady rozpaczcy były co najmniej tak łzawe, jak te płynące z listu z czerwca 1846 roku:

W pojeździe zacząłem rozpaczać i łzami najgorzkniejnymi, niechzącymi przestać płynąć, płakałem wciąż, wołałem Ciebie na pomoc, kiedyś mnie już słyszeć nie mogła. [...] zupełnie z sił opadłem, ale to zupełnie, nie czułem już prawie, żem cielesny, zdawało mi się, jakbym był z powietrza tylko ulany, lecz z takiego, co bardzo boli, i jechałem, jechałem, czasem, tylko zrywając się, obracałem głowę w tył, ku Tobie (Kraśiński 1975c: 7).

Aby móc w dalszym ciągu korespondować z ukochaną, Zygmunt poprosił Delfinę o to, by zaczęła pisać w języku polskim (Kraśiński 1975b: 95). Poeta obiecał jej nawet korepetycje z zakresu gramatyki polskiej. Będąc pod wrażeniem zdolności kochanki, tak pisał do niej w listopadzie 1841 roku:

O roli Delfiny Potockiej w życiu Zygmunta Krasińskiego

Ty slicznie piszesz po polsku, Twój ostatni list wywarł na mnie wrażenie najprzedniejszego niewymusu w stylu polskim; jakby woń konwalii rozlała się koło mnie z tych wierszy, ogromna prostota wyrażenia, a głębokie uczucie pod nią. Żebyś więcej chciała sobie zadawać trud takowy, to ręczę, że za niewiele czasu, prześlicznie byś, przezroczyście pisała po polsku (Krasiński 1975a: 370).

Rok 1848 jest momentem, w którym dochodzi do stopniowego, aczkolwiek bardzo wyraźnego, ochłodzenia stosunków autora *Nie-Boskiej komedii* i Potockiej (Sudolski 2006: 95). Widoczne jest to zwłaszcza w sposobie prowadzenia korespondencji, która zaczyna przybierać raczej formę zwierzeń skierowanych do przyjaciółki z dawnych lat, aniżeli do życiowej muzy i kobiety wywołującej w mężczyźnie największe natchnienie. Ciężar „miłości nie do ziszczenia na ziemi” oraz analizowanego przez Annę Kubalę „ból istnienia” zdawał się niekiedy łagodnieć, a z biegiem czasu pozwolił wieszczowi spojrzeć z innej perspektywy na związek z Delfiną. Definicja miłości w końcowym okresie życia poety nabrała innego znaczenia, zupełnie różnego od tego wykreowanego po pamiętnej Wigilii 1838 roku.

Nigdy nie doszło do formalnego zakończenia związku Zygmunta Krasińskiego i Delfiny Potockiej (tamże: 112–113). Choć u boku kobiety w 1849 roku pojawił się nowy adorator – wybitny malarz Paul Delaroche – korespondencja ich trwała aż do śmierci poety 23 II 1859 roku (tamże). Ostatnie listy wieszczą adresowane do ukochanej, o charakterze typowo oficjalnym i oszczędne w apostrofach, naznaczone są chorobą i udręczeniem. Stanowią obraz żalu wynikającego z nazbyt biernego życia. Życia, od którego nie sposób uciec. Warto przywołać fragment jednego z nich:

Znękany i schorzałym, i smutnym nad miarę. Życie jak szkło pękło mi w dłoniach, a odłamki wcisnęły się w serce. Ach, to nie lada przeprawa ten byt ziemski! Ileż znieść trzeba! A najwięcej, że nie ma za kogo zginąć! Toż i nie warto żyć! (Szargot 1993: 131).

Idealizacja kochanki

W bloku korespondencyjnym autora *Przedświtu* i Delfiny zdumiewa swoista „pasja nazewnicza” poety, tj. pomysłowość w tworzeniu niekiedy bardzo

rozbudowanych i wyszukanych apostrof, które ukazują szczególnie, wręcz sakralny szacunek dziewiętnastowiecznego twórcy do jego muzy.

Według Macieja Szargota (1993: 131) „pasja nazewnicza”, która przeniknęła w zasadzie zarówno całą twórczość Krasińskiego, jak i epistolografię, jest ewidentnie „jednym z wymiarów literackiej rzeczywistości”, a zarazem przyczynkiem do wyeksponowania istniejących na gruncie literatury i życia napięć. W przypadku korespondencji z Delfiną Potocką pomysłowość w konstruowaniu spieszczeń oraz pseudonimów adresatki wychodzi poza znane badaczom literatury przykłady (tamże).

Mówiąc o korespondencji autora *Agaj-Hana* i Delfiny mamy więc na myśli ogromną inwencję nazewniczną. Obok licznych zdrobnień oraz spieszczeń, których zadaniem było zapewne maksymalne zmniejszenie dystansu i uwznioślenie (tamże), zaobserwować można częste stosowanie różnych form salonowych imienia pięknej arystokratki będących zapożyczeniami z języka angielskiego i francuskiego, a nawet stanowiących jawne, czytelne odniesienie do mitologii, jak np. „Dialy”, „Didysza”, „Didysz”, „Dysz” (tamże). Jeden z tych wariantów użyty został w liście z 1 marca 1842 roku wysłanym z Munich:

Najdroższa Didyszo moja! [...] Na miłość Boga, proszę Cię, zaklinam, biję czołem o nóżki, ani mi się ruszaj z Paryża, dopóki nie będę mógł sam do Bazylei pojechać naprzeciwko Ciebie (Krasiński 1966: 80).

Podobną formę da się zauważyć w liście nadanym kilka dni później:

Droga Dysz! Piszę wciąż do Paryża w nadziei, że Cię tam listy moje wstrzymały i że dopiero w końcu miesiąca według prośby mojej wyjedziesz (tamże: 81).

Kolejną formą występującą nader często w omawianym bloku korespondencyjnym jest apostrofa: „O duszo duszy mojej!”, która znalazła zastosowanie chociażby w liście z 2 kwietnia 1848, z Rzymu:

O duszo duszy mojej! Wszyscyśmy w uroczystej chwili, wszyscy przed Bogiem. Okrutnie mi, okrutnie [...] (Krasiński 1975b: 302).

Krasiński często nazywał również kochankę swoim aniołem, jak w przykładzie poniższym:

O roli Delfiny Potockiej w życiu Zygmunta Krasińskiego

Aniele mój! Jaki niesmak we mnie do życia, jaka ołowiana, zgniła gnuśność, jaka grobowa ospałość! – Leżałby tylko i jęczał, i spał, i prosił o koniec wszelkiego istnienia! bo piekielne zgryzoty toczą mi serce i ilekroć pomyślę o Tobie, o Twoich mękach, [...] nieskończonym bólem, strachem, oczekiwaniem przeszyte mam serce i widzę, że mi umrzeć trzeba, że inaczej nie zdołam rozciąć węzła czy zagadki życia (Krasiński 1966: 39).

Poeta pragnie w ten sposób wydobyć na światło dzienne „więź idealnego braterstwa dusz”, „najbliższe duchowe pokrewieństwo” i mityczne, stworzone na potrzeby popularyzowania romantycznego mitu, sformułowanie „komunii dusz” (Szargot 1993: 136). Z duchowej siostry urodziwa dama wielokrotnie przeobraża się w przewodniczkę, anioła i opiekunkę. Owo przeistaczanie się świadczy zatem o pełnieniu przez Delfinę w życiu poety bardzo wielu funkcji, których wspólnym mianownikiem jest przynależność do sfery sacrum – strefy niewyraźności.

O wielości ról Potockiej w życiu romantycznego twórcy świadczy przytaczany już we wcześniejszych partiach pracy list z 22 lutego 1840 roku:

Ty strachu, duchu, Ty siostró, kochanko, Ty moja, Ty, co wszystkim tym razem jesteś, bo kiedyś bliska, siostrą i kochanką się zowiesz dni moich, a kiedy się oddalisz, stajesz się królową nocy, widmem, duchem nocy bezsennych, Ty zawsze jednak ta sama, Ty kochana, Ty Diały moja! [...] Diały, Diały, Diały, jedno albo drugie, Ty albo zginąć! Bo żyć bez Ciebie, marząc o Tobie, to być szatanem, co siedzi w piekle na stosie popiołu, a przypomina, że niegdyś tron miał z tęcz uwity na głowach gwiazd (Krasiński 1966: 33).

Dziś już wiemy, że skłonność poety do poddawania ukochanej licznym przeobrażeniom w celu demonstrowania mistycznego charakteru związku oraz talent do tworzenia wielu kwiecistych, pięknych apostrof, traktować należałoby jako swoiste ucieczki w egzotykę – jako „podróż–poszukiwanie” (Szargot 1993: 136), która przynosiła namiastkę spełnienia.

„Pasja nazewnicza” odzwierciedlająca wybujałą zmysłowość poety (Sudolski 1997: 558–559), będąca składnikiem stylizacji i techniki kreacji przestrzeni, zupełnie nie pokrywała się ze stanem faktycznym. Wręcz kłóciła się z rzeczywistym portretem Delfiny. Rozbieżność pogłębiły zachowania Potockiej, które miały miejsce zaraz po śmierci Zygmunta Krasińskiego.

W parę miesięcy po zgonie ukochanego kobieta zaczęła bowiem „często agresją i podstępem” (tamże: 547) nękać żonę poety, Elżbietę, roszcząc sobie prawo do spadku po wieloletnim kochanku (tamże: 549). Według przeprowadzonych przez Zbigniewa Sudolskiego badań dochodziło i do tego, że urodziwa hrabianka nachodziła pogrążoną w smutku rodzinę oraz przyjaciół, wymuszając na nich rekompensatę za towarzyszenie poecie w najważniejszych momentach jego egzystencji. Agresywnie i bezwzględnie straszyla najbliższych zmarłego wydaniem posiadanych listów, za których edytowanie zabrała się po pogrzebie poety, a których najpiękniejsze fragmenty wysyłała Krasieńskiej (tamże). Jak pisze Sudolski w obszernej monografii poświęconej autorowi *Irydiona*, Delfina owymi niepoczytalnymi, a już na pewno perfidnymi zachowaniami, chciała przejść do historii (tamże). Patrząc na liczbę opublikowanych dotychczas listów, można powiedzieć, że plany Delfiny doczekały się realizacji.

Potocka zmarła 2 kwietnia 1877 roku w Paryżu w wieku 70 lat. Pochowana została na cmentarzu Montmorency, który stanowi miejsce spoczynku wielu wybitnych Polaków (tamże: 549–550).

Chcąc zakończyć rozważania na temat relacji Zygmunta Krasieńskiego i Delfiny Potockiej, wypadałoby postawić sobie kilka ważkich pytań. Jaka rolę w życiu poety rzeczywiście pełniła śliczna arystokratka? Czy w istocie była ona ucieleśnieniem jego marzeń o „piękniejszej egzystencji”? Czy miłość, której definiowaniu poświęcił życie romantyk, była spełnioną, i czy racjonalnym krokiem byłoby doszukiwanie się sposobu, który pozwoliłby złączyć na wieczność tych dwoje?

Na większość pytań nie sposób odpowiedzieć ze względu na niezachowanie się listów Delfiny Potockiej do wieszczą, które dałyby, rzecz jasna, pełniejszy obraz ich zażyłości. Pomimo licznych trudności warto przywołać przynajmniej opinię Ferdynanda Hoesicka (1899: 157), który tak oto, nadzwyczaj dosadnie, pisał o arystokratce:

Jeżeli komu, to jej właśnie przypadła rola tej symbolicznej pantery, którą Dante spotkał w I Pieśni swego poematu, a która podobno oznacza zamięłowanie rozkoszy zmysłowych. Prawie wszystko, co Krasieński kiedykolwiek popełnił złego i nieetycznego zawdzięczał swej rzekomej Beatrycze.

Czy Delfina Potocka była faktycznym ucieleśnieniem tego, co popchnęło poetę do jakichś nieetycznych czynów? Tego nie dowiemy się nigdy. Zaryzykować

można za to stwierdzenie, że słuszność miała Bożena Krzywobłocka (1974: 95), nadając jednemu z rozdziałów swej książki tytuł: *Delfina z Komarów, czyli szatan wcielony*.

Bibliografia

- Dunaj Bogusław (red.), 1999, *Popularny słownik języka polskiego*, Warszawa.
- Goik Magdalena, 2009, *Kobiety w literaturze*, Warszawa.
- Hoesick Ferdinand, 1899, *Miłość w życiu Zygmunta Krasińskiego*, tom 1, Warszawa.
- Kamińska-Szmaj Irena, 2001, *Słownik wyrazów obcych*, Wrocław.
- Krasiński Zygmunt, 1966, *Sto listów do Delfiny*, wstęp i oprac. Jan Kott, Warszawa.
- Krasiński Zygmunt, 1970, *Listy do Adama Soltana*, oprac. Zbigniew Sudolski, Warszawa.
- Krasiński Zygmunt, 1975a, *Listy do Delfiny Potockiej*, tom 1, oprac. Zbigniew Sudolski, Warszawa.
- Krasiński Zygmunt, 1975b, *Listy do Delfiny Potockiej*, tom 2, oprac. Zbigniew Sudolski, Warszawa.
- Krasiński Zygmunt, 1975c, *Listy do Delfiny Potockiej*, tom 3, oprac. Zbigniew Sudolski, Warszawa.
- Krasiński Zygmunt, 1983, *Z sycylijskiej podróży kart kilka*, Gdańsk.
- Krzywobłocka Bożena, 1974, *Delfina i inne*, Warszawa.
- Kubale Anna, 1997, *Dramat bólu istnienia w listach Zygmunta Krasińskiego*, Gdańsk.
- Napierała Anita, 2008, *Funkcje cierpienia w antropologii romantycznej. Wizje i diagnozy Zygmunta Krasińskiego*, Poznań.
- Rudzki Edward, 1990, *Delfina Potocka*, Warszawa.
- Sudolski Zbigniew, 1968, *Korespondencja Zygmunta Krasińskiego. Studium monograficzne*, Warszawa.
- Sudolski Zbigniew, 1997, *Krasiński. Opowieść biograficzna*, Warszawa.
- Sudolski Zbigniew, 2006, *Kobiety w życiu Zygmunta Krasińskiego*, Opinogóra.
- Szargot Maciej, 1993, *Imiona-maski w twórczości Zygmunta Krasińskiego*, w: *Onomastyka literacka*, red. Maria Biolik, Olsztyn.
- Wasylewski Stanisław, 1958, *O miłości romantycznej*, Kraków.
- Witkowska Alina, 2007, *Zygmunt Krasiński*, w: Alina Witkowska, Przybylski Ryszard, *Romantyzm*, Warszawa, s. 372–403.
- Żółtowska Janina, 1996, *Prawda o listach Krasińskiego*, w: Maria Danilewiczowa, Stanisław Pigoń, *Dialog korespondencyjny*, red. Czesław Kłak, Rzeszów.

Agnieszka Kurzyńska

Uniwersytet Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy

Kobieta w męskim świecie, czyli jak złapać przestępcę? O postaci kobiety-detektywa we współczesnych powieściach kryminalnych

Abstrakt:

Artykuł jest próbą charakterystyki wybranych bohaterek współczesnych powieści kryminalnych w kontekście stereotypowego, utrwalonego konwencją gatunku, wizerunku detektywa. Jego celem jest także skonfrontowanie wizerunków wykreowanych w powieści z funkcjonującymi współcześnie wzorcami kobiet i przypisywanych im ról społecznych.

Słowa kluczowe:

wizerunek kobiety, kobieta detektyw, współczesna powieść kryminalna

Faktem jest, że w wielu społeczeństwach kobiety pracują niemal we wszystkich dziedzinach życia. Winny one jednak mieć możliwość wykonywania w pełni swoich zadań zgodnie z właściwą im naturą, bez dyskryminacji i bez pozbawienia możliwości podjęcia takiego zatrudnienia, do jakiego są zdolne; nie pomniejszając poszanowania dla ich aspiracji rodzinnych, jak też i dla ich szczególnego wkładu, jaki wraz z mężczyznami wnoszą w dobro społeczeństwa (Jan Paweł II)¹.

Współczesny świat to świat postępu, rozkwitu technologicznego i przemian społecznych. Oficjalnie deklaruje się w nim tolerancję, poprawność polityczną i zrównanie praw wszystkich obywateli, niezależnie od ich płci, wyznania czy przynależności rasowej. Czy tak jest w istocie, można wątpić, chociażby w kontekście następujących słów:

¹ Cyt. za: „Wikipedia”, https://pl.wikiquote.org/wiki/Laborem_exercens [dostęp: 25.10.2018].

Kobiety nie mogą być zbyt inteligentne – dba o to mechanizm Ewolucji Naturalnej. Inteligentna istota nie wytrzymałaby przebywania przez dłużej niż godzinę dziennie z paplającym dzieckiem! Dlatego właśnie (i nie tylko dlatego) mężczyźni nie lubią wiązać się z kobietami inteligentnymi: instynktownie chcą, by ich dzieci miały dobrą opiekę² (Janusz Korwin-Mikke).

Oczywiście, aby nie być jednostronnym, można tu przywołać słowa Marleny Dietrich, która z kolei mawiała, że „piękność jest dla kobiety ważniejsza niż inteligencja, bo mężczyźni łatwiej przychodzi patrzenie niż myślenie”³. Jednak obydwa cytaty pokazują, że pomimo upływu czasu i głoszonych oficjalnie haseł ciągle jeszcze daleko do faktycznego zrównania wszystkich obywateli. Dyskusje na ten temat pewnie długo jeszcze nie znajdą rozstrzygnięcia. Mogą za to być przyczynkiem do rozważań, na ile postrzeganie świata i realizowanie danych ról społecznych odzwierciedla się w wytworach współczesnej kultury. Wiadomo, że prezentowane postawy życiowe z jednej strony zależą od wpływów najbliższego otoczenia, z drugiej należy pamiętać, że swoim zasięgiem mogą objąć także środowiska dalsze, o ile będą istnieć środki i okoliczności dla ich upowszechnienia. Izabela Desperak pisze o tym następująco:

Teatr życia przeznaczają nas do różnych ról. Do pełnienia ról kobiet i mężczyzn, żon i mężów, matek i ojców jesteśmy przygotowani od najwcześniejszego dzieciństwa. Rodziców wspierają w tym trudnym zadaniu babcie, ciocie i sąsiadki, potem pani w szkole, podręcznik, bajka. Proces ten dodatkowo jest wspierany przez wszechobecne media (Desperak 2002: 63).

Dodatkowo wiadomo, że ze względu na wrodzoną skłonność do generalizowania zjawisk chętnie posługujemy się dostępnymi szablonami i schematami w myśleniu i recepcji świata. Stereotypy dotyczące płci nie są niczym innym, jak próbą kompaktowego określenia ram kobiecości lub męskości. Warto zatem zwrócić baczniejszą uwagę na sposób, w jaki owa kobiecość jest współcześnie definiowana i jaką rolę odgrywają w tym procesie już utrwalone klisze. Jak stwierdza Zbyszko Melosik,

² Cyt. za: „Fakt.pl”, <https://www.fakt.pl/wydarzenia/polska/madroski-korwin-mikkego-o-kobietach/wyqx98t> [dostęp: 19.10.2018].

³ Cyt. za: „Wikipedia”, https://pl.wikiquote.org/wiki/Marlena_Dietrich [dostęp: 19.10.2018].

tożsamość kobiety jest [...] redukowana często do jej ciała, z kolei ciało do jego zdyscyplinowanej (pięknej) reprezentacji. Od wczesnego dzieciństwa płeć kobiety jest konstruowana właśnie poprzez jej wygląd. Kobieta – uprzedmiotawiana nieustannie przez innych (poprzez normatywne oczekiwania wobec jej ciała) – uprzedmiotawia samą siebie. W rezultacie ciało, jako uosobienie kobiecości, staje się dla niej podstawą konstruowania tożsamości. [...] Uważa się, że piękna kobieta jest „bardziej kobietą” niż brzydka (Melosik 2010: 24).

Wynikać stąd może, że za czynnik determinujący kobiecość uważać należy wygląd i atrakcyjność zewnętrzną, powiązane oczywiście z płcią biologiczną. Za takie definiowanie bycia kobietą w znacznej mierze są odpowiedzialne utarte schematy i wyobrażenia, utrwalane przez wieki. Nie można pominąć tu jednak znaczenia kultury, w tym kultury masowej, a do takiej zalicza się m.in. literatura popularna. Stąd też wydaje się celowym skierowanie uwagi na sposoby, w jakie kreuje się w niej obecnie postaci kobiece, zwłaszcza w kontekście dyskusji poświęconych kobietom w życiu społecznym i szeroko rozumianej kobiecości.

Ze wspomnianych względów przedmiotem prowadzonej analizy będzie wizerunek kobiety-detektywa, występujący w powieściach kryminalnych. Jak wiadomo⁴, ten typ powieści narzuca dość powtarzalny schemat prowadzenia narracji, który powinien skutkować rozwikłaniem zagadki detektywistycznej. Akcja koncentruje się wokół przejawów i skutków działań przestępczych, ze szczególnym naciskiem na metody walki z przestępczością, podejmowanej przez organa ścigania i instytucje wymiaru sprawiedliwości. Bardzo często fabularnym punktem wyjścia jest morderstwo lub (rzadziej) inny czyn zabroniony prawem, do których doszło w tajemniczych bądź nietypowych okolicznościach. Cechą charakterystyczną fabuły jest ciągle budowanie i/lub modyfikowanie napięcia aż do finałowego rozstrzygnięcia zawiązanej intrygi. Postacią kluczową jest zwykle zawodowy śledczy prowadzący oficjalne dochodzenie; rzadziej jest nią detektyw amator.

Na uwagę zasługuje tutaj fakt, iż w bogatej literaturze sensacyjnej w roli tej pojawiają się zarówno mężczyźni, jak i kobiety. Istotnym jest jednak, że sposób ich kreowania w powieści różni się w zależności od płci, nawet jeżeli pominię się już kwestię statystyczną (tzn. istniejącą w literaturze dysproporcję w liczbie detektywów obojga płci). Wystarczy przywołać klasyczne już przykłady.

⁴ Pisze o tym m.in. Paulina Portykus-Woźniak (2010).

W powieściach sir Arthura Conan Doyle'a jego Sherlock Holmes to zawodowy detektyw, który pomimo swoich ewidentnych wad (jest arogancki, pewny siebie, nie zawsze miły w obyciu) i nałogów (używków typu morfina i inne) jest w swej pracy genialny, a co za tym idzie – szanowany przez społeczność i doceniany (choć niekiedy niechętnie) przez policję, z którą współpracuje. Dla odmiany jedna z czołowych bohaterek powieści Agathy Christie, panna Marple, to jedynie amatorka, starsza pani, która w wolnym czasie, zamiast wykonywać robotki ręczne i piec ciasteczka zajmuje się rozwiązywaniem zagadek detektywistycznych i jest to jej – dość nietypowe, ale jednak tylko – hobby. Postrzega się ją przy tym raczej jako wścibską staruszkę, która niepotrzebnie wtrąca się w działania policji i w nich przeszkadza.

Wiadomo, że na taki a nie inny wizerunek obu przywołanych postaci miały wpływ zarówno czasy, w jakich powstały powieści z ich udziałem, jak i obowiązujące wówczas reguły społeczne, przekonania i stereotypy. Wobec ponownego wzrostu zainteresowania powieścią kryminalną jako gatunkiem na przełomie XX i XXI wieku⁵ warto zatem zadać sobie pytanie, w jakim stopniu przemiany we współczesnym świecie, kulturze i społeczeństwie wpłynęły na sposób budowania pierwszoplanowych postaci kobiecych. Temu zagadnieniu poświęcone są moje dalsze rozważania. Analizie poddane zostały wybrane bohaterki powieści sensacyjnych, których główną cechą wspólną jest ich aktywny udział w prowadzeniu dochodzenia. Postaci te to Jane Rizzoli i Maura Isles z powieści Tess Gerritsen, Maggie O'Dell z serii Alex Kavy oraz Erika Falck z kryminałów Camilli Läckberg. Ważnym jest, że wszystkie wspomniane panie występują w powieściach cyklicznych, wydawanych w formie serii.

Zanim jednak przejdę do ich bezpośredniej charakterystyki, pozwolę sobie krótko przypomnieć definicję postaci literackiej. Zgodnie ze *Słownikiem terminów literackich*⁶ (2005) jest to

fikcyjna osoba występująca w świecie przedstawionym dzieła literackiego; w utworach dramatycznych i epickich (z wyjątkiem form narracji w pierwszej osobie) zachowująca niezależność względem podmiotu literackiego, w utworach lirycznych często z nim tożsama. Postać literacka jest całością zbudowaną

⁵ Jest to tzw. trzecia fala w historii kryminału, o czym piszą m.in. Burszta i Czubaj w *Krwawej setce* (2007).

⁶ Za *Słownikiem terminów literackich* (2005) M. Głowińskiego, T. Kostkiewiczowej, A. Okopień-Sławińskiej i J. Słowińskiego.

O postaci kobiety-detektywa we współczesnych powieściach kryminalnych

z różnorodnych motywów; składają się na nią cechy (wyglądu i charakteru), działania, myśli, przypisywane jej wypowiedzi; o ich powiązaniu decyduje określony wzór integracji, którego zewnętrznym wykładnikiem jest imię własne postaci literackiej, wyodrębniające ją spośród elementów świata przedstawionego. Wzór taki jest każdorazowo wypadkową trzech składników: 1. stereotypu literackiego utwierdzonego w tradycji danego gatunku; 2. pozaliterackiego modelu osobowego ukształtowanego w warunkach społecznych podlegających obserwacji pisarza; 3. propagowanego przez twórcę ideału postawy wobec życia (*Słownik terminów literackich* 2005: 412).

Już z samej definicji wynika, że ukształtowany w konwencji danego gatunku szablon tworzenia postaci jest elementem względnie trwałym i powtarzalnym. Czynnikiem najsilniej modyfikującym dany schemat literacki wydają się być zatem osobiste przekonania autora danej powieści, jego podporządkowanie wobec aktualnie obowiązujących norm społecznych bądź niezależność od nich. Można zatem oczekiwać, że wykreowane bohaterki będą w jakimś stopniu odzwierciedlać przemiany, jakie zachodzą we współczesnym społeczeństwie. Należy jednak pamiętać również, że

znalezienie w gąszczu fikcyjnych bytów jakichś cech wspólnych jest niezwykle trudne, podobnie jak określenie historycznych zmian, które zaszły w ukazywaniu postaci. Tym, co niewątpliwie łączy wszystkie literackie postaci, jest ich bytowa podwójność – postać jest jednocześnie figurą semantyczną w obrębie tekstu, jednostką dyskursu (tj. sumą zdań odnoszących się do wspólnego obiektu czy podmiotu, językowym konstruktem), jak i figurą w świecie przedstawionym (grupą powiązanych ze sobą motywów pozostających w ścisłym związku z całością przedstawionej rzeczywistości, typem fikcji, główną motywacją utworu czy przebiegiem akcji) (Korwin-Piotrowska 2011: 143).

Czy zatem wspomniane wcześniej protagonistki okażą się znakiem nowych czasów i mentalno-społecznych przemian? Wszystkie one są bohaterkami powieści kryminalnych z początku XXI wieku. We wszystkich przypadkach ich twórcami są kobiety – dobrze wykształcone, czynne zawodowo (Tess Gerritsen, Amerykanka, z zawodu jest internistką; Alex Kava, również Amerykanka, wcześniej pracowała w reklamie i marketingu; Camilla Läckberg, Szwedka, z wykształcenia jest ekonomistką i specjalistką od marketingu). Wszystkie

autorki odniosły sukces w branży literackiej i obecnie utrzymują się z pisania, bo ich powieści dobrze się sprzedają i mają swoich zagorzałych fanów. Są zatem kobietami, które odnalazły się we współczesnym świecie. Czy jednak to samo można powiedzieć o bohaterkach ich powieści? I na ile postać kobiety-detektywa powiela istniejący schemat, a na ile jest jego zaprzeczeniem?

Próbując znaleźć odpowiedzi na postawione pytania, rozpocznę rozważania od charakterystyki kobiecego duetu Rizzoli & Isles z cyklu powieści Tess Gerritsen⁷. Jane Rizzoli jest detektywem z Wydziału Zabójstw w Bostonie. Czytelnik poznaje ją, gdy ma ona 33 lata i bierze udział w sekcji zwłok wraz ze swoim partnerem, Barrym Frostem. Już pierwszy opis tej postaci daje jasne wyobrażenie o sposobie, w jaki jej wizerunek został stworzony przez autorkę.

Po drugiej stronie stołu stała Jane Rizzoli, również z Wydziału Zabójstw w Bostonie. Miała trzydzieści trzy lata i była niewysoką kobietą o kanciastym podbródki. Rysy jej twarzy zdawały się ostrzejsze niż zwykle, bo nie łagodziły ich niesforne czarne loki, ukryte teraz pod papierowym czepkiem, a ciemne oczy patrzyły przenikliwie. Pół roku temu przeniosła się z obyczajówki. Była jedyną kobietą w wydziale i doszło już do konfliktów między nią a jednym z detektywów, do oskarżeń o molestowanie seksualne i babski szowinizm (Gerritsen 2016: 10).

Sposób przedstawienia pani detektyw wyróżnia się zwięzłością i od razu zwraca uwagę czytelnika na kilka kwestii. Po pierwsze, nie ma tu zbyt wielu szczegółów dotyczących jej wyglądu, za to z podanych cech można wywnioskować, że jest ona osobą o dość zdecydowanym typie urody (jest brunetką o ciemnych oczach). Niesforność uczesania może sugerować małą dbałość o wygląd zewnętrzny i brak chęci podobać się otoczeniu. Niski wzrost, kanciasty podbródek wskazują na fakt, że Rizzoli nie jest typem modelki o regularnych rysach, a raczej kobietą przeciętnej urody, niewyróżniającą się z tłumu. Jest o tym także mowa nieco później.

⁷ Tess Gerritsen jest obecnie jedną z popularniejszych autorek thrillerów medycznych, a cykl Rizzoli & Isles stał się kanwą serialu *Partnerki*. W jego skład wchodzi powieści *Chirurg* (2001), *Skalpel* (2002), *Grzesznik* (2003), *Sobowtór* (2004), *Autopsja* (2005), *Klub Mefista* (2006), *Mumia* (2008), *Dolina umarłych* (2010), *Milcząca dziewczyna* (2011), *Ostatni, który umrze* (2012), *Umrzeć po raz drugi* (2014) i *Sekret, którego nie zdradzę* (2017).

O postaci kobiety-detektywa we współczesnych powieściach kryminalnych

Nie pojmował, jak Rizzoli może wytrzymać w zakiecie. [...] Wiedział, że musi jej być gorąco, gdyż dostrzegł kropelki potu, lśniące na jej górnej wardze, która prawdopodobnie nigdy nie miała kontaktu ze szminką. Rizzoli nie była brzydka, ale gdy inne kobiety starały się poprawić swoją urodę makijażem lub ozdobami, ona jakby celowo o sobie nie dbała. Nosiła ponure ciemne garsonki, niepasujące do jej drobnej postury, a czarne kręcone włosy miała zawsze w nieładzie. Była, jaka była i albo człowiek to akceptował, albo mógł iść do diabła. Moore rozumiał, dlaczego przyjęła taką wojowniczą postawę. W zawodzie policjantki było to zapewne konieczne. Rizzoli musiała ciągle toczyć walkę o przetrwanie (Gerritsen 2001: 44–45).

Po drugie, wymienione cechy zewnętrzne służą manifestacji konkretnych cech charakteru bohaterki albo ich podkreśleniu. Zwrócenie uwagi na przenikliwość spojrzenia sugeruje jej wnikliwość, skoncentrowanie na obserwacji i umiejętność wychwytywania detali. Mimo to dużo większe znaczenie w kreowaniu wizerunku Rizzoli niż opis jej fizyczności ma jej płęć i wynikający stąd fakt, że jest ona kobietą-detektywem. Widać to szczególnie, kiedy jest mowa o jej miejscu pracy – to, że jest jedyną kobietą w wydziale, jest niezwykle istotne i dla współpracowników Rizzoli, i dla niej samej. Kwestia ta jest zresztą wielokrotnie podkreślana, także przez samą detektyw. Z fabuły wynika bowiem, że jej obecność była dla większości kolegów z pracy raczej trudna do zaakceptowania. Problemem było głównie to, że Rizzoli nie zgadzała się na zastane warunki i układy, nie zamierzała potulnie parzyć im kawy i zajmować się tzw. papierkową robotą. Słusznie skądinąd uznała, że skoro również z zawodu jest detektywem, to nie zostanie np. czyjąś sekretarką w wydziale. Skoro ma odpowiednie kwalifikacje, to ma prawo i obowiązek samodzielnie prowadzić dochodzenie i stosować własne metody pracy. Z tego względu nie pozwala nikomu traktować się lekceważąco, jest zadziorna, wygadana i nie przebiera przy tym w słowach. Kolejne przyznawane jej sprawy pokazują, że jest dobrym śledczym, w pracy jest bezpośrednia, zdecydowana i dociekliwa. W razie potrzeby wykazuje się brawurą i ma żyłkę ryzykanta. Co ciekawe, wszystkie wspomniane wyżej cechy u mężczyzny-detektywa byłyby gwarancją uznania i szacunku kolegów. Tymczasem z Rizzoli jest odwrotnie: ma w wydziale opinię osoby humorzastej, kłótlivej, wybuchowej i ogólnie nie jest zbyt lubiana. Na uwagę zasługuje fakt, że sama ma dość niskie poczucie własnej wartości, do czego nawet przed sobą niechętnie się przyznaje. Przejawia się ono m.in. w jej potrzebie ciągłego sprawdzania się

w roli policjantki i udowadniania kolegom, że jest tak samo odporna psychicznie jak oni (a może nawet bardziej). Dlatego nie okazuje publicznie, że się czegoś boi, nawet w sytuacji zagrożenia stara się być stroną atakującą, żeby uniknąć stania się bezbronną ofiarą. Także uczestnicząc w sekcjach zwłok, przez cały czas kontroluje u siebie naturalne przejawy słabości fizycznej, takie jak mdłości czy zawroty głowy.

Mimo iż podejrzewała, że nie jest bardziej wrażliwa od swoich kolegów, nie znosiła myśli, że mogłaby okazać jakąkolwiek niedoskonałość. Mężczyźni zbyt dobrze wyczuwają słabość psychiczną, więc koledzy niewątpliwie próbowaliby atakować jej czułe punkty swoimi niewybrednymi kawałami i przytykami. Nauczyła się zachowywać stoicki spokój, oglądać bez zmrużenia oka najgorsze widoki na stole w prosektorium. [...] Jane Rizzoli, jędma z jajami (Gerritsen 2002: 44).

Pani detektyw jest przy tym wyczulona na seksistowskie uwagi, przez co wiele męskich żartów traktuje zbyt personalnie. Niekiedy drażnią ją również kobiety, jeśli w jej odczuciu starają się wywalczyć sobie profity wykorzystując własną płęć. Nie bez znaczenia jest tutaj jej życie rodzinne oraz pochodzenie. Rizzoli wywodzi się z rodziny włoskich imigrantów, ma dwóch braci, którzy do spółki z jej ojcem skupiają na sobie całą uwagę rodziny. W domu panuje tradycyjny podział ról, czyli matka zajmuje się domem, natomiast mężczyźni są wprawdzie aktywni zawodowo, ale poza pracą nie mają żadnych obowiązków. Stąd też sukcesy zawodowe Rizzoli przechodzą bez echa, jej praca jest lekceważona, początkowo nikt nie ma nawet orientacji, że pani detektyw nie siedzi za biurkiem, tylko naprawdę tropi i zatrzymuje przestępców. Jej sytuacja rodzinna wyjaśnia poniekąd zaniżone poczucie wartości i bunt wobec męskiej dominacji, która w jej przypadku obecna jest również w relacjach zawodowych. W miarę rozwoju fabuły (kiedy Rizzoli wychodzi za mąż za agenta FBI, rodzi dziecko, a jej matka rozwodzi się z mężem) zmienia się sposób, w jaki jest postrzegana przez swoje otoczenie, ale także przez siebie samą. Jednak, pomimo ugruntowania pozycji w wydziale po kolejnych rozwiązanych sprawach, nadal nie ma mowy o uznaniu jej zasług służbowych, co w przypadku mężczyzny byłoby pewne. Dla większości kolegów istotne jest bowiem przekonanie, że Rizzoli, będąc kobietą, kieruje się nie tyle doświadczeniem, co emocjami, a instynkt, który ma, zapewne prędzej czy później okaże się zawodny.

W porównaniu z Jane jej koleżanka, Maura Isles, ma dużo silniejszą pozycję zawodową. Jako lekarz sądowy stanu Massachusetts cieszy się szacunkiem i uznaniem środowiska. Jej raporty mają spore znaczenie w dochodzeniu i schwytaniu sprawcy, dlatego traktuje się je z należytą powagą. Nie podważa się jej opinii medycznych tylko z tego powodu, że Maura jest kobietą. Fizycznie Jane i Maura również bardzo się od siebie różnią. O ile Jane jest przeciętnej urody, o tyle Maura może uchodzić za piękność. Jednak również tu autorka od samego początku jasno określiła, jaki będzie związek pomiędzy powierzchownością bohaterki a cechami jej charakteru. W pierwszej obszernej wzmiance o Maurze Gerritsen pisze bowiem tak:

Na swoje pierwsze wystąpienie w sądzie w charakterze biegłego, reprezentującego Urząd Lekarza Sądowego, przybyła ubrana w gotycką czerń. Kamery telewizyjne śledziły jej królewską sylwetkę, kiedy wstępowała po schodach do budynku sądu, pokazując w zbliżeniach jej trupio bladą twarz, przeciętą kreską krwistoczerwonej szminki na ustach, sięgające ramion kruczoczarne włosy, z równą linią grzywki nad brwiami, i minę wyrażającą zimną obojętność. W trakcie zeznawania nic nie było w stanie wytrącić jej z równowagi. Adwokat próbował umizgów, pochlebstw, w końcu z rozpaczy próbował ją zastraszyć, lecz doktor Isles, uśmiechając się jak Mona Lisa, odpowiadała z niezachwianą logiką na wszystkie pytania. Obrońcy bali się jej jak ognia, za to media ją uwielbiały. Jeśli chodzi o gliniarzy z wydziału zabójstw, kobieta spędzająca cały czas w towarzystwie zwłok w tym samym stopniu straszyla ich i fascynowała (Gerritsen 2002: 45–46).

Z powyższego opisu wynika, że, tak jak Rizzoli, ta bohaterka również jest brunetką, ale nieprzeciętną, o szlachetnej urodzie. Zwraca uwagę na swój wygląd, bo wie, że poprzez swoją powierzchowność może wpłynąć na sposób, w jaki postrzega ją otoczenie. Jest osobą powściągliwą, chłodną, nie okazuje emocji, co w połączeniu z zawodem, jaki wykonuje, dodatkowo podnosi jej autorytet. Mówiąc, waży słowa, ma pewność, że wie, o czym mówi, i nie daje się wyprowadzić z równowagi. Kieruje się logiką i wiedzą, zarówno wykonując obowiązki służbowe w prosektorium, jak i w kontaktach z mediami. Wizerunek, jaki sama sobie wykreowała, zapewnia jej poczucie kontroli, szacunek zawodowy i społeczny. Pani patolog, w odróżnieniu od Rizzoli, ma charyzmę, co w połączeniu z umiejętnościami gwarantuje jej respekt także z strony męczyzn. Co istotne, Maura nie musi udowadniać, że jest dobra czy wręcz

lepszą od innych, a jeszcze ważniejsze, że sama takiej potrzeby nie odczuwa. W otaczającym ją męskim świecie prezentowane przez nią cechy zapewniają jej szacunek, a pomoc w śledztwie, jaką zapewnia jej wiedza medyczna, przyjmowana jest bez dyskusji i szowinistycznych komentarzy. Jediną próbą umniejszenia jej roli było nadanie jej przydomka „Królowa Trupów”/„Królowa Umarłych” przez policjantów z tutejszego wydziału. Jednak wbrew intencjonalnej ironii przydomek został skwapliwie przejęty przez media, natomiast jego adresatka nie przejęła się nim zbyt. Wraz z rozwojem cyklu powieści postać pani patolog zyskuje dodatkowe, mroczne rysy (gdy okazuje się, że jej biologicznymi rodzicami byli psychopatyczni mordercy, natomiast ona sama wzięła się w romans z duchownym). Nie rzutuje to jednak na jej wiarygodność w trakcie kolejnych śledztw ani też nie podważa jej zawodowej reputacji.

Kolejnym przykładem kobiecej postaci we współczesnej prozie kryminalnej jest agentka specjalna FBI Maggie O'Dell z cyklu powieści Alex Kavy⁸. Nie da się w niej nie zauważyć pewnych analogii do obu poprzednich bohaterek, co może potwierdzać istnienie schematu w sposobie ich kreowania. I tak, podobnie jak Jane Rizzoli, agentka O'Dell jest jedną z niewielu kobiet w zdominowanym przez mężczyzn środowisku FBI. Jednak w odróżnieniu od niej wykazuje duży dystans do siebie i nie próbuje wykazać się za wszelką cenę. Wynika to najpewniej z jej ugruntowanej pozycji zawodowej. Pomimo młodego wieku (czytelnik poznaje ją, gdy ma ona ok. 30 lat) zdążyła już przekonać zarówno swoich współpracowników, jak i zwierzchników o tym, że jest odpowiednią osobą na tym stanowisku. Wprawdzie jest mowa o trudnych początkach jej kariery w FBI, kiedy „niczego się nie bała i wiele musiała udowodnić” (Kava 2015: 16), ale są one porównywalne z wdrażaniem się do pracy w każdym innym zawodzie. Choć są wzmianki, sugerujące, że musiała uodpornić się na różne reakcje z powodu swojej płci, nie oznaczają one jednak jeszcze, że bycie agentką oznaczało nieustanną walkę z męskimi uprzedzeniami. O'Dell z wykształcenia jest psychologiem, dysponuje zatem również wiedzą medyczną. Poza tym ma wysokie kwalifikacje (m.in. uczestniczyła w prestiżowym szkoleniu w Quantico) oraz doświadczenie w tropieniu seryjnych morderców. Jest opanowana na miejscu zbrodni i zachowuje zimną krew, ale odporność ta jest wyuczona, nabyta. Z powodu niektórych

⁸ Cykl o Maggie O'Dell autorstwa Alex Kavy (wł. Sharon Kavy, pisarki amerykańskiej) tworzą powieści: *Dotyk zła* (2000), *W ułamku sekundy* (2001), *Łowca dusz* (2003), *Granice szaleństwa* (2004), *Zło konieczne* (2006), *Zabójczy wirus* (2008), *Czarny Piątek* (2009), *Kolekcjoner* (2010), *Śmiertelne napięcie* (2011), *Płomienie śmierci* (2012), *Ostateczny cel* (2013) i *Przedsmak zła* (2017).

zamkniętych już spraw agentka nadal musi bowiem przepracowywać własne lęki i fobie. Mimo to swoboda, z jaką reaguje na widok zwłok w różnym stopniu rozkładu, imponuje otoczeniu.

Henry podał agentce O'Dell słoiczek VapoRub Vicksa. Kiedy wyciągną nie-
szczęśnika, smród będzie nie do zniesienia. Tymczasem agentka grzecznie
podziękowała. Coś mu powiedziało, że nie ma to nic wspólnego z udawaniem
twardziela. Nie, ona tego naprawdę nie potrzebowała. Była przyzwyczajona do za-
pachu śmierci [...]. Powoli zaczęli wyciągać ciało z beczki i natychmiast rozległ
się niski, cichy, odrażający dźwięk, nasuwający na myśl ssanie. Henry wzdrygnął
się z obrzydzeniem. To były całkiem świeże zwłoki. Zerknął na O'Dell. Może
miał nadzieję zobaczyć, że i ona czuje obrzydzenie. Nic podobnego. Patrzyła
z zaciekawieniem, bez zmieszania czy niepokoju⁹ (Kava 2014: 101–102).

Jak wynika z powyższego fragmentu, to właśnie wewnętrzne opanowanie,
spokój i niewrażliwość (nawet pozorną) zapewniają agentce szacunek. Widać
zatem pewną analogię do postaci Maury Isles z powieści Gerritsen. Kolejnym
podobieństwem jest fizyczna atrakcyjność agentki O'Dell, która przy pierwszym
z nią spotkaniu jest zwykle dla otoczenia sporym zaskoczeniem.

O'Dell była drobnej, a równocześnie mocnej budowy ciała, i na tyle urodziwa,
że nie pasowała szeryfowi do stereotypowego wizerunku agentki FBI. [...] [J]ej
pewność siebie działała na niego kojąco. Zauważył to już podczas rozmowy
telefonicznej. Pewna siebie, ale nie zadufana. Nie nagadałby jej tyle, gdyby była
zuchwała lub z tupetem, tak powszechnym u federalistów (Kava 2014: 102).

Wśród cech charakteru, które pomagają jej w pracy, trzeba podkreślić upór
i stanowczość, ale też logikę w działaniu i zdyscyplinowanie. Pod względem
zawodowym jawi się zatem jako dobry detektyw, dobrze przygotowany do swo-
ich obowiązków i względnie dobrze funkcjonujący w relacjach z otoczeniem.
Ma swoje słabości, o których jest mowa wielokrotnie (lubi pączki z lukrem
i dietetyczną pepsi), ma niepokładane życie emocjonalne (jest rozwiedziona,
uniką zaangażowania w nowy związek, bo na pierwszym miejscu stawia pracę).
Jednak jeśli chodzi o śledztwo, zawsze poświęca się mu w całości. Jest wytrwała,

⁹ Podkreślenie własne.

odpowiedzialna i zdeterminowana, wie, jak profesjonalnie prowadzić dochodzenie i rzadko ulega impulsom.

Ostatnią z wymienionych bohaterek, na którą chciałabym zwrócić uwagę, jest Erika Falck z powieści Camilli Läckberg¹⁰. W odróżnieniu od pozostałych protagonistek, Erika nie jest zatrudniona w policji, ale jest pisarką. Jako postać literacka jest więc niejako łącznikiem między klasyczną już powieścią kryminalną a powieścią współczesną, bo, tak jak wspomniana wcześniej panna Marple, jest amatorką. Po zagadkowej śmierci przyjaciółki z dzieciństwa Erika postanawia wrócić do rodzinnego miasteczka, Fjällbacki, a na skutek splotu różnych wydarzeń ostatecznie osiedla się w nim na stałe. Zostaje żoną miejscowego policjanta, Patrika Hedströma i zakłada z nim rodzinę (mają troje dzieci). Jest przy tym atrakcyjną kobietą po trzydziestce, pracuje jako freelancerka, pisząc książki biograficzne. Równocześnie nieustannie próbuje rozwiązywać kolejne zagadki kryminalne. Zwykle popada przez nie w tarapaty, z których często ratuje ją mąż, postrzegający ją niejednoznacznie:

Patrik pokręcił głową. Wiedział, że jego żona lubi się wtrącać w nie swoje sprawy, a w dodatku rozpęda się z wyciąganiem daleko idących wniosków. Inna rzecz, musiał przyznać, że często ma rację. Ale czasem robi niezły zamęt (Läckberg 2012: 20).

To, co charakteryzuje Erikę, to nadmierna ciekawość, dociekliwość (po-czątkowo pisarska, ale też detektywistyczna), brawura i upór w poszukiwaniu prawdy. Pomimo że potrafi logicznie łączyć fakty i jej prywatne śledztwa zwykle uzupełniają luki w dochodzeniu policyjnym, to jej działania bywają na tyle impulsywne i chaotyczne, że ona sama wydaje się postacią dość irytującą i stwarzającą niepotrzebne zagrożenia. Podobnego zdania są także inni policjanci, prowadzący daną sprawę, nawet jeśli, jak nie do końca przecież obiektywny Patrik, doceniają użyteczność współpracy z pisarką.

Podczas ostatnich poważnych dochodzeń Erika okazała się bardziej pomocna niż on¹¹. Zdawał sobie sprawę, że podszczypywanie Mellberga niczemu nie służy.

¹⁰ Cykl o Fjällbace obejmuje powieści: *Księżniczka z lodu* (2003), *Kaznodzieja* (2004), *Kamieniarz* (2005), *Ofiara losu* (2006), *Niemiecki bękart* (2007), *Syrenka* (2008), *Latarnik* (2009), *Fabrykantka aniołków* (2011), *Pogromca lwów* (2014) i *Czarownica* (2017).

¹¹ Tu i w kolejnym zdaniu jest mowa o Mellbergu, przełożonym Patrika.

O postaci kobiety-detektywa we współczesnych powieściach kryminalnych

I tak żywił niezachwiane przekonanie o własnej doskonałości, a on¹² nauczył się działać, mimo że mu przeszkadzał, zamiast z nim współpracować. Jednocześnie uważał, że nie ma co mówić Erice, żeby nie zajmowała się sprawą Stelli, bo Erika, jeśli już złapie trop, nie ustąpi, dopóki nie znajdzie odpowiedzi na swoje pytania (Läckberg 2017: 110).

Niezależnie od wymiernych efektów i korzyści w śledztwie, zwykle stwierdzają oni wprost:

[M]ieliśmy wystarczająco dużo kłopotów z twoją wścibską żoną. Wszędzie by włąziła i się wtrącała. To sprawa dla policji, a nie dla cywilów bez przygotowania (Läckberg 2017: 110).

Taki sposób prowadzenia postaci poprzez fabułę utrwała skonwencjonalizowane wyobrażenie detektywa-amatorki, które eksponuje głównie kobiece wady, takie jak przesadna emocjonalność, niemożność zapanowania nad sobą czy wścibstwo. Postać Eriki wydaje się być przez to próbą dostosowania klasycznego już schematu postaci do współczesnych realiów, ale z pominięciem niektórych zmian, jakie do tej pory zaszły w społeczeństwie. Erika ma być zatem nieco unowocześnioną wersją panny Marple, co niekiedy może czytelnika nawet drażnić. Bohaterka kreuje się bowiem z jednej strony na kobietę wyzwoloną, świadomą swej wartości, niezależną i samodzielną, z drugiej natomiast ma wszystkie cechy negatywne, utrwalone w stereotypach, które zresztą próbuje się obecnie zwalczać.

Z powyższych rozważań wynika kilka kwestii. Postać kobiety detektywa nie jest budowana według jednego słusznego, obowiązującego schematu. Mimo to omawiane bohaterki wykazują pewne cechy wspólne, takie jak:

- atrakcyjność fizyczna – zwykle wysoka, często niezależnie od warunków, w jakich znajduje się bohaterka (np. po wysiłku fizycznym, bez makijażu czy po akcji policyjnej), lub przeciętna, przy czym wówczas istnieją inne cechy wyróżniające daną bohaterkę (np. sugerujące jej nieprzeciętne zdolności umysłowe);
- wiek: 30–40 lat, z czego wynika również pewne doświadczenie życiowe, przekładające się na sprawne łączenie faktów, łatwość tworzenia sensownych hipotez i trafność podejmowanych działań;

¹² Tzn. Patrik Hedström.

- posiadane wykształcenie – wyższe, poparte odpowiednimi kwalifikacjami, dowodzące wysokiego poziomu inteligencji;
- aktywność zawodowa – praca w zawodzie zgodnym z posiadaniem wykształceniem, przy czym praca ta jest dla bohaterek równocześnie pasją, którą realizują nawet za cenę rezygnacji z życia rodzinnego lub jego kosztem;
- predyspozycje psychiczne – wysoka odporność psychiczna, niekiedy także fizyczna, zdolność logicznego myślenia i szybkiego kojarzenia faktów, opanowanie w sytuacjach kryzysowych, skłonność do ryzyka (nie tylko w sytuacjach bezpośredniego zagrożenia), umiejętność radzenia sobie ze stereotypami (także tymi, których skutkiem są ograniczenia wynikające z posiadanej płci).

Na uwagę zasługuje tu fakt, że wspomniane cechy wspólne dotyczyć mogą protagonistek w różnym stopniu i w miarę rozwoju fabuły zmienia się niekiedy ich natężenie. Przykładowo, policjantka w środowisku zdominowanym wcześniej przez mężczyzn może być bardziej ich obecnością zmotywowana (jak Rizzoli) lub mieć do tego dystans (O'Dell). Poczucie wsparcia ze strony najbliższych (Falck) pomaga w dążeniu do celu w równym stopniu, jak świadomość bycia zdaną wyłącznie na siebie (O'Dell, Rizzoli). Na tle różnic, widocznych po porównaniu wszystkich postaci, tym bardziej ewidentne wydają się istniejące w ich wizerunkach analogie. Omawiane bohaterki to kobiety silne, zdecydowane, o mocnej psychice, co pozwala im wchodzić w świat zbrodni i uczestniczyć w tropieniu przestępców. Pomimo niekiedy traumatycznych przeżyć i skomplikowanych lub nieuporządkowanych relacji rodzinnych są w stanie oddzielić się od problemów osobistych na rzecz tak odpowiedzialnego zadania, jakim jest śledztwo. Logiczne myślenie, umiejętne łączenie faktów i hipotez oraz rzeczowość pozwalają im dostrzec z pozoru niewidoczne motywy zbrodni, a docieklivość i upór ułatwiają znalezienie potwierdzenia dla stawianych odważnie tez. Nie przejmują się opiniami otoczenia, o ile są przekonane o słuszności swoich działań, chociaż uszczypliwe uwagi zwykle biorą mocno do siebie. Równocześnie jednak unikają okazywania własnej słabości, zachowują dystans i niechętnie angażują się w bliższe relacje (miłosne, przyjacielskie, rodzinne). Wyjątkiem jest tu postać Eriki, która wydaje się osobą bardzo rodzinną, otwartą, a bywa, że zbyt łatwowierną i ufą. Co ważne, im mniej są w swoich działaniach impulsywne, emocjonalne i empatyczne, tym większy szacunek okazują im mężczyźni, z którymi współpracują.

Pozostaje jeszcze odpowiedzieć na pytanie, na ile współczesne postaci kobiet-detektywów odzwierciedlają rzeczywistość. Wiadomo, że świat zbrodni obecny w powieści kryminalnej rządzi się swoimi prawami i że jest to mimo

wszystko świat zdominowany przez mężczyzn. Czy jednak faktycznie kobieta może się w nim czuć swobodnie dopiero wtedy, gdy udowodni wszystkim swój profesjonalizm, okaże niewrażliwość i chłód? Wydaje się, że nie do końca. Świat współczesny nadal jest niedoskonały, nadal nie ma w nim równości, jednak wiele zmieniło się na lepsze. Kobieta prowadząca dochodzenie już nikogo nie szokuje, podobnie jak kobieta patolog czy profiler. To samo dotyczy postaci detektywa – kobiety w literaturze współczesnej. Warto jednak pamiętać, że

literacka „personologia” to dziedzina wyobraźni, a także projekcji społecznych bądź indywidualnych problemów, wyzwań estetycznych, fobii, fascynacji, mód, osiągnięć technologicznych itd. Miliardy fikcyjnych istnień zaludniają razem z nami Ziemię – mówią za nas, o nas i „nami” (tj. naszym językiem, uwzględniając nasze widzenie świata), czasem także do nas lub przeciwko nam, a bywa że próbują być od nas radykalnie różne. Za ich pomocą uczymy się żyć z innością i obcością, którą nosimy w sobie i którą zauważamy w innych. Zawsze aktualne jest więc pytanie, co mówią o nas współczesne nam postacie literackie (Korwin-Piotrowska 2011: 154).

Bibliografia

- Burszta Wojciech Józef, Czubaj Mariusz, 2007, *Krwawa setka*, Warszawa.
- Desperak Izabela, 2002, *Stereotypy kobiet i ich ról społecznych i zawodowych w reklamie telewizyjnej*, w: *Kobiety w kulturze popularnej*, red. Edyta Zierkiewicz, Izabela Kowalczyk, Wrocław, s. 63–74.
- Gerritsen Tess, 2015, *Skalpel*, Warszawa.
- Gerritsen Tess, 2016, *Chirurg*, Warszawa.
- Głowiński Michał, Kostkiewiczowa Teresa, Okopień-Sławińska Aleksandra, Sławiński Janusz, 2005, *Słownik terminów literackich*, Wrocław.
- Kava Alex, 2014, *Granice szaleństwa*, Warszawa.
- Kava Alex, 2015, *Zło konieczne*, Warszawa.
- Korwin-Piotrowska Dorota, 2011, *Poetyka: Przewodnik po świecie tekstu*, Kraków.
- Läckberg Camilla, 2012, *Fabrykantka aniołków*, Warszawa.
- Läckberg Camilla, 2017, *Czarownica*, Warszawa.
- Melosik Zbyszko, 2010, *Tożsamość, ciało i władza w kulturze instant*, Kraków.
- Potrykus-Woźniak Paulina, 2010, *Słownik nowych gatunków i zjawisk literackich*, Warszawa, Bielsko-Biała.

Damy i wampir(z)y(ce): *Carmilla* ilustrowana

Abstrakt:

Carmilla, nowatorskie opowiadanie Josepha Sheridana Le Fanu (1872), było wielokrotnie adaptowane na potrzeby literatury, filmu, seriali telewizyjnych i internetowych, radia, teatru, opery, komiksu czy gier wideo. *Carmilla* i Laura, dwie główne bohaterki wspomnianej noweli, inspirowały również malarzy i grafików, w tym artystów specjalizujących się w ilustrowaniu utworów literackich. W rozbudowanej części teoretycznej niniejszego artykułu omówiony zostanie specyficzny status i funkcje ilustracji literackiej oraz typy relacji, w jakie może ona wchodzić z warstwą werbalną utworu. Jeśli chodzi o zderzenie tych koncepcji z artystyczną praktyką, przedmiotem komentarza będą wybrane ilustracje autorstwa Edwarda Ardizzone'a z tomu *In a Glass Darkly* z 1929 roku, w którym zamieszczona została m.in. *Carmilla*. Wizualna reprezentacja protagonistek Le Fanu zostanie scharakteryzowana w kontekście literackiego gotyku, zwłaszcza jego wampirycznej odmiany. Ponadto podjęta zostanie próba ustalenia, czy dialog Ardizzone'a ze słowem pisanym może rzucić nowe światło na literacki oryginał, tym bardziej, że stworzony przez niego ekwiwalent wizualny dotyczy postaci kontrowersyjnych, enigmatycznych, „niedopisanych”.

Słowa kluczowe:

ilustracja literacka, słowo, obraz, postać, wampir, wampirzyca

Wstęp

Skonstruowanie spójnej teorii na temat relacji między tekstami literackimi, towarzyszącą im formą typograficzną oraz ilustrującymi je obrazami, jest trudne z kilku względów. Przede wszystkim precyzyjne określenie stopnia bliskości między słowem pisanym i jego oprawą graficzną bywa niemożliwe, zwłaszcza że oba typy treści generują liczne, niekiedy rozbieżne interpretacje. Kolejnym,

nieuchronnie subiektywnym czynnikiem jest artystyczna natura komponentu graficznego – pośród innych kontrowersji punktem spornym może być np. to, czy dany styl lub estetyka pasują do ilustrowanego utworu. Wreszcie, w szerszej perspektywie, dorzucić należałoby problemy z ustaleniem autorstwa danego projektu graficznego i stopnia jego oryginalności. Badacze tacy jak Edward Hodnett (1988: 2) nieraz podkreślali umowność lub nieuchwytność granicy między plagiatem i hołdem, a także nie zawsze dającą się odtworzyć proveniencję nawet najbardziej znanych i wielokrotnie replikowanych oraz przekształcanych motywów graficznych.

Już same próby dokładnego scharakteryzowania ilustracji literackiej i jej funkcji w tekście mogą budzić wątpliwości, nawet w przypadku definicji i parametrów prezentowanych przez niekwestionowane autorytety w tej dziedzinie. W kontekście ilustracji literackiej, z założenia działającej na wyobraźnię czytelnika (w oryg. „imaginative”), David Bland odnotowuje, że za sprawą uzależnienia od tekstu ilustracja nie jest czystą sztuką, stanowi „coś w rodzaju jego rozszerzenia, gdyż wyraża wizualnie rzeczy, których nie da się powiedzieć słowami” (1962: 13)¹, ale dodaje, iż „dobra ilustracja musi być dobrze zaprojektowana bez względu na tekst, z którym sąsiaduje” (1962: 14). Od razu wkraczamy tu na pole minowe, i to nie tylko dlatego, że Bland używa niedostatecznie precyzyjnych sformułowań. Jak w świetle jego przemyśleń można byłoby np. zakwalifikować ilustracje pokazujące rzeczy, które daje się wyrazić słowami? Dokładnie jakie warunki musiałaby spełnić ilustracja, by zasłużyć na miano „dobrze zaprojektowanej”? Kto przesądza o jakości koncepcji graficznej w powiązaniu z danym tekstem literackim i kto powinien mieć w tej kwestii ostatnie słowo? Wydawca? Czytelnik? Historyk sztuki? Profesjonalny artysta? Literaturoznawca?

Elżbieta Skierkowska definiuje ilustrację (w ogólności) jako „kompozycję graficzną, rysunkową czy malarską stanowiącą plastyczne uzupełnienie treści drukowanego tekstu książki lub czasopisma” (1969: 11). Specyfika ilustracji literackiej polega według niej na tym, że, z wyjątkiem książek dla najmłodszych czytelników, ilustrator „nie objaśnia tekstu, lecz go uzupełnia plastycznymi wyobrażeniami” (1969: 12). Z kolei według bardziej rozbudowanej definicji zaproponowanej przez Janinę Wiercińską, ilustracja książkowa to „akompaniujący tekstowi, środkami graficzno-drukarskimi przekazany obraz, objaśniający, ewokujący pewne stany psychiczne, pogłębiający odczucie treści anegdotycznej

¹ Jeśli nie podano inaczej, wszystkie cytaty w tłumaczeniu autorki.

lub wewnętrznej, ukrytej w partii literackiej dzieła” (1974: 73). Ponadto Wiercińska rozpatruje ilustrację w szerszym kontekście zdobnictwa książkowego, obejmującego również „okładkę, oprawę i obwolotę, wyklejki, [...] winiety, inicjały, frontispis, kartę tytułową, drobne ozdobniki i ornamenty, typografię, ekslibris” (1986: 32–33) itd., a jednocześnie podkreśla:

Wszystkie te komponenty, a także układ i proporcja kolumn i marginesów, format, dobór papieru, styl całości, uzależniony od treści dzieła i ściśle mu poddany, powinny legitymować się zaletami ocenianymi z punktu widzenia artystycznego i to zarówno osobno, jak i we wzajemnym ze sobą współdziałaniu (Wiercińska 1986: 33).

Kluczowy dla tej autorki jest zatem bliski związek między tym co literackie i tym co artystyczne, albowiem – zgodnie z tezą wielu stosownych opracowań encyklopedycznych – o ilustracji można mówić „tylko i wyłącznie, gdy towarzyszy tekstowi” (*Współczesne polskie drukarstwo...* 1982: 109). O „semiotycznie podporządkowanej funkcji obrazu w odniesieniu do tekstu, który ilustruje”, pisze również Winfried Nöth (1995: 454), przywołując koronny argument, że utwory literackie mogą, ale nie muszą być wydawane w wersjach ilustrowanych. Wiercińska używa nawet sformułowania „więź symultaniczna obrazu i litery, pisma, druku” (1986: 38), a w jednej ze swoich wcześniejszych prac zastrzega, że nie uważa za ilustracje „w znaczeniu sztuki książki” takich obrazów czy rysunków, które „nie działają razem z tekstem, z drukiem, z literą, gdy się bez niego obywają” (1974: 73), i ubolewa, że ilustracja „rzadko potrafi się zdobyć na współdziewięzający akompaniament tekstu”, na „dopowiedzenie bez gadulstwa tego, co istotne a nieuchwytnie” (1986: 45).

Frustrującym aspektem sformułowanych powyżej kryteriów literackości ilustracji jest ich weryfikacja w praktyce, czyli w toku lektury. Jeśli bowiem przyjmujemy, że ilustracja ma „współpracować” z całokształtem utworu książkowego i że analizy jej „ilustracyjności” dokonuje czytelnik nie tylko odczytany, ale i wystarczająco kompetentny, by dostrzec, zinterpretować i w pełni docenić rozwiązania typograficzne zastosowane w danej książce, może się okazać, że nawet ilustracje wybitne, ikoniczne, nie do końca zasługują na miano literackich. Co więcej, biorąc pod uwagę znaczenie zasobów internetowych dla kształtowania świadomości współczesnych czytelników, trzeba przyznać, że wiele ilustracji, zwłaszcza autorstwa znanych artystów, funkcjonuje obecnie

głównie w formie niezależnej od swojego książkowego żywota, np. na blogach tematycznych, stronach antykwariatów, ale też w opracowaniach naukowych, katalogach sztuki, portalach w rodzaju *Deviant Art* itp.

Naturalnie, tego podwójnego czy wręcz rozproszonego życia ilustracji książkowej nie da się dzisiaj uniknąć: sprzyja mu między innymi hipertekstowa architektura zasobów dostępnych online. Warto również przypomnieć, że nie każda ilustrowana książka stanowi przemyślany, kompletny i konsekwentny projekt artystyczny (por. Wiercińska 1986: 32–33). Niemniej jednak kryterium współlistnienia (w idealnym ujęciu: wzajemnego oddziaływania) słowa i obrazu oddaje sprawiedliwość specyfice tych dwóch mediów, a ponadto pozwala, przynajmniej na początkowym etapie kontaktu z książką ilustrowaną, rozpatrywać materiał wizualny w pewnym wyabstrahowaniu, jako przejaw określonej estetyki czy warsztatu artystycznego, albo w kontekście jakości reprodukcji (por. Bland 1962: 14).

Wiercińska porusza jeszcze jeden problem związany z tym, jak ilustracje mogą wpływać na recepcję danych utworów. Pisze m.in.: „ta narzucająca się, niekiedy wbrew autorowi tekstu dzieła literackiego, czasem natrętna wizja, budziła sprzeciw. Istnieli i istnieć będą zawsze przeciwnicy wszelkiej, poza czysto typograficzną, ingerencji w zamysł autorski pisarza” (1974: 73). Trafny z historycznego punktu widzenia, komentarz ten ma jednak inną, być może istotniejszą zaletę: „natrętnie” przypomina o wątpliwościach związanych z funkcjami ilustracji literackich. Czego spodziewają się po nich czytelnicy? Czy istnieje rozbieżność między tymi oczekiwaniami i faktycznym oddziaływaniem ilustracji literackiej? Co obecność ilustracji faktycznie zmienia?

Internetowy *Słownik języka polskiego* PWN podaje trzy główne znaczenia czasownika „ilustrować”: 1. opatrywać teksty ilustracjami; 2. uzupełniać, wyjaśniać, unaocznić coś za pomocą komentarza, dokumentacji, zdjęć itp.; 3. interpretować coś, posługując się słowem, gestem, mimiką itp.². Dla porównania, *Merriam-Webster Dictionary* oferuje listę nieco szerszą, bo ujmującą dawniejsze użycia tego słowa: 1. wyposażać w cechy wizualne mające na celu wyjaśnienie lub ozdobienie; objaśniać poprzez podanie przykładów; precyzować; 2. pokazywać wyraźnie; 3. (forma przestarzała) oświecać; rozświetlać; 4. (archaizm)

² <https://sjp.pwn.pl/sjp/ilustrowac;2465734.html> [dostęp: 17.01.2019].

czynić wspaniałym, znamienitym; (forma przestarzała) rozjaśniać; ozdabiać; 5. przytaczać przykład lub przypadek³.

Istotna wydaje się tu nie tylko różnorodność znaczeń przypisywanych ilustrowaniu, ale też ich hierarchizacja. Z tymi warunkami wyjściowymi musieli się zmierzyć praktycznie wszyscy naukowcy badający ilustracje literackie jako twory intermedialne. Biorąc pod uwagę już istniejące i powszechnie akceptowane ujęcia leksykograficzne, starali się traktować je eklektycznie, modyfikować paletę dostępnych znaczeń tak, by uwzględnić szczególnie sposób funkcjonowania ilustracji literackiej. Np. Hodnett wyróżnił trzy szeroko rozumiane funkcje ilustracji („ozdabiać, informować, interpretować”), przy czym zastrzegł, że „głównym twórczym działaniem ilustracji literackiej jest interpretacja tekstu” (1988: 2) i że to na niej (na interpretacji, aczkolwiek według Hodnetta bardziej precyzyjne byłoby określenie „realizacja”) powinna się skupiać ocena pracy ilustratora.

Jak zatem traktować problem podległości ilustracji wobec utworu literackiego? Dla większości teoretyków była ona niepodważalnym faktem, ale zdarzały się przemyślenia wykraczające poza ten schemat. Dla przykładu, Wola Lachow przypisywał warstwie wizualnej bardzo szczególną misję, mianowicie uważał, że „wąsko profesjonalne funkcje ilustracji” „związane są z odkryciem nowego w literaturze za pomocą sztuk plastycznych”:

[N]ajważniejszym zadaniem ilustratora jest tworzenie takich dzieł, które dawałyby czytelnikowi możliwość zrozumienia na nowo i odczucia wartości literackiej treści i formy w związku ze stale zmieniającymi się zainteresowaniami społeczeństwa. Dotyczy to w równym stopniu ideowych jak i artystycznych cech literatury (1978: 197).

„Nowe spojrzenie” było dla Lachowa absolutnie niezbędnym elementem i korzystnym efektem dialogu zachodzącego między artystami i pisarzami. Tylko wówczas, jego zdaniem, ilustracja może się stać „silnym katalizatorem wszechstronnego zrozumienia [...] sensu dzieła”, aczkolwiek sama musi „posiadać własną wartość artystyczną jako dzieło sztuki” (1978: 197).

Jak każda taksonomia, proponowane przez wyżej cytowanych uczonych rozróżnienia i klasyfikacje nie są całkowicie przekonujące, gdy zostają skonfrontowane z wydawniczą rzeczywistością. Najważniejsze wydaje się w tym

³ <https://www.merriam-webster.com/dictionary/illustrate> [dostęp: 17.01.2019].

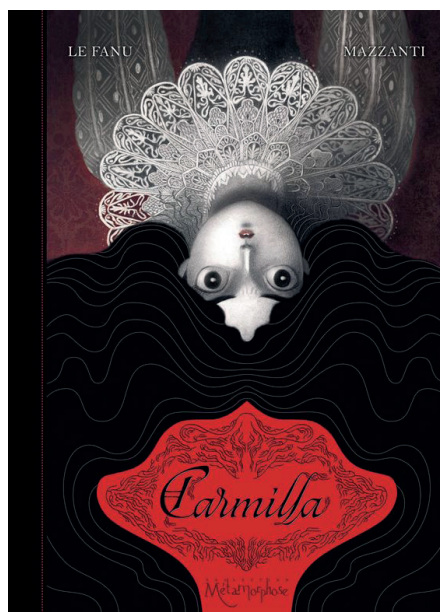
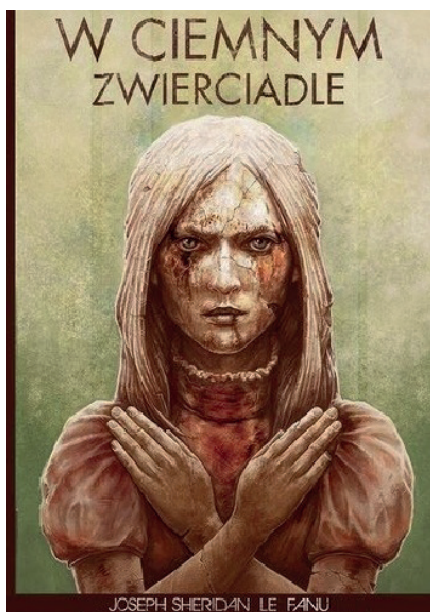
miejscu pytanie o ścisłość związku między słowem i obrazem: jakimi metodami ją mierzyć i oceniać; jak przełożyć na analityczny konkret proporcje między różnymi, w tym ozdobnymi komponentami książki; jak pogodzić autonomię grafiki artystycznej z autonomią dzieła literackiego? Z drugiej strony, spostrzeżenia Wiercińskiej mogą stanowić inspirację, by ponownie przyrzeć się przyjętemu przez nią kryterium. Być może zamiast wykluczającego podziału na ilustracje literackie z prawdziwego zdarzenia i ilustracje „pozorne” (czyli takie, które nie współpracują z warstwą werbalną tekstów w sposób zadowalający, przynajmniej według badaczy problematyki), warto byłoby pójść inną drogą: umieścić je na szerszym spektrum, dokonać rozróżnień między reprezentacjami wizualnymi, które narzucają idiosynkratyczną interpretację utworu, ilustracjami zdystansowanymi od tekstu i takimi układami graficznymi, które zdają się potwierdzać jego ucukrowane, najbezpieczniejsze i najbardziej „mainstreamowe” odczytania.

Wampirka na papierze

Carmilla jest opowieścią bogatą w rekwizyty typowe dla literackiego gotyku. Mamy tu zamek (czy raczej zameczek) na odludziu, narażoną na śmiertelne niebezpieczeństwo cnotliwą (i nieświadomą zagrożenia) heroinę, ratujących ją mężczyzn, czynnik nadprzyrodzony, oniryczne halucynacje, narastającą atmosferę grozy, tłamszony erotyzm, a także, kluczową z punktu widzenia dynamiki relacji między głównymi postaciami, sugestię nienormatywnej seksualności, zgodnie z tezą Freda Bottinga, że gotyk jest „pisarstwem nadmiaru”, „wciąż zafascynowanym obiektami i praktykami, które konstruuje się jako negatywne, irracjonalne, niemoralne i nierzeczywiste [w oryg. *fantastic*]” (1996: 1).

Narratorem utworu jest 27-letnia Laura, Angielka, która relacjonuje wydarzenia sprzed mniej więcej ośmiu laty, kiedy mieszkała ze swoim owdowiałym ojcem w austriackiej Styrii, w murach nabytego okazyjnie zamku (w prologu opowieści wspomina się, że powstała na bazie notatek sporządzonych przez znawcę chorób umysłowych, niemieckiego doktora Martina Hesseliusa, a potem przetłumaczonych i zredagowanych przez jego sekretarza – ta rama narracyjna dotyczy wszystkich nowel w zbiorze). Spokojne, monotonne i bardzo samotne życie dziewczyny przerywa osobliwy wypadek, w wyniku którego Laura i jej ojciec przyjmują pod swój dach przemiłą, tajemniczą i oszałamiająco piękną Carmillę.

Podczas pierwszej rozmowy ze swoim gościem, Laura uświadamia sobie, że jako sześciolatnie dziecko widziała już twarz Carmilli w swoim pokoju, gdy była pogrążona w półśnie – zasnęła wówczas w objęciach nieznamoj, ale obudziła się mając wrażenie, że ktoś wbił dwie igły w jej pierś, „tuż pod gardłem” (Le Fanu 2015: 423)⁴. Carmilla reaguje zapewnieniem, iż doświadczyła czegoś podobnego, tyle że w twarzy wówczas przez siebie ujrzanej rozpoznaje teraz Laurę.



Po lewej, zaprojektowana przez Macieja Szajkowskiego okładka tomu *W ciemnym zwierciadle*, wydanego w 2015 roku (przez wydawnictwo Zys i S-ka) zbioru pięciu opowiadań Le Fanu (w tym *Carmilli*) w tłumaczeniu Miry Czarneckiej⁵. Źródło ilustracji: <http://lubimyczytac.pl/ksiazka/256556/w-ciemnym-zwierciadle>. Po prawej, okładka albumowego wydania *Carmilli* z 2014 roku, z francuskojęzycznym przekładem tekstu i ilustracjami Isabelli Mazzanti, która zaprojektowała również reprodukowaną tu okładkę. Źródło ilustracji: <https://www.pinterest.fr/pin/151363237452604620/>.

⁴ Według Anny Gemry „nie ulega wątpliwości, że ta wampirza napaść nosi wszelkie cechy gwałtu na dziecku, choć ujęty on został w metaforę sennego koszmaru” (2008: 148).

⁵ Podstawą wszystkich cytowanych w niniejszym artykule fragmentów *Carmilli* jest przekład dokonany przez Mirę Czarnecką.

W następnych partiach utworu stopniowo ujawniona zostaje prawdziwa tożsamość Carmilli – to grasująca w tych stronach od niemal stulecia hrabina Mircalla Karnstein, obdarzona nadludzką siłą i nadprzyrodzonymi zdolnościami wampirzyca. Przybierając postać zwierzęcia i zjawy, kontynuuje udane wampirze ataki na okolicznych mieszkańców i dokłada wszelkich starań, by uwieść nie całkiem obojętną na jej wdzięki Laurę, doprowadzając ją do niemal całkowitej utraty sił. Kiedy mężczyźni pod wodzą generała Spielsdorfa (którego siostrzenica również padła ofiarą hrabiny) odnajdują grobowiec rodu Karnsteinów, a w nim trumnę z ciałem zanurzonej we krwi, ale oddychającej wampirzycy, przebijają serce Carmilli kołkiem, a następnie odcinają wiecznie młodej kobiecie głowę i spalają jej ciało na popiół.

Mimo upływu ponad roku od tamtych wydarzeń Laura nie jest w stanie otrząsnąć się z traumy. Ponieważ z prologu dowiadujemy się, że po przekazaniu swojej relacji doktorowi Hesseliusowi Laura zmarła, istnieje spore prawdopodobieństwo, że ostatecznie i ona przestoczyła się w wampirzycę, tym bardziej, że z racji pokrewieństwa z Carmillą zapewne była szczególnie podatna na „ataki upiora” (Gemra 2008: przypis na str. 150). Anna Gemra trafnie podsumowuje dwubiegunową charakterystykę kobiecej postaci u Le Fanu oraz psychofizyczne zespolenie Laury i Carmilli: „jest ofiarą i katem zarazem”, „słodka i drapieżna, anielska i szatańska, niewinna i rozpustna: anioł i demon w jednym pięknym ciele. Carmilla-Laura, Laura-Carmilla, połączone na wieki” (2008: 150). Gemra podkreśla również, że w rozmaitych adaptacjach utworu domniemana diaboliczność ustąpiła miejsca zniewalającej urodzie i seksualnemu magnetyzmowi Carmilli (2008: 151).

Nowela irlandzkiego pisarza była i jest analizowana pod wieloma kątami: jako utwór reprezentujący określony gatunek, np. gotycki horror czy nasycony erotyzmem thriller (Jones 2014: 142), w kategoriach psychoanalitycznych (to „opowieść o stłumieniu”; zob. Veeder 1980: 198), czy w kontekście opresyjnej kultury wiktoriańskiej, nie tolerującej i nie umiejącej pojąć zachowań nieheteronormatywnych. Pośród licznych interpretacji utworu nie zabrakło również szeroko rozumianych ujęć społecznych (rozwarstwienie klasowe), polityczno-religijnych i alegorycznych – sugerujących m.in., że historia (swojskiej, niewinnej, angielskiej) Laury i (egzotycznej, katolickiej, potwornej) Carmilli symbolizuje konflikt między protestantyzmem i katolicyzmem (por. teorie Roberta Tracy’ego i Patricka O’Malleya, zreferowane przez Alberto Lázaro 2017: 74–75).

Zobaczyć wampira i...

W *Carmilli* Le Fanu stworzył prototyp uwodzicielskiej, seksualnie agresywnej, bezlitośnie manipulującej ludźmi i posuwającej się do przemocy wampirzycy (por. Crawford 2016: 71). Jednak wampiryczne skłonności *Carmilli* przez większość opowiadania nie są pokazywane wprost – czytelnik musi „połączyć kropki”, by mieć pewność co do jej prawdziwej natury. Niezbędnym dla tej fabuły warunkiem jest niewiedza i zaślepienie występujących w niej postaci (zwłaszcza ojca Laury – naiwnego, pozbawionego mocy sprawczej, a nawet imienia; por. Auerbach 1995: 40). Jak konstatuje Michael Davis, głównym procesem zachodzącym w *Carmilli* jest „wysiłek, by pojąć zagadki”, „przetłumaczyć enigmatycznego Innego na coś, co będzie miało sens” (2004: 224). Kroki słyszane przez Laurę pod sam koniec opowieści można interpretować jako symptom pożądania – tak intensywnego, jak twierdzi Davis, że „zdaje się ono mieć moc przywoływania [...] [*Carmilli*] do życia” (2004: 228).

Stopniowe odkrywanie prawdy – w taki sposób, żeby czytelnik był zawsze o krok przed Laurą, przy jednoczesnym podtrzymywaniu napięcia do samego końca – stanowiło wyzwanie zarówno dla pisarza, jak i artystów ilustrujących jego utwór. Czynnikiem utrudniającym to zadanie mógł być nieco rozczarowujący, bo mało dynamiczny charakter rozprawy z *Carmillą* (zwłaszcza przegadany, pseudonaukowy wywód na temat jej rzeczywistej proveniencji – skrętnie pomniejszający znaczenie faktu, że *Carmilla* stała się wampirem wbrew własnej woli). Jednak najbardziej interesującym aspektem warstwy wizualnej utworu wydają się sposoby portretowania jego dwóch protagonistek. Próby podążania za konstrukcją narracyjną *Carmilli* muszą nastroić trudności biorąc pod uwagę, że nowela jest opowiadana z punktu widzenia narratorki dysponującej ograniczoną wiedzą i rozeznaniami sytuacji. Warto w tym miejscu przypomnieć uogólniającą formułę Williama Hughesa, podług której „dziewiętnastowieczny wampir jest, zazwyczaj, obiektem narracji, a nie narratorem” (2012: 202). Przez większość czasu postrzegamy zatem *Carmillę* oczami Laury. Cóż jednak może ona zobaczyć oprócz obezwładniającej urody swojej nowej przyjaciółki? Czy jest w stanie ukazać jej przewrotną naturę, wyrazić obrzydzenie wywołane jej demoniczną obecnością, wskazać i nazwać typowe dla takich wampirów cechy i zachowania?

Erberto Petoia pisze, że „klasyczna definicja wampira utożsamia go z duchem zmarłej osoby lub jej trupem, ożywionym przez własnego ducha lub demona,

który powraca, żeby zakłócać spokój żywym, pozbawiając ich krwi lub jakiegoś podstawowego organu w celu zwiększenia własnej witalności” (2003 : 35). Z kolei Nina Auerbach podkreśla, że z racji swojej nieśmiertelności wampiry „mogą się zmieniać nieustannie” (1995: 5). We wstępie do książki o wampirach i wilkołakach Alfonso Di Nola zapowiada natomiast, iż będzie omawiać wampiryzm do społu z likantropią, gdyż oba zjawiska łączy obecna w wielu mitologiach wiara w „przemianę osobnika w drapieżne zwierzę lub upiorną zjawę, często przedstawianą jako skrzydlaty drapieżnik, poszukujący trupów i krwi” (Di Nola, w: Petoia 2003: 5). Ujmując rzecz ogólniej i antropologicznie, wampiryzm byłby dla zachodnich kultur odzwierciedleniem „przemiany stanu ludzkiego w coś innego, prawie zawsze napawającego strachem i niepokojącego” (Di Nola, w: Petoia 2003: 18).

W kontekście powyższych przemyśleń werbalizacja odczuć Laury jest szczególnie interesująca. W szóstym rozdziale noweli Le Fanu, zatytułowanym „Bardzo dziwna agonia”, dziewczyna opisuje środki bezpieczeństwa, które podjęła przed zaśnięciem (naśladując zwyczaje Carmilli), i ubolewa, że „sny przedostają się przez ściany z kamieni, rozjaśniają ciemne pokoje i przyciemniają jasne, a ich aktorzy wchodzą i wychodzą, jak im się podoba, i śmieją się ze ślusarzy” (Le Fanu 2015: 476). Mogłoby się wydawać, że najbardziej niepokoi Laurę ów ponadnaturalny aspekt absurdalnej „logiki” snu. Jednak jej opis sennego koszmaru (a do pewnego stopnia również pogranicza snu i jawy) i tego, co zobaczyła po przebudzeniu, nie przeczy regułom realizmu. Laura widzi w ciemnym pokoju, że „coś porusza się w nogach łóżka”, i dopiero po jakimś czasie uświadamia sobie, że „było to czarne jak sadza zwierzę, które przypominało ogromnego kota”, „długie na około półtora metra” (Le Fanu 2015: 477). Zwierzę chodzi coraz szybciej po pokoju, wskakuje na łóżko. Laura widzi „[d]woje szerokich oczu”, czuje przeszywający ból w piersi, budzi się i dostrzega „kobietą postać stojącą u nóg łóżka, nieco po prawej stronie”, „w ciemnej luźnej sukni”, z rozpuszczonymi włosami (Le Fanu 2015: 477):

Posąg z kamienia nie mógłby być bardziej nieruchomy. Nie było nawet najmniejszego znaku oddechu. Gdy tak się w nią wpatrywałam, postać zdała się zmienić miejsce i była teraz bliżej drzwi, potem tuż przy nich, następnie drzwi się otwarły, a ona wyszła (Le Fanu 2015: 477–478).

Według Auerbach, scena w sypialni świadczy o tym, że Carmilla nie jest dla Laury kimś upiornym, abstrakcyjnym, nawet jeśli zachowuje się dziwnie. To raczej mężczyźni chcieliby widzieć w niej pozbawioną materialności, potworną

zjawę, przenikającą okna i drzwi dzięki jakiejś złowrogiej magii (1995: 45). „Kolaż [kilku] Carmilli” (1995: 44), które widzi po nagłym przebudzeniu Laura w przytoczonym wyżej fragmencie, wydaje się osobliwie realistyczny, mimo iż wizualizuje wampirze cechy:

Cudem tego opisu, w tamtych czasach i teraz, jest jego oszałamiająca wolność od konwencji. Nie ma tu klów, ani ślinienia się, ani czerwonych oczu, ani hipnotyzmu, ani odcieleśnienia, tylko ponadwymiarowy kot i drzwi, które się otwierają. Otwierające się drzwi stanowią klucz do tej wampirzycy: ona jest cała ciałem, choć jest to ciało mutujące, nie ma tu żadnej wampirycznej pułapki narzucającej przezroczystość (Auerbach 1995: 45).

Jeśli chodzi o powierzchowność obu protagonistek, tekst Le Fanu nie oferuje ilustratorom zbyt wielu konkretów. Wiadomo tylko, że są bardzo ładne, a romantyczne zakodowanie ich relacji polega wyłącznie na impulsach wzrokowych. To, co piękne, staje się „gwarancją” dobrej duszy i zachętą do zacieśnienia więzi. „Twój wygląd podbił moje serce”, powiada Carmilla (Le Fanu 2015: 447). „Gdybyś nie była taka ładna, myślę, że bardzo bym się ciebie bała, ale ponieważ jesteś właśnie taka i obydwie jesteśmy młode, wiem tylko, że poznałam cię dwanaście lat temu i mam już prawo do bliskości” (Le Fanu 2015: 447). Opisując Laurę z snu z dzieciństwa, wampirzyca mówi, że ujrzała „piękną młodą damę ze złotymi włosami i dużymi błękitnymi oczami, i ustami... twoimi ustami... taką, jak jesteś tutaj” (Le Fanu 2015: 447), i jest to jedyna precyzyjna informacja o jej wyglądzie. Jednak narracja Laury zawiera nieco więcej szczegółów na temat nowo poznanej przyjaciółki:

Była wyższa niż średni wzrost kobiety. Zacznę od jej opisania. Szczupła i cudownie zgrabna. Tyle że ruchy miała powolne – bardzo powolne – a mimo to nic w wyglądzie nie wskazywało na chorobę. Jej cera była zdrowa i jasna, rysy twarzy drobne i śliczne, oczy duże, ciemne i lśniące. Cudowne włosy – nigdy nie widziałam włosów tak gęstych i długich, gdy puszczała je luźno na ramiona. Często wsuwałam pod nie dłonie i śmiałam się, nie dowierzając, że są takie ciężkie. Były cudownie delikatne i miękkie – bardzo głębokiego, bardzo ciemnego brązowego koloru, z przebłyskami złota (Le Fanu 2015: 450).

Ten opis sugeruje, że mimo upływu czasu Laura nie może zapomnieć o Carmilli, a przeżyte wspólnie chwile wciąż „stoją żywo przed [...] [jej] oczami”.

Doświadczwszy zarówno zadurzenia, jak i traumy, zauważa, że wszystko to, co zdarzyło się w jej życiu wcześniej i później, jest „zamazane”. Niczym pacjentka, która doznała wstrząsu mózgu lub czasowej utraty przytomności, Laura dostrzeżga jedynie „pojedyncze obrazy fantasmagorii otoczonej ciemnością” (Le Fanu 2015: 426), a w ostatnim akapicie noweli wyznaje, iż widzi Carmillę „dwojako, z mieszanymi uczuciami – czasami jako wesołą, powolną, piękną dziewczynę, czasami jako wijącego się wroga” i często ma wrażenie, że słyszy jej „lekki krok [...] pod drzwiami salonu” (Le Fanu 2015: 546).

Podsumowując, wiele opisów i dialogów w *Carmilli* wyraża ideę intensywnej, często ograniczonej i przerażającej wizualności. Zdaniem Lisabeth Buchelt można wręcz uznać, że Le Fanu – będący zresztą historykiem sztuki – poświęca więcej miejsca „wizualnej estetyce wzniosłości, piękna, malowniczości niż [...] bardziej klasycznym wyznacznikom literackiego gotyku, takim jak zawiła fabuła, skomplikowane relacje rodzinne czy sformułowane niezrozumiale testamenty czy inne dokumenty prawne” (2013: 123).

W części analitycznej niniejszej publikacji omówione zostaną pokrótce ilustracje i koncepcje graficzne Edwarda Ardizzone’a towarzyszące klasycznej dziś antologii *In a Glass Darkly* Josepha Sheridana Le Fanu w wydaniu z 1929 roku (nakładem oficyny Petera Daviesa). Wybór Ardizzone’a spośród stosunkowo dużej liczby artystów, którzy podjęli się zilustrowania tego utworu, był podyktowany w pewnej mierze szczupłością ram artykułu, ale przede wszystkim idiosynkratycznym stylem zaproponowanej przez niego warstwy graficznej. Biorąc pod uwagę to, że ilustracje mogą być „włączone w tekst, przedzielające pewne jego partie lub zgrupowane poza tekstem w układzie albumowym”; mogą być „różnej wielkości, całostronicowe, spadowe [zajmujące także margines], otrawiane, oblamywane tekstem, podpisem [...]” itd., a umieszczone na oddzielnych wklejkach mogą w większym stopniu pobudzać wyobraźnię czytelników, „podsuka[ć] nowe sposoby odczytywania tekstu i ułatwia[ć] odbiór książki” (*Współczesne polskie drukarstwo...* 1982: 294, 295), skomentowany zostanie także specyficzny układ werbalno-wizualny w noweli i w całym tomie.

Oprócz znaczeń generowanych za sprawą wybranej przez Ardizzone’a metody, jego ilustracje pozwalają poruszyć szereg kwestii pomniejszych, związanych np. z typowym lub ewoluującym stylem artysty, mniej lub bardziej skonwencjonalizowanymi sposobami opisywania i pokazywania postaci wampirycznych, zależnością między typem ilustracji i gatunkiem literackim, skłonnością do aposteriorycznego przypisywania określonej intencji reprezentacjom wizualnym

itp. Jednak najważniejsze z punktu widzenia niniejszego artykułu będą wizualne reprezentacje Carmilli i Laury, zwłaszcza podejście Ardizzone'a do transformacji fizycznej lub „charakterologicznej” postaci, którą mogłaby powodować ich bliska relacja, a także okoliczność, że są one lub mogą się stać wampirami. Szczególnie istotny będzie stopień spójności zaproponowanej przez artystę charakteryzacji, relacja przestrzenna między dwiema bohaterkami, ich zakomponowanie w świecie diegetycznym i na tle innych postaci w wybranych do analizy ilustracjach.

Sztuka niedopowiedzenia

Edward Ardizzone (1900–1979), angielski malarz i grafik, a także oficjalny kronikarz wojenny podczas drugiej wojny światowej, zdobył rozgłos i uznanie przede wszystkim za ilustracje do utworów dla młodego czytelnika, z których część napisał samodzielnie, i to z myślą o własnych dzieciach, aczkolwiek zdaniem Nicka i Tessy Souterów „jego płynna linia i ekspresyjny styl [...] były również odpowiednie do prezentowania tematów ze świata dorosłych” (2012: 183). Tom *In a Glass Darkly* był jego pierwszym dużym zleceniem. Wydanie opowiadań Le Fanu z ilustracjami tego artysty ukazało się w 1929 roku.

Najbardziej charakterystyczną cechą grafik Ardizzone'a jest ich minimalistyczna, a zarazem bardzo efektywna kreska. W artykule poświęconym twórczości artysty, Nicholas Tucker przytoczył jego opinię, że „[n]ajlepszy widok bohatera . . . to widok z tyłu” (1970: 21). Ostentacyjna lakoniczność stylu Ardizzone'a graniczy z metodą kaligraficzną, gdzie rysunkowi bez odrywania ręki towarzyszy możliwie najmniejsza liczba kresek (por. Crane 1914: 7). Cytowany już Hodnett podziwiał Ardizzone'a za lapidarność stylu – za to, że artysta potrzebuje zaledwie kilku kresek, by uchwycić „postawę, gesty i wyraz twarzy”, a jego „steganograficzne szkice” nie mają w sobie nic ze sztywnego, napuszonego formalizmu i nie udają, iż są nowatorskie. Z drugiej strony, Hodnett krytykował kreskę artysty za nieczystość i brak wdzięku (1988: 241); uważał wręcz, że kreskowanie w ilustrowanych przezeń utworach jest „niedbałe i przesadzone”, zaś cieniowanie nie wnosi do rysunków niczego w sensie formalnym, co najwyżej „przypadkowe efekty tonalne” (1988: 241).

Ilustracje Ardizzone'a w *In a Glass Darkly* są liczne, ale, z wyjątkiem frontyspisu i kart tytułowych dla wszystkich pięciu utworów, nigdy nie zajmują całej strony. Cechują się małymi, „winietopodobnymi” rozmiarami i stanowią

integralną część tekstów, jednak bardzo rzadko naruszają regularność łamu i nawet gdy dany rysunek wystaje poza ustaloną dla kolumn szerokość, brakuje tu konsekwentnej semantycznej korelacji (np. podkreślanie szczególnie dramatycznych scen). Do każdego z zawartych w tomie opowiadań powstało kilkadziesiąt ilustracji. Na potrzeby *Carmilli* Ardizzone wykonał 32 rysunki. Ponieważ nowela mieści się w tym wydaniu na ok. 90 stronach, oznacza to, iż na ponad jednej trzeciej z nich tekstowi towarzyszy komentarz wizualny.

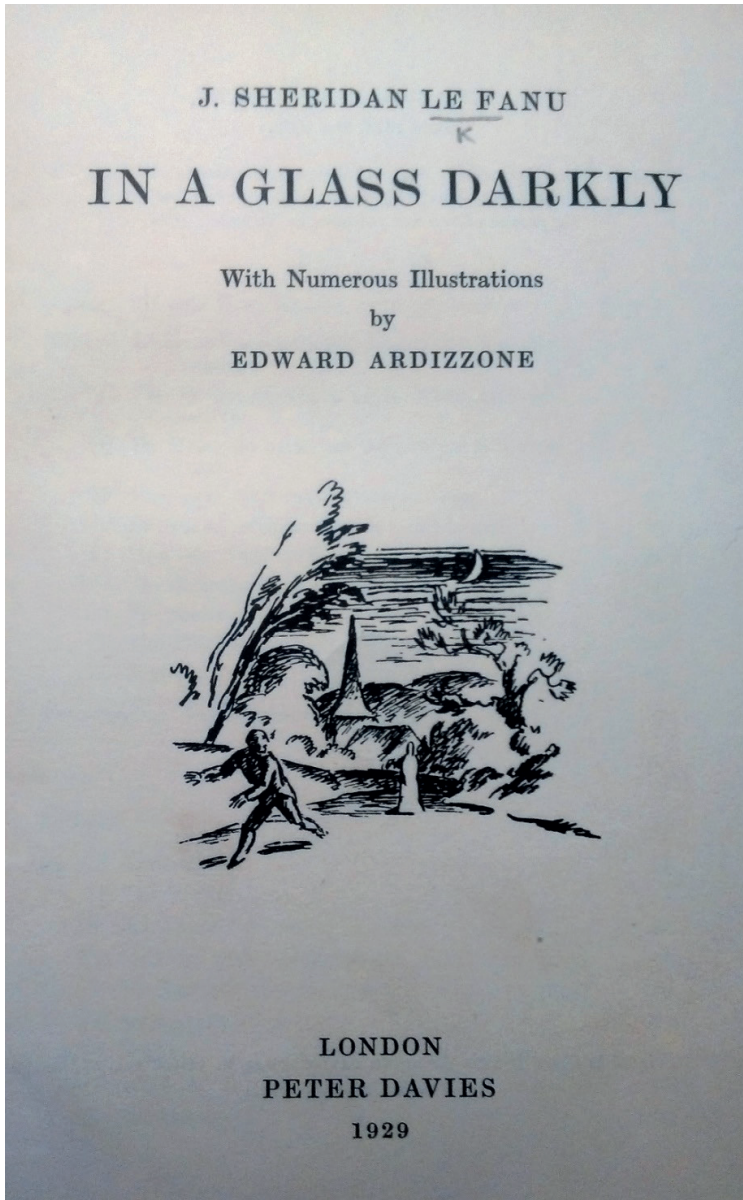
Carmilla pojawia się przed tekstem zasadniczym aż trzykrotnie: na frontyśpisie (gdzie stoi nad Laurą), na karcie tytułowej tomu i na osobnej karcie tytułowej opowiadania. Klamrą spinającą jej wizualne reprezentacje na przestrzeni całej książki jest obłoczek symbolizujący ludzką wyobraźnię. W obłoczku na frontyśpisie widnieją uproszczone motywy z części z pięciu zawartych w zbiorze nowel. To świat wyobraźni pisarza, który siedzi przy stole i używając gęsiego pióra zapisuje kartkę papieru, bez reszty pochłonięty procesem tworzenia. Obłoczek jest pokazany również w finaliku wieńczącym *Carmillę* – ostatnie opowiadanie w tomie – ale tym razem otrzymujemy wgląd w wyobraźnię Laury, którą zaprzatają myśli o *Carmilli* (pokazane są tu aż trzy wcielenia wampirki). Laura siedzi na krześle ze spuszczoną głową, w pozie sugerującej zadumę lub melancholię. Na kolanach trzyma książkę, lecz nie ma udziału w jej tworzeniu. Układ kompozycyjny ilustracji w tomie komunikuje, w dość wyrazisty sposób, że wyobraźnia pisarza nie jest traktowana jako element świata przedstawionego. Jednak przemożny wpływ *Carmilli*, stanowiącej główny obiekt zainteresowania pisarza, ale ustawicznie, do samego końca, nawiedzającej wyobraźnię postaci fikcyjnej, łączy i do pewnego stopnia zrównuje świat pozatekstowy i fikcyjny. Przy okazji Ardizzone oferuje, zamierzony lub nie, wizualny komentarz na temat wszystkich zebranych tu opowiadań; zdaje się zachęcać czytelników, by utożsamiali się z Laurą – podobnie jak ona, pod koniec lektury mają oni w pamięci niemal wyłącznie *Carmillę*.

Ciekawie wypada porównanie frontyśpisu z ilustracyjną winiętą na karcie tytułowej. Frontyśpis ów koncentruje się na najbardziej makabrycznych aspektach wymyślanych przez pisarza historii. Ich przerażającą naturę potęguje chaotyczne, niechlujne kreskowanie kłębow obłoku, w których widać wisielca, mordercę, nawiedzenie przez upiora, trumnę czy wzlatające ku księżycowi czarne ptaszyska. Natomiast winieta karty tytułowej sytuuje postacie *Carmilli* i uciekającego w popłochu mężczyzny w bardziej uporządkowanej, typowej dla literackiego gotyku nokturnalnej scenerii, gdzie smagane wiatrem drzewa i góry tworzą malownicze tło dla samotnej wieży zamku czy też kościoła.

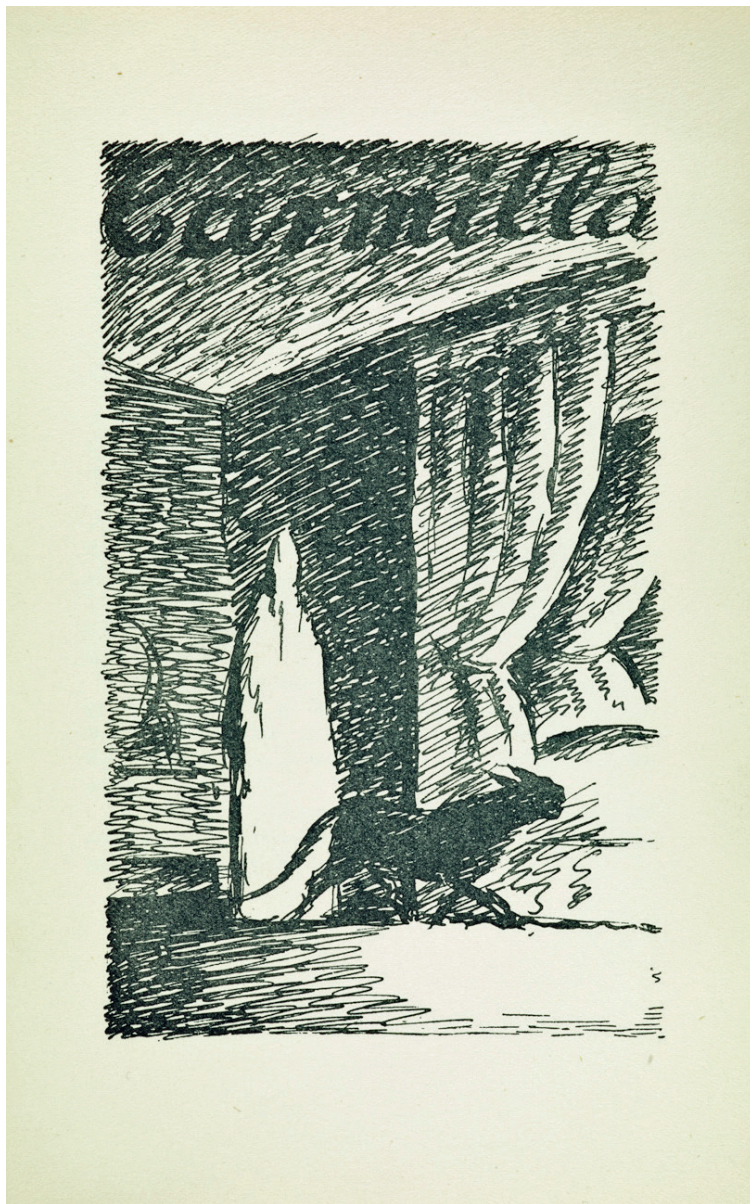


Frontyśpis tomu *In a Glass Darkly* (1929), na którym pojawia się, jako centralny element wyobrażonego przez pisarza świata, całkowicie zakryta białą szatą postać Carmilli. Źródło ilustracji: zdjęcie własne.

Anna Krawczyk-Łaskarzewska



Karta tytułowa *In a Glass Darkly* (1929). Ustawiona frontalnie, Carmilla znajduje się w punkcie zbiegu linii perspektywy, potwierdzając szczególny status noweli w zbiorze. Źródło ilustracji: zdjęcie własne.



Osobna karta tytułowa dla opowiadania *Carmilla* w tomie *In a Glass Darkly* (1929). Powiela ona motyw postaci w bieli, ale prezentuje również jeden z jej zwierzęcych awatarów. Źródło ilustracji: zdjęcie własne

Najosobliwszym elementem ilustracji Ardizzone'a jest gwałtowny kontrast między zwyczajnością Carmilli a jej wampirycznym wydaniem. Już trzy reprodukowane powyżej karty przedstawiają Carmillę wyłącznie jako złowrogą zjawę lub personifikację śmierci. Biała szata bohaterki całkowicie zakrywa jej ciało i twarz; wraz z absurdalnie wysokim, spiczastym ni to kapturem, ni to infulą (w wersji używanej przez dostojników kościoła rzymskokatolickiego) tworzy strój mogący się kojarzyć z procesjami pokutników (co byłoby zgodne z już wzmiankowanymi, religijno-politycznymi interpretacjami utworu). Zasadnicza różnica polega na tym, że nie ma w nim otworów na oczy lub usta, lecz akurat ten rodzaj wizualizacji znajduje uzasadnienie w scenach nawiedzania Laury, podczas których, przynajmniej według relacji tej pierwszej, Carmilla nie mówi ani słowa.

Nie-wampiryczne wcielenia Carmilli są natomiast pozbawione elementów świadczących o jej przewrotnym charakterze. W większości ilustracji, na których jest przedstawiona razem z Laurą, typowa dla Ardizzone'a prostota (zarówno pod kątem doboru treści, jak i formy) oraz brak zainteresowania szczegółem sprawiają, że dziewczyny wyglądają niemal identycznie. Nieodróżnialność dotyka wprawdzie również postaci na ilustracjach do pozostałych opowiadań tomu, ale ma szczególnie interesujące konsekwencje w przypadku *Carmilli*, gdyż w podobieństwie bohaterek można się dopatrywać archetypu gotyckiego sobowtóra, a nawet uznać, że artysta pragnął zasugerować dualizm natury obu bohaterek, zarówno hrabiny-wampirzycy, jak i jej ukochanej ofiary.

Paradoksalnie, szkicowa natura narysowanych przez Ardizzone'a postaci przydaje im płynności i gracji, której należałoby oczekiwać raczej po realizacjach malarskich. Można też dostrzec u niego tendencję do prezentowania postaci i ich otoczenia w sposób nieco steatralizowany, dzięki czemu udaje mu się udramatyzować nawet najbardziej statyczne sceny. Ta ekspresyjna maniera przynosi jeszcze jeden, bardzo korzystny efekt. Uważna analiza póż dwóch protagonistek pozwala je, wreszcie, rozróżnić. Postacie stanowią oczywiście dominantę kompozycyjną większości ilustracji Ardizzone'a, lecz uwaga skupia się nie na ich powierzchowności, tylko na mowie ciała, wrażeniu ruchu, rytmie, oraz względnie zbalansowanym użyciu czerni i bieli.



In a Glass Darkly (1929), s. 305. Nad przewróconą karetą wisi krzyż, przewrotnie zwiastujący nadsięgnięcie zła. Bezkształtna, pozbawiona jakichkolwiek cech postać w ramionach mężczyzny to zapewne doświadczająca omdlenia Carmilla. Źródło ilustracji: zdjęcie własne.



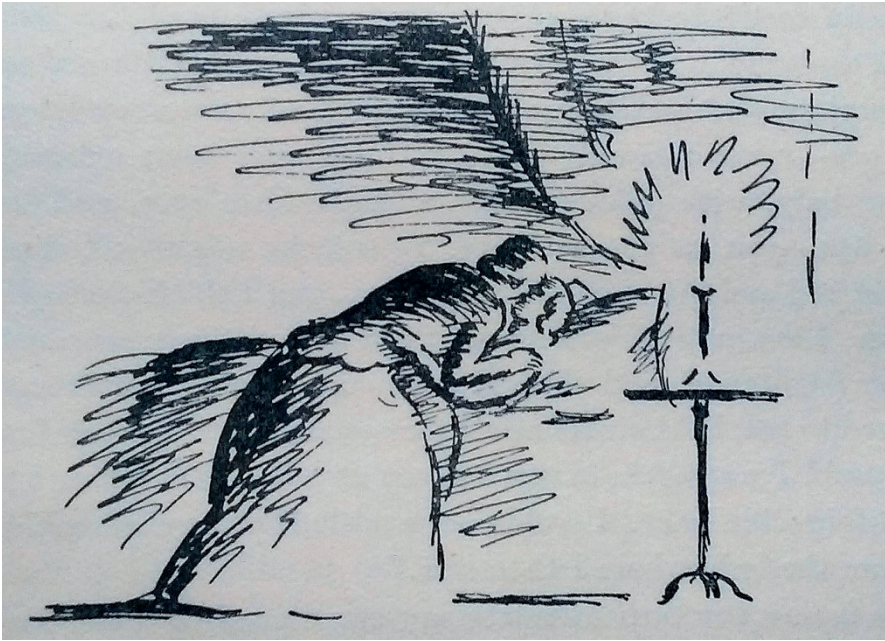
In a Glass Darkly (1929), s. 323. Scena, w której wędrowny handlarz dostrzega u Carmilli „najostrzejszy ząb – długi, cienki, ostry jak szydło, jak igła” (Le Fanu 2015: 461). Ardizzone nie pokazuje jednak zęba częściowo schowanej za oknem Carmilli, tylko jej gniewny grymas (dziewczyna obawia się demaskacji). Źródło ilustracji: zdjęcie własne.



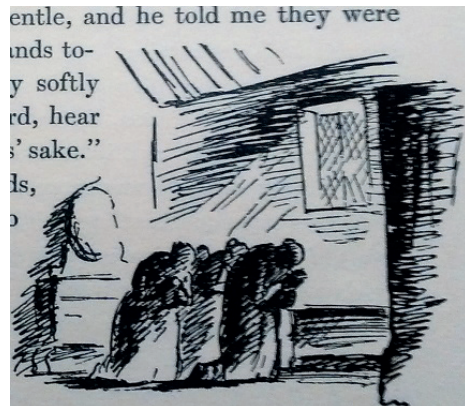
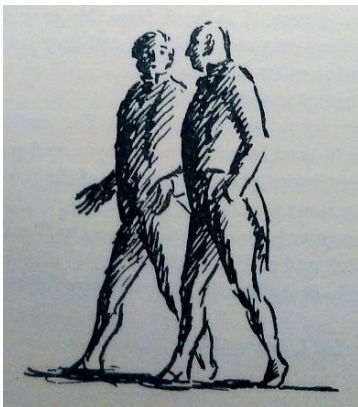
In a Glass Darkly (1929), s. 320. Tylko pozy identycznie wyglądających postaci, które obserwują kondukt żałobny, pozwalają sądzić, że dziewczyna trzymająca rękę na sercu to Laura, zaś jej niemal zgięta wpół towarzyszka jest Carmilla. Źródło ilustracji: zdjęcie własne.



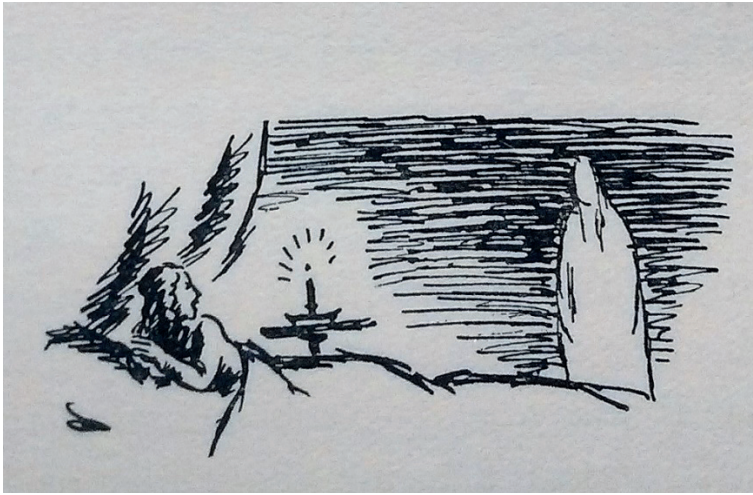
In a Glass Darkly (1929), s. 317. W zilustrowanym tutaj momencie Laura opowiada o powtarzających się sytuacjach, w których Carmilla oplata jej szyję ramionami i czyni jej miłosne wyznania. Postać, która ma rozpuszczone włosy i kładzie dłoń na ręce swojej towarzyszki, to zapewne Carmilla. Źródło ilustracji: zdjęcie własne.



In a Glass Darkly (1929), s. 315. Ilustracja nie oddaje ambiwalentnych uczuć (dziwnej fascynacji i odrazy) Laury względem Carmilli, która mówi jej: „Dobranoc, kochana. [...] Jutro, lecz nie bardzo wcześnie, znowu cię zobaczę” (Le Fanu 2015: 448) – robiąc tym samym aluzję do swego wampirycznego trybu życia. Źródło ilustracji: zdjęcie własne.



In a Glass Darkly (1929), s. 326 i 299. Pozbawione detali, niemal identycznie zakreskowane postacie stają się elementem rytmizującym kompozycję. Źródło ilustracji: zdjęcie własne.

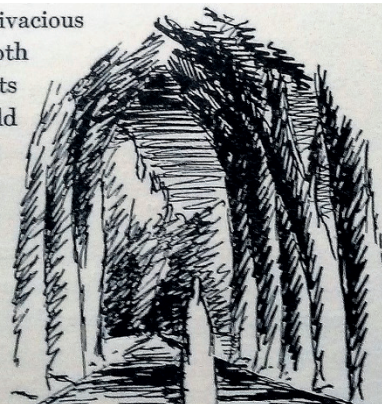


In a Glass Darkly (1929), s. 336. Scena nawiedzenia Laury przez Carmillę-upiora/wampira, zaanonsowana na frontyspisie, tyle że w wersji przerzuconej. Źródło ilustracji: zdjęcie własne.

Madame Perrodon and the vivacious
Mademoiselle Lafontaine. They both
perceived that I was out of spirits
and nervous, and at length I told
them what lay so heavy at my
heart.

Mademoiselle laughed, but I
sensed that Madame Perrodon
looked anxious.

“By-the-by,” said Mademoi-
selle, laughing, “the long lime
tree walk, behind Carmilla’s bed-



In a Glass Darkly (1929), s. 337. Carmilla pokazana z pozycji wszechwiedzącego narratora nie różni się niczym od tej, którą widzi nawiedzana przez nią Laura. Statyczną reprezentację frontalnie i centralnie ustawionej postaci równoważy powtarzalny rytm gęściej zakreskowanych koron i pni drzew „pochylających się” w łuk nad zjawą i oferujących iluzję dodatkowego planu. Źródło ilustracji: zdjęcie własne.

Podsumowanie

W popularnym kompendium Nicka i Tessy Souterów na temat ilustracji została zawarta uwaga, że „przez długi czas ilustratorzy w niewielkim stopniu liczyli się z kierunkami rozwoju sztuki czystej i w związku z tym ewolucji ilustracji nie można ukazać przez odwołanie się do różnych »izmów« i szkół myślenia” (Souter, Souter 2012: 11; odmienny pogląd reprezentuje m.in. Nilce Pereira; zob. Pereira 2008: 107). Z drugiej strony, wizualizowanie postaci i zdarzeń w medium ilustracji książkowej wiąże się nieuchronnie z demonstracją niepowtarzalnego, rozpoznawalnego stylu artysty, który wszak kształtuje się w określonych warunkach i reprodukuje określone wartości kulturowe, społeczne, ekonomiczne itp. Jednak w kontekście teorii ilustracji literackiej i jej materialnego funkcjonowania przynajmniej jeden zestaw pytań wydaje się uzasadniony, mianowicie czy ów idiosynkratyczny styl narzuca się danemu utworowi zbyt mocno, czy prowadzi do zniekształcenia lub wręcz karykaturyzacji utworu i występujących w nim postaci, i czy broni się sam w sobie, jako wartościowe, oryginalne dzieło sztuki.

David Bland wyraził się bardzo pochlebnie o ilustracjach Ardizzone’a do prozy Le Fanu, twierdząc, że znakomicie wpasowują się one w tekst, „fizycznie i pod względem temperamentu”, a reprodukcja liniowo-blokowa „wspaniale podtrzymuje energiczność rysowanych piórkami kreski” (1958: 376). Sam Ardizzone zadeklarował niegdyś, że wszystkich wielkich ilustratorów cechowała niechęć do rysowania z natury (w oryg. *from life*; zob. Ardizzone 1986: 3). Ów brak zainteresowania przyziemnym, drobiazgowym mimetyzmem oraz nacisk na udramatyzowanie akcji (część ilustracji w tomie *In A Glass Darkly* nasuwa skojarzenia ze scenopisem rysunkowym) i specyfika medium dają jednak dość ambiwalentny efekt jeśli chodzi o dwie protagonistki Le Fanu.

Na przeszkodzie stoi nie tylko metonimiczna natura ilustracji, ale też jej problem z oddaniem narracji pierwszoosobowej, która (w przypadku gdy subiektywny narrator jest częścią obrazu), zmienia się „w portretowanie postaci i zdarzeń z obiektywnego, zewnętrznego punktu widzenia” (Eells 2003: 229), zaś wizualnym odpowiednikiem narratora trzecioosobowego staje się ilustrator trzecioosobowy. Subiektywny, nie całkiem wiarygodny punkt widzenia Laury zostaje więc przez artystę pominięty na rzecz nieco chłodnego, graniczącego z wszechwiedzą dystansowania, które jednak, w połączeniu ze szkicowością rysunków, nie służy wzbogaceniu charakterystyki postaci i ich wzajemnej relacji. Wprawdzie oszczędny, „małomówny” styl Ardizzone’a całkiem przekonująco

oddaje ideę enigmatyczności postaci, to jednak nie odkrywa, jak postulował Lachow, „nowego w literaturze za pomocą sztuk plastycznych” (1978: 197), nie zachęca czytelnika do spojrzenia na nowelę Le Fanu w inny sposób, nie prowokuje do jej reinterpretacji. Nie ulega natomiast wątpliwości wartość artystyczna tych ilustracji, co skłania do wniosku, że dialog między pisarzami i ich ilustratorami bywa pozorny, a w każdym razie nie całkiem satysfakcjonujący, i to nawet wówczas, gdy „konwersują” ze sobą wybitna literatura i wybitna sztuka.

Bibliografia

- Ardizzone Edward, 1986, *On the Illustrating of Books*, Fallbrook.
- Auerbach Nina, 1995, *Our Vampires, Ourselves*, Chicago.
- Bland David, 1958, *A History of Book Illustration*, London.
- Bland David, 1962, *The Illustration of Books*, London.
- Botting Fred, 1996, *Gothic*, New York, London.
- Buchelt Lisabeth C., 2013, 'A 'Ghastly Fancy.' *The Picturesque and the Gothic in 'Carmilla' as a Vampire Aesthetic*, w: Le Fanu Joseph Sheridan, *Carmilla: A Critical Edition*, red. Kathleen Costello-Sullivan, Syracuse, s. 122–137.
- Crane Walter, 1914, *Line and Form*, London.
- Crawford Heide, 2016, *The Origins of the Literary Vampire*, Lanham, Boulder, New York, London.
- Davis Michael, 2004, „Gothic's Enigmatic Signifier: The Case of J. Sheridan Le Fanu's 'Carmilla'”, „Gothic Studies”, tom 6, zeszyt 2, s. 223–235.
- Di Nola Alfonso M., 2003, *Wstęp*, w: Petoia Erberto, *Wampiry i wilkołaki. Źródła, historia, legendy od antyku do współczesności*, Kraków. s. 5–31.
- Eells Emily, 2003, *From Word to Image: Illustrating 'Great Expectations'*, „Nineteenth-Century Contexts”, tom 25, zeszyt 3, s. 219–39.
- Gemra Anna, 2008, *Od gotycyzmu do horroru. Wilkołak, wampir i Monstrum Frankenstein w wybranych utworach*, Wrocław.
- Hodnett Edward, 1988, *Five Centuries of English Book Illustration*, Aldershot.
- Hughes William, 2012, *Fictional Vampires in the Nineteenth and Twentieth Centuries*, w: *A New Companion to the Gothic*, red. David Punter, Malden, Oxford, s. 197–210.
- Jones David J., 2014, *Le Fanu's 'Carmilla': Lesbian Desire in the Lanternist Novella*, w: *Sexuality and the Gothic Magic Lantern. Desire, Eroticism and Literary Visibilities from Byron to Bram Stoker*, Basingstoke, s. 142–168.
- Lachow Wola Nikolajewicz, 1978, *Szkice z teorii sztuki książki*, tłum. Bożena Chrzanowska-Sokołowska, Krystyna Gieda, Małgorzata Komza, Grażyna Talar, Wrocław.

Damy i wampir(z)y(ce): *Carmilla* ilustrowana

- Lázaro Alberto, 2017, *The Dark Side of British Horror Fiction: Politics, Taboos and Censorship*, „Elope”, tom 14, s. 69–81. DOI: 10.4312/elope.14.2.
- Le Fanu Joseph Sheridan, 1929, *Carmilla*, w: *In a Glass Darkly. With Numerous Illustrations by Edward Ardizzone*, London, s. 291–384.
- Le Fanu Joseph Sheridan, 2014, *Carmilla. Illustré par Isabella Mazzanti*, Toulon.
- Le Fanu Joseph Sheridan, 2015, *Carmilla*, w: *W ciemnym zwierciadle*, tłum. Mira Czarnecka, Poznań, s. 417–546.
- Nöth Winfried, 1990, *Handbook of Semiotics*, Bloomington.
- Pereira Nilce M., 2008, *Book Illustration as (Intersemiotic) Translation: Pictures Translating Words*, „Meta: Translators’ Journal”, tom 53, zeszyt 1, s. 104–119. DOI: 10.7202/017977ar.
- Petoia Erberto, 2003, *Wampiry i wilkołaki. Źródła, historia, legendy od antyku do współczesności*, Kraków.
- Skierkowska Elżbieta, 1969, *Współczesna ilustracja książki*, Wrocław.
- Souter Nick, Souter Tessa, 2012, *Ilustracje. Przewodnik*, Warszawa.
- Tucker Nicholas, 1970, *Edward Ardizzone*, „Children’s Literature in Education”, tom 1, zeszyt 3, s. 21–29. DOI: 10.1007/bf01213614.
- Veeder William, 1980, ‘*Carmilla*’: *The Arts of Repression*, „Texas Studies in Literature and Language”, tom 22, zeszyt 2 (lato), s. 197–223, <http://www.jstor.org/stable/40754606> [dostęp: 7.01.2019].
- Wiercińska Janina, 1974, *Książka – grafika – ilustracja*, w: *Grafika wczoraj i dziś*, Warszawa, s. 65–89.
- Wiercińska Janina, 1986, *Sztuka i książka*, Warszawa.
- Współczesne polskie drukarstwo i grafika książki. Mały słownik encyklopedyczny*, 1982, Wrocław.

Joanna Szewczyk

Uniwersytet Jagielloński

Siostry Ofelii. O kilku wizualnych reprezentacjach kobiecej melancholii i hysterii

Abstrakt:

Tematem artykułu są reprezentacje kobiecego szaleństwa w XX-wiecznej kulturze wizualnej, którym patronuje postać Ofelii, z jednej strony stanowiąca według Elaine Showalter archetyp kobiecego obłądzenia oraz swoistą soczewkę skupiającą kulturowo i historycznie zmienne przekonania na jego temat, z drugiej zaś będąca figurą estetyzacji/oswojenia żywiołu śmierci. Celem artykułu jest ukazanie, w jaki sposób ikonografia Ofelii przenika do współczesnej fotografii, filmu i teledysku, utrwalając i nicując kulturowe klisze, prowokując pytania o nacechowaną genderowo przemoc widzialności, lecz także o swój transgresyjny potencjał.

Słowa kluczowe:

Ofelia, ofelizm, histeria, szaleństwo, kultura wizualna

Smutna Ofelia, fantom cichy, biały,
Lat przeszło tysiąc płynie falą czarną;
Lat przeszło tysiąc rozkoszne jej szwały
Słodko ku wiewom wieczornym się garną.
Arthur Rimbaud (Kasprowicz 1912: 281)

Biała Ofelia z wiersza Arthura Rimbauda pojawia się na początku moich rozważań nieprzypadkowo. Stanowi ona jedno z licznych literackich ucieleśnień popadającej w obłądzenie bohaterki Szekspira, krąg skojarzeń wokół której wyznaczają pojęcia kobiecości, szaleństwa i wizualnej reprezentacji (Showalter 1997: 148). Jak zauważyła Elaine Showalter, postać Ofelii sytuuje się między nieobecnością w tekstach krytycznych poświęconych *Hamletowi*, a nadmiernie rozplenioną przedmiotową obecnością w rozmaitych tekstach kultury, gdzie ulega ona

swoistej mitestetyzacji¹, będąc zarazem literackim archetypem nierozzerwalnie ze sobą związanych żywiołów kobiecości i szaleństwa (Showalter 1997: 149).

Niewątpliwie kulturowy fenomen Ofelii ma swoje źródło w zespole wyobrażeń, jednoczących wodę, kobietę i śmierć. Analizując kompleks Ofelii, Gaston Bachelard zwrócił uwagę, iż bohaterka ta

może [...] stać się dla nas przykładem kobiecej odmiany samobójstwa. Jest ona zaprawdę stworzona na to, by umrzeć w wodzie, jak powiada Szekspir, w wodzie odnajduje swój własny żywioł. Woda jest żywiołem śmierci młodej, pięknej, ukwieconej, [...] jest żywiołem śmierci wyzbytej pychy czy zemsty, śmierci masochistycznej (Bachelard 1975: 155).

Fantazmat śmierci młodej i pięknej kobiety w wodzie odsłania nierozzerwalny związek Erosa i Thanatosa, lecz jest także – od czasów romantyzmu – sposobem radzenia sobie ze śmiercią jako wtargnięciem nieokiełznanego żywiołu w społeczny ład (Ariès 2011: 607; Romanska 2005: 492; Czeczot 2016: 20). Uczynienie przedmiotem oglądu śmierci Ofelii w nurtach rzeki jest związane według Elizabeth Bronfen z wykształceniem się romantycznej nekroestetyki, mającej na celu oddalenie realnej śmierci przez obiekt przeznaczony do kontemplacji i jednocześnie jej trwałe powiązanie z kobiecością (Czeczot 2016: 30–31; Bronfen 1992; Sosnowska: 2013). Dlatego też Ofelia nigdy nie tonie, lecz dryfuje na przestrzeni wieków, stale będąc przedmiotem fascynacji i obsesji (Peterson, Williams: 2012)².

Showalter, autorka znakomitego szkicu poświęconego teatralnym i malarzkim reprezentacjom Ofelii, zwraca uwagę, że ze wszystkich bohaterek szekspirowskich jest ona najczęściej postrzegana przez pryzmat symboli kojarzonych z kobiecością i seksualnością, stając się tym samym postacią emblematyczną (Showalter 1997: 153). W niezwykle inspirującym studium poświęconym obrazom ofelicznym Katarzyna Czeczot wprowadza natomiast pojęcie ofelizmu, który definiuje jako wizualny kod, mający swe źródło w wizerunkach młodej i pięknej kobiety w otoczeniu wody i/lub kwiatów, stale zasilający zachodnioeuropejskie

¹ Pod pojęciem mitestetyzacji rozumiem praktyki estetyzujące dany obiekt, który pod ich wpływem ulega mitologizacji, zmieniając swoje pierwotne znaczenie i zakorzeniając się w mitologii kulturowej.

² Jak pisze Bachelard: „Na próżno pogrzebią w ziemi szczątki Ofelii. [...] Przez całe wieki jawić się będzie marzycielom i poetom, unosząc się na falach swego potoku, z kwiatami i włosami rozpostartymi na wodzie” (Bachelard 1975: 155–156).

imaginarium. Jak pisze badaczka, „ofelizm nie jest więc pojęciem analogicznym do hamletyzmu, oznaczającego pewną postawę życiową; w pierwszej kolejności bowiem odnosi się on do sfery wizualnej” (Czeczot 2016: 13)³.

Sądzę, iż ukonstytuowanie się wizerunku Ofelii jako części mitologii kulturowej odzwierciedla opisany przez Rolanda Barthesa mechanizm powstawania mitu jako rozplenie się elementu oznaczającego (*signifiant*) kosztem elementu oznaczanego (*signifié*):

To, co jest znakiem (tzn. asocjacyjną całością pojęcia i obrazu), [...] staje się prostym *signifiant* [...]. Bez względu na to, czy chodzi o zapis literowy, czy o zapis obrazowy, mit dostrzega tu jedynie sumę znaków, jedynie jakiś znak globalny, ostateczny wyraz jakiegoś łańcucha semiologicznego. I właśnie ten ostateczny wyraz stanie się pierwszym wyrazem lub cząstkowym wyrazem tego narosłego systemu, który buduje (Barthes 2000: 245; Plat 2001: 175–179).

Odczytana przez pryzmat teorii Barthesa figura Ofelii byłaby więc częścią kulturowej mitologii, określonym przez *signifiant* wody, kwiatów, rozpuszczonych włosów, białej sukni i tęsknych pieśni pustym znakiem, w którym źródło mają określone wyobrażenia estetyczne, społeczne i kulturowe. Pojawia się zatem pytanie: na ile mit Ofelii stabilizuje patriarchalne przekonania na temat kobiecości, na ile zaś może zostać skradziony przez krytykę feministyczną (Szczyka 2001)?

W kolejnych częściach tego artykułu chciałabym prześledzić kilka wybranych, współczesnych wizerunków „siostr Ofelii” pojawiających się w projektach fotograficznych, muzyce popularnej oraz filmie. Analizując ich warstwę wizualną, pragnę z jednej strony wskazać na obecność/powtórzenie ofelicznych emblematów, z drugiej zaś zwrócić uwagę na ich transgresyjny potencjał, związany z przekraczaniem/nicowaniem struktury znakowej „pięknej topielicy”.

³ W swoim studium poświęconym ofelizmowi Czeczot nawiązuje do koncepcji „dwóch ciał Ofelii” Magdy Romanskiej, zgodnie z którą pierwsze ciało ustanawiają sceniczne reprezentacje szekspirowskiej bohaterki, drugie zaś estetyczne przedstawienie jej zwłok. Badaczkę interesuje natomiast „trzecie ciało” Ofelii, będące przestrzenią oporu wobec ugruntowanych w kulturze patriarchalnej dychotomii kobieta-mężczyzna, natura-kultura, aktywny-bierny etc., odsłaniające swój wyrotowy potencjał. Niniejszy artykuł zawdzięcza wiele ustaleniom Czeczot, jednak moim celem jest przede wszystkim uchwycenie napięcia między współczesnymi w kulturze współczesnej wizualnymi reprezentacjami Ofelii utrwalającymi kulturowe matryce, a tymi, w obrębie których dokonuje się negocjowanie znaczeń.

I

Portrety Doroty Góreckiej skupione są wokół triady kobieta-woda-roślinność. W jej pracach daje się dostrzec wyraźna inspiracja malarstwem prerafaelitów, obsesyjnie malujących szekspirowską bohaterkę. Przedstawione na fotografiach modelki zanurzone są w wodzie lub bujnej roślinności, która zdaje się je pochłaniać, przypominają nimfy lub zmysłowe syreny przynależące do porządku natury. W cyklu *Ophelia's Madness* bezpośrednio nawiązującym do sceny utonięcia Ofelii, zobaczyć można piękne kobiety, łagodnie i bezwolnie dryfujące w wodzie, często pogrążone we śnie. Na ich twarzach maluje się wyraz spokoju lub mistycznego uniesienia, zapatrzenia w coś, co pozostaje ukryte poza oczami widza, a co jeszcze bardziej przybliża je do Ofelii ze słynnego płótna Johna Everetta Millais.

Tym, co zwraca tu szczególną uwagę, jest swoista płynność i pograniczność bohaterek. Ciała kobiet zdają się zatracać swe granice i zespałać z żywiołem wody, przemieszczają się w stronę tego, co już-nie-ludzkie, zawieszony między snem a śmiercią. Pisząc o kompleksie Ofelii, Bachelard zwrócił uwagę, że kobieca śmierć w wodzie jawi się jako powrót do macierzy, łagodne rozpuszczenie się w żywiole kobiecości (1975: 154–155). Zdaniem autora *Wyobraźni poetyckiej*, „nie można rozbić syntetycznego obrazu, w którym kojarzą się: woda, kobieta i śmierć” (Bachelard 1975: 160). Wrażenie wilgotności i niestałości dryfujących ciał siostr Ofelii na fotografiach Góreckiej potęgują suknie i welony przypominające obłoki i mgły. Ich biel skonstrastowana zostaje z ciemnozieloną roślinnością oraz niemal czarną wodą, symbolizującą śmierć, lecz także wywołującą asocjacje z gotyzmem, tajemniczą seksualnością i czarnym lustrem melancholii. Woda jest bowiem żywiołem melancholizującym (Bachelard 1975: 164), znoszącym granice podmiotowości, prowadzącym do absolutnego rozpląnięcia, do substancjalnej nicości. Stworzone przez Górecką fotografie pogrążonych w wodzie i roślinności pięknych topielic nie tylko przywodzą na myśl wyobrażenia kobiecego ciała jako ogrodu⁴, lecz motywują także do przemyślenia pojęcia martwej natury.

Nie sposób nie zadać pytania, czy fotografie wpisujące się w tradycję romantycznej nekroestetyki nie przypieczętowują binarnych opozycji, w których kobieta utożsamiana jest z naturą i biernością, stając się przedmiotem sztuki

⁴ Camille Paglia pisze o ciele kobiety, iż „jest ono ogrodem otoczonym murami, średnio-wiecznym hortus conclusus, w którym natura odprawia swoje daimoniczne czary” (2006: 11; zob. też Bakke 2000: 74; Mikołajko 2010: 139).

i malowniczym obiektem kontemplacji? Ciekawy punkt odniesienia dla twórczości Doroty Góreckiej może stanowić fotograficzny projekt Silvii Camporesi, w ramach którego włoska artystka stworzyła fotograficzne kopie obrazu *Ofelia* Johna Everetta Millais. Na pozór wydawać by się mogło, że stanowią one tylko powielenie nekroestetycznych klisz, przedstawiają bowiem unoszącą się na wodzie kobietę otoczoną zieloną roślinnością i kwiatami, a tren jej sukni przypomina syreni ogon. Fotografie te zostały jednak skontrastowane ze zdjęciami dryfujących lalek. To odesłanie do ambiwalentnego statusu lalki w kulturze wywołuje niepokój i prowokuje namysł nad sposobem postrzegania Ofelii zawieszanej między tym, co ludzkie i nieludzkie, lecz także kobiety jako „przedmiotu do patrzenia” w patriarchalnym porządku społecznym, gdzie władza spojrzenia przypisana zostaje mężczyźnie.

Fotograficzne projekty Doroty Góreckiej i Silvii Camporesi czerpią wyraźnie z ofelicznej estetyki, jednak pierwszy zdaje się utrwalać kulturowe wyobrażenia dotyczące związku kobiety i natury. Drugi z nich pozwala natomiast na dopatrzenie się pęknięć w pozornie monolitycznych reprezentacjach pięknej śmierci w wodzie.

Szczególnie wyrazistym przykładem ujawniającym transgresyjny potencjał przedstawień ofelicznych jest praca amerykańskiego fotografa Gregory’ego Crewdsona *Untitled (Ophelia)* z 2001 roku, deszyfrująca związki między kobietą, śmiercią a szaleństwem. Fotografia przedstawia wnętrze mieszkalne wypełnione wodą, której tafla stanowi zwierciadło odbijające i podwajające przestrzeń pokoju i znajdujących się w nim w nieładzie przedmiotów, co potęguje wrażenie głębi i niepokoju. Na pierwszym planie, w centralnym punkcie fotografii, znajduje się częściowo zanurzona młoda kobieta w półprzezroczystej białej bieliźnie, dodatkowo uwydatniającej jej błądź kontrastującą z czernią wody. Ułożenie ciała bohaterki zdjęcia, jej szeroko otwarte nieruchome oczy i bezwładne ręce wywołują oczywiste skojarzenia z malarskimi reprezentacjami postaci Ofelii. Piękna topielica unosi się na powierzchni wody, jednak nie w otoczeniu kwiatów i bujnej roślinności. Świadkiem jej śmierci jest przestrzeń domu, która zdaje się górować nad bohaterką i zawłaszczać jej ciało. Miejsce utożsamienia kobieta-natura zajmuje zatem inne, równie trwałe wyobrażenie łączące kobietę ze sferą prywatną.

Fotografia Crewdsona nicuje utrwalone stereotypy i wyobrażenia dotyczące genderowo nacechowanej przestrzeni domowej jako „naturalnego” miejsca kobiety. Nieruchomość i bezwładność „udomowionej” Ofelii nie wywołuje wrażenia

spokoju, ukojenia związanego z połączeniem się z kobiecym żywiołem, lecz jest niepokojąca, sugeruje raczej jej uwięzienie w klaustrofobicznej przestrzeni „amerykańskiego domu na przedmieściach”. Piękna topielica jawi się jako jeszcze jeden zanurzony w wodzie przedmiot – domowy sprzęt, co konfrontuje widza z problemem kulturowej reifikacji kobiety i jej przywiązania do sfeminizowanej przestrzeni domu.



Gregory Crewdson, *Untitled (Ophelia)*, 2000/2001, The Art Institute of Chicago⁵.

Według Katarzyny Czeczot martwa dziewczyna unosząca się na wodzie w otoczeniu kwiatów, tak intensywnie oddziałująca na XIX-wieczną męską wyobraźnię, jest postacią fascynującą lecz i ambiwalentną, wzbudzającą lęk. Zdaniem badaczki romantyczna nekroestetyka jest odpowiedzią na lęk nowoczesnego, męskiego podmiotu „dążącego do scalenia swojej jaźni, uszczelnienia jej granic i zabezpieczenia ich przed naporem nieznaney, zewnętrznej siły”

⁵ Dziękuję Agacie Berniak-Klich za wskazanie mi fotografii Crewdsona.

(Czeczot 2016: 33). Rozmycie granic podmiotowości, której figurę stanowi rozpuszczenie się w wodzie, jest więc jedną z obsesji nowoczesnego, męskiego „ja”. Należy jednak zwrócić uwagę, że także przestrzeń domowa stanowi dla męskiego modernistycznego podmiotu źródło napięć i niepokojów. Pisząc o płci domu, David Morley podejmuje polemikę ze „szczęśliwą fenomenologią domu” w ujęciu Bachelarda, zwracając uwagę, iż jego spojrzenie określa perspektywa mężczyzny – beneficjenta domowego ogniska (Morley 2011: 73). Badacz przywołuje tu krytyczną rozprawę Luce Irigaray, według której element kobiecy zapewnia mężczyznom dom, lecz w rezultacie sama kobieta zostaje skazana na więzienie lub bezdomność (Morley 2011: 79). Jednocześnie zaś źródłem lęków modernistycznego podmiotu staje się uwięzienie w przestrzeni domowej, niemożność kultuwowania wolności przestrzennej (Morley 2011: 82). W tym kontekście fotografię Crewdsona można odczytywać jako Barthesowską kradzież ofelicznego mitu, rozbicie binarnych opozycji mężczyzna – kobieta, kultura – natura, aktywność – bierność, publiczne – prywatne, których drugi człon zawsze wartościowany jest negatywnie, oraz zwrócenie uwagi, iż upłciony dom może stać się dla kobiety przestrzenią szaleństwa.

II

Kolejnym zagadnieniem, które chciałabym poruszyć, jest wykorzystanie ofelicznych wizerunków w teledyskach muzyki popularnej, gdzie, obok analizowanych dotychczas emblematów bohaterki Szekspira, pojawia się śpiew, liryczna skarga porzuconej lub zdradzonej dziewczyny. W pochodzącym z 2000 roku utworze Anny Marii Jopek *Szepty i łzy*, skomponowanym przez Wojciecha Kilara⁶, wyraźne są inspiracje polską muzyką ludową, co przejawia się zarówno w jego warstwie słowno-instrumentalnej, jak i wizualnej promującego go teledysku. Tło dla miłosnej skargi dziewczyny rozłączonej z ukochanym, w którą wciela się artystka, stanowią sielskie krajobrazy pól i łąk.

⁶ Kompozycja Kilara powstała pierwotnie na potrzeby filmu *Portret damy* (1996) w reżyserii Jane Campion.



Kadr z teledysku *Szepty i tzy* Anny Marii Jopek (2000).

Bohaterka występuje tu w białym stroju i woalu, który upodobnia ją do słowiańskiej rusalki zwiernającej się ze swej miłosnej tęsknoty siostrze wierzbie – nagrobnemu drzewu, niememu świadkowi śmierci szekspirowskiej Ofelii⁷. Stylizacja piosenkarki jest czytelnym nawiązaniem do ofelicznej estetyki, która ujawnia na pierwszy rzut oka zaskakujący związek ze słowiańską melancholią. Wrażenie to ulega dodatkowemu wzmocnieniu, gdyż teledysk otwiera sekwencja zdjęć łąk i falującej wody, w której kilkakrotnie odbijać się będzie zamglona i nieostra postać kobiety. Jej obraz łagodnie wtapia się w tło, rozmyty zostaje na tafli wody przez spadające krople deszczu lub łez, zmienia się w przepływający obłok, co podkreśla zawieszenie bohaterki między obecnością i nieobecnością,

⁷ Według Władysława Kopalińskiego wierzba symbolizuje m.in. wodę, dziewictwo, kres miłości, porzuconą kochankę, rozczarowanie, tęsknotę, smutek, śmierć, żalobę, co uwydatnia jej szczególne miejsce w ofelicznej mitologii (Kopaliński 2007: 464). W opisie śmierci Ofelii w *Hamlecie* pojawia się bezpośrednie przywołanie tego drzewa: Jest jedna wierzba na brzegu strumienia –/ Jej siwe liście drżą w zwierciadle wody./ Tam to się stało (Shakespeare 2006: 362).

jawą a sennym marzeniem. Szczególnego znaczenia nabiera kadr, w którym artystka leży okryta woalem niczym całunem w zagłębieniu na ukwieconej łące, które przypomina wyschnięte koryto rzeki lub trumnę. Błądząca po polach i łąkach, śpiewająca swą tęskną skargę Ofelia znika ostatecznie niczym rusalka wśród zamglonych moczarów.

Teledysk do utworu *Wuthering Heights* (1978) z debiutanckiego albumu Kate Bush uwidacznia silne kulturowe związki między wizualną reprezentacją a kobiecym szaleństwem. Jego tytuł i fabuła nawiązują do powieści Emily Brönte, przedstawiającej tragiczną historię miłości Heathcliffa i Catherine, która po zawarciu małżeństwa z innym popada w obłąd i umiera. Tekst piosenki stanowi apokryficzny ciąg dalszy miłosnego dramatu – jest on bowiem skierowanym do Heathcliffa monologiem Catherine powracającej po śmierci jako duch do ukochanych Wichrowych Wzgórz.

W moim przekonaniu śpiew artystki, jej strój, mimika oraz wykonywane gesty stanowią efektowne inscenizowanie hysterii, z którą w XIX wieku łączone było szaleństwo Ofelii (Showalter 1997: 158). Showalter pisze, iż w XIX wieku „ikonografia romantycznej Ofelii zaczęła przenikać do rzeczywistości określając styl charakterystyczny dla niezrównoważonych młodych kobiet, usiłujących wyrazić i uzewnętrznić swoje cierpienie” (1997: 158). Dyrektorzy wiktoriańskich szpitali psychiatrycznych, wykorzystując nową wówczas technikę fotografii, narzucali swoim pacjentkom kostiumy, pozy i gesty Ofelii. Badaczka trafnie zwróciła uwagę, iż rzeczywistość, psychiatria i konwencja przedstawienia uległy szczególnemu przemieszeniu w fotograficznych zapisach hysterii Jeana-Martina Charcota, dyrektora paryskiego szpitala Salpêtrière, który stał się przestrzenią teatralizacji hysterii i zarazem muzeum żywej patologii, gdzie upozowane na Ofelię obłąkane kobiety w białym szpitalnym odzieniu z rozpuszczonymi włosami przyuczano do roli szekspirowskiej bohaterki (Showalter 1997: 160). Sam Charcot wyróżnił cztery etapy kryzysu historycznego, spośród których najbardziej interesowała go tzw. faza błazeńska, charakteryzująca się pobudzeniem ruchowym, grymasami i teatralnymi gestami naśladującymi wielkie namiętności (Appignanesi, Forrester 1998: 74; Skrabek 2016: 119; Trillat 1993). Należy także zwrócić uwagę na erotyczną nadbudowę objawów hysterii i fakt, że była ona kojarzona z kobiecą seksualnością – tym samym szaleństwo ulega tutaj wyraźnej genderyzacji.



Kadr z teledysku *Wuthering Heights* Kate Bush (1978).

W teledysku *Wuthering Heights* Kate Bush przekonująco inscenizuje objawy hysterii, przekształcając swoje ciało w teatralny spektakl. Ubrana w białą suknię młoda kobieta z rozpuszczonymi włosami wyraźnie odcina się od ciemnego tła. Jej gesty i mimika są przerysowane i egzaltowane, co sugeruje ich związek z pozami przybieranymi przez histeryczki, podobnie jak rozerotyzowane ruchy artystki w tańcu. Jej wyłaniająca się z dymu czy też mgły postać ulega podwojeniu, co wywołuje wrażenie gry lustrzanych odbić, rozszczepienia jej osobowości. Wykonawczyni filmowana jest z bardzo bliska, co uwidacznia jej sposób naśladowania wielkich namiętności, zaś odjazd kamery powoduje wrażenie zapadania się przerażonej kobiety w nicłość i ciemność. Artystka odgrywa tu swego rodzaju pantomimę dotykając palcami wymagowanej szyby (a może tafli wody?), która oddziela ją od ukochanego „pana i mistrza” a w rzeczywistości od świata żywych. Zwraca również uwagę fakt, że Catherine wzywająca w swej lirycznej pieśni Heathcliffa wydaje się nieświadoma faktu, że należy już do świata umarłych, jest zawieszona między istnieniem i nieistnieniem jak Ofelia, rzekomo w chwili śmierci niezadająca sobie sprawy ze swego położenia (Shakespeare 2006: 362).

Podobny wątek pojawia się w późniejszym o dwie dekady utworze Nicka Cave'a i Kylie Minogue *Where the Wild Roses Grow* (1995), w którym powracają motywy szaleństwa, śmierci i miłości w połączeniu z motywami ofelicznymi. Jest to kolejny obraz określony przez prerafaelicką estetykę i wyraźne nawiązanie do słynnego płótna Johna Everetta Millais. Liryczna ballada stanowi retrospekcję historii miłosnego związku opowiedzianą z perspektywy mężczyzny i zamordowanej przez niego kobiety, nazywanej „Dziką Różą” wbrew jej prawdziwemu imieniu. Przywodzi to na myśl Ofelię określaną przecież mianem „Róży Elsynoru”.

Teledysk rozpoczyna sekwencja zdjęć wykonanych za pomocą powolnych ruchów kamery, której obiektyw niczym męskie oko przesuwa się po zanurzonej w rzece wśród przybrzeżnych zarośli ciele kobiety w białej sukience, by następnie uchwycić zakrwawione i zanurzone w wodzie dłonie mężczyzny. Następujący po tym liryczny dwugłos bohaterów jest opowieścią o fascynacji i lęku, które doprowadzają do zbrodni nad brzegiem rzeki. Dochodzi tu, na kilku poziomach, do utożsamienia kobiety i kwiatu (jego znakiem jest konwencjonalne utożsamienie czerwonej róży, krwi i ust dziewczyny). Róża symbolizuje między innymi zasadę żeńską, piękno, kruchość, przemijanie i śmierć, dziewiczość, cnotliwość i miłość seksualną (Kopaliński 2007: 362–363). Symbolizm kwiatu odsyła tu zatem do konwencjonalnego ujmowania kobiecości (na zasadzie utożsamienia kobieta-kwiat) i jej kulturowej polaryzacji jako niewinności i źródła grzechu, co zgodne jest z przedstawianiem Ofelii jako dziewiczej i zarazem upadłej. Nieprzypadkowo zatem w utworze *Where The Wild Roses Grow* po zanurzonej w wodzie ciele kobiety pełnie wąż. Showalter zwraca uwagę, że:

Kwiaty Ofelii sugerują niezgodne ze sobą obrazy kobiecej seksualności, zarówno niewinne zakwitanie jak i nierządne zbrukanie; jest ona zarówno „niewinną dziewczyną” z literatury pastoralnej, dziewczcą „Różą Majową”, i wariatką otwarcie mówiącą o sprawach seksu, która rozdając dzikie kwiaty i zioła w symboliczny sposób sama się defloruje (Showalter 1997: 153).

W utworze *Where The Wild Roses Grow* szaleństwo zostaje przypisane mężczyźnie i zdaje się mieć źródło w fascynacji i lęku przed esencjalistycznie pojmowaną kobiecością. Zabójstwo kobiety zyskuje tu paradoksalny charakter zatrzymania jej kruchego piękna skazanego na przemijanie. Dlatego związek

między bohaterami utworu przekształcony zostaje w relację między artystą śmierci a jego muzą, której nieruchome ciało upozowuje on na kształt dzieła sztuki, czyniąc zeń wanitatywną alegorię. W tym sensie analizowany teledysk stanowi kontynuację XIX-wiecznej praktyki wypierania/estetyzowania śmierci, poprzez „umieszczenie w centrum tanatycznej ikonografii kobiecego ciała, które – kulturowo konstruowane jako ciało Innego – umożliwia patrzącym zajęcie pozycji na zewnątrz”, transformowanie kobiety i śmierci w przeznaczony do kontemplacji obiekt sztuki (Czeczot 2016: 30–33).



Kadr z teledysku *Where The Wild Roses Grow* Nicka Cave'a i Kylie Minogue (1995).

Zupełnie odmienną wizję śmierci szekspirowskiej bohaterki prezentuje teledysk do utworu Marii Peszek *Ophelia*, będącego muzyczną ilustracją spektaklu *Hamlet* w reżyserii Błażeja Peszka, którego premiera miała miejsce w Gorzowskim Teatrze im. Juliusza Osterwy 10 listopada 2017 roku. Teledysk rozpoczyna nieostry obraz łagodnie falującej wody, na której załamuje się

światło. Wrażenie płynności i monotonności potęgują jednostajne dźwięki fortepianu. Widz nie od razu dostrzeże tu artystkę wcielającą się w postać Ofelii – wraz z pierwszymi słowami jej monologu, w którym wyrzuca Hamletowi niedotrzymanie złożonych obietnic, widoczna staje się jej ręka, której ruch zdaje się naśladować falowanie wody, lecz sprawia także wrażenie poszukiwania, próby uchwycenia czegoś stałego w migotliwej i efemerycznej przestrzeni. Ciało Ofelii ulega tu swoistej fragmentaryzacji – ani przez moment widz nie ogląda go jako całości, nie stanowi więc ono tutaj przedmiotu kontemplacji. Kiedy w refrenicznych partiach utworu skarga Ofelii przybiera na sile, zbliżenie kamery ukazuje jej twarz i nagie piersi.

Cieleśną fragmentaryzację bohaterki można odczytywać jako figurę rozpadu jej osobowości, lecz także jako zerwanie z tradycyjną konwencją jej reprezentacji. Również wyraz twarzy kobiety pozostaje w sprzeczności ze sposobem przedstawiania Ofelii jako posagowej i łagodnej, pogodzonej ze swym losem i odnajdującej spokój w zjednoczeniu z żywiołem wody. Wydaje się, że Ofelia śni niespokojny sen, z którego nie może się obudzić, zaś w miarę narastania emocji jej mimika początkowo sugeruje miłosną ekstazę, która przeradza się następnie w uczucie duszenia się, próbę rozpaczliwego zaczerpnięcia powietrza – staje się zatem wyrazem niezgody na swój los. Na płaszczyźnie muzycznej przedstawieniu temu odpowiada przechodzący w krzyk głos artystki. Woda nie jest tu żywiołem przyjaznym, lecz niebezpiecznym i zagrażającym, który stopniowo zaczyna przypominać przezroczystą folię zasłaniającą twarz kobiety. To upodobnienie sprawia, że wrażenie duszenia się Ofelii staje się szczególnie dojmujące.

W analizowanym teledysku konwencja przedstawienia Ofelii zostaje przełamana tak na płaszczyźnie wizualnej, jak i tekstowej. Bohaterka zostaje tu pozbawiona swych tradycyjnych emblematów, czego wymownym znakiem jest jej nagość. Paradoksalnie, nie przynależy jej nawet żywioł wody, z którym – wbrew kulturowym wizjom kobiecości kojarzonej z symbolizmem akwaticznym – utożsamiony zostaje Hamlet. Do niego bowiem zwraca się Ofelia, śpiewając: „you’re the perfect wave and I’m seaweed”. W tym kontekście rozpaczliwą walkę bohaterki o każdy oddech można interpretować jako próbę wyrwania się spod wpływu mężczyzny.



Kadr z teledysku *Ophelia* Marii Peszek (2017).

Nie ulega wątpliwości, że teledysk Marii Peszek ujawnia z jednej strony napięcie między próbą wyzwolenia Ofelii z tradycyjnej konwencji przedstawienia i ugruntowanych kulturowo dychotomii, z drugiej zaś – sytuuje ją na pozycji kobiety-rośliny, która nie może żyć bez wody, bez Hamleta.

III

Potencjał wyobrażeń ofelicznych wykorzystany zostaje również w kinematografii podejmującej temat kobiecego szaleństwa, niezgody na powiązane z kobiecością ciasne role genderowe, jak ma to miejsce w filmie *Niebezpieczna metoda* (2011). Dramat Davida Cronenberga oparty na sztuce teatralnej Christophera Hamptona, przedstawia historię romansu Carla Gustava Junga i jego pacjentki, późniejszej psychoanalityczki, Sabiny Spielrein, której postać wywarła znaczący wpływ na relacje „ojców psychoanalizy” oraz rozwój tytułowej „niebezpiecznej metody” (Covington, Wharton 2015). Jak zauważyli autorzy monografii *Kobiety Freuda*:

O kilku wizualnych reprezentacjach kobiecej melancholii i hysterii

Trójkąt Jung – Spielrein – Freud najwyraźniej odzwierciedlał wczesnoanalityczne poglądy na układy międzyludzkie, widziane jako zbiór relacji zachodzących między mężczyznami [...]. Wszędzie tam kobieta występowała jako towar wymienny i ofiara. W stosunkach między Freudem a Jungiem postać Sabiny Spielrein zawsze stanowiła pewną niewiadomą, nigdy nie poddając się całkowitej kontroli z żadnej ze stron, nawet po ich rozjeściu się. Ponieważ żaden z nich nie zdawał sobie dokładnie sprawy z jej wpływu na nich, żaden nie mógł otwarcie uznać jej wyraźnego wkładu w rozwój myślenia psychoanalitycznego (Appignanesi, Forrester 1998: 215).

Akcentując wyraźnie rolę Sabiny Spielrein, film Cronenberga zwraca także uwagę na obecność kobiet w pierwszym pokoleniu freudystów. *Niebezpieczną metodę* można interpretować jako rewizjonistyczny obraz ukazujący przejście od historii do herstorii psychoanalizy, początkowo oferującej kobietom jedynie rolę pacjentki – histeryczki, następnie jednak stając się dla nich dostępną i realną drogą emancypacji i kariery zawodowej (Magnone 2015: 44). To przejście od przedmiotu do podmiotu badań znakomicie obrazują ujęcia tworzące klamrę spinającą początek i koniec filmu. W pierwszych scenach przedstawiony zostaje atak histeryczny Sabiny (granej przez Keirę Knightley), przewiezionej latem 1904 roku do szwajcarskiej kliniki psychiatrycznej, gdzie trafia pod opiekę Junga. W ostatnich ujęciach Spielrein ukazana zostaje jako samoświadoma i wykształcona psychoanalityczka, dokonująca swoistej analizy popadającego w załamanie nerwowe u progu I wojny światowej dawnego kochanka i mistrza.

W tym kontekście wpleciony w narrację filmu obraz ofeliczny stanowi znaczący epizod. Ukazuje on kąpiel głównej bohaterki – pacjentki szpitala wymykającej się swym opiekunom, w błotnistej sadzawce. Scena ta ujawnia rozdźwięk między wizerunkiem Ofelii łagodnie unoszącej się na wodzie a postacią histeryczki ubranej w biały szpitalny strój, zbrukany mułem i szlamem, dającej upust swoim emocjom, buntowi i wściekłości, niezgodzie na podporządkowanie się autorytetowi lekarza. Obraz ten zyskuje dodatkowe znaczenia, jeśli wziąć pod uwagę wspomniane już stylizowanie pacjentek wiktoriańskich szpitali psychiatrycznych na Ofelie i reżyserowanie ich zachowania.



Kadr z filmu *Niebezpieczna metoda*, 2011, reż. David Cronenberg.

Zbrukanie białego stroju nieokielzanej i tajemniczej pacjentki można odczytywać jako wyraz jej seksualnych pragnień i masochistycznych skłonności, ale też niezgody na sztywny gorset kobiecych ról genderowych. Jak trafnie zauważyła Krystyna Kłosińska, atak histeryczny stanowi moment, w którym kobieta „rozrywa kostium, metaforycznie odblokowuje ciało i uwalnia zasznurowaną mowę” (Kłosińska 2006: 76). Wypowiada bunt przeciwko narzuconej wizji „kobiecości”. Rozbicie ofelicznego obrazu w filmie Cronenberga to także zapowiedź „uśmiercenia” hysterii przez psychoanalizę, która dokonuje jej uszlachetnienia: „wprowadzenie psychologicznych terminów do sposobów rozumienia pacjenta spowodowało, iż dotychczasowy sposób mówienia poprzez ciało [...] stał się niemożliwy do stosowania” (Appignanesi, Forrester 1998: 80). Dla Sabiny Spielrein i wielu innych kobiet, początkowo pacjentek, potem psychoanaliticzek, „niebezpieczna metoda” wyznaczyła przejście od kulturowej reifikacji do ustanowienia własnej podmiotowości.

Jeden z najśłynniejszych kadrów filmu Larsa von Triera *Melancholia* (2011) ukazuje jego główną bohaterkę, cierpiącą na depresję Justine (Kirsten Dunst), zanurzoną w wodzie, w welonie i sukni ślubnej, z bukietem konwalii w dłoni. To bezpośrednie przywołanie malarskich przedstawień Ofelii można potraktować jako szczególnie nawiązanie do archetypicznego obrazu kobiecego szaleństwa i zarazem jako jeden z wielu pojawiających się w filmie intertekstów, których

deszyfracja jest konieczna dla jego zrozumienia. Stworzona przez reżysera *Tańcząc w ciemnościach* apokaliptyczna wizja zderzenia Ziemi z jej „mroczną bliźniaczką”⁸, planetą Melancholią opiera się na zasadzie lustrzanych odbić (Zolkos 2015: 198–208). W skali mikro, jej odpowiednikiem jest psychiczna destrukcja Justine, odczuwającej silny i irracjonalny związek ze zbliżającym się ciałem niebieskim.



Kadr z filmu *Melancholia* (2011), reż. Lars von Tier.

Narzuca się tu feministyczna wykładnia melancholii, zgodnie z którą ma ona związek z utraconym ciałem matki (Irigaray 2000: 107–113), której nieobecność dotyka bohaterkę zarówno w planie biograficznym, jak i symbolicznym. Justine łączy bowiem szczególna więź ze zbliżającą się planetą, podczas gdy utożsamiana z macierzą Ziemia jest jej obca. Nieprzypadkowo zatem w filmie von Triera przywołany zostaje fantazmat śmierci w wodzie, żywiole macierzyńskim i melancholizującym (Bachelard 1975: 164), który rozpuszcza i unicestwia istnienie w sposób absolutny. Należy także zwrócić uwagę na symboliczny związek tego wyobrażenia ze sceną, w której naga bohaterka leży na ziemi w świetle księżyca

⁸ Nawiązuję tutaj do archetypu sobowtóra jako mrocznej połowy osobowości. Pojęcie „mrocznej bliźniaczki” pojawia się wielokrotnie w twórczości Joanny Bator, m.in. w jej powieści *Wyspa lza*, gdzie ustanawia zasadę konstrukcyjną.

i zbliżającej się planety. Według Bachelarda kompleks Ofelii może uzyskać wymiar kosmiczny symbolizując jedność księżyca i fal – woda jawi się wówczas jako kosmos śmierci, który pochłania zamierający i zmierzchający świat (Bachelard 1975: 164). To z nim pragnie zjednoczenia Justine, przekonana o nieuchronności nadciągającej katastrofy.

Wykorzystanie ofelicznego obrazu jako plakatu promującego film oraz zapowiadające go motto: „To będzie piękny koniec świata”, zdaje się odsyłać do dokonywanego przez męskie „ja” romantycznego oswojenia żywiołu śmierci poprzez jej estetyzację. W filmie von Triera na pierwszy plan wysuwa się jednak podmiot kobiecy – ukazana jako siostra Ofelii, bohaterka tylko pozornie jawi się jako alegoria tytułowej melancholii, co zgodne byłoby z ugruntowanym kodem europejskiej kultury, łączącym melancholię z męskim geniuszem, kobietę zaś sytuującym w roli jej poetyckich i malarskich wyobrażeń (Araszkiewicz 2001: 49). W filmie von Triera główna bohaterka jest najbliższa zrozumienia nadciągającej apokalipsy, podważającej porządek oparty na logice i racjonalności, zaś źródło jej wiedzy stanowi uwewnętrznienie i doświadczenie melancholii. Justine nie jest tylko ikoną melancholii i jej upozowanym na Ofelię znakiem – na pierwszy plan wysuwa się tu bowiem jej głębokie melancholijne światoodczucie, umożliwiające zamieszkanie planety kobiecej melancholii.

Przeanalizowane w niniejszym wystąpieniu współczesne wizerunki Ofelii ujawniają napięcie między utrwalaniem a destabilizacją przypisywanych im znaczeń, między reifikacją a podmiotową obecnością bohaterki w przestrzeni działań artystycznych. W szczególnie sposób ową biegunowość odsłania performans Izabeli Chlewińskiej *Ophelia is not dead*, którego premiera miała miejsce 19 listopada 2008 roku w Teatrze Nowym im. K. Dejmka w Łodzi. Jednoosobowy spektakl rozpoczyna się tuż po śmierci Ofelii, która w dramacie Szekspira nie zostaje przedstawiona, a jedynie zrelacjonowana przez Królową Gertrudę. W „pozasceniczności” śmierci Ofelii Showalter dopatruje się przyczyn wzmożonego nią zainteresowania w II połowie XIX wieku. Jak zauważyła badaczka, angielscy prerafaelici wybierali ją, gdyż w tym przypadku aktorska interpretacja nie poprzedzała i nie krępowała ich wyobraźni (Showalter 1997: 158). Paradoksalnie to właśnie „nieprzedstawialna” śmierć Ofelii prowokuje rozplenie się jej przedstawień w kulturze europejskiej. Ta sama scena stanowi dla performansu Chlewińskiej punkt wyjścia i służy zarazem przełamaniu utrwalonego przez nią kodu wizualnego, uwolnieniu bohaterki z thanatoerotycznej konwencji, gdyż – jak można przeczytać w opisie spektaklu – „w związku z własnym nieistnieniem

Ofelia robi i mówi tylko to, co jej się właśnie podoba”⁹. Wyzwolona od swoich emblematycznych atrybutów Ofelia może bez przeszkód oddać się nieskrępowanej ruchomej ekspresji, wykroczyć poza wizerunek bezwolnego, dryfującego ciała. Jak zauważyła Monika Wasilewska: „przypomina to praktykę amerykańskiej postmodernistki Simone Forti, która w dorosłym ciele realizuje ruch zwierząt i dzieci – przejawy nieukształtowanej przez społeczeństwo natury”¹⁰.

Spektakl Izabeli Chlewińskiej odwołuje się zatem do relacji kobieta – natura nie poprzez otaczające Ofelię kwiaty, lecz poprzez ruch, i zarazem ją kontestuje, gdyż wolność szekspirowskiej bohaterce przynosi ekspresja artystyczna, będąca także odzyskaniem unieruchomionego przez mitemitetyzację ciała, dokonująca się w nieokreślonym czasie i przestrzeni, bez ofelicznych *signifiants*. Dlatego performans Chlewińskiej odczytuję jako przekroczenie surrealistycznej mitologii szaleństwa, afirmującej postaci młodych szalonych kobiet. Działania polskiej artystki można potraktować jako nawiązanie do „surrealistycznego tańca” Hélène Vanel, który towarzyszył Międzynarodowej Wystawie Surrealizmu w Paryżu, 17 stycznia 1938 roku. Wygląd i zachowanie artystki inspirowane były postaciami pacjentek szpitala Salpêtrière. Vanel wykorzystywała ofeliczne atrybuty, tańcząc w zainscenizowanej sadzawce, odgrywając atak szaleństwa na łożu – symbolu miłości, zaś wiszący obok obraz André Massona *Śmierć Ofelii* stanowił nawiązanie do ikonografii kobiecego szaleństwa (Taborska 2007: 226).

W spektaklu *Ophelia is not dead* można dostrzec czytelną aluzję do surrealistycznej praktyki Vanel, przejawiającą się między innymi w naśladowaniu zachowań histeryczek oraz wyodrębnionego przez Charcota stadium tzw. łuku histerycznego. Śmierć jest tu momentem granicznym, w którym bohaterka próbując się uwolnić od zawłaszczających ją relacji władzy dekomponuje kulturowe elementy odnoszące się do reprezentacji kobiecego obłędu. Spektakl Chlewińskiej wychodząc od śmierci Ofelii zaprzecza jej, umieszczając bohaterkę w przestrzeni performansu, gdzie uzyskuje ona sprawczość. Śmierć Ofelii nie oznacza tutaj podmiotowej dezintegracji, a raczej jest próbą ustanowienia podmiotowości poza opozycjami natury i kultury, podmiotu i przedmiotu, obecności i nieobecności. W tym kontekście tytuł *Ophelia is not dead* można odczytywać jako ironiczne powtórzenie/przenicowanie myśli Bachelarda, konstatującego trwałą obecność fantazmatu pięknej topielicy w kulturze europejskiej.

⁹ <http://centrumwruchu.pl/ophelia-is-not-dead/> [dostęp: 18.04.2018].

¹⁰ Tamże.

Analiza rozmaitych, współczesnych wizerunków ofelicznych prowadzi do wniosku, że obok siebie współlistnieją te, które reprodukując kulturowe klisze, wpisują się w relację wzajemnie do siebie odsyłających kopii¹¹, oraz te, które je ironicznie cytują i przetwarzają, ujawniając swój transgresyjny potencjał, a zarazem stawiając pytania o możliwość przekroczenia reprezentacji kobiecego szaleństwa oraz o etyczność gestu patrzenia. To właśnie dzięki nim Ofelia jest czymś więcej niż wydrążonym znakiem, obiektem kontemplacji ulegającym przemocy widzialności.

Bibliografia

- Appignanesi Lisa, Forrester John, 1998, *Kobiety Freuda*, tłum. Elżbieta Ablamowicz, Warszawa.
- Araszkiewicz Agata, 2001, *Wypowiadam wam moje życie... Melancholia Zuzanny Ginczanki*, Warszawa.
- Ariès Philippe, 2011, *Człowiek i śmierć*, tłum. Eligia Bąkowska, Warszawa.
- Bachelard Gaston, 1975, *Wyobrażenia poetycka. Wybór pism*, tłum. Henryk Chudak, Anna Tatarkiewicz, Warszawa, s. 146–166.
- Bakke Monika, 2000, M. Bakke, *Ciało otwarte. Filozoficzne reinterpretacje kulturowych wizji cielesności*, Poznań.
- Barthes Roland, 2000, *Mitologie*, tłum. Adam Dziadek, Warszawa.
- Bronfen Elizabeth, 1992, *Over Her Dead Body: Death, Femininity and the Aesthetic*, New York, Manchester.
- Covington Coline, Wharton Barbara (red.), 2015, *Sabina Spielrein: Forgotten Pioneer of Psychoanalysis*, London, New York.
- Czczot Katarzyna, 2010, *Ofelizm. Romantyczne zawłaszczenia, feministyczne interwencje*, Warszawa, <http://centrumwruchu.pl/ophelia-is-not-dead/> [dostęp: 18.04.2018].
- Irigaray Luce, 2000, *I jedna nie ruszy bez drugiej...*, tłum. Agata Araszkiewicz, „Teksty Drugie”, numer 6, s. 107–113.
- Kasprówicz Jan, 1912, *Dzieła poetyckie. Tom III: Liryki*, Lwów.
- Kłosińska Krystyna, 2006, *Miniatury. Czytanie i pisanie kobiece*, Katowice.
- Kopaliński Władysław, 2007, *Słownik symboli*, Warszawa.
- Magnone Lena, 2015, *Emancypantki, socjalistki, psychoanalityczki. Kobiety w ruchu freudowskim na początku XX wieku*, w: *Kobiety i historia. Od niewidzialności*

¹¹ Nawiązuję tutaj do pojęcia symulakru Jeana Baudrillarda, spokrewnionego, jak sądzę, z Barthesowską koncepcją mitologii.

O kilku wizualnych reprezentacjach kobiecej melancholii i hysterii

- do sprawczości*, red. Katarzyna Bałżewska, Dobrosława Korczyńska-Partyka, Alicja Wódkowska, Gdańsk, s. 44–77.
- Mikołajko Zbigniew, 2010, *Śmierć, zmysły, szaleństwo (i lustro czarnej wody)*, w: *Spektakle zmysłów*, red. Anna Wiczorkiewicz, Monika Kostaszuk-Romanowska, Warszawa, s. 131–147.
- Morley David, 2011, *Przestrzenie domu. Media, mobilność i tożsamość*, tłum. Jolanta Mach, Warszawa.
- Paglia Camille, 2006, *Seksualne osoby. Sztuka i dekadencja od Neferetiti do Emily Dickinson*, tłum. Maria Kuźniak, Magdalena Zapędowska, Poznań.
- Peterson Kaara L., Deanne Williams (red.), 2012, *The Afterlife of Ophelia*, New York.
- Plat Dorota, 2001, *Barthes – łowca mitów*, „Sztuka i Filozofia”, numer 19, s. 175–179.
- Romanska Magda, 2005, *Ontology and Eroticism. Two Bodies of Ophelia*, „Women’s Studies”, tom 34, zeszyt 6, s. 485–503.
- Shakespeare William, 2006, *Romeo i Julia, Hamlet, Makbet*, tłum. Stanisław Barańczak, Kraków.
- Showalter Elaine, 1997, *Przedstawiając Ofelię: kobiety, szaleństwo i zadania krytyki feministycznej*, tłum. Krystyna Kujawska-Courtney, Wiktor Ostrowski, „Teksty Drugie”, numer 4, s. 147–167.
- Skrabek Aleksandra, 2016, *Histeria, czyli o sztuce ekspresji w szpitalu Salpêtrière, w: Od teorii ethosu do ekspresji absolutnej. Spory o rolę ekspresji w dziejach sztuki i teorii sztuk*, red. Jacek Jaźwierski, Ryszard Kasperowicz, Marcin Pastwa, Lublin, s. 113–132.
- Sosnowska Monika, 2013, *Necrophelia and the Strange Case of Afterlife*, „Studia Anglica Posnaniensia”, tom 48, zeszyt 2–3, s. 103–123.
- Szczuka Kazimiera, 2001, *Kopciuszek, Frankenstein i inne. Feminizm wobec mitu*, Kraków.
- Taborska Agnieszka, 2007, *Spiskowcy wyobraźni. Surrealizm*, Gdańsk.
- Trillat Etienne, 1993, *Histeria hysterii*, tłum. Zofia Podgórska-Klawe, Elżbieta Jamrozik, Wrocław.
- Zolkos Magdalena, 2015, *Destrukcyjność i uwznioślenie. Melancholia kobiecości w filmie Larsa von Triera*, w: *Kobiety i historia. Od niewidzialności do sprawczości*, red. Katarzyna Bałżewska, Dobrosława Korczyńska-Partyka, Alicja Wódkowska, Gdańsk, s. 198–208.

Joanna Frużyńska

Uniwersytet Warszawski

Małe ironistki w czarnych sukienkach. Subwersywna postać dziewczynki w najnowszej literaturze dla dzieci i młodzieży

Abstrakt:

Tematem artykułu jest ewolucja obrazu dziewczynki w literaturze dla dzieci oraz w sztukach plastycznych. Analiza tekstów literackich i konwencji ikonicznych wskazuje na stopniowe zastępowanie tradycyjnego obrazu anielskiego jasnego dziecka nowym typem postaci, która została tu określona jako „mała ironistka w czarnej sukience”. Reprezentacje wizualne postaci tego typu odznaczają się nawiązaniem do estetyki wiktoriańskiej oraz „mrocznych” subkultur, takich jak goth, punk i emo. Analizowane teksty kultury czerpią z dziedzictwa powieści i filmu grozy, ukazują ambiwalentne relacje dzieci i rodziców, kreują postaci jako niezwykle inteligentne, dojrzałe emocjonalnie i zdystansowane do świata dziewczynki o cechach dorosłych kobiet.

Słowa kluczowe:

postać, dziewczynka, bunt, groza, gotycyzm, emocje, kolorystyka

Grzegorz Leszczyński, autor eseju *Ikona anioła w portrecie dziecka* (2006: 22), stawia tezę o istnieniu w wyobraźni zachodniej, zwłaszcza na gruncie sztuk plastycznych, dziecięco-anielskiej jedni, przejawiającej się w uderzających analogiach ikonograficznych. Mają one być może źródło w ewangelicznym błogosławieństwie: na mocy słów Jezusa z Nazaretu obraz dziecka jest wzorowany na archetypowym wyobrażeniu, którego konstytutywne elementy to piękno i jasność. Jasność ujawnia się w planie wizualnym jako echo aksjologii – dziecko jest niewinne i bliskie Bogu, co sprawia, że jego ciało emanuje światłem. Szereg obrazów potwierdza obecną już w barokowym malarstwie i żywą przez całe stulecia konwencję, która kazała malarzom przedstawiać dzieci jako postaci jaśniejsze od dojrzałych ludzi.

Leszczyński sądzi, że zwyczaj reprezentowania dzieci jako zminiaturyzowanych dorosłych, w strojach, sytuacjach i pozach typowych dla starszego pokolenia, sprawił, że najważniejszym sygnałem dziecięcości przedstawionej postaci stała się kolorystyka (2006: 34–35). Badacz gromadzi także wiele literackich dowodów na żywotność modelu, w XIX wieku w pełni już ustabilizowanego, zgodnie z którym dziecko to pełna wdzięku istota o białej cerze i włosach na ogół jasnych, złotych, słonecznych, konopnych, lnianych lub słomkowych, z dużymi oczami w kolorze błękitnym, czasem turkusowym albo fiołkowym. Jeszcze bardziej spektakularne efekty daje analiza obrazów: spotykamy portrety rodzinne, w których stopniowe ciemnienie włosów jest jednoznacznie skorelowane z wiekiem: niemowlę ma włosy niemal białe, każde ze starszych dzieci o ton ciemniejszy, aż do czarnowłosych rodziców – „dzieci jest dziewięcioro i opisane wyżej cechy ich wyglądu są wynikiem przyjętego przez malarza programu ikonograficznego” (Leszczyński 2006: 29). Portrety wielu znanych osobistości (reprezentatywnym przykładem mogą tu być wizerunki infantki Małgorzaty Teresy Habsburg) wskazują na trwałość tej konwencji, która kazała artystom przedstawiać portretowanych jako blondynów – tym jaśniejszych, im byli młodszy – tylko przed osiągnięciem dorosłości. Sceny mitologiczne czy rodzajowe jeszcze bardziej jednoznacznie wiążą dzieciństwo z jasną barwą oczu i włosów. Leszczyński zauważa też analogiczną korelację wieku i stroju: dzieci przedstawionych realistycznie chłopów, ludzi wykonujących ciężką pracę, zmęczonych, ubogich, a nawet żebrzących, są (w przeciwieństwie do swoich rodzin) ubrane w jasną, często nieskazitelną białą odzież, a ich twarze – zwłaszcza w zestawieniu z napięciem widocznym w mimice przedstawicieli starszego pokolenia – są niezmiennie pogodne, wyrażają spokój i nadzieję (Leszczyński 2006: 32–34). Dziecko jest obojętne wobec cierpienia i śmierci, pełne wewnętrznej harmonii, trwa w sakralnej postawie akceptacji bytu.

Zdaniem Leszczyńskiego archetyp jasnego anielskiego dziecka przetrwał w kulturze do XXI wieku (2006: 38), choć – trzeba dodać – nie jest już wizerunkiem jedynym ani zdecydowanie dominującym; współczesna ikonosfera jest pod tym względem dosyć pluralistyczna, zwłaszcza w porównaniu z kulturowym repertuarem przedstawień dziecka w wieku XVIII i XIX. Chciałabym w tym miejscu podkreślić zastanawiającą korelację chronologiczną: okres zdecydowanej dominacji idealistycznego obrazu dziecka w ikonografii i literaturze dla czytelników dorosłych współwystępuje z najciemniejszą fazą rozwoju opresyjnej pedagogiki, a także z niemal stuprocentowym podporządkowaniem literatury

dla dzieci postulatом agresywnego dydaktyzmu, który widział w dziecku istotę niebezpieczną i pełną złych skłonności. Można byłoby wobec tego przypuścić, że widoczne w kulturze europejskiej sprzeczne tendencje do idealizowania i do demonizowania dzieciństwa pozostają w stanie dynamicznej równowagi. Potwierdza tę obserwację przeciwstawny kierunek przemian charakterystycznych dla XX wieku: w literaturze dla dorosłych odbiorców odnajdujemy postacie dzieci wykazujące emocjonalną ambiwalencję, za sprawą freudyzmu i psychologii rozwojowej obrazy dziecięcej osobowości zyskują wymiar nieświadomy, a w literackich portretach dziecka pojawia się coraz częściej rys okrucieństwa i perwersyjność. W tym samym czasie literatura dla dzieci rozwija się w kierunku pajdocentrycznej afirmacji dzieciństwa; pisarze akcentują zrozumienie i szacunek dla potrzeb dziecięcego czytelnika, rośnie społeczna świadomość praw dziecka.

Jak ma się do tych zjawisk wizerunek dziecka we współczesnej ikonosferze? Pobieżne spojrzenie na najnowszą kulturę dziecięcą pozwala stwierdzić, że idealistyczny obraz jasnego dziecka nie zanikł całkowicie – przetrwał na przykład w estetyce wielu filmów adresowanych do młodych odbiorców, zwłaszcza w produkcjach wytwórni Walt Disney Pictures, i to zarówno w filmach animowanych (na przykład *Kraina lodu*, 2013), jak i aktorskich (na przykład *Czarownica*, 2014) – ale stracił dominującą pozycję. Chciałabym zwrócić uwagę zwłaszcza na uderzające przemiany postaci dziewczynki: od pewnego czasu można zaobserwować w kulturze dziecięcej ekspansję czarnowłosych dziewczynek w ciemnych strojach. Emblematycznym przejawem tej tendencji jest – moim zdaniem – postać Dziwnej Emily, stworzona na początku lat 90. przez Roba Regera, początkowo jako znak graficzny, a później bohaterka kilku książek obrazkowych¹.

Emily to czarnowłosa dziewczynka w czarnej sukience, zaprzyjaźniona z czterema czarnymi kotami. Minimalna narracja książek obrazkowych akcentuje jej niezależność i myślową samodzielność, przedstawiając Emily jako dziecko wyłączone z relacji międzyludzkich, lekceważące wszelkie normy społeczne i czerpiące satysfakcję z okrucieństwa. Pojawia się także sugestia, że „dziwność”

¹ Dwie spośród nich – *Emily the Strange* (2001) i *Emily's Secret Book of Strange* (2003), chronologicznie pierwsza i druga, ukazały się w przekładzie na język polski w Wydawnictwie „Nasza Księgarnia”: Rob Reger, 2007, *Emily the Strange. Dziwna Emily*, tłum. Bartosz Wierzbęta, Warszawa, oraz Rob Reger, 2007, *Emily – tajna księga dziwów*, tłum. Bartosz Wierzbęta, Warszawa. Dwie pozostałe książki obrazkowe – *Emily's Good Nightmares* (2004) i *Emily's Seeing Is Deceiving* (2006) – nie doczekały się jak dotąd polskiej edycji.

Emily ma źródło w jej specyficznej, być może zaburzonej osobowości – Emily jest wewnątrznie zwielokrotniona, ma kocią naturę (czy wręcz: jest kotem, bo w takiej postaci odbija się w lustrze, a ponadto rzuca koci cień). Otacza ją aura niesamowitości, skonstruowana z motywów znanych z literatury grozy. Wizualne związki Emily z *Rodziną Addamsów* – zwłaszcza uderzające podobieństwo do Wednesday Addams – każą upatrywać początków tego typu postaci w kulturze popularnej. Bliskie analogie prowadzą najpierw do estetyki serialu telewizyjnego z lat sześćdziesiątych (choć satyryczna *Rodzina Addamsów* nie była zasadniczo adresowana specjalnie do dzieci), a za jego pośrednictwem – do założycielskich komiksów Charlesa Addamsa publikowanych w czasopiśmie „New Yorker” od roku 1938. Dalsze kulturowe odniesienia to horror, zwłaszcza horror filmowy, przywodzący na myśl postaci opętanych dziewczynek z filmów, dla których kanonicznym dziełem pozostaje *Egzorcysta* (1973), rozpoczynający triumf horroru w popularnym kinie, a także powieść gotycka, najstarsza forma fantastyki grozy.

Mimo głębokiego zakorzenienia w historii literatury popularnej, ekspansja ciemnowłosych dziewczynek w czarnych sukienkach w tekstach kultury adresowanych intencjonalnie do dzieci jest zjawiskiem stosunkowo nowym. W moim przekonaniu w ciągu ostatnich trzech dekad narodził się i rozwinął w kulturze dziecięcej nowy typ „ciemnej” postaci, i chodzi mi tu nie tylko o barwy dominujące w ilustracjach. Myślę, że jest to wielowymiarowy fenomen, skorelowany z szeregiem przemian kulturowego obrazu dziecka. Trzeba podkreślić, że idzie tu wyłącznie o postaci protagonistek, pierwszoplanowe i zasadniczo pozytywne, z różnych względów mroczne i niepokojące, przy czym złowrogie pęknięcie, kładące się cieniem na ich osobowości, koresponduje zazwyczaj ze specyficznymi cechami wizualnych reprezentacji ich ciała i stroju.

Postaci mrocznych dziewczynek spotykamy w wielu mediach, bardzo często w systemach rozrywkowych czy opowiadaniach transmedialnych; zdarzają się wśród nich popularne marki, funkcjonujące na zasadzie franczyzy. Przedstawię zwięźle katalog interesujących mnie postaci, by zobrazować rozpiętość typu i jego wariacje, zaczynając od cech powierzchniowych, najłatwiej uchwytnych.

Po pierwsze, postać ciemnowłosej dziewczynki w czarnej sukience nawiązuje do tradycji horroru, często należy do typu niezwykle produktywnego w tekstach dla dziewcząt i młodych dorosłych kobiet – postaci wampirycznych. Przykładem tego zjawiska są popularne lalki Monster High, zaprojektowane jako połączenie postaci amerykańskiej nastolatki i potwora, na przykład wampira (Draculaura,

córka Draculi) czy monstrum z powieści Mary Shelley (Frankie Stein, dziecko stwora ożywionego przez Frankensteina). Ich potworność jest oczywiście całkowicie uładzona i pozbawiona grozy, zgodnie z ogólniejszym kierunkiem przemian motywów gotyckich – jak zauważa Alicja Kuczyńska, „obecna sytuacja toposów, charakterystycznych dla gotycyzmu, wskazuje na znaczny stopień ich zużycia emocjonalnego” (2003: 20). Monstrualność lalek Monster High w ogóle nie jest związana z lękiem, staje się raczej motywacją dla groteskowej formy komizmu, choć, jak się przekonamy, nie wszystkie postaci mrocznych dziewczynek nawiązują do tradycji literatury grozy w sposób równie powierzchowny. Czasem, jak w przypadku *Dziwnej Emily* Roba Regeera czy *Koraliny* Neila Gaimana, groza przepełniająca świat przedstawiony dociera do głębokich dziecięcych lęków i emocjonalnych ambiwalencji, ale nawet wtedy opowieści o ciemnowłosych dziewczynkach w czarnych sukienkach nie są pozbawione poczucia humoru, ujawniającego się w subtelnej parodii wykorzystywanych konwencji. Efekt parodystyczny bywa intensyfikowany za sprawą groteskowego rysunku postaci czy komizmu językowego i sytuacyjnego.

Po drugie, związek z tradycją grozy jest często skorelowany z różnego typu nawiązaniami do kultury wiktoriańskiej. Odniesienia te mogą występować na różnych poziomach utworu – czasem pojawia się architektura wiktoriańska, charakterystyczna dla tej epoki moda, czasem kostium historyczny obejmuje cały świat przedstawiony. Najszerszy zakres stylizacji wiktoriańskiej znajdujemy w filmach Tima Burtona, na przykład w *Gnijącej pannie młodej* (2005). Bohaterka tego utworu wydaje się z wielu względów nietypowa – jest dorosła, a jej atrybutem jest biała suknia. Mimo to nie sposób moim zdaniem pominąć tej postaci, gdyż reprezentuje wiele cech kluczowych dla mrocznych dziewczynek: jej problemem jest samotność i deprywacja, została brutalnie skrzywdzona, ale nie wchodzi w rolę ofiary, lecz bierze krwawy odwet na swoim mężu, mordercy kobiet. Warto w tym miejscu podkreślić podobieństwo tej złowrogiej postaci do baśniowego Sinobrodego, który jest w kanonie europejskich baśni najbardziej okrutnym wcieleniem brutalnej władzy mężczyzn nad kobietami.

Liczne odniesienia do epoki wiktoriańskiej, charakterystyczne dla tekstów kultury, w których występują mroczne dziewczynki, są z pewnością znaczące. Sądzę, że można je wyjaśnić na wiele sposobów: przede wszystkim wciąż żywą modą, za sprawą której popularne filmy, seriale czy gry mają często akcję osadzoną w realiach dziewiętnastowiecznej Anglii. Po drugie, postaci ciemnowłosych dziewczynek w czarnych sukienkach są w pewnej mierze związane z estetyką

„mrocznych” subkultur młodzieżowych, przede wszystkim emo, ale także ze stylem „gotyckim”, który czerpie na różne sposoby z tradycji wiktoriańskiej. Nie bez znaczenia wydaje się także rola, jaką kultura wiktoriańska odegrała w rozwoju angielskiej literatury dla dzieci – ze względu na dużą liczbę stworzonych wówczas arcydzieł i tekstów prekursorskich określa się okres panowania królowej Wiktorii jako „złoty wiek” tej literatury. Istotną dla kreacji postaci dziewczynek częścią wiktoriańskiego dziedzictwa jest przede wszystkim twórczość Charlesa Dickensa i Lewisa Carrolla. Myślę, że jedną z kluczowych cech w pełni ukształtowanej postaci mrocznej dziewczynki jest poczucie bezwzględnej sprawiedliwości, które skłania bohaterkę do wzięcia odwetu za wszelkie formy przemocy wobec siebie jako dziecka, a także wobec swojej infantylnej kobiecości. Drogę do tej specyficznej dziecięcej rewindykacji praw człowieka otworzył z pewnością Dickens – pisarz, który rzucił światło na zatrważające formy opresji dotyczącej dzieci w ówczesnym systemie wychowawczym. Lewis Carroll natomiast jest – moim zdaniem – twórcą pierwszej w historii literatury dla dzieci fikcyjnej dziewczynki, która przekroczyła ograniczenia postaci-typu i stała się postacią-charakterem. Alicja jest także najstarszą znaną mi bohaterką dziewczęcą, którą można – przynajmniej w jednej z możliwych interpretacji – odczytać jako postać subwersywną, co potwierdzają stale obecne w krytycznej kulturze dziecięcej intertekstualne odniesienia do jej przygód w Krainie Czarów i po drugiej stronie lustra.

Uderzającym i z pewnością zamierzonym podobieństwem do Alicji odznacza się Koralina z powieści Neila Gaimana (2003), wydanej w angielskim oryginale w roku 2002. Koralina jest spadkobierczynią wszystkich wymienionych wyżej kulturowych odniesień, za sprawą których postać ta jest zakorzeniona zarówno w tradycji literatury grozy, jak i w dość przewrotnym dziedzictwie wyobraźni wiktoriańskiej. Jej najważniejszą cechą jest jednak bunt. Koralina to dziewczynka, która – przynajmniej na początku podróży w rzeczywistość oniryczną – kontestuje świat, a w szczególności żyje w stanie ciągłego konfliktu z rodzicami, konsekwentnie odmawiając przyjęcia proponowanych przez nich niesymetrycznych zasad. Stale odczuwane przez nią pretensje do dorosłych przyjmują typową dla mrocznych dziewczynek formę – Koralina jest ironiczna, introwertyczna, w niedziękujący sposób panuje nad emocjami. Ujawnia tym samym niepokojącą cechę wielu dziewczynek w czarnych sukienkach: jest w pewnej mierze dorosła.

Dziecko niezadowolone z opieki rodziców, fantazjujące na temat ich porzucenia i snujące myśli o zemście, a przy tym niezwykle inteligentne – to także charakterystyka Matyldy, tytułowej bohaterki angielskiej powieści z roku 1988.

Jeden z najbardziej kontrowersyjnych utworów Roalda Dahla (2018) ukazuje na poły fantastyczne losy pięciolatki, która odznacza się inteligencją przewyższającą znacznie nawet możliwości wielu wykształconych dorosłych – Matylda bez trudu mnoży w pamięci wielocyfrowe liczby, układa znakomite limeryki i czytuje Ernesta Hemingwaya i Josepha Conrada, a wszystko to wzbudza nieopanowaną nienawiść jej prymitywnych i pazernych rodziców. Na domiar złego Matylda i inne dzieci są w niewyobrażalnie okrutny sposób krzywdzone w szkole przez brutalną dyrektorkę, która znęca się także nad nauczycielami, w szczególności nad ukochaną wychowawczynią Matyldy, panną Honey. Zwrot akcji następuje, gdy niepojęty mózg Matyldy rozwija się w sposób umożliwiający jej poruszanie przedmiotów na odległość, dzięki czemu mała mścicielka odpląca się swoim prześladowcom i samodzielnie wybiera sobie nową opiekunkę, porzuciwszy bez chwili wahania znieawidzonych rodziców.

Genialną inteligencją odznacza się także Flawia de Luce, jedna z najbardziej oryginalnych bohaterek adresowanej do dzieci powieści detektywistycznej, centralna postać cyklu powieściowego Alana Bradleya². O niezwykłości jego pomysłu świadczy niespotykana w literaturze dziecięcej wierność formule klasycznego kryminału typu *mystery*: w powieściach o Flavii de Luce osią intrygi są – często bardzo brutalne – morderstwa, pociągające za sobą zazwyczaj kolejne akty okrucieństwa. Żywotnie zainteresowana zbrodnią dziewczynka jest genialnie uzdolnioną młodą chemiczką, toteż prowadzone przez nią śledztwa toczą się w znacznej mierze w domowym laboratorium. Flawia, osierocona przez matkę, jest ukochanym dzieckiem pogrążonego w depresji ojca, toczy natomiast wojnę z dwiema starszymi siostrami, jednoznacznie stylizowanymi na okrutne siostry Kopciuszka. Dysfunkcyjna rodzina nie zapewnia bohaterce nawet minimalnego bezpieczeństwa – agresja siostr kilkakrotnie zagraża jej śmiercią, co zmusza Flawię do nieustannej walki o przetrwanie. Niepokojąca niedzięczność tej

² Pisarz jest Kanadyjczykiem, ale akcja powieści rozgrywa się w Wielkiej Brytanii. Fabuła została osadzona w latach 50. XX wieku, w niewielkiej, prowincjonalnej społeczności; świat przedstawiony nasuwa oczywiste skojarzenia z twórczością Agathy Christie, zwłaszcza z serią powieści i opowiadań o pannie Marple. Powieści o przygodach Flavii powstało dotąd dziesięć; pierwsza z nich – *The Sweetness at the Bottom of the Pie* – ukazała się w roku 2009. Tylko ostatnia, *The Golden Tresses of the Dead* (2019) nie została jeszcze przetłumaczona na język polski. Pozostałe ukazały się nakładem wydawnictwa Vesper: *Zatrute ciasteczko* (2010), *Badyl na katowski wór* (2010), *Ucho od śledzia w śmietanie* (2011), *Tych cieni oczy znieść nie mogą* (2012), *Gdzie się cis nad grobem schyla* (2014), *Obelisk kładzie się cieniem* (2015), *Jak kominiarzy śmierć w proch zmieni* (2017), *Trzykroć wrzasnął kocur szary* (2018), *Przytulnym miejscem jest mogiła* (2019).

postaci ujawnia się na każdym kroku, ponieważ inteligencja Flawii przyjmuje formy niemal diaboliczne, roszadzając konwencję powieści realistycznej.

Powieści o Flawii de Luce ukazują się w polskich wydaniach bez ilustracji, mają natomiast charakterystyczne, utrzymane w stylistyce „gotyckiej” okładki (występujące także w edycji niemieckiej), których twórcą jest pochodzący z Włoch artysta Iacopo Bruno. We wszystkich bez wyjątku tomach serii ilustracja prologowa przedstawia bohaterkę jako chudą, czarnowłosą dziewczynkę w czarnej sukience z białym kołnierzykiem, przypominającej raczej habit niż szkolny fartuch. Jej melancholii, chłodnej obojętności wobec losu i genialnej inteligencji towarzyszy jeszcze jedna charakterystyczna cecha małych ironistek – Flawia de Luce nie jest i nie chce być w konwencjonalny, dziewczęcy sposób ładna, całkowicie lekceważy swój wygląd i nie przeżywa typowego dla postaci zakompleksionych dziewczynek „łabędziego rozkwitu”, który – na wzór baśni o brzydkim kaczątku – wieńczył często smutny los niepozornej acz miłej sieroty.

Brzydka i rozgoryczona jest także Molly Moon, bohaterka brytyjskiej serii powieściowej Georgii Byng³. Porzucona w kartonowym pudle jako noworodek, dręczona i poniżana w ponurym sierocińcu, dziewczynka jako jedenastolatka odnajduje podręcznik hipnozy i odkrywa w sobie potężny talent hipnotyzerski, dzięki któremu uzyskuje niemal nieograniczony wpływ na ludzi, zwłaszcza na swoich niedawnych prześladowców. Zanim nowo odkryty dar losu zmienia nieodwracalnie jej smutne życie w kosmiczną przygodę, Molly próbuje – wpatrując się we własne odbicie w lustrze – zahipnotyzować samą siebie. Ujawnia się przy tej okazji jej prawdziwa natura – charakterystyczny dla każdej małej ironistki kontrkulturowy styl:

Podeszła do lustra i przyjrzała się swemu odbiciu. Różowa plamista cera, nos jak kartofel. Wpatrzyła się w swoje blisko osadzone oczy, które odwzajemniły intensywnie zielone, iskrzące się spojrzenie [...]. Molly skoncentrowała się. Starła się nie mrugać, próbowała nakazać swoim oczom, by znowu zaczęły się iskrzyć. Nagle zdarzyło się coś dziwnego. Twarz Molly zniknęła, a na jej miejscu ukazała się, jak za dotknięciem czarodziejskiej różdżki, jakaś zupełnie obca. Włosy przybrały pomarańczową barwę i najeżone sterczały na wszystkie strony. Z boku nosa

³ Cykl składa się z sześciu tomów, opublikowanych w latach 2002–2012. W Polsce ukazały się cztery pierwsze, wszystkie wydane przez wydawnictwo Egmont: *Niezwykła księga hipnotyzmu Molly Moon* (2003), *Molly Moon zatrzymuje czas* (2004), *Hipnotyczna podróż w czasie Molly Moon* (2006), *Molly Moon, Mickey Minus i megawysysacz myśli* (2008).

tkwiła agrafka, a na powiekach pojawił się biało-niebieski makijaż. Wyglądała jak punkowa (Byng 2003: 72).

Obok wspomnianej wcześniej subkultury „gotyckiej” i emo istotny dla kreacji ironicznych dziewczynek jest także punk, trzecia spośród mrocznych estetyk popkultury, najsilniej akcentująca kontestacyjny aspekt somaestetycznych praktyk⁴. Trzeba tu wreszcie zaakcentować najbardziej być może wywrotową właściwość małych ironistek w czarnych sukienkach: są to dziewczynki permanentnie przeżywające negatywne emocje. Są smutne, samotne, krzywdzone, rozżalone i zbuntowane; cierpią i są nieszczęśliwe. Choć zazwyczaj akcja zmierza do poprawy ich losu, małe ironistki nigdy nie uwalniają się całkowicie od ciąży na nich rysu melancholii, na zawsze pozostają zranione, w głębi duszy gardzą życiem i światem, któremu odważnie stawiają czoła.

Korelacja sytuacji egzystencjalnej postaci i jej charakteru z wyglądem wydaje się zwrotna – trudno byłoby wskazać przykłady utworów, w których postać wybitnie inteligentnej, samotnej, zbuntowanej i budzącej niepokój niedoroślej bohaterki nie zostałaby przedstawiona wizualnie w opisanej wyżej konwencji kolorystycznej – dziewczynki o ciemnych włosach, w ciemnym stroju. Czasem „ciemność” sygnalizująca wewnętrzny mrok bohaterki migruje do świata przedstawionego, jak stało się w przypadku *Gnijącej panny młodej*, której biała suknia została zrównoważona ciemnością krypty. Nieco podobne zjawisko można zaobserwować w książce obrazkowej *Wilki w ścianach* Neila Gaimana (2004) z ilustracjami Dave’a McKeana – cały świat przedstawiony spowija mrok, z którego wyłania się obraz bohaterki w kontrastowym jasnym stroju.

Wiele uwagi poświęcili badacze – a zwłaszcza badaczki związane z nurtem feministycznym – refleksji na temat ubioru w literaturze dla dzieci. Jest to motyw o wielkiej doniosłości symbolicznej, skorelowany z szeregiem sytuacji fabularnych, konotujących inicjacyjną przemianę. O jego ogromnej produktywności można mówić zwłaszcza w utworach sięgających do dziedzictwa baśniowego, organizujących opowieść na wzór losów Kopciuszka czy brzydkiego kaczątka, a także rywalizującej z macochą Śnieżki. Motyw przemiany stroju skorelowany jest na ogół z typowym dla tekstów adresowanych do dziewczynek, wciąż żywym

⁴ Zupełnie inną interpretację estetyki punk zaproponowała Naomi Wolf (2014: 176–177), która ocenia punkrockową modę jako antyfeministyczną reakcję kultury patriarchalnej na drugą falę feminizmu.

w kulturze przekonaniem, że najważniejszą wartością kobiet jest fizyczne piękno. Obecna w wielu baśniach sugestia, że kobieta może prowadzić satysfakcjonujące życie tylko, jeśli jest atrakcyjna fizycznie, a także ontologiczne powiązanie dobra i piękna oraz zła i brzydoty sprawia, że sukienka staje się motywem w jakimś sensie podejrzanym, nader często wykorzystywanym do utrwalania antyfeministycznych stereotypów. Warto wobec tego zadać pytanie, dlaczego każda ciemnowłosa ironistka nosi sukienkę, co choćby ze względów statystycznych nie może być przypadkiem, bo przecież, jak pisze John Fiske, „cała Ameryka nosi dzinsy”:

Przynależny dzinsom brak jakiegokolwiek rozróżnienia społecznego istotnie daje człowiekowi wolność „bycia sobą” [...]. Oczywiście pojawia się tu znamieny paradoks polegający na tym, że pragnienie bycia sobą sprawia, iż człowiek ubiera się tak samo jak wszyscy. Niemniej jednak jest to jedynie konkretny przykład paradoksu głęboko zakorzonego w ideologii Ameryki (i całego świata zachodniego), zgodnie z którym najbardziej pożądaną wspólną wartością jest indywidualizm. Pragnienie bycia sobą nie oznacza tylko i wyłącznie chęci odróżniania się od innych, lecz jest wyrazem dążenia do umiejscowienia pewnych wspólnych zasad, którym całe społeczeństwo pozostaje wierne (Fiske 2010: 3).

Wydaje się, że kreowanie wizualnego aspektu postaci fikcyjnej, jej ciała i ubioru (zarówno wtedy, gdy tworzy ją pisarz, jak i w przypadku artystów ilustrujących książki czy projektujących postacie filmu animowanego, a nawet zabawki), jest z wielu względów bardziej złożone niż wybór fryzury i stroju, dokonywany na co dzień przez nas wszystkich. Postać z pewnością podlega w jakiejś mierze – opisaney przez Fiskego – dialektyce wspólnotowości/indywidualizmu (z tego punktu widzenia małe ironistki w czarnych sukienkach zbliżają się zdecydowanie do bieguna aspołecznej oryginalności), ale czynników, które determinują wybory artystów, jest znacznie więcej. Jednym z nich może być z pewnością stylizacja, na przykład archaizacja, która mogłaby tłumaczyć dziwną czarną sukienkę Flawii de Luce jako sugestię dawności przedstawionych zdarzeń (akcja rozgrywa się ponad sześćdziesiąt lat temu), innym – intertekstualność, która wyjaśniałaby strój Koraliny jako swoisty negatyw utrwalonego w kulturze wizerunku Alicji w wiktoriańskiej ilustracji Johna Tenniela. Czarna sukienka ironistki jest atrybutem, którego sensów można szukać w wielu obszarach kultury, gdyż ten typ postaci ukształtował się na przecięciu różnych tendencji – jest

wypadkową przemian ikonosfery, trendów w modzie i ewolucji młodzieżowych subkultur. Najistotniejszym składnikiem tej kompozycji jest jednak tradycja literacka, zwłaszcza bardzo powolny, szczególnie w Polsce, proces przemian postaci dziewczynki. Monika Graban-Pomirska w książce *Szkoła narzeczonych*, poświęconej polskiej prozie dla dziewcząt z okresu dwudziestolecia międzywojennego, proponuje typologię postaci dziewczęcych, dzieląc je na: słoneczka, panienki ze dworu, pensjonarki, „dzikuski”, małe święte, harcerki i „zwykle dziewczynny” (2006: 67–71). Tylko dwa ostatnie typy wykazują pewną oryginalność, zróżnicowanie pozostałych okazuje się czysto zewnętrzne, ponieważ rysunek psychologiczny wszystkich postaci, dość schematyczny i płaski, sprowadza się do nieśmiertelnego stereotypu „dobrej dziewczynki” o jasnym, promiennym sercu, niezdolnej do gniewu, życzliwej, tolerancyjnej, odpowiedzialnej, gotowej nieść pomoc każdemu, także swoim prześladowcom, na wzór tytułowej postaci z powieści Marii Buyno-Arctowej:

W reprezentatywnej grupie utworów, gdzie ten stereotyp zyskuje kształty najbardziej wyraziste, ów model konkretyzuje się dwojako: poprzez wyakcentowanie radosnej, słonecznej natury postaci i ukazanie jej wpływu na otoczenie, oraz poprzez skupienie się na przedstawieniu odpowiedzialności, mądrości i pracowitości małej bohaterki, podejmującej działania wyrastające ponad jej siły (Graban-Pomirska 2006: 71).

Typ słonecznej bohaterki wykazuje w polskiej literaturze dla dziewcząt niezwykłą trwałość. Poniekąd udaną próbę jego przezwyciężenia podjął w dwudziestoleciu międzywojennym Kornel Makuszyński, tworząc postać chłopczycy, której najbardziej wyrazistym przykładem jest Irenka Borowska, „panna z mokrą głową” – dziewczynka, która, nie akceptując narzucanych jej stereotypów, po prostu zachowuje się jak chłopiec. Jest to kwestia decyzji, którą – nie do końca chyba świadom antyfeministycznego sensu własnych słów – narrator referuje z surrealistycznym humorem, opowiadając o narodzinach Irenki, że – zorientowawszy się co do swojej płci – próbowała natychmiast umrzeć.

[...] kiedy ujrzała światło słońca, usłyszała słowo, które ją przejęło zgrozą, zdumieniem i gniewem: oznajmiono światu, że narodziła się dziewczynka. Było to tak przeraźliwe dla niej nieszczęście, taka dla jej bujnej i rozwichrzonej duszy niespodzianka, że postanowiła raczej umrzeć od razu, niż być dziewczynką.

Ponieważ nikt z obecnych ani nie rozumiał, ani nie mógł pojąć głębi jej rozpacz, że nie urodziła się chłopcem, gwałtownie utrzymano ją przy życiu (Makuszyński 1990: 6).

Odrzucenie nakładanych na dziewczynki ograniczeń wiąże się w postaci chłopczycy z zanegowaniem własnej płciowości. Jak pisze Anna Maria Czernow: „jest to postawa podobna tej, którą u poetki Marii Komornickiej dostrzegła Maria Janion. Według badaczki Komornicka »chciała kobietę w sobie nie wyzwolić, lecz zabić [...]. Chciała emancypacji nie jako kobieta, lecz emancypacji od bycia kobietą«” (Czernow 2016: 496). Jeśli literacką postać dziewczynki odczytamy jako konstrukt, na który składa się kobiecość i niedojrzała, dziecięca faza życia, zauważymy, że chłopczyca to nowy model, który proponuje odrzucenie pierwszego składnika dziewczęcej tożsamości, bez modyfikowania drugiego z nich – bycia dzieckiem.

Odwrotny zabieg – akceptacja kobiecości i negacja dziecięcości – kształtuje postać dziewczynki o cechach dorosłej kobiety. Fenomen ten, znany od dawna, jest obecny w toposie dziewczynki-staruszki, ukształtowała się dzięki niemu niezwykle produktywna w literaturze dla dorosłych czytelników postać lolity, przenikająca do kultury dziecięcej raczej rzadko i w kontrowersyjnych formach, jak na przykład – w Polsce – *Panna Nikt* Tomka Tryzny. Jeśli jednak dorosłość interpretowana jest jako dojrzałość umysłu, w szczególności – charakterystyczny dla ludzi o dużym doświadczeniu życiowym dystans do świata i własnego losu – postać dziewczynki nabiera cech ironistki w czarnej sukience: stroju symbolizującym jednocześnie akceptację kobiecości i negację rzeczywistości.

Angielskojęzyczna literatura dziecięca i młodzieżowa wywiera najsilniejszy wpływ na polską twórczość dla niedorosłych czytelników, choć transfer nowych tendencji przebiega z różnym skutkiem i w różnym czasie. Mała ironistka w czarnej sukience nie pojawiła się dotąd w Polsce z absolutną wyrazistością, charakterystyczną dla Koraliny czy Dziwnej Emili. Pewne cechy mrocznej dziewczynki odnajdziemy jednak w (nielicznych) tekstach, odwołujących się do konwencji grozy, a z drugiej strony – w utworach o tematyce obyczajowej, eksponujących ambiwalentne relacje dziecka z dorosłymi, na ogół – z rodzicami.

Najwięcej cech „gotyckich” mrocznych dziewczynek ma chyba Ewelina, bohaterka powieści Grzegorza Gortata *Ewelina i Czarny Ptak* (2013), z niepokojącymi, czarno-białymi ilustracjami Marty Krzywickiej; z Koraliną i Flawią de Luce łączy bohaterkę także ogromny, stary dom, owiany aurą niesamowitości.

Szczęśliwe życie Eweliny przerwała nieoczekiwanie śmierć matki i zaginięcie ojca, znanego podróżnika (jak okaże się w toku akcji, on także nie żyje). Dziewięcioletnia dziewczynka staje się w ten sposób spadkobierczynią rodzinnego majątku i ofiarą intrygi zachłannych dorosłych, którzy próbują ją adoptować, w niepojętym okrucieństwie posuwając się do zbrodni, by złamać opór Eweliny; zabijają nawet, bez wyraźnego powodu, jej ukochanego psa. Zło wypełnia bez reszty świat przedstawiony, nasycony odniesieniami do prozy Franza Kafki; nastrój irracjonalnej przemocy oddaje na przykład wątek przyjaciela Eweliny, Gregora Samsy – niepełnosprawnego chłopca, który zostaje pobity na śmierć przez własnego ojca. W dramatycznych okolicznościach Ewelina zyskuje jednak nowego przyjaciela – jest to Czarny Ptak, jak możemy przypuszczać, inkarnacja zmarłego ojca Eweliny. Samodzielnym bohaterem jest także dom, który w ostatniej scenie staje się grobem okrutnych dorosłych. Choć szereg fabularnych motywów łączy Ewelinę z typem ciemnowłosej ironistki w czarnej sukience, to jest ona jednocześnie głęboko odmienną postacią, jako charakter ulokowaną na antypodach małej ironistki – jest typem dręczonego, bezbronniego dziecka, przypominającego pod wieloma względami cierpiące bohaterki protestanckich baśni Andersena. Powieści brak także charakterystycznego komponentu groteskowo-komicznego, wynikającego z nastawienia parodystycznego wobec popularnego pierwowzoru; konwencja powieści grozy została tu potraktowana z całą powagą.

Nawiązania do estetyki „gotyckiej” i konflikt z rodziną (zwłaszcza z kobietami reprezentującymi starsze pokolenie) zbliża do typu małej ironistki inną bohaterkę polskiej powieści dziecięcej – Martę z *Poradnika hodowcy aniołów* Grzegorza Kasdepkego. I w tym przypadku ilustrator (Łukasz Samsonowicz „Zimzonowicz”) zdecydował się przedstawić bohaterkę jako ciemnowłosą, chudą dziewczynkę w czarnej sukience. Podobnie jak Koralina, Marta ucieka w świat fantazji, który stopniowo wypełniają zagrażające jej życiu potwory. Początkiem akcji jest narastająca frustracja dziewczynki, której ojciec nie radzi sobie na rynku pracy, a matka nadużywa alkoholu. Powieść ma jednak cechę niezwykle charakterystyczną dla polskiej literatury dziecięcej – kończy się szczęśliwie, pojednaniem pokoleń i konsolidacją dysfunkcyjnej rodziny. Rodzice okazują uczucia lekceważonemu dotąd dziecku, które wdzięcznym sercem przyjmuje poprawę sytuacji, stale gotowe do wybaczenia i w istocie rzeczy pogodzone ze swoją podrzędną rolą w rodzinie. Podobny, pocieszycielski obraz odzyskanej jedności rodziny zamyka fabułę powieści *Rutka* Joanny Fabickiej (2016). Jest

to historia współczesnej dziewięciolatki, Zosi, która wyrusza w podróż w czasie za sprawą napotkanej przypadkiem na łódzkich Bałutach Rutki, żydowskiej dziewczynki żyjącej w getcie w roku 1942. Wstępem do onirycznej wyprawy jest jednak – co bardzo charakterystyczne – odejście matki, która wyjeżdża w poszukiwaniu pracy za granicę, pozostawiając córkę pod opieką starej ciotki Róży, jak się okaże – żydowskiej antenatki obu bohaterek. Warunkiem przejścia do innego świata jest, jak się wydaje, gniew, który Zosia żywi do swojej matki, a także towarzysząca jej frustracji bezsilna złość i niechęć do życia i świata. Co godne podkreślenia, Zosia jest sarkastyczna, drwi i ironizuje, przynajmniej w myślach, a mimo to jej relacje z matką zmierzają do szczęśliwego zakończenia.

Najtrwalszym elementem wywodzącego się z tradycji obrazu dziewczynki w polskiej literaturze dziecięcej okazują się, moim zdaniem, pozytywne (lub co najmniej potencjalnie pozytywne) relacje dziecka z rodzicami. Stabilny wydaje się także (przynajmniej jako punkt dojścia przemiany bohaterki) obraz „dobrej dziewczynki”, mimo przejściowych konfliktów i kryzysów czerpiącej z wewnętrznych zasobów szlachetności i afirmacji świata.

Bibliografia

- Byng Georgia, 2003, *Niezwykła księga hipnotyzmu Molly Moon*, tłum. Elżbieta Zycho-
wicz, Warszawa.
- Czernow Anna Maria, 2016, *Panna z mokrą głową*, w: *...czterdzieści i cztery. Figury
literackie. Nowy kanon*, red. Monika Rudaś-Grodzka i in., Warszawa, s. 494–508.
- Dahl Roald, 2018, *Matylda*, tłum. Karolina Kopczyńska-Rojek, Kraków.
- Fabicka Joanna, 2016, *Rutka*, Warszawa.
- Fiske John, 2010, *Cała Ameryka nosi dżinsy*, w: tegoż, *Zrozumieć kulturę popularną*,
tłum. Katarzyna Sawicka, Kraków, s. 1–22.
- Gaiman Neil, 2003, *Koralina*, tłum. Paulina Braiter, Warszawa.
- Gaiman Neil, 2004, *Wilki w ścianach*, tłum. Paulina Braiter, Warszawa.
- Gortat Grzegorz, 2013, *Ewelina i Czarny Ptak*, Warszawa.
- Graban-Pomirska Monika, 2006, *Szkoła narzeczonych. O powieści dla dziewcząt w dwu-
dziestoleciu międzywojennym*, Gdańsk.
- Leszczyński Grzegorz, 2006, *Ikona anioła w portrecie dziecka*, w: tegoż, *Kulturowy obraz
dziecka i dzieciństwa w literaturze drugiej połowy XIX i w XX w. Wybrane problemy*,
Warszawa, s. 21–47.
- Kasdepke Grzegorz, 2012, *Poradnik hodowcy aniołów*, Kraków.

Subwersywna postać dziewczynki w najnowszej literaturze dla dzieci i młodzieży

- Kuczyńska Alicja, 2003, *Modele wizualizacji zła a współczesna świadomość estetyczna*, w: *Gotycyzm i groza w kulturze*, red. Grzegorz Gazda, Agnieszka Izdebska, Jarosław Płuciennik, Łódź, s. 15–22.
- Makuszyński Kornel, 1990, *Panna z mokrą głową*, Warszawa.
- Reger Rob, 2007, *Emily the Strange. Dziwna Emily*, tłum. Bartosz Wierzbęta, Warszawa.
- Wolf Naomi, 2014, *Mit urody*, tłum. Monika Rogowska-Stangret, Warszawa.

Marcin Skibicki

Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu

„To, co wiecznie kobiece, pociąga nas wzwyż” Postać kobiety na francuskim plakacie reklamowym przełomu XIX i XX wieku

Abstrakt:

Druga połowa XIX wieku była bez wątpienia triumfem obrazu kobiety w sztuce. Z uwagi na dynamiczny rozwój reklamy drukowanej, przypadła jej szczególna rola bycia tą, która pojawia się w niemal każdej reklamie komercyjnej i kulturalnej. Niniejszy artykuł omawia dwie koncepcje, które zdominowały estetykę francuskiego plakatu reklamowego końca XIX wieku. Z jednej strony popularne były kompozycje francuskiego mistrza plakatu, Julesa Chéreta, które charakteryzowały się użyciem wizerunku kobiety lekkiej i frywolnej, z drugiej strony reklama, której przedstawicielem był Eugène Grasset, przedstawiała kobiety w symbolicznej i „sensualnie wysterylizowanej” odsłonie.

Słowa kluczowe:

plakat, afisz, sztuka graficzna, secesja, *art nouveau*, Francja

Zaczerpnięty z *Fausta* Goethego cytat w tytule niniejszego artykułu ukazuje postać kobiety jako niezbędny element osiągnięcia metafizycznego bytu absolutnego. Nie jest to jednak tylko literacka wizja roli kobiety początku XIX wieku. W utworach plastycznych wizerunek kobiety staje się obiektem zainteresowania już od połowy XVIII wieku, a zarazem jest tym czynnikiem, który sztukę wywyższa, „pociąga ją wzwyż” (wystarczy przypomnieć słynną rewolucyjną *Olimpię* Edouarda Maneta, czy *Panny z Awinionu* Pablo Picassa).

Nie inaczej rzecz się miała w sztukach użytkowych, takich jak plakat, czyli w sztukach niższych, jak zwykło się je określać w XIX wieku. Celem artykułu jest nakreślenie miejsca wizerunku kobiety we francuskiej grafice reklamowej i spojrzenie na jej rolę w emancypacji w czasach tworzenia się społeczeństwa przemysłowego i *par excellence* konsumpcyjnego.

Szczególną uwagę poświęcę znaczeniu erotyzacji jej wizerunku jako szczególnie popularnego zabiegu w grafice reklamowej w okresie tzw. *belle époque* (Pięknej Epoki), czyli przełomu XIX i XX wieku. Pomimo częstego występowania erotyzacji w twórczości wielu plakacistów tego okresu, interesujące jest przyjrzenie się różnym realizacjom tego motywu, gdyż każdy z liczących się artystów tworzył w tej dziedzinie własny archetyp. W tym celu analizie poddana zostanie twórczość dwóch artystów, Julesa Chéreta i Eugène'a Grasseta, którzy w najbardziej charakterystyczny sposób naznaczyli historię plakatu francuskiego końca XIX wieku. Omówienie plakatu tego okresu oznacza odbyte wspaniałe podróże w przeszłość, do czasów gdy, pomimo raczkującego dopiero marketingu, bez całej współczesnej osnowy psycho- i socjologicznych badań zmierzających do ustalenia, w jaki sposób lepiej dotrzeć do odbiorcy, twórcy umieli znaleźć taki język, który podobał się odbiorcy. Należy też podkreślić specjalne użycie czasownika „podoobać się”, gdyż reklama XIX wieku miała spełniać zgoła inny cel, niż ten, który realizują współczesne przekazy.

Plakat francuski drugiej połowy XIX wieku, a więc okresu, w którym popularność zaczęła zdobywać technika litografii, związany był ściśle ze zmianami społecznymi i gospodarczymi, których efektem było pojawienie się średniozamożnej i zamożnej burżuazji miejskiej, wprowadzającej modę na zakupy w nowopowstających domach handlowych przy Bulwarach Haussmanna i zabawę do białego rana w licznych paryskich teatrach, salach koncertowych i kawiarniach.

Plakat francuski tego okresu musi więc być przede wszystkim „paryski”, gdyż to Paryż nadawał ton; celem było podkreślanie przyjemności i szczęścia płynącego z używania reklamowanego produktu lub z pojawiania się w miejscach, które były modne. Aby reklamowany produkt lub przedstawienie miały szanse powodzenia, należało korzystać z odpowiednio dobranych kolorów i z kompozycji, która miała wpaść w oko i oddać jak najlepiej radość z bycia lub posiadania. Plakat w tym czasie przestaje być typograficzny (nie jest już afiszem), a tekst, zredukowany najczęściej do nazwy własnej, ustępuje miejsca rysunkowi.

Trzeba przy tym zauważyć, że plakat był wówczas w dużej mierze kontynuatorem grafiki ilustracyjnej, która pojawiła się wraz z bardzo popularną w latach 30. i 40. XIX wieku literaturą „taksonomii” społeczeństwa, która zmierzała do opisu różnych warstw społecznych Paryża. Najbardziej znaną jest seria *Physiologies* (*Fizjologie*), ukazująca się z początkiem lat 40., autorstwa Maurice'a Alhoy, ilustrowana przez Paula Gavarniego, jednego z najbardziej uznanych rysowników tego okresu. Wśród nich odnaleźć można dwie szczególnie interesujące

prace, zatytułowane *Physiologie de la lorette* (*Fizjologie loretek*) i *Physiologie de la grisette* (*Fizjologie gryzetek*) i przedstawiające dwa typy kobiet, przedstawicielki „paryżanizmu”. Odmalowywały zjawisko sprowadzające się do zasady „zauważyć i być zauważonym”, oznaczające pragnienie uczestnictwa w życiu towarzyskim, bywania na salonach, lecz również kryjące za tą pudrowaną fasadą świata często bezwzględność rzeczywistości sprzedawania swych wdzięków przez kobiety. Gavarni przedstawia na swoich grafikach „paryżanki”, przedstawicielki „paryżanizmu”, które ubiorem podkreślają swój status. Elegancja nie jest już apanażem arystokracji; stała się również dostępna dla kobiet pochodzących ze skromniejszej warstw społecznych, co szczególnie będzie widoczne w przypadku tzw. „gryzetek”, niezamożnych dziewcząt, ekspedientek z domów handlowych i pomocniczek krawieckich. Cechę „elegancji” w ich przypadku (podobnie jak loretek, szykownych utrzymanek dobrze sytuowanych przedstawicieli powstającej klasy średniej) łączono szczególnie często z usługami erotycznymi, które serwowały rozrastającej się populacji zamożnej paryskiej burżuazji miejskiej.

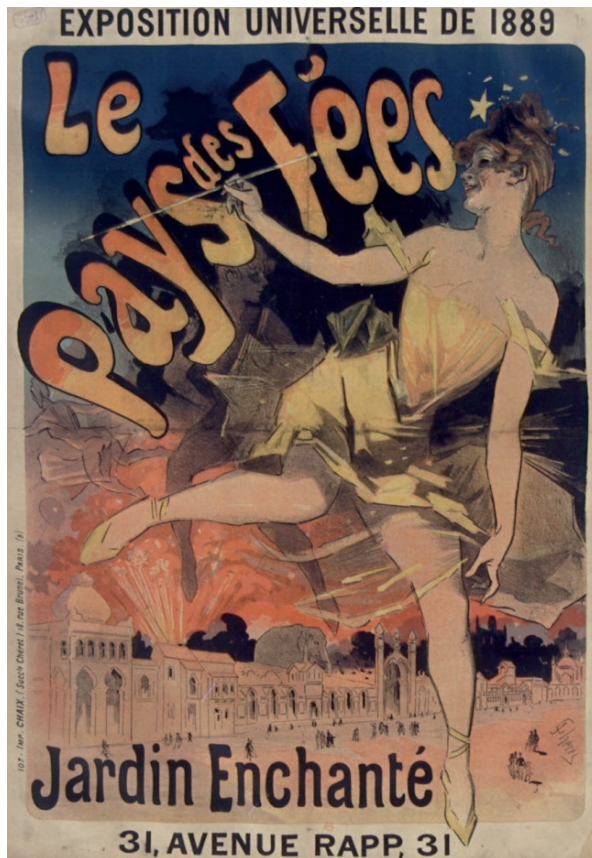
Pierwszym plakacista, który przełożył język Gavarniego na nowoczesny język reklamy, był Jules Chéret, umiejętnie wykorzystujący zarówno zjawisko „paryżanizmu”, jak i samych „paryżanek”. Sztuką swoją doprowadził wizerunek kobiety do perfekcji, czyniąc zeń element *sine qua non* plakatów. Joris-Karl Huysmans, pisarz, eseista i krytyk drugiej połowy XIX wieku, w typowym dla siebie stylu opisuje upodobanie Chéreta do utrwalenia obrazu ówczesnego społeczeństwa:

Chéret upowszechnił szczególną wizję paryżanizmu (fr. *parisianité*). W tej przedestyłowanej przez niego esencji Paryża nie odnajdziemy odpychających mętów ani najwspanialszej śmietanki, tak zepsutej i dusznej poniekąd, lecz gazowe bąbelki, które skrzą się na powierzchni (Huysmans 1889: 53)¹.

Owymi bąbelkami jest „szeretka”, pewien archetyp urody kobiecej, który przyjął się we francuskiej reklamie drugiej połowy XIX wieku i który na długi czas był wyznacznikiem gustów i erotycznych fantazji męskich przedstawicieli klasy miejskiej burżuazji. Jej „ojcem” był Chéret; jako pierwszy dostrzegł potencjał w odpowiednio wyeksponowanym rysunku kobiecego ciała, którego zadaniem było kuszenie klientów wdziękami powabnych dam.

¹ Wszystkie tłumaczenia pochodzą od autora tekstu – przyp. red.

Chéret nawiązuje do długiej tradycji „loretek” i „gryzetek” Gavarniego. Podobnie jak on, umiejętnie gra na nucie zmysłowości, w dużym stopniu implicityjnej, którą można dostrzec w nie nagich, lecz skąpo ubranych kobietach zaludniających jego plakaty. Lata 70. i 80. XIX wieku to niekwestionowany czas ich panowania. Reklamują one zarówno najzwyklejsze produkty, np. bezpieczną naftę do lamp, lecz przede wszystkim pojawiają się w reklamach wydarzeń kulturalnych, takich jak występy kabaretowe, music-halle czy przedstawienia teatralne. Właśnie w nich najpełniej „szeretka” odkrywa swe wdzięki i ujawnia swój potencjał reklamowy, ukazując radość i zabawę płynącą z uczestnictwa w promowanym wydarzeniu.



Il. 1. Jules Chéret, 1889, *Exposition universelle de 1889. Le pays des fées. Jardin enchanté* (źródło: BnF/Gallica).

Na przykładzie plakatu reklamującego bez wątpienia największe paryskie wydarzenie 1889 roku, jakim była Wystawa Światowa (il. 1), dostrzec możemy, jak bardzo Chéret inspirował się malarstwem rokokowym, zarówno włoskim, Giovanniego Battisty Tiepola, jak i francuskim – Antoine’a Watteau i Jean-Honoré Fragonarda, mistrzów *fêtes galantes*². Adam Bochniak, pisząc o Tiepolu, zwraca uwagę na ulotność gestów i póż postaci, którą odnajdujemy na plakacie Chéréta: „Jego postaci zdają się płynąć gdzieś w przestworzach na zawrotnej wysokości, a oszołomiony widz, tracąc poczucie rzeczywistości, doznaje wrażenia, że razem z nimi unosi się nad ziemią” (Bochniak 1983: 75). „Szeretka”, w sensie fizycznym, „pociąga nas wzwyż” i choć nie jest umieszczona wysoko, ponad głowami widzów, jak to ma miejsce u Tiepola, również i na plakacie znajduje się gdzieś między światem rzeczywistym a nierzeczywistym, oferując widzowi swoistą podróż w przestrzeń. Chéret, podobnie jak mistrzowie rokoka, zdejmuje z widza i „szeretek” ciężar, a czyniąc je lekkimi oraz pozwalając im unosić się w przestworzach, stwarza złudzenie, że wstępują do nieba.

Oczywisty urok jego kompozycji sprawia, że szybko stają się one obiektem analiz w prasie literackiej i artystycznej. Jeden z najbardziej kompletnych opisów jej postaci przedstawił René Dubreuil w 1893 roku na łamach czasopisma literacko-artystycznego „La Plume”:

Jest to kobieta zakochana, której kochanek przebacza wszelkie fantazje. To kobieta nerwowa, która płacze i śmieje się w tym samym momencie ustami i oczyma. To kobieta radosna, szalona, delikatna, o ciele wygiętym w pozie podanej na tacy. Kobieta autorstwa Chéréta bardzo nam się podoba, ze swoimi potarganymi blond włosami lub z niedbale ułożonym stosem rudych włosów, bardzo nam się podoba i my, czyli wszyscy ci, którzy są amatorami sztuki, podobamy się jej. Jest to nasza dobra przyjaciółka, której wiosna wyszeptła do ucha różnego rodzaju urocze fantazje i która w ciepły i miły wieczór obiecuje naszemu zepsutemu umysłowi i naszej męskiej sile chwilowy raj (Dubreuil 1893: 493).

Chéret, zwracając się do świata męskiego, będącego odbiorcą jego dzieł, całkowicie redukuje funkcję wizerunku kobiety, czyniąc zeń jedynie estetyczny element mający służyć do uruchomienia odpowiednich erotycznych fantazji. Nicholas-Henri Zmelty, jeden z francuskich historyków sztuki, bardzo słusznie

² Sceny przedstawiające wytworne towarzystwo na tle pejzażu – przyp. red.

zauważa: „Chéret przede wszystkim umiał połączyć w jednej postaci sporą liczbę fantazji sprawiając, że odpowiadała ona idealnie pragnieniom mężczyzn” (Zmelty 2013: 22). Potwierdzenie tej uwagi odnajdziemy w szeregu artykułów ukazujących się w ówczesnej prasie. John Grand-Carteret stwierdza co następuje:

Niezwykle trwały kult kobiety. Kobieta w różowej bieliźnie, kobieta o różowej skórze, zaczepiająca przechodnia spojrzeniem, gestem, lub rozpościerająca na podwójnym rozmiarze zwykłego plakatu swoje kuszące nogi, mocne ciało o silnie zarysowanej kobiecości, to Venus-Chéret, bogini plakatu i prawdziwa patronka nowoczesnego Paryża (Grand-Carteret 1889: 354).



Il. 2. Jules Chéret, 1889, *Papier à cigarettes Job. Hors concours Paris 1889* (źródło: BnF/Gallica).

Pomimo ewidentnego schlebiana gustom męskich odbiorców trzeba zaznaczyć, że „szeretki” nigdy nie stały się przesadnie roznegliżowane; ich pozy bardziej przemawiały do wyobraźni, niż były w swych kuszących pozach dosłowne, i nie przekraczały granicy „dobrego smaku”. Trudno przypuszczać, że celem Chéreta było zamierzone sprowadzenie roli kobiety do „gadżetu” umiłającego męskie wieczory, jak tego chciał cytowany Dubreuil. Jest to raczej stereotypowy obraz kobiety, paryżanki, ambasadorki nowej klasy średniej, który przyjął się w społeczeństwie *belle époque* i z którym jest on identyfikowany. Ma ona cechy typowe dla Kolombiny, jednej z głównych postaci włoskiej *commedia dell'arte*; jest zuchwała (jak na plakacie reklamującym bibuły papierosowe „Job” – il. 2), dowcipna i kocha życie. Rolę Arlekina, miłośnika wdzięków Kolombiny z *commedia dell'arte*, odgrywają liczni wielbiciel, kolekcjonerzy plakatów Chéreta, oraz jego naśladowcy (na przykład jego uczeń Lucien Lefèvre), którzy tworząc swoje plakaty wzorowali się na „szeretce” jako na archetypie reklamowej urody kobiecej.

Podczas gdy w reklamie francuskiej królowała bezsprzecznie „szeretka”, we francuskiej sztuce od lat 80. dał się odczuć nowy trend postulujący odnowę sztuki poprzez powrót do źródeł estetyki średniowiecznej i bogatego zdobnictwa zaczerpniętego z przyrody. Założenia *art nouveau* znalazły zastosowanie we wszystkich dziedzinach sztuki; secesja stała się sztuką totalną, zmieniającą również zasady sztuki użytkowej. Odnowa dotyczyła najpierw szkła ozdobnego autorstwa Emila Gallégo i Louisa Majorella, które święciło tryumfy w czasie wystawy światowej w 1889 roku, lecz bardzo szybko przeniknęła również do sztuki graficznej. Plakat zmienił się wraz z Eugène'em Grassetem, pochodzącym ze Szwajcarii artystą, który w 1871 roku osiadł w Paryżu. Ten wszechstronnie uzdolniony twórca w świat plakatu wszedł w połowie lat osiemdziesiątych, wprowadzając do niego elementy zaczerpnięte ze średniowiecza oraz, bardzo widoczne zarówno w warstwie kompozycyjnej, jak i warsztatowej, stylizacje nawiązujące do bardzo modnych w tym czasie grawiur japońskich. Odnajdziemy więc w jego twórczości harmonię elementów japonizujących, jak płasko kładzione plamy kolorystyczne (kolor używany jest raczej oszczędnie jako efekt dekoracyjny) i plan diagonalny, oraz znamienne dla *art nouveau* motywów zaczerpniętych z przyrody i falujących linii.

Podobnie do Chéreta Grasset stworzył własny typ kobiety, która stała się dominującym motywem w jego sztuce. Wizerunek kobiety był dla niego wdzięcznym tworzywem do eksperymentów artystycznych, gdyż zarówno kształt jej ciała,

jak i długie, falujące włosy umożliwiały formowanie niekończących się, płynnych linii. W maju 1894 roku, czasopismo „La Plume” zorganizowało wystawę retrospektywną w ramach *Le Salon des Cent*, w całości poświęconą twórczości Grasseta. Wystawę reklamował przygotowany przez Grasseta specjalny plakat (il. 3), którego kompozycja zawiera najważniejsze elementy jego twórczości. Dostrzec możemy na nim rudowłosą kobietę, trzymającą w prawej ręce notes, a lewą ręką subtelnie badającą budowę kwiatów. Na jej twarzy widać skupienie nad studiowaną materią, zaś utkwiony w dali wzrok zdradza zamyślenie i być może szczęście płynące z możliwości obcowania z naturą.



Il. 3. Eugène Grasset, 1898, *Exposition Eugène Grasset au Salon des Cent* (źródło: BnF/Gallica).

Bohaterka Grassetta, którą na wzór „szeretki” można nazwać „grassetką”, nie ma nic z lekkości swojej konkurentki. Nie jest uosobieniem paryżanki, nie przedstawia stereotypowego wizerunku kobiety szukającej zabawy i bez troski. Kobieta u Grassetta jest jakby nie z tego świata – sportretowana jako uduchowiona istota, sama w sobie stanowiąca zjawisko raczej spektralne niż materialne. Tę odmienną w podejściu do przedstawienia kobiety dostrzega między innymi krytyk Ernest Maindron, który na łamach „La Plume” w listopadzie 1893 roku opublikował analizę dzieł Chéreta i Grassetta. Porównał w niej dwa archetypy urody kobiety właściwe tym twórcom. Jego zdaniem:

Jest oczywiste, że każdy z tych artystów ma wizję sztuki właściwą dla siebie i każdy z nich nie zrezygnowałby z niej, choćby na chwilę, aby zobaczyć, czym zajmuje się kolega. Patrząc na każdego z osobna, jeżeli przyjmujemy oryginalność jednej z nich, okaże się ona zaprzeczeniem drugiej. Nie wystarczy powiedzieć, że sztuka – a jest to jej najwyższa misja – przeznaczona jest do tego, aby służyć wyrażaniu różnych, odmiennych idei, byle była szczerą i klarowną. Grasset widzi kobietę „z przeszłości”. Jest ona przez niego wielbiona i otoczona szacunkiem. Chéret wyobraża sobie ją jako pełną gracji i powabu; nie kryje ona swoich atutów, a ma ich tyle, że nigdy nie przestaje się odczuwać chęci ujrzenia czegoś więcej: jest to z pewnością kobieta, która zna sztukę uwodzenia i wie, jak się spodobać (Maindron 1893: 478).

„Grassetka”, opisana przez Maindrona jako kobieta „przeszłości”, w odróżnieniu od „szeretki” ewoluuje, Grasset przedstawia więc na swoich plakatach wiele odcieni damskiej urody i pod tym względem jest mniej konserwatywny od Chéreta. Widać to najjaskrawiej na przykładzie dwóch prac: omówionego *Le Salon des Cent* i powstałego dziesięć lat wcześniej *Librairie Romantique* (il. 4). Pierwszy plakat, utrzymany w stylu *art nouveau*, przeciwstawia się konwencji czysto malarskiej, która cechuje późniejszą kompozycję Grassetta.



Il. 4. Eugène Grasset, 1898, *Librairie Romantique* (źródło: BnF/Gallica).

Z punktu widzenia całości jego twórczości musimy stwierdzić, że jest to bardzo nietypowy plakat. Jego kompozycja jest całkowitym zaprzeczeniem późniejszych uproszczonych stylizacji linearnych, tak charakterystycznych dla *art nouveau*. Na plakacie reklamującym paryską księgarnię Edouarda Monniera odnajdziemy zaczytaną kobietę, mającą za tło sylwetkę katedry Notre-Dame. Kobieta wsparta jest o wielki stos książek. Są one częściowo zasłonięte przez olbrzymi kamienny blok, stanowiący tło dla tekstu reklamowego (zachwala on *L'Age du Romantisme* jako „wspaniałą, ilustrowaną publikację”). Przedstawiona scena skąpana jest w ciemności nocy, co bez wątpienia wzmacnia tajemniczość

i symboliczny charakter pracy. Z pewnością najbardziej ciekawym i intrygującym elementem kompozycji jest umieszczona w prawym dolnym rogu czaszka. Wytłumaczenie jej użycia nie jest łatwym zadaniem. Można przyjąć, że w tej kompozycji „malarskiej”, mniej reklamowej, a bardziej artystycznej, Grasset powraca do okresu baroku, gdzie często używanym symbolem, obrazującym przemijanie i śmierć, jest właśnie czaszka (tak jest na przykład w przypadku twórczości Jean-Baptiste’a Chassigneta czy Georges’a de La Toura).

Mając już ugruntowaną pozycję grafika, dydaktyka ornamentu florystycznego, w 1896 roku Grasset zaprojektował kalendarz reklamowy dla sklepu odzieżowego *A la Belle Jardinière*. Zlecenie to Grasset potraktował szczególnie poważnie, gdyż według niego kalendarz mógł przyczynić się do upowszechnienia estetyki i kształtowania gustów odbiorcy. Poza tym wpisywał się w tematykę szczególnie bliską Grassetowi, tzn. przedstawienia tematu wpływającego czasu (może stanowić to kolejny argument przemawiający za interpretacją czaszki, „vanitas”, jako przedmiotu ilustrującego wpływ czasu). Karty kalendarza, na przykład ilustracja lipcowa (il. 5), ukazują praktyczną stronę teoretycznych rozważań Grasseta na temat nowoczesnej sztuki, która z jednej strony jest zakorzeniona w przeszłości, ale czerpie również witalne soki z kontaktu z naturą.

W przypadku urody kobiety, uroda kwiatów zacznie ją przenikać, aż do stworzenia amalgamatu, w którym kobieta i kwiat stanowią całość. Kobieta staje się częścią natury, jej najszlachetniejszym wytworem i, podobnie jak ilustrowane kwiaty, staje się podatna na stylizacje typowe dla pojawiających się na plakatach motywów florystycznych. To magiczne przenikanie się dwóch światów: świata kwiatów i świata kobiet stworzy archetyp kobiety-kwiatu. Przy tym naładowaniu prac estetycznymi elementami, trudno jest przypomnieć sobie, że mamy do czynienia z reklamą. Oczywiście zadaniem ogrodniczek Grasseta było promowanie elegancji sprzedawanych w domu handlowym ubrań. Suknia kobiety podlewającej kwiaty z karty lipcowej, rozszerzana ku dołowi w formie klosza, wraz z bufiastymi rękawami jest charakterystyczna dla mody lat 90 XIX wieku. Została uszyta z niebieskiej tkaniny, przyozdobionej motywami zodiakalnymi (lew) – podobnie na sukni majowej odnajdziemy znak bliźniąt. Jako dodatki zaproponowane zostały czerwone buciki i letni jedwabny (unoszony przez wiatr) szal w kolorze żółci.



Il. 5. Eugène Grasset, 1896, *La Belle Jardinière, Juillet* (źródło: BnF/Gallica).

Prace Grasseta, w odróżnieniu od plakatów Chéreta, kryją swego rodzaju potencjał tajemniczości i atmosfery niewyjaśnionych zdarzeń, uroczych przestrzeni i sekretnej sytuacji, co jest typowe dla indywidualizmu romantycznego. Grassetki, jeżeli kuszą widza, czynią to w inny sposób, bardziej niewymuszony i niedosłowny. Potwierdza to Louis Maillard w artykule opublikowanym w 1893 roku w „La Plume”:

Jego plakaty przyciągają uwagę dyskretnym i niewymuszonym urokiem. Przyciągają oko tak, jak czyni to młoda dziewczyna, której urodę można już dostrzec, widząc tylko połysk jej włosów i blask spojrzenia, nim pojmie się, dlaczego ona nas umuje. Żadnego więc zbędnego hałasu, żadnej brutalności, lecz synteza,

Postać kobiety na francuskim plakacie reklamowym przełomu XIX i XX wieku

zrozumienie i bliskość przedstawionego tematu i środków przedstawienia. W ten sposób, będąc sobie wiernym, daje on czasem prymat linii nad kolorem (Millard 1893: 486).

Prace reklamowe, z przyczyn oczywistych, nie pozwalały Grassetowi rozwijać w pełni tematyki symbolicznej, niemniej dążenie do przedstawienia „atmosfery”, a nie tylko reklamowanego przedmiotu, jest w jego przypadku jak najbardziej widoczne. Reklama rowerów marki Georges Richard z 1897 roku spełnia wszystkie te wymogi (il. 6).



Il. 6. Eugène Grasset, 1897, *Marque Georges Richard* (źródło: BnF/Gallica).

Plakat utrzymany jest w tonacji pomarańczowo-zielonej, a jego centralną część zajmuje wiotka, efemeryczna dziewczyna, trzymająca w ręku czterolistną koniczynę, logo firmy rowerowej. Autor umieszcza znak firmowy w samym środku pracy, co sprawia, że jako pierwszy jest w tej kompozycji widoczny. Sam produkt umieszczony jest w narożniku, ledwie zauważalny, ma za zadanie, jak można się domyślać, nie zakłócać tajemniczej atmosfery pracy. Skupiają

się w niej jak w soczewce wszystkie źródła inspiracji artysty: kompozycja zdradza wpływy sztuki japońskiej, atmosfera romantycznej nastrojowości i tajemniczości nawiązuje do angielskiego nurtu naiwnego i uczuciowego sentymentalizmu; jest właściwa prerafaelitom, a jednocześnie zapowiada modernistyczny symbolizm.

Rysunkowi kobiet u Grasseta towarzyszy klimat, który, zdaniem Anne Murray-Robertson, można byłoby najlepiej opisać przymiotnikiem „neobotticeliański” (1981: 14). W istocie, jeśli porównać obraz *Narodziny Wenus*, przedstawiający boginię w harmonijnej kompozycji, w rozwianych włosach i szatach, do postaci kobiecych u Grasseta, z łatwością dostrzeżemy uzasadnienie dla tej tezy. Tych dwóch artystów wykazywało szczególną słabość do portretowania kobiet mających podobne cechy fizyczne i duchowe (w przypadku plakatu Grasseta można odnieść wrażenie, iż jest to wręcz ta sama osoba). Są to postaci młode, wysmukłe, o delikatnych rysach twarzy, bardzo bujnej fryzurze, mocno zarysowanych oczach i okrągłej brodzie. Ich długa, „łabędzia” szyja akcentuje filigranową budowę ciała (np. w przypadku *Librairie Romantique* Grasset mocno akcentuje nagość szyi czytającej, rozmyślnie przydając tej kompozycji szczypty wysublimowanego erotyzmu)³. Zarówno Botticelli, jak i Grasset gustowali w kobietach szczupłych, o wąskiej talii i małych piersiach. Nie są to paryżanki, kusicielki z plakatów Chéreta, o krągłych kształtach i obfitych piersiach „przypadkiem” nieposłusznym próbującemu utrzymać je w ryzach gorsetowi, ale postaci efemeryczne, u których (z wyjątkiem kobiety z plakatu *Librairie Romantique*) trudno dopatrzyć się pierwiastka eksponowanego erotyzmu.

Gdy w 1893 roku pojawił się plakat dla londyńskiego Grafton Galleries (il. 7) będący kwintesencją osiągnięć i doświadczeń artysty w dziedzinie witraży, przedstawiający grassetkę spacerującą w ogrodzie pełnym fioletowych irysów, krytycy nie szczędzili negatywnych uwag pod jego adresem.

³ O tym aspekcie wspomina również Louis Gonse w artykule „L'affiche moderne” z maja 1895 roku: „Plakat *Librairie Romantique*, wydrukowany nakładem Monniera osiem lat temu, jest po prostu wspaniały. Łączy w sobie same dobre punkty: rysunek, wyczucie i wykonanie [...] Jakiż piękny kark łabędziej szyi, piękny profil, piękna stópka obuta w wiązane trzewiki, piękna czerń sukni, poezja pejzażu i oszczędna harmonia całości!” (Gonse 1895: 748).



Il. 7. Eugène Grasset, 1893, *Grafton Galleries* (źródło: BnF/Gallica).

William Ritter w grudniowym wydaniu „Le Magasin Littéraire” opisał sportretowaną kobietę jako „cierpiącą na szczególną odmianę anemii”, mającą „wygląd zagubiony, trupi z powodu pożerającego ją strachu [...] wygląd dziwny i tęskny, jakby spodziewała się największego nieszczęścia w otoczeniu pięknego ogrodu” (Ritter 1894: 424). Nie była to oczywiście krytyka twórczości Grassetta jako takiej – artykuł jest pełen pochwał dla jego dzieł – lecz wypowiedź Rittera należy zrozumieć raczej jako niepochlebnie oceniającą kontrast między wizerunkiem kobiety a pięknem przedstawionej przyrody. W lipcowym numerze „La Plume” z 1897 roku w całości poświęconemu dziełom i osobie Muchy, Claude Manceau zdaje się potwierdzać te spostrzeżenia. Porównując dwóch artystów, notuje:

Typ kobiecy, ulotny oczywiście, prowokujący bez wątpienia, ale nigdy nieprzyzwoity, który odnawia swe oblicze, pozostając sobie wierną, taka jest kobieta Chéreta, uwspółcześniona z pewnością, ale przede wszystkim symboliczna w jedwabnej toalecie, nieprzywiązująca wagi do przemijającej mody. Grassetki są cudem szlachetnej elegancji i odrobinę archaiczne w detalach niesamowicie szczegółowego rysunku (Manceau 1897: 440).

Gdy zgasły ostatnie światła na paryskiej Wystawie Światowej w 1900 roku, widzowie, choć zapewne tego nieświadomi, uczestniczyli w symbolicznym zgaszeniu światła *art nouveau*, które, jak się zdaje, zbyt mocno odurzało odbiorcę swoimi długowłosymi boginiami o melancholijnym spojrzeniu. Paul Morand, uznany francuski pisarz okresu międzywojennego, określił tę zmianę bardzo trafnie: „*Belle époque*, piękna epoka, stała się wkrótce zapadłym kontynentem, którego obecność można dostrzec było tylko dzięki wystającym cylindrom i szapkakom” (1931: 14). Bardzo szybko, bo w zaledwie dziesięć lat później, wzór grassetki jako kanon urody kobiecej przeminie, a do głosu zaczną dochodzić chłopczyce typowe dla *art déco*.

Wizerunek kobiety, tak odmienny w swoim języku w wydaniu Chéreta i Grasset, dowodzi przede wszystkim skuteczności reklamy z jej udziałem. Artystom zależało przede wszystkim na tym, żeby spełniać zachcianki odbiorcy, mile bawić jego oko. Przedmiot reklamowy w kompozycji pojawia się w szczątkowej formie, co na przykładzie reklamy rowerów Georges Richard było szczególnie wyraźnie dostrzegalne. Plakat reklamowy ma zauroczyć, wywołać pragnienie jego posiadania, bardziej niż przedmiotu reklamowanego.

W 1896 roku, na łamach pisma „*La Critique*”, Emile Straus zastanawiał się nad skutecznością prac reklamowych i warunkami ich powodzenia. W artykule stwierdził, że skuteczność zależy od tego, czy plakatowi „uda się uderzyć magiczną różdżką w ciężkie drzwi umysłu odbiorcy, spenetrować go, pobudzić do zastanowienia i skłonić do działania”. Aby wywołać efekt „hipnozy”, kontynuuje Straus, wielu artystów posługuje się obrazem kobiety przepełnionym

wrodzoną kobiecością, ulotną i kruchą, roztańczonym erotyzmem w perłowych kolorach rozpuszczonych w fantazyjnych tęczach, jak u Chéreta. Kobiecość, oto prawdziwy przepis znakomitych poskramiaczy mas, w odróżnieniu od grubiańskiej brutalności reszty, usiłującej osiągnąć cel w inny sposób. Ale to pierwszy sposób, przy założeniu, że zrobi się to dobrze, ma szansę na sukces.

Postać kobiety na francuskim plakacie reklamowym przełomu XIX i XX wieku

Pierwsza rada dawana przez przebiegłych fabrykantów nowicjuszom planującym tworzyć reklamy ich produktów brzmi następująco: PRZEDE WSZYSTKIM NIE ZAPOMNIJCIE UMIEŚCIĆ NA NICH JAKIEJS KOBIEТЫ, TO POMAGA W SPRZEDAŻY! [...] Kobieta wszędzie i kobieta zawsze, kobieta epicko naga, dręczona i cierpiąca na wspaniałym plakacie *La Critique* Georges'a d'Espagnata, kobieta tajemniczo piękna i pogodna spoglądająca z ram plakatu *Le Salon des Cent* Grasseta, kobieta zamyślona i uroczo obnażona z plakatów Muchy, urocza paryżanka, zadziorna i kusząca z plakatów *Quinquina Dubonnet* Chéreta (Straus 1896: 126).

Bibliografia

- Bochnak Adam, 1983, *Historia sztuki nowożytnej*, Warszawa.
- Dubreuil René, 1893, *Sur les femmes de Jules Chéret*, „La Plume”, s. 493.
- Gonse Louis, 1895, *L'affiche moderne*, „Le Monde Moderne”, s. 748.
- Grand-Carteret Jean, 1889, *Chéret et l'affiche illustrée*, „Le National”, s. 354.
- Huysmans Joris-Karl, 1889, *Certains*, Paris.
- Le Guennec François, Zmlety Nicolas-Henry, 2013, *La Belle Epoque des femmes ? 1889-1914*, Paris.
- Maindron Ernest, 1893, *L'affiche illustrée*, „La Plume”, numer 110, s. 478.
- Manceau Claude, 1897, *Science française*, „La Plume”, s. 440.
- Millard Louis, 1893, *Eugène Grasset*, „La Plume”, s. 486.
- Morand Paul, 1931, *1900*, Paris.
- Murray-Robertson Anne, 1981, *Grasset: pionnier de l'art nouveau*, s. 14.
- Ritter William, 1894, *A propos de quelques créatures d'Eugène Grasset*, „Le Magasin Littéraire”, s. 424.
- Straus Emile, 1896, *Des Affiches*, „La Critique”, s. 125–126.

Anna Polańska

Uniwersytet Gdański

Wizerunek ludzi morza w promowaniu fotografii marynistycznej przez gdańskie środowisko artystyczne, od zakończenia II wojny światowej do początku lat osiemdziesiątych XX wieku

Abstrakt:

Fotografia marynistyczna była w sposób wyjątkowy traktowana i promowana w gdańskim środowisku fotograficznym od zakończenia II wojny światowej do początku lat osiemdziesiątych XX w. Jednym z tematów był wizerunek ludzi morza. Trójmiejscy fotograficy pokazywali szeroki wachlarz ikonografii marynistycznej. Wypracowali nowy obraz ludzi morza: byli to pracownicy portów i stoczni, których artystyczne przedstawienia niejednokrotnie były nagradzane. Gdańskie środowisko fotograficzne promowało tematykę morską poprzez organizowanie wystaw o zasięgu krajowym i międzynarodowym. Śledząc powojenną historię polskiej fotografii, skłaniam się do tezy, że istniała nieformalna gdańska szkoła fotografii marynistycznej, która wpłynęła na kształtowanie kultury morskiej w Polsce.

Słowa kluczowe:

fotografia marynistyczna, ludzie morza, gdańskie środowisko fotograficzne

W artykule traktującym o archiwum ludzi morza przytoczono kilka definicji określenia „człowiek morza” (Polkowski 1979: 353). Najbardziej z opisywanym tu zagadnieniem koresponduje wypowiedź inż. Gabriela Grocha: „Ludzie morza to Polacy, którzy na skutek osobistego emocjonalnego i rozumowego stosunku do morza i wszystkich zagadnień z nim związanych tak pokierowali swoim życiem, że swoje wykształcenie, zawód, pracę i twórczość związali z rozwojem gospodarki, techniki i kultury morskiej” (Polkowski 1979: 353). Słowa te brzmią dość patetycznie, ale gdy weźmie się pod uwagę historię Polski i jej powiązania z Morzem Bałtyckim, stają się bardziej zrozumiałe. Polska zaczęła być krajem morskim dopiero w dwudziestoleciu międzywojennym, a wyjątkowy

rozwój gospodarki i kultury morskiej nastąpił po 1945 r., natomiast apogeum rozwoju osiągnięto w latach sześćdziesiątych i siedemdziesiątych XX w. (por. Piskozub: 1986).

Stosując definicję Grocha w odniesieniu do fotografii, „ludźmi morza” będą zarówno osoby przedstawione na zdjęciu, jak również fotograficy uprawiający fotografię marynistyczną. Czym jednak jest fotografia marynistyczna? Już w obrębie sztuki spotykamy różne definicje marynistyki. Ewa Maria Różańska wskazuje na „potrzebę podawania własnej definicji, interpretacji tego pojęcia przez każdego autora podejmującego temat marynistyki” (1986: VIII). Termin „fotografia marynistyczna” rozumiem bardzo szeroko i zamiennie z tematem morskim w fotografii. Medium fotograficzne zaciera granice pomiędzy wypowiedzią artystyczną a użytkową. Istotnym będzie to, czy wytwór fotografa jest dziełem sztuki, czy dokumentacją opisującą daną sytuację. W przypadku fotografii artystycznej nie będzie błędem używanie sformułowania „fotografia marynistyczna” zamiennie z określeniami „fotografia o tematyce morskiej”, czy „temat morski w fotografii”. Takie opisy dotyczą bardzo szeroko rozumianych zagadnień związanych z morzem.

Stosując termin fotografia marynistyczna, podkreślamy artystyczny charakter zdjęcia. Mają na to wpływ historyczne uwarunkowania fotografii. Początki fotografii to przede wszystkim zagadnienia związane z techniką, a następnie rozwój tej dziedziny w oparciu o estetykę oraz sztukę i ostateczne usankcjonowanie zawodu fotografa-artysty (por. Sobota 2001). W Polsce dopiero w 1947 r., w momencie powołania Związku Polskich Artystów Fotografików – ZPAF¹, fotografowie otrzymali status prawny artysty. Wiedzy na temat polskiej fotografii marynistycznej okresu powojennego dostarczają przede wszystkim katalogi wystaw i artykuły w prasie. Do tej pory drukiem ukazało się jedno opracowanie Juliusza Garzdeckiego (1976), będące pokłosiem gdyńskiego Kongresu Kultury Morskiej w 1976 r. Garzdecki poruszył wiele zagadnień dotyczących tematu morskiego w historii polskiej fotografii, od dwudziestolecia międzywojennego do połowy lat siedemdziesiątych XX w., jednakże jego tekst ma wymiar politycznej postawy autora. Garzdecki postuluje m.in., aby na wzór fotografii krajoznawczej fotografia marynistyczna kształtowała postawy patriotyczne; zarówno fotograficy, fotoreporterzy i fotoamatorzy powinni pełnić służbę społeczną. Poddaje krytyce powojenne zdjęcia marynistyczne

¹ Do 1952 r. obowiązywała nazwa *Polski Związek Artystów Fotografów*.

w duchu piktorialnym², uznając, że pokazane w takiej estetyce fotografie mogą skłaniać „do banalizowania tematyki, do produkcji pocztówkowej galanterii fotograficznej” (Garztecki 1976: 10). Fotografom powinna towarzyszyć postawa humanistyczna, zwracająca uwagę na człowieka pracującego: „rybak dzisiejszy jako temat fotograficzny, to przede wszystkim człowiek podczas pracy” (Garztecki 1976: 11). Jednocześnie Garztecki zastanawia się:

czy w tych warunkach, przy tak wielkim rozwoju i przewadze morskiej fotografii typu gospodarczego, fotografii ukazującej człowieka morza przy pracy oraz fotografii podróźniczej i reportażowej, fotografia, którą zależnie od punktu widzenia można określić jako „czysto artystyczną” albo estetyzującą zupełnie zaginęła lub przeznaczona jest na zagładę? (Garztecki 1976: 14).

Jest to swego rodzaju pytanie retoryczne. Oczywiście państwo dotowało wszystkie przedsięwzięcia, które wychwalały polską gospodarkę morską. Za wszelką cenę starano się uświadomić polskiemu społeczeństwu, że jesteśmy morską potęgą i krajem z szerokim dostępem do morza. Większość fotografów przyjmujących zlecenia, dokumentujących życie morskie w Polsce, to artyści, członkowie ZPAF, którzy wystawiali swoje fotografie marynistyczne na salonach, pokazując temat morski w zupełnie innym świetle. Mecenat państwowy wyjątkowo mocno wspierał kulturę morską. Odbywały się wystawy ogólnopolskie, a także międzynarodowe, które w większym lub mniejszym stopniu nawiązywały do tematu morskiego. Wydawano albumy fotograficzne promujące polskie Wybrzeże. Prasa, np. „Morze”, „Tygodnik Morski”, „Panorama Północy”, zamieszczała niezliczone ilości zdjęć. W tych wszystkich działaniach brali udział m.in. fotograficy związani z trójmiejskim środowiskiem fotograficznym³.

² Piktorializm – termin powstały, krótko po ogłoszeniu wynalazku fotografii w 1839 r., promujący fotografię jako sztukę. Oznaczał postrzeganie fotografii jako wytworu artystycznego, nawiązującego do malarstwa i grafiki w estetyce impresjonizmu i symbolizmu.

³ Stosowanie określenia „trójmiejskie środowisko fotograficzne” w stosunku do fotografów z Wybrzeża Gdańskiego dookreśla miejsca, skąd wywodzili się twórcy. Jednak używanie terminu „gdańskie środowisko fotograficzne” jest również zasadne przy omawianiu działalności artystycznej ludzi i instytucji, które mieściły się w Gdańsku i posługiwały się w swoich nazwach słowem Gdańsk, np. Gdańskie Towarzystwo Fotograficzne, Okręg Gdański Związku Polskich Artystów Fotografików, Sekcja Miłośników Fotografii Gdańskiego Towarzystwa Przyjaciół Sztuki, dlatego też w artykule będę stosować zamiennie oba określenia.

W niniejszym tekście nie podejmuję wątku zdjęć o tematyce morskiej, wykorzystywanych w fotografii użytkowej. Natomiast warto zaznaczyć, że wielu fotografów z Trójmiasta było zatrudnionych w instytucjach związanych z gospodarką morską lub pracowało jako fotoreporterzy, co pozwalało im być bliżej tematów związanych z morzem. W omawianym okresie to właśnie na gdańskim Wybrzeżu szczególnie promowano marynistykę w fotografii, choć w latach sześćdziesiątych miały miejsce dwie ogólnopolskie wystawy fotografii marynistycznej zorganizowane w Warszawie – *III Ogólnopolska Wystawa Fotografiki Marynistycznej (III Ogólnopolska Wystawa...*, 1960) oraz *Wystawa fotografiki marynistycznej z 1965 r. (Wystawa fotografiki...*, 1965), które nie spowodowały jednak w stolicy kontynuacji tego tematu w latach następnych.

Gdańskie środowisko fotograficzne już po zakończeniu II wojny światowej rozpoczęło wzmoczoną działalność fotograficzną, m.in. poprzez zrzeszanie się, uruchomienie szkolnictwa, organizowanie konkursów i wystaw. Twórcy byli skupieni wokół kilku kluczowych instytucji w Trójmieście. Były to: Gdańskie Towarzystwo Fotograficzne – GTF, Okręg Gdański Związek Polskich Artystów Fotografików – OG ZPAF, Sekcja Miłośników Fotografii Gdańskiego Towarzystwa Przyjaciół Sztuki – SMF GTPS, Liceum Fotografiki Towarzystwa Uniwersytetów Robotniczych w Gdyni, i Studium fotografii przy Wydziale Architektury Politechniki Gdańskiej. Powstałe w 1947 r., GTF deklarowało w pierwszym numerze biuletynu „uprawianie fotografii morskiej” (Zdanowski 1948: 3). Program gdyńskiego Liceum Fotografiki Towarzystwa Uniwersytetów Robotniczych, później włączonego w struktury Liceum Technik Plastycznych w Gdyni, od początku zakładał „wykształcenie aktywnych propagatorów piękna Wybrzeża polskiego” (Rydzewski 1987: 165), a dalej stwierdzał: „trzy miasta: Gdynia, Sopot, Gdańsk będą w przyszłości tworzyć naszą metropolię morską, będą czułym punktem styku naszej kultury z kulturą innych narodów. [...] Środowisko to o niesłychanie pięknym pejzażu morskim i portowym jest idealnym terenem do stworzenia placówki szkolnej w zakresie fotografiki” (Rydzewski 1987: 165).

Trójmiejskie środowisko fotograficzne, szczególnie za sprawą charyzmatycznej postaci Maksymiliana Jankowskiego i wspierającego go w początkowym okresie Edmunda Zdanowskiego, doprowadziło do zorganizowania wystaw o zasięgu krajowym i międzynarodowym, odwołujących się do tematyki morskiej.

W 1948 r. w ramach Wystawy Sztuk Plastycznych w Sopocie⁴ (por. Hinz 1972) zorganizowano *Ogólnopolską Wystawę Fotografiki Artystycznej i Amatorskiej* (*Ogólnopolska Wystawa Fotografiki Artystycznej...* 1948). W następnym roku odbyła się *Ogólnopolska Wystawa Fotografiki Krajoznawczej rok 1949* (*Ogólnopolska Wystawa Fotografiki Krajoznawczej...*, 1949). W obu dominowała tematyka morska. Jan Bułhak we wstępie do katalogu pierwszej wystawy pisał: „fotograficy polscy skwapliwie odezwali się na hasło »twarzą do morza«, rzucone przez kierownictwo Wystawy Sopotkiej i przy wyborze prac dali pierwszeństwo obrazowaniu wybrzeża morskiego oraz miast portowych z Gdańskiem i Gdynią na czele” (1948: 54). Wypowiedź Bułhaka podkreślała narodowy charakter prac w upowszechnianiu morza, uświadamiała Polakom obecny stan: że oto buduje się silne państwo z rozwijającą się gospodarką morską.

Kolejna dekada i okres odwilży to czas budowania i wzmacniania struktur w gdańskim środowisku fotograficznym. Już na początku lat sześćdziesiątych XX w. Maksymilian Jankowski jako prezes OG ZPAF przygotował wystawę *Gdańsk i morze* (1962). We wstępie do katalogu pisał, że prezentowane są „fotogramy przedstawiające wyniki naszej pracy dla morza, rozwój stoczni i dalekomorskiej żeglugi oraz piękny sport jachtowy” (Jankowski 1962: 1). Po raz kolejny widzimy, jak ważnym dla organizatora wystawy było podkreślanie związków fotografii z morzem. Jankowski był głównym *spiritus movens* powstania dwóch najważniejszych imprez: ogólnopolskiej – *Salon Fotografików Polski Północnej „Złocisty Jantar”*⁵ (1962–1982) i międzynarodowej – *Biennale Fotografii Artystycznej Krajów Nadbałtyckich*⁶ (1963–1973). W obu przypadkach chciał ugruntować pozycje fotografii marynistycznej. Imprezy miały cykl dwuletni. W ramach obu konkursów lub w czasie pomiędzy kolejnymi edycjami, organizowano wydarzenia towarzyszące, niejednokrotnie powiązane z tematyką morską np.: *Plener w Łebie – Ochrona środowiska naturalnego człowieka* (1971), *Plener w Stoczni Gdańskiej im. Lenina* (1968), *Plener w Porcie Północnym* (1973), *Plener w Gdańsku-Sobieszewie* (1979), *Wieczory Krajów Bałtyckich*, a sam Jankowski

⁴ Imprezą ta stała się cykliczną i w latach następnych, funkcjonowała pod nazwą *Festiwal Sztuk*, a od 1952 r. *Festiwal Sztuk Plastycznych*.

⁵ Od czwartego salonu w 1968 r., impreza nosiła nazwę: *Salon Fotografiki Polski Północnej Złocisty Jantar*, a w momencie zmiany formuły w 1974 r. cykl imprez przyjął nazwę *Konkurs Fotografii Polskiej Złocisty Jantar*.

⁶ Od trzeciego biennale w 1967 wydarzenie nosiło nazwę *Biennale Fotografiki Krajów Bałtyckich*.

podczas jednego z wieczorów wygłosił prelekcję zatytułowaną *Marynistyka w fotografice polskiej* (Rogowicz 1990). Oczekiwano od fotografików prezentowania tematyki morskiej. Biennale miało realizować hasło „Bałtyk morzem pokoju”. Jankowski (*I Biennale Fotografii...*, 1963: 1) we wstępie do katalogu pisał, „temat wystawionych prac jest dowolny, jednakże organizatorzy biennale będą w przyszłości dążyć, aby na wystawach dominowała tematyka morska”. Natomiast w recenzji do pierwszej edycji konkursy „Złocisty Jantar” czytamy:

„[...] na Salonie zobaczyłem (rzecz sama przez się zrozumiałą) bardzo wiele zdjęć o tematyce morskiej. [...] Morze – żywioł pokazuje na wystawie tylko jedną twarz: pogodną, uśmiechniętą, spokojną [...] A statki niczym zabaweczki. Powie ktoś, że znów mam pretensje nie wiadomo o co. Trudno. Pasjonuje mnie morze, a mieszkam od niego daleko. Gdzie więc mam znaleźć morze groźne, zmienne, stulice bóstwo, jeśli nie na wystawie fotografów z miast Wybrzeża? (Kiciński 1962: XIII).

Niestety, już po 10 latach trwania imprezy nastąpiło zmęczenie tematyką morską. Joanna Grajtnier pisała w bardzo krytycznym tonie: „[K]ilku autorów zaprezentowało się w tematyce morskiej. I znów niestety zawód. Morze, jak ... morze. Ale temat został potraktowany banalnie i w tradycyjnych konwencjach: krajoznawcze obrazki wydm, monumentalne dźwigi portowe i znane z innych wystaw ujęcia. [...] [Ż]adna z pozytywnych ocen nie dotyczy scen morskich” (1972: 22).

Od drugiej połowy lat siedemdziesiątych do początku osiemdziesiątych XX w. trójmiejskie środowisko fotograficzne zorganizowało kilka wystaw zbiorowych dotyczących tylko fotografii marynistycznej. Są to: *Inspiracje morza* (1978, 1980), *Polska fotografia marynistyczna* (1978), *Morze i Gdańsk Fotografika* (1980). Również podczas *Przeглядów Fotografii Wybrzeża* w latach 1974–1980 przyznawano nagrody w kategorii: fotografia marynistyczna. Wielu twórców z gdańskiego środowiska fotograficznego promowało temat morski na wystawach indywidualnych (Krzysztof Kamiński, Zenon Mirota, Tercjan Multaniak, Zygmunt Reszka, Janusz Rydzewski, Janusz Uklejewski, Halina Wasielke-Cieślak, Ryszard Wiliński, Bolesława i Edmund Zdanowscy). Poprzez współpracę trójmiejskich artystów z lokalnymi władzami, przedsiębiorstwami i zakładami pracy związanymi z gospodarką morską, zagadnienie marynistyki w fotografii nabrało nowego znaczenia. Tworzono wystawy tematyczne

o stoczniach i portach: *Stocznia Gdańska w impresjach*, *Stocznia im. Komuny Paryskiej*, *Budowa Portu Północnego w Gdańsku, 35 lat Gospodarki Morskiej*, *Impresje stoczniowe*, *Reportaż Port Gdański*, pokazujące morze i ludzi z nim związanych z innej perspektywy, z perspektywy lądu.

Swego rodzaju ewenementem było zaliczanie do fotografii marynistycznej zdjęć ukazujących budowę architektury związanej z gospodarką morską. Na początku 1973 r. rada GTPS, powołała „ogólnopolską akcję kulturalną towarzyszącą budowie Portu Północnego w Gdańsku” (Rogowicz, oprac. 1974: III). W latach 1973–1974, GTPS przy współudziale „Hydrobudowy 4”, a także innych instytucji kulturalnych m.in. GTF, ZPAF oraz władz państwowych i lokalnych, zorganizowało kilka plenerów na terenie budowy portu, które zaowocowały ogromną ilością prac dokumentujących budowę, a ich walor artystyczny spowodował prezentowanie zdjęć na wystawach (Marian Murman, *Załoga kafara*). Natomiast w 1979 r. w kategorii: fotografia marynistyczna, w *Przeglądzie Fotografii Wybrzeża* Halina Wasielke otrzymała nagrodę za zestaw 18 zdjęć pt. *Budowa bazy kontenerowej w Gdyni 1976-1978*. (Por. *VI Przegląd Fotografii...*, 1979). W obu przypadkach wizerunek ludzi morza to osoby najczęściej w kaskach ochronnych w otoczeniu maszyn i szkieletów konstrukcji budowlanych; czasem towarzyszą im „cywile” wizytujący plac budowy, ale zawsze w tle widoczne jest morze.

Zakończenie II wojny światowej nie przyniosło rozpoczęcia nowego okresu twórczego w fotografii. Powojennych trójmiejskich fotografików charakteryzowała piktorialna stylistyka zdjęć, a więc taka, która odwoływała się do zdjęcia jako obrazu plastycznego. Florian Staszewski (1952: 2) w artykule *Fotografia morska* instruował, że „twarze ludzi morza, zwłaszcza starych” są tymi bardziej wyrazistymi i takich należy szukać. Sam Staszewski na pierwszych wystawach w powojennej Polsce prezentował przedwojenne zdjęcia zrobione podczas rejsu Zawiszy Czarnego (*Kucharz okrętowy*, *Trzeci dzień sztormu*, *Na masztach*). Podobnie robili inni fotografowie, szukając malarskich rozwiązań w symbolicznym ukazywaniu człowieka i morza (Edmund Zdanowski, *Na przyboju*).

Morze to żywioł, z którym człowiek musi się zmierzyć, a jednocześnie współistnieć, dlatego w pierwszych powojennych latach wizerunek ludzi morza to przede wszystkim najbardziej kojarzeni z ikonografią marynistyczną rybak, żeglarz, marynarz. Powstawały prace ukazujące romantyczne, nastrojowe portrety rybaków (Edmund Zdanowski, *Kapitan Nut*). Wizerunki nadmorskich starych Kaszubów przy sieciach, autorstwa Janusza Uklejewskiego, ilustrujące książkę Augustyna Necla *Kutry o czerwonych żaglach* (1955), są nostalgiczne,

a jednocześnie pokazują godność człowieka, który całe życie poświęcił morzu, i zdecydowanie odwołują się do estetyki piktorialnej. Tadeusz Link proponował m.in. inscenizowaną fotografię, tworząc nieco steatralizowane opowieści, w których niejednokrotnie pozowali mu aktorzy ucharakteryzowani na postaci związane z morzem, na przykład w *Oczekiwaniu* (kobieta stojąca na brzegu przy statku z nadzieją patrzy w dal), lub w *Cumowaniu* (marynarze w swych charakterystycznych strojach przeciągają linę okrętową). Natomiast opatrzenie zdjęcia ukazującego w silnym skrócie marynarzy wspinających się na maszt tytułem *Diabły morskie* jednoznacznie przywołuje walkę z żywiołem silnych, odważnych i niepoddających się ludzi. Fotografie Mariana Dobrzykowskiego wykonywane tuż po wojnie w porcie przedstawiają ludzi tam pracujących i często sprawiają wrażenie upozowanych. Nie są to zdjęcia typowo reporterskie, przez co kompozycja i ustawienie modelu przypominają zdjęcia z amerykańskich fabryk okresu międzywojennego, kiedy to fotografowani patrzyli w obiektyw.

Gdańskie środowisko fotograficzne wypromowało nowe postaci kojarzone z morzem, ale z morzem widzianym od strony lądu. Mowa tu o pracownikach portów i stoczni. Bez wątplenia na ten stan rzeczy wpływ miała epoka socrealizmu. Powstałe w tym czasie elementy składowe dzieła kontynuowane były w mniejszej lub większej skali do końca lat sześćdziesiątych XX w. Jerzy Busza o socrealizmie w polskiej fotografii pisał:

[S]ocrealizm, przy wszystkich swoich, ogólnie znanych negatywach na gruncie sztuki, był jednocześnie okresem niebywalej prosperity fotografików, którzy [...] bardzo powierzchownie pojmowali idee tego zadziwiającego konglomeratu „realizmu” i „romantyzmu”, zaprzysięgniętych w kierat doraźnie pojmowanej ideowości i jawnej zgody na ostentacyjną tendencyjność (1990: 18).

Fotografia tej epoki była połączeniem stylistyki piktorializmu i tematów realizmu socjalistycznego. Jednym z wiodących tematów był człowiek – przodownik pracy – heroicznie walczący o lepsze jutro w pocie czoła, ale z uśmiechem na twarzy. Małgorzata Jarmułowicz (2004: 239–245) zauważa, że socjalistyczny człowiek o postawie kolektywistycznej był stale utożsamiany z procesem produkcyjnym, zaś Mariola Jurecka (por. 1988: 55–61) podaje kilka zasadniczych cech fotografii socrealistycznej. Tytuł był dopowiedzeniem obrazu tak, aby oglądający nie miał wątpliwości, na co patrzy (Florian Staszewski, *Obfity połów*;

Bolesława Zdanowska, *Robotnice stoczni*; Edmund Zdanowski, *Stara gwardia stoczniowa*). Motywem przewodnim był człowiek pracy, który przy omawianym tu temacie ukazywany był często na pierwszym planie, z narzędziem pracy lub przy maszynie (Marian Dobrzykowski, *Mechanik w warsztacie portowym* i *Spawacz na stanowisku spawalniczym*). Licznie występowały portrety indywidualne (Tercjan Multaniak, *Mocarz*; Bolesława Zdanowska, *Kadra*); jeśli już prezentowano portret zbiorowy, to scena maksymalnie liczyła do pięciu osób (Bolesława Zdanowska, *Śniadanie stoczniowców*). Estetyka socrealizmu inspirowała się z piktorializmu, gdzie istotną rolę odgrywało światło i przemyślana, wyważona kompozycja, oraz z rozwiązań bliższych awangardzie: perspektywa od dołu powodowała monumentalizację postaci (Janusz Uklejewski, *Czuźna straż*), diagonalna kompozycja wpływała na ekspresję sceny.

Czas odwilży to czas poszukiwań w polskiej fotografii po okresie izolacji. Trójmiejscy fotograficy również starali się „dogonić” nowe prądy w sztuce. Lech Lechowicz (2005: 162) wyodrębnił dwa nurty, pierwszy nazywając artystycznym, charakteryzujący się kreacją obrazu, nowoczesnością, czasem bezpośrednią ingerencją w materiał poprzez fotomontaż, kolaż, techniki specjalne, zmienną optykę (Tercjan Multaniak, *Kwiaty stoczni*; Zenon Mirola, *Artystyczna impresja*), doprowadzając do zatarcia „prawdziwego obrazu”, a czasem tylko estetyzacją bliższą tradycyjnym rozwiązaniom – niekiedy post-piktorialnym. Drugi nurt to fotografia reportażowa, która z czasem trafiła na salony wystawiennicze. Leonard Sempoliński (1963: 2) w katalogu do wystawy *Stocznia Gdańska w impresjach Tercjana Multaniaka* pisał: „dopuszczono do głosu – prawdę fotograficzną. Fotografia artystyczna staje się tym czym być powinna, tj. dokumentalnym obrazem rzeczywistości, spełniającym ważne zadanie poznawcze, kulturalne i społeczne.”

Fotografia reportażowa o wydzwiku socjologicznym zaczęła od połowy lat sześćdziesiątych XX w. rozwijać się w postaci wystaw (Ligocki 1987: 100), co świetnie obrazują przykłady zdjęć Eugeniusza Nurzyńskiego (*Rybacy Orłowa*), Zygmunta Reszki (*Rybaczy małego morza* – dokumentacja zlotów tradycyjnych kaszubskich łodzi żaglowych w Chałupach), Stefana Figlarowicza (*Podróżna dno morza* – zdjęcia z próby kabiny ratunkowej *Meduza*). Jednym z ciekawszych portretów socjologicznych, wiele mówiącym o postaci, jest *Rybak* Witolda Węgrzyna. Kolejna dekada to kontynuowanie promowania wizerunku ludzi morza przez gdańskie środowisko fotograficzne. Koniunktura lat siedemdziesiątych XX w. w gospodarce morskiej wpływa na jeszcze większy mecenat państwa

i wspieranie kultury morskiej. Wizerunek „portowca” i „stoczniozca” to osoba zadowolona, tętniąca życiem i energią, co w rzeczywistości było złudne.

Powstanie „Solidarności” i wydarzenia kolejnych lat przyczyniły się do wykreowania nurtu fotografii solidarnościowej i sztuki przy kościele (por. Jurecki 1989: 12–24). Wizerunek stoczniozca przestał być wizerunkiem człowieka morza, a stał się symbolem „walki o wolność”. Oficjalnie fotografia marynistyczna została sprowadzona do tradycyjnych ujęć, przestano promować gospodarkę morską, zwłaszcza tą ukazującą porty i stocznie. Wybrzeże zaczęło być kojarzone politycznie, dlatego też zakres tematów związanych z morzem został ograniczony. Trójmiejskie środowisko fotograficzne po kryzysie społeczno-politycznym pierwszej połowy lat osiemdziesiątych XX w., kiedy to wstrzymano lub zrezygnowano z inicjatyw artystycznych, nie odbudowało swojej pozycji lidera w upowszechnianiu tematu morskiego w fotografii. Z jednej strony zabrakło charyzmatycznych osobowości – takich jak Maksymilian Jankowski. Z drugiej, nie było już potrzeby promowania ludzi morza dla gospodarki i kultury morskiej.



Bolesława Zdanowska, *Śniadanie stoczniowców*, Muzeum Miasta Gdyni, sygn. MMG/HM/II/2425/3.



Bolesława Zdanowska, *Stocznowiec – Kadra*, Muzeum Miasta Gdyni, sygn. MMG/HM/II/2425/2.

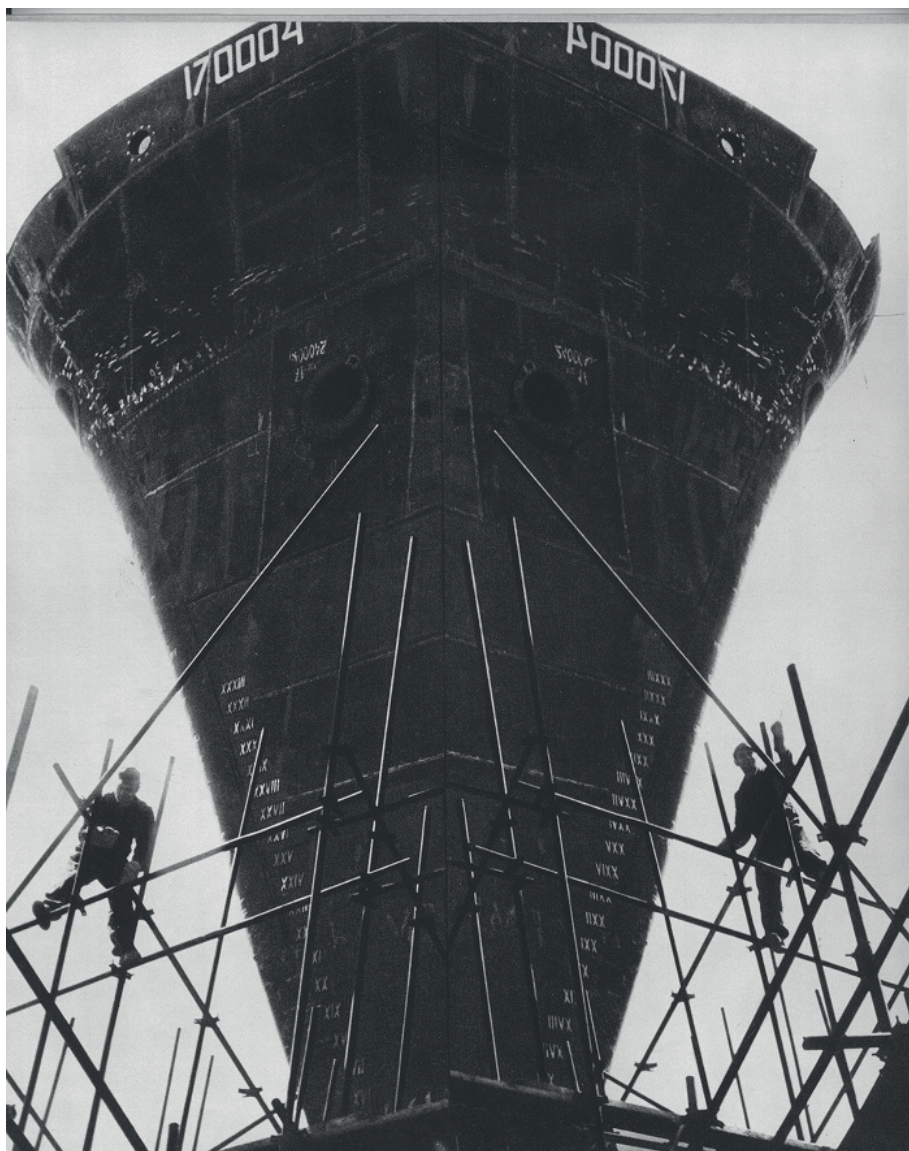


Tercjan Multaniak, *Ludzie stoczni – Portret III*, repr. *Stocznia Gdańska*, 1964, il. 27, s [33].



Halina Wasielke-Cieślak, *Budowa Bazy Kontenerowej w Gdyni*, Muzeum Miasta Gdyni, sygn. MMG/HM/II/662.

Nieformalna gdańska szkoła fotografii marynistycznej, najsilniej promowała temat morski w latach 1948–1980. Gdańska, ale rozumiana szerzej, bo obejmująca Trójmiasto. Instytucje takie, jak GTF, OG ZPAF, SMF GTPS, mające w swoich nazwach „Gdańsk” skupiały twórców z Gdańska, Sopotu i Gdyni. Szkoła, bo wokół wymienionych instytucji gromadzili się ludzie, którzy wspólnie działali, tworzyli, wystawiali, wymieniali się doświadczeniami i poglądami na fotografię. Wśród mistrzów, którzy przekazywali wiedzę następnym pokoleniom w powojennym Gdańsku, byli m.in.: Jan Bułhak, Bolesława i Edmund Zdanowscy, Kazimierz Lelewicz, Tadeusz Wański, Maksymilian Jankowski. Marynistyczna, bo w przypadku fotografii termin ten należy rozumieć szerzej niż w przypadku malarstwa czy grafiki. Nazwę „marynistyczna” fotografia zapożyczyła od sztuk plastycznych w celu podniesienia fotografii do rangi dzieła sztuki.



Tercjan Multaniak, *Kwiaty stoczni*, repr. *Stocznia Gdańska*, 1964, il. 33, s. [39]



Florian Staszewski, *Kucharz przy kotle na pokładzie żaglowca „Zawisza Czarny”*, Muzeum Miasta Gdyni, sygn. MMG/HM/II/1275/2.



Edmund Zdanowski, *Na przyboju*, Muzeum Narodowe w Gdańsku. Gdańska Galeria Fotografii, sygn. MNG/GGF/186/FG/2.



Janusz Uklejewski, *Cumowanie*, Muzeum Narodowe w Gdańsku. Gdańska Galeria Fotografii, sygn. MNG/GGF/197/FG/2.



Witold Węgrzyn, *Rybak*, archiwum prywatne Witolda Węgrzyna.

Bibliografia

- I Biennale Fotografii Artystycznej Krajów Nadbałtyckich w Malborku*, 1963 [katalog wystawy], Malbork.
- II Festiwal Plastyki. Katalog, Sopot 4 VI–30 VII 1949*, 1949, Sopot.
- III Ogólnopolska Wystawa Fotografiki Marynistycznej*, 1960 [katalog wystawy], Warszawa.
- VI Przegląd Fotografii Wybrzeża*, 1979 [katalog wystawy], Gdańsk.
- 25 lat Festiwalu Sztuk Plastycznych w Sopocie 1948–1972*, 1972, red. Stanisław Hinz, Gdańsk.
- Buĳhak Jan, 1948, *O Fotografice i „Fotografii Ojczystej”*, w: *Wystawa Sztuk Plastycznych w Sopocie 27 VI–15 VIII 1948. Katalog*, Gdańsk, s. 53–54.
- Busza Jerzy, 1990, *Wobec fotografów*, Warszawa.
- Garztecki Juliusz, 1976, *Temat morski w fotografice polskiej*, Gdynia.
- Gdańsk i morze. Wystawa fotografiki w ramach obchodów X wieków Gdańska*, 1962 [katalog wystawy], Gdańsk.
- Grajtner Joanna, 1972, *Fotografika Polski północnej*, „Tygodnik Morski”, numer 24, s. 22.
- Jarmułowicz Małgorzata, 2004, *Przodownika pracy obraz*, w: *Słownik realizmu socjalistycznego*, red. Zdzisław Łapiński, Wojciech Tomasiak, Kraków.
- Jurecka Mariola, 1988, *Socrealizm w fotografii*, „Sztuka”, numer 5–6, s. 55–61.
- Jurecki Krzysztof, 1989, *Fotografia polska lat 80-tych*, Łódź.
- Kiciński Wojciech, 1962, *I Salon Fotografiki Polski Północnej*, „Fotografia”, numer 8, s. XIII–XIV.
- Lechowicz Lech, 2005, *Między politycznym bezpieczeństwem a polityczną poprawnością. Rozważania nad sztuką medialną w Polsce dekad powojennych*, w: *Przestrzenie fotografii. Antologia tekstów*, red. Tomasz Ferenc, Krzysztof Makowski, Łódź, s. 145–180.
- Ligoński Alfred, 1987, *Czy istnieje fotografia socjologiczna?*, Kraków.
- Necel Augustyn, 1955, *Kutry o czerwonych żaglach*, Warszawa.
- Piskozub Andrzej, 1986, *Polska morska*, Gdańsk.
- Polkowski Bolesław, 1979, *Archiwum Ludzi Morza*, w: *Gdynia. Sylwetki ludzi, oświata i nauka, literatura i kultura*, red. Andrzej Bukowski, Gdynia, s. 349–356.
- Port Północny i sztuka. Kronika*, 1974, oprac. Tadeusz Rogowicz, „Miesięcznik Kulturalny Litery”, numer 7, s. III–XI.
- Rogowicz Tadeusz, 1990, *Gdańskie Towarzystwo Przyjaciół Sztuki. Mecenatek artystyczny*, „Gdański Rocznik Kulturalny”, R. 13, s. 162–166.
- Różańska Ewa Maria, 1986, *Sztuka marynistyczna. Malarstwo, rysunek, rzeźba. Katalog zbiorów zgromadzonych w latach 1960–1979*, oprac. Ewa Maria Różańska, Gdańsk, Wrocław [etc.].

- Rydzewski Janusz, 1987, *Twórcza fotografia gdańska 1945–1984*, „Gdański Rocznik Kulturalny”, numer 9, s. 165–178.
- Sobota Adam, 2001, *Szlachetność techniki. Artystyczne dylematy fotografii w XIX i XX wieku*, Warszawa.
- Staszewski Florian, 1952, *Fotografia morska*, „Biuletyn Gdańskiego Towarzystwa Fotograficznego”, numer 15, s. 1–3.
- Stocznia Gdańska w impresjach Tercjana Multaniaka*, 1963 [katalog wystawy], Gdańsk.
- Wystawa fotografii marynistycznej*, 1965 [katalog wystawy], Warszawa.
- Wystawa Sztuk Plastycznych w Sopocie 27 VI–15 VIII 1948. Katalog*, 1948, Gdańsk.
- Zdanowski Edmund, 1948, *Realny romantyzm*, „Biuletyn Gdańskiego Towarzystwa Fotograficznego”, numer 1, s. 3.

Magdalena Szulc

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

„Kochane, ruszamy z turbo wyzwaniem!” O sposobach budowania autorytetu w mediach społecznościowych na przykładzie profilu na Facebooku Ewy Chodakowskiej

Abstrakt:

Niniejszy artykuł omawia sposoby budowania autorytetu, który jest silnym narzędziem w procesie kreowania wizerunku jednostki w mediach społecznościowych. Na przykładzie facebookowego profilu najbardziej popularnej trenerki fitness w Polsce, Ewy Chodakowskiej, charakteryzuje metody budowania autorytetu postaci i wywierania wpływu za pomocą strategii prowadzenia profilu oraz struktur językowych i wizualnych na obserwatorów jej profilu. Media społecznościowe od początku jej działalności były dla trenerki głównym kanałem komunikacji z odbiorcami, a wokół jej profilu powstała społeczność często określana mianem „sekty Chodakowskiej”. Artykuł odpowiada na pytanie, dlaczego tak się stało i w jaki sposób dzięki autorytetowi budowanemu w mediach społecznościowych trenerka z nieznaney osoby stała się guru fitnessu.

Słowa kluczowe:

media społecznościowe, kreowanie wizerunku, autorytet, Ewa Chodakowska, Facebook

Przed rozpoczęciem rozważań dotyczących roli autorytetu we współczesnej kulturze internetowej, należy podać jego definicję. Według Słownika Języka Polskiego PWN autorytet to „uznanie, jakim obdarzona jest dana osoba w jakiejś grupie” oraz „osoba, instytucja, pismo itp. cieszące się szczególnym uznaniem”¹. Autorytet może być rozumiany podmiotowo i przedmiotowo, a także różnie interpretowany.

Autorytet od zarania społeczeństwa pełni określone funkcje społeczne i jest elementem ładu społecznego, jednak po pierwszym okresie fascynacji

¹ Słownik Języka Polskiego PWN, hasło: „autorytet”, sjp.pwn.pl/szukaj/autorytet.html [dostęp: 15.08.2018].

autorytetami w społeczeństwie, docenieniu ich roli w życiu społecznym i kształtowaniu postaw jednostek, nastął czas zwątpienia w autorytety, krytycznej ich oceny, a w rezultacie odrzucenia ich. Zaczęto postrzegać je w kategoriach zagrożeń dla wolności jednostki i społeczeństwa demokratycznego, w którym jednostka sama powinna o sobie stanowić, nie kierując się przy tym niczym głosem. Takie podejście reprezentowali zarówno pojedynczy członkowie społeczeństwa, jak i przedstawiciele nauk społecznych i humanistycznych – i niektórzy pozostali przy nim do dziś.

Współcześnie jednak coraz częściej zauważyć można obecność, jak to określłam, korzystając z nomenklatury nazw fal feminizmu, trzeciej fali, która cechuje się inną definicją autorytetu niż poprzednia. W zmieniającej się rzeczywistości, która w dużym stopniu czerpie z kultury internetu, autorytet jest już pojmowany inaczej. Zmieniająca się, płynna rzeczywistość i brak stabilności w wielu dziedzinach życia jednostek, zwłaszcza ostatnimi laty (na przykład na polu politycznym, społecznym, zawodowym czy finansowym), sprawia, że ludzie poszukują autorytetów. Są to jednak autorytety inne niż jeszcze kilkadziesiąt lat temu. Poszukiwanie autorytetów w społeczeństwie konsumpcyjnym i informacyjnym często, choć nie zawsze, wiąże się z odrzuceniem wszystkich aspektów towarzyszących autorytetom przednowoczesnym: przywiązania do tradycji, pokrewieństwa, przynależności do określonej warstwy społecznej. Z jednej strony, jak zauważa Giddens: „momenty przełomowe to czasy, kiedy ludzie często składają się ku bardziej tradycyjnym autorytetom. W tym sensie będą szukać oparcia w ustalonych poglądach i dobrze znanych strategiach działania” (Giddens 2007: 196), z drugiej jednak poszukują autorytetów w dobrze sobie znanych miejscach, w których spędzają dużo czasu i mogą czuć się bezpiecznie. Nie dziwi więc fakt, że autorytety obecne są, a raczej rodzą się, na skutek zaistnienia takich potrzeb, także w rzeczywistości mediów społecznościowych.

W klasycznym rozumieniu autorytet najczęściej związany był z władzą, przywództwem lub wpływem – badacze spierali się na ten temat przez większość XX wieku². Większość współczesnych celebrytów i liderów opinii zaliczyć się może do kategorii wpływu. W naukach społecznych o wpływie mówi się, kiedy ktoś jest w stanie zmienić postępowanie innej osoby³. Wpływ jest mocą sprawczą,

² Por. H. D. Lasswell i A. Kaplan (1950), którzy argumentowali, że władza jest formą wpływu, natomiast C. J. Friedrich twierdził, że wpływ jest rodzajem władzy „pośredniej i nieustrukturyzowanej” (1963: 199; tłum. M.S.).

³ Por. A. Janowski, R. Stachyra, *Prestiż ucznia wśród rówieśników*, Warszawa 1985.

wymaga określenia zmiany. Wywieranie wpływu może być intencjonalne lub pozbawione świadomych intencji. Autorytet nie istnieje bez wpływu, lecz nie musi łączyć się z władzą lub przywództwem, o czym najlepiej świadczą współczesne autorytety, które nie są przywódcami w klasycznej definicji tego słowa ani nie posiadają władzy prawnej, a jedynie wizerunkową.

Współczesna niestabilna rzeczywistość skłania do tego, by posiadać autorytet i kierować się jego opiniami. Jednostki zmęczone są jednak autorytetami instytucjonalnymi (na przykład państwem czy kościołem), a z jednostkowymi nie mogą się bezpośrednio kontaktować ani tym bardziej utożsamiać. Użytkownicy mediów społecznościowych mieli potrzebę posiadania autorytetów, dlatego się one wykształciły. Celebryci, internetowi idole czy blogerzy i vlogerzy są liderami opinii, którzy różnią się od dotychczasowych autorytetów, ponieważ sami wytworzyli swój autorytet – z osób nikomu nieznanymi za pomocą pracy nad wizerunkiem stali się ekspertami, przynajmniej dla tych, którzy ich śledzą. W ten sposób dają iluzję, że każdy, dzięki odpowiednio zaplanowanej strategii, może stać się autorytetem w mediach społecznościowych. Ten fakt odróżnia nowe autorytety od autorytetów w klasycznym rozumieniu tego słowa, którzy stanowieni są przez innych ekspertów w danej dziedzinie. Autorytety mediów społecznościowych stają się autorytetami wybranymi przez ich czytelników i widzów. A zatem wymiana myśli, wiedzy i wizerunku zachodzi na płaszczyźnie nie kilku, kilkunastu osób, lecz tysięcy, a nawet milionów. Media społecznościowe pomagają im promować się, budować swój autorytet i wzmacniać go jeszcze bardziej, a machina sama się napędza, ponieważ kolejni odbiorcy, którzy uważają danego twórcę za autorytet, przyciągają kolejnych i tak dalej. Przekaz ten jeszcze bardziej wzmacniają media tradycyjne, w których coraz częściej pojawiają się internetowi twórcy. Również reklamodawcy budują ich autorytet, ponieważ zapraszając ich do współpracy komercyjnej przekazują swoje wartości, a celebryta zaczyna być utożsamiany przez odbiorców z wartościami kojarzącymi się z daną marką. Jeśli jest na przykład zapraszany na pokazy mody największych marek czy innego rodzaju prestiżowe wydarzenia, na które wstęp mają tylko wybrane osoby, uważany jest za osobę znajdującą się na modzie, a także godną zaufania i śledzenia jej modowych (i nie tylko) wyborów.

Do cech mediów społecznościowych, które pozwalają na realizację założeń wizerunkowych i budowanie autorytetu, należą:

- globalny zasięg oddziaływania – prowadzone kampanie wizerunkowe mogą trafiać do niemal nieograniczonej zasięgiem publiczności, powodując

wzrost ich świadomości istnienia, jak również angażując coraz większą liczbę odbiorców;

- multimedialny charakter – biorąc pod uwagę koszty związane z prowadzeniem kampanii wizerunkowej i rosnącą niechęć użytkowników Internetu do czytania, wzbogacenie przekazów wizerunkowych o wszystkie działania (np. wideo) mające na celu zainspirowanie go do zwrócenia uwagi na przekaz, to niewątpliwa korzyść; Internet wydaje się być wręcz stworzony właśnie dla PR, a brak ograniczeń czasowych i przestrzennych zwiększa szansę na kreowanie przekazów bardziej zaawansowanych, angażujących odbiorcę i motywujących;
- elastyczność działania – możliwość stałego modyfikowania profilu;
- interaktywność (Jung 2001: 97).

Paweł Piórkowski wyróżnia trzy typy autorytetów kreowanych przez media: celebrytów, idoli oraz gadające głowy (2016: 29–34). Celebryci cechują się głównie tym, iż są „znani z tego, że są znani”. Zazwyczaj nie posiadają wyjątkowych zdolności poza charyzmą i umiejętnością wypromowania się, jednak media ich potrzebują, dlatego chętnie pomagają w tej promocji. Idole stoją stopień wyżej w medialnej maszynie autorytetów, gdyż są swego rodzaju bóstwami, nieosiągalnymi osobami, które mają zdolności inne niż wszyscy. Stają się obiektem pożądania. Ostatnim stopniem są gadające głowy – specjaliści wypowiadający się w danej dziedzinie w mediach. Takimi osobami są na przykład profesorowie zajmujący się językoznawstwem – prof. Jan Miodek czy prof. Jerzy Bralczyk.

Ewa Chodakowska, której wizerunek w mediach społecznościowych, a w szczególności na jej profilu na portalu Facebook, przeanalizuję w tym artykule, sytuuje się w tej klasyfikacji pomiędzy celebrytami a idolami. Jest bardziej dostępna niż idole i mniej onieśmielająca niż celebryci. Jednocześnie jej trudność w byciu autorytetem polega na tym, że autorytet wyróżnia się wiedzą, czyli ma przewagę na drabinie społecznej, a zarazem chce być blisko swoich odbiorców, nawiązywać z nimi kontakt i kreować więź. By pozostać autorytetem, a jednocześnie być osobą lubianą i popularną, musi odnaleźć równowagę w tych działaniach. Moim zdaniem to właśnie głównie na sympatii odbiorców, umiejętności zjednywania ich sobie, pokazywaniu swoich wad i autentyczności oparty jest w dużej mierze autorytet Ewy Chodakowskiej. Badania przeprowadzone na Wharton School of University of Pennsylvania pokazują też, że osoby, które nie chcą dzielić się na Facebooku szczegółami ze swojego prywatnego życia, są mniej lubiane niż te, które robią to chętnie (Zuckerberg 2014: 214).

W odniesieniu do jej profilu zastosowanie ma opinia Jerzego Szackiego (1980: 153–158), który twierdzi, że „autorytet nie jest immanentną cechą swego nosiciela, lecz czymś, co zostaje mu przydane lub odebrane w procesie interakcji społecznej”, w tym przypadku na skutek interakcji w mediach społecznościowych. Autorytet trenerki oparty jest na charyzmie, temperamencie, własnych doświadczeniach, energii, emocjach i wiedzy merytorycznej. Jednostka, która jest charyzmatyczna, ma spójną tożsamość, a przynajmniej wizerunek. Zna swoje wartości, kieruje się nimi w działaniach, realizuje to, w co wierzy. Zastosowanie ma też jedna z pierwszych teorii autorstwa Roberta Michelsa nawiązująca do autorytetu jako zdolności (wrodzonej lub nabytej) wywierania przewagi wobec grupy (1930: 319). W tym przypadku Chodakowska może wywierać wpływ nie tylko na swoich odbiorców, ale też na innych użytkowników mediów jako ta, która najlepiej tę zdolność posiadała.

Autorytet to najwyższy stopień na drabinie etapów socjalnych:

- bycie w grupie (tu: w mediach społecznościowych),
- poczucie przynależności do grupy, posiadanie wspólnego celu,
- akceptacja – więzi z innymi, poczucie bezpieczeństwa; łączyć mogą wspólne doświadczenia czy zainteresowania,
- szacunek – wnoszenie do grupy konkretnej wartości,
- głębsze zaufanie i docenienie – dawanie dodatkowej wartości ponad to, co było oczekiwane, ponad potrzeby; posiadanie specjalizacji,
- autorytet – wykazywanie się charyzmą i kompetencjami; posiadanie doświadczenia, wiedzy, przekazywanie jej, kreowanie gustów i trendów (Goćkowski 1998: 48–50).

Z byciem liderem opinii wiąże się odpowiedzialność za swoje słowa i zachowania, ponieważ są one obserwowane i naśladowane. Na autorytecie często wywierana jest presja społeczna. Decyzje, które podejmuje, wiążą się ze zmianami w rzeczywistości społecznej, na przykład w postrzeganiu fitnessu czy zdrowia. Media coraz częściej inspirują się na przykład trendami wylansowanymi przez trenerów.

W kontekście interakcji blogerów z anonimowymi użytkownikami Internetu warto przytoczyć słowa Jeana Baudrillarda:

Rozbite lustro, obraz, wieńczący koniec refleksyjności, niweczący podział na przedmiot odbijający i odbijany zapowiada także koniec mitów nowoczesności, w który wpisuje się oczywiście autobiografia, trzymająca pieczę nad

rozmaitymi gatunkami „wyznaniowej” literatury. Znikające odbicie ogłasza koniec jakiegokolwiek bądź narcyzmu (czy to mitycznego czy psychoanalitycznego) i konstruuje „narcyzm autoodniesienia” (cyt. za Momro 2002: 111).

Tym lustrem są reakcje odbiorców. Jak już wspominałam, komunikacja w mediach społecznościowych ma charakter dwukierunkowy. Wypowiedzi nie są tylko ekspresją autora, ale są zlokalizowane w większej całości, jaką są *social media*; pisane są w powiązaniu z tekstami innych użytkowników. Media społecznościowe, jak żadne inne, dają wiele możliwości interakcji. Może ona zachodzić poprzez wiadomości prywatne, komentarze, polubienia, udostępnienia czy inne formy, które są dostępne dla użytkownika na wszystkich platformach społecznościowych. Dzięki temu mają one charakter wspólnotowy. Twórcy, którzy chętnie wchodzi w bezpośrednią lub pośrednią relację z odbiorcami i komunikują się z nimi indywidualnie, na przykład odpowiadając na ich wiadomości czy komentarze, są bardziej lubiani i chętniej odwiedzani przez odbiorców. Wynika to z psychologicznej zasady wzajemności i docenienia, która mówi o tym, że zadając pytanie człowiek spodziewa się odpowiedzi. Jeśli natomiast użytkownicy nawiązują ze sobą dyskusję toczącą się w komentarzach, odpowiadają sobie wzajemnie na swoje posty, a autorka profilu (nie) włącza się w tę rozmowę, wówczas na profilu tworzy się swego rodzaju forum. Jeden komentarz zachęca do napisania kolejnego i tak dyskusja sama się generuje.

Ewa Chodakowska na Facebooku

Ewa Chodakowska to jedna z najbardziej popularnych polskich trenerek fitness. Media społecznościowe od początku jej działalności były dla niej najważniejszym kanałem komunikacji i to dzięki nim zbudowała swój autorytet i popularność. Autorytet ma kluczowe znaczenie w sporcie, gdzie trenujący potrzebuje trenera, który go motywuje do pracy. W dobie mediów społecznościowych ta motywacja nie musi już odbywać się bezpośrednio, a może poprzez ekran komputera czy smartfona.

Obecnie profil Chodakowskiej na Facebooku śledzą ponad dwa miliony użytkowników⁴, a ponadto w mediach społecznościowych można znaleźć liczne

⁴ Stan na 31.07.2018.

grupy i fora jej poświęcone. Często występuje w mediach, prowadzi też własny magazyn poświęcony sportowi i zdrowemu żywieniu. Jak wynika z badania przeprowadzonego przez IR Center, Chodakowska jest także największym autorytetem zdrowotnym wśród internautów – za autorytet zdrowotny uznała ją 12% badanych. Kolejne miejsca zajęli: trenerka Anna Lewandowska (11%), hipnoterapeuta Jerzy Zięba (4%) oraz piłkarz Robert Lewandowski (1%). Co ciekawe, w zestawieniu nie pojawił się żaden lekarz⁵.

Dla potrzeb niniejszego artykułu poddałam analizie jakościowej profil Chodakowskiej na Facebooku oraz posty na nim zamieszczane przez okres dwóch miesięcy – grudnia 2017 i stycznia 2018 roku. Jest to czas szczególnie istotny ze względu na święta Bożego Narodzenia, które nie sprzyjają zdrowej diecie oraz wysiłkowi fizycznemu, natomiast styczeń to już tradycyjnie czas nowych wyzwań i postanowień. Byłam ciekawa, w jaki sposób Chodakowska będzie zmagać się z tym okresem i czy jej autorytet nie ulegnie zachwianiu.

Profil Chodakowskiej na Facebooku jest bardzo angażujący, pod każdym postem pojawia się kilka lub kilkanaście tysięcy reakcji oraz kilkaset komentarzy. Dzięki kilku sposobom stosowanym przez trenerkę, jej autorytet jest wciąż wzmacniany. Bazuje ona na zachowaniu równowagi pomiędzy byciem autorytetem a „dziewczyną z sąsiedztwa”, taką, jak jej obserwatorzy. Dzięki temu mogą się one z nią utożsamiać i być jeszcze bliżej osiągnięcia swojego celu – idealnej sylwetki. Profil prowadzony jest samodzielnie przez Chodakowską lub osobę, która potrafi doskonale naśladować jej styl pisania. Treść postów jest długa, co teoretycznie powinno zniechęcać odbiorców, którzy w mediach społecznościowych oczekują raczej krótkich i treściwych komunikatów⁶, lecz jest odwrotnie. Ponadto wpisy zamieszczane są regularnie, co pozytywnie wpływa na relację trenerki z jej obserwatorami. W analizowanym okresie zamieszczono 41 postów, co daje 1,3 posta dziennie.

Obserwatorka celebrytów, Karolina Korwin-Piotrowska, określa społeczność zgromadzoną na fan page'u mianem „sektę Chodakowskiej”⁷. Czytając niektóre komentarze fanów, nie sposób się z tym twierdzeniem nie zgodzić:

⁵ Badanie IRCenter.com, 10.2017.

⁶ Badanie „KNOW: Konsument w mediach społecznościowych”, IMAS na zlecenie Euro RSCG Poland, 01.2010.

⁷ <http://rozrywka.dziennik.pl/plotki/artykuly/444661,korwin-piotrowska-nazywa-fanklub-chodakowskiej-sekta.html> [dostęp: 30.07.2018].

- Wiesz co cenię w tobie, Ewa? I ogólnie w każdym człowieku? To, że potrafisz przyznać się do pomyłki, błędu i przeprosić, w dzisiejszych czasach to tyle albo aż tyle, dziękuję [...];
- Jezu, ale ty pięknie i spokojnie wyglądasz na tym zdjęciu, takie dobre oczy... aż sobie kawkę zrobię z tego spokoju [...] Bisous i LOVE;
- Ja jestem bardzo wdzięczna, że mnie tak nastrajasz pozytywnie. Uważam, że powinnaś dostać Nobla za dawanie dobra⁸.

Wrażenie „sektu” podtrzymywane jest przez samą trenerkę. Często odpowiada ona na komentarze, nawet jeśli tylko emotikonem. Fanom to wystarczy. Nie mają wówczas poczucia, że piszą do niedostępnej celebrytki, ale do koleżanki, która zawsze pomoże im dobrym słowem, zmotywuje i pocieszy w trudnej walce o lepszą sylwetkę. A to powoduje, że wciąż wracają na profil. Emotikony to zresztą chętnie stosowana forma wyrażania emocji zarówno przez autorkę profilu, jak i jej fanów. W każdym poście publikowanym przez Chodakowską znajduje się dużo serduszek, uśmiechniętych buziek i innych emotikonów, które mają budować pozytywne emocje. Co więcej, jak pisze Magdalena Kamińska o zjawisku celebryty, „jego postać po raz kolejny prowadzi publiczność do wniosku, że sława jest konsekwencją niepojętej łaski instancji nadprzyrodzonych. Odbiorca może dawać wyraz swej frustracji tą zagadką lub adorować jej tajemnicę, a najczęściej czyni równocześnie i jedno, i drugie” (Kamińska 2011: 76), a zatem w takim rozumieniu celebryci są bezpośrednio i nierozłącznie powiązani z religijnością.

Społeczność tworzy się także poprzez zapoczątkowanie przez trenerkę, a następnie używanie przez jej obserwatorów, hasztagu #chodagang wskazującego na specyficzną grupę zainteresowanych skupionych wokół Chodakowskiej. Hasztag podtrzymuje relację, ale też wskazuje na identyfikowanie się z wartościami przekazywanymi przez trenerkę. A ona sama potrafi docenić swoich obserwatorów – zachęca ich na przykład do dzielenia się swoimi zdjęciami przed i po metamorfozie uzyskanej w wyniku stosowania jej porad. Krótka, najczęściej wzruszająca, historia zmiany i poruszające zdjęcia to prosty przepis na publikację na profilu, a następnie setki polubień i komentarzy innych osób, które wciąż dążą do wymarzonego efektu. To dla nich najlepsza motywacja, natomiast dla trenerki – potwierdzenie jej autorytetu, który wpłynął na przemianę fanki. To prosty

⁸ Cytaty pochodzą z profilu Ewy Chodakowskiej na Facebooku, <https://www.facebook.com/chodakowskaewa/> [dostęp: 31.12.2017].

przekaz: skoro jej się udało, tobie też może. Tego rodzaju hasła są zresztą często stosowane w komunikacji Chodakowskiej na profilu:

- Ty też dasz radę;
- Nie ma wymówek;
- Zostaw lajka dla Magdy;
- Nie odpuszczamy⁹.

Kolejnym sposobem budowania zaufanej grupy odbiorców jest odwoływanie się do ich prawdziwych problemów i emocji, radzenie im, utożsamianie się z nimi i proponowanie rozwiązań:

Cały dom na twojej głowie... praca, dzieci... i jeszcze jak tu dobrze jeść i dobrze ćwiczyć? [...] Kiedy ostatnio opiekowałaś się... sobą? Zastanów się, co możesz zrobić dla siebie. Co jest na liście twoich małych przyjemności? Zaplanuj je sobie w tym tygodniu [...]. Małe gesty z troską o siebie mogą zmienić twoje samopoczucie [...]. Pamiętaj o sobie. Bądź dobra dla siebie [...]. Miłego dnia kochana. Twoja Choda¹⁰.

Emocjonalne porady wzbogacone są o zdrobnienia i zwroty bezpośrednio do czytelniczek, takie jak na przykład „babeczko”, „kochana”, „kotku”, „słodziaki” i tym podobne. Użytkowniczki również często piszą do siebie w ten sposób. Chodakowska jest jak internetowa przyjaciółka, która zawsze wysłucha, odpowie na wiadomość, wesprze w trudnych chwilach – zarówno tych związanych ze sportem i motywacją, jak i problemach prywatnych. To dlatego użytkownicy jej ufają i darzą szacunkiem, a to już prosta droga do zbudowania autorytetu.

Na profilu nie brakuje także wiedzy merytorycznej i sportowej motywacji, którą autorka realizuje poprzez zamieszczanie zdjęć z treningów grupowych i indywidualnych, będących potwierdzeniem dużego zainteresowania, jakim się cieszą, porad sportowych i żywieniowych czy też cytatów motywacyjnych własnego autorstwa. Mimo, że nie jest lekarzem, dzieli się także wiedzą medyczną, jednak nie stawia się w roli eksperta w tej dziedzinie, a jedynie zachęca do regularnego badania się i dbania o zdrowie. Porusza też ważne tematy społeczne,

⁹ Tamże [dostęp: 31.12.2017].

¹⁰ Tamże [dostęp: 31.12.2017].

które mogą zainteresować jej odbiorców, na przykład problem przemocy wobec kobiet. Stawia przed odbiorcami wciąż nowe wyzwania dopasowane do pory roku: „Babeczko! Jesteś? Jak mija styczeń? [...] Nowy rok – nowa ja? Czy Nowy Rok i... nici? Na początku roku ruszyło wyzwanie styczeń/luty – 60 dni, które podzieliłam na dwa miesiące [...]”¹¹. W tego rodzaju postach często zamieszczane są dodatkowe wskazówki sportowe czy żywieniowe, na przykład jadłospis na nadchodzący tydzień.

Zaufanie buduje poprzez bezpośrednie komunikaty będące odpowiedzią na potrzeby jej odbiorców, pokazanie im, że wie, co czują:

- Boisz się porażek? To normalne!,
- Przed tobą dobry dzień, wykorzystaj go,
- Podcinają ci skrzydła? Niech mówią, co chcą, najważniejsze żebyś ty wiedziała po co to robisz¹².

Każdy post wzbogacony jest o grafikę, najczęściej w postaci zdjęcia trenerki lub jej w otoczeniu innych osób, na przykład rodziny lub uczestników treningu. Wrażenie bezpośredniej komunikacji potęguje otwarta postawa, jaką autorka przybiera na zdjęciach – twarz jest zrelaksowana, uśmiechnięta, dłonie otwarte i często wyciągnięte w kierunku odbiorcy lub położone na sercu. Taka mowa ciała budzi zaufanie u odbiorcy.

Podsumowanie

Ewa Chodakowska jest przykładem autorytetu wykreowanego – przez siebie samą oraz media. Współcześnie panujący kult sukcesu, zdrowego stylu życia i wysportowanego ciała doprowadził do powstania nowych autorytetów – trenerów. Dzięki zastosowaniu strategicznych, odpowiednio dobranych do grupy docelowej, mechanizmów komunikacyjnych w zakresie językowym i graficznym, Ewa Chodakowska osiągnęła sukces na Facebooku, który przełożył się bezpośrednio na sukces także w rzeczywistości offline. Wykorzystując omówione w artykule techniki zbudowała w mediach społecznościowych swój autorytet w dziedzinie

¹¹ Tamże [dostęp: 31.01.2018].

¹² Tamże [dostęp: 31.01.2018].

fitnessu i zdrowego stylu życia i z nieznannej trenerki fitness stała się największym w Polsce guru w tej dziedzinie. O jej fenomenie świadczą tysiące komentarzy obserwujących ją osób, zaangażowana społeczność oraz popularność w mediach online i offline, a także stale rozwijająca się działalność na polu fitness i zdrowego żywienia. I choć niektórym wydawać się może, że autorytet Chodakowskiej jest tylko pozorny, a jego konstrukcja chwiejna, z pewnością nie zgodzą się z tym rzesze jej fanów aktywnych w mediach społecznościowych.

Bibliografia

- Badanie „KNOW: Konsument w mediach społecznościowych”, IMAS na zlecenie Euro RSCG Poland, 01.2010.
- Badanie IRCenter.com, 10.2017.
- Friedrich Carl Joachim, 1963, *Man and His Government: An Empirical Theory of Politics*, New York.
- Giddens Anthony, 2007, *Nowoczesność i tożsamość*, tłum. Alina Szulżycka, Warszawa.
- Goćkowski Janusz, 1998, *Autorytet*, w: *Encyklopedia Socjologii, tom 1*, red. Zbigniew Bokszański, Andrzej Kojder, Warszawa.
- Janowski Andrzej, Stachyra Roman, 1985, *Prestiż ucznia wśród rówieśników*, Warszawa.
- Jung Bohdan, 2001, *Media, komunikacja, biznes elektroniczny*, Warszawa.
- Kamińska Magdalena, 2011, *Nieczne memy. Dwanaście wykładów o kulturze internetu*, Poznań.
- Lasswell Harold D., Kaplan Abraham, 1950, *Power and Society: A Framework for Political Inquiry*, New Haven.
- Michels Robert, 1930, *Authority*, w: *International Encyclopedia of the Social Sciences*, red. David L. Sills, New York, s. 319–321.
- Momro Jakub, 2002, *Henri-Frédéric Amiel i Maria Baszkircew w Internecie. O blogach okiem literaturoznawczym (i nie tylko)*, w: *Liternet. Literatura i Internet*, red. Piotr Marecki, Kraków.
- Piórkowski Paweł, 2016, *Autorytety. Idole, pozory, eksperci i celebryci*, Konin.
- Słownik Języka Polskiego PWN, hasło: autorytet, sjp.pwn.pl/szukaj/autorytet.html [dostęp: 15.08.2018].
- Szacki Jerzy, 1980, *Typy autorytetu w naukach społecznych*, w: *Autorytet w nauce*, red. Paweł Rybicki, Janusz Goćkowski, Wrocław.
- Zuckerberg Randi, 2014, *Dot.s(com)plikowane. Jak rozplątać nasze życie w sieci*, tłum. Liliana Grzegorzówka, Warszawa.

Marika Szczepaniak

Uniwersytet Jagielloński

Czy nastała era globalnego Stepford? Kobieta generacji Z a wpływ kultury wizualnej na autowizerunek

Abstrakt:

Przedmiotem rozważań w niniejszym artykule jest postać kobiety urodzonej w erze cyfrowej, usytuowana w kontekście tendencji panujących obecnie w nowych mediach i w urabianym przez nie społeczeństwie. Celem pracy jest interpretacja powszechnych postaw kobiet generacji Z ukształtowanych z udziałem ofensywnej kultury wizualnej. Artykuł porusza także zagadnienia hiperrzeczywistości oraz transhumanizmu w odniesieniu do rozwoju technologicznego. Rozważania prowadzą do analizy wpływu kultury obrazu na autowizerunek kobiet urodzonych po roku 1995.

Słowa kluczowe:

generacja Z, generacja C, kobieta, wizerunek, media, transhumanizm, nowe media, kultura wizualna, hiperrzeczywistość

Przełomowe przemiany technologiczne o globalnym zasięgu, przebiegające w nieokiełznanym tempie, doprowadziły do sytuacji współzystowania w jednym środowisku kilku pokoleń znacząco od siebie odmiennych. Różnicują się one ze względu na postawę przyjętą wobec cyfrowej rzeczywistości oraz poziom zorientowania technologicznego. Na tym samym obszarze społecznym funkcjonują osoby, które w dzieciństwie uczyły się na wsiach przy świetle świec i te, które nie znają życia bez smartfonu; osoby, które przyglądały się ze zdziwieniem telewizorowi, i te, które całodobowo podłączone są do sieci. Te ostatnie stanowią bardzo liczną grupę w wieku produkcyjnym, urodzoną w przybliżeniu między 1980 a 2000 rokiem, reprezentując pokolenie zwane *millenialsami*. Bruce Tulgan (2009) wskazuje jego podział na dwa stadia: pokolenie Y oraz Z. Oba w relacji do technologii są do siebie dość zbliżone ze względu na wzmożone obcowanie z kulturą cyfrową w swoich wczesnych latach, jednak znacząco dzieli je fakt pojawienia się technologii na różnych etapach życia ich uczestników. Generacja

Y wzrastała w świecie nietechnologicznym. Oznacza to, że Igreki pamiętają czas implementacji najnowszych technologii, lecz w jego obrębie narzędzia techniki nie były jeszcze wystarczająco dostępne, by stać się powszechnymi. Mimo tego cyfrową rzeczywistość zaadoptowały i dobrze się w niej odnajdują.

Najmłodszych obecnie dorosłych rozpoznaje się jako generację Z, która życia w świecie niecyfrowym wcale nie zna, gdyż jej członkowie urodzili się w czasie ekspansji społeczeństwa informacyjnego. Nie ma pełnej naukowej zgodności co do daty urodzenia osób określanych mianem generacji Z – niektóre źródła podają granice od 1990 roku, inne od 1995 (Żarczyńska-Dobiesz, Chomątowska 2014: 406). W niniejszym artykule za datę graniczną przyjmuje się rok 1995, z uwagi na niepowszechną w Polsce dostępność Internetu oraz urządzeń umożliwiających korzystanie z niego na początku lat 90., zatem osoby urodzone między 1990 a 1995 rokiem nie miały bezpośredniej możliwości korzystania z nowych mediów w dzieciństwie.

Agnieszka Żarczyńska-Dobiesz i Barbara Chomątowska wskazują, że litera „Z” w określeniu omawianej generacji używana jest wymiennie z literą „C”, łączącą szereg procesów lub urządzeń o przeznaczeniu cyfrowym: „connected, communicating, content-centric, computerized, community-oriented, always clicking”¹, a także iGeneration, Gen Tech, Gen Wii, Net Gen, Digital Natives, Gen Next, Post Gen” (2014: 407). Jak podkreślają badaczki, terminy te były stosowane w próbach wyznaczenia przynależności, które najlepiej opisywałyby cechy pokolenia. Z uwagi na upowszechnioną w ostatnich latach cyfryzację, nie dziwi fakt, że wchodzące na rynek pracy najmłodsze dorosłe pokolenie Z ma tak dużą łatwość w posługiwaniu się i przyswajaniu technologii. Wydaje się, że Nicholas Negroponte miał słuszość pisząc już w 1995 roku: „W naszych genach jest zakodowane, że każde kolejne pokolenie stanie się bardziej cyfrowe” (1997: 190).

Wszechobecność najnowszych technologii w znanej pokoleniu Z rzeczywistości ma kluczowe znaczenie w odbiorze samych siebie przez jego uczestników. Ekran tablety, smartfonów, smartwatchów czy komputerów – będących nieodłączną częścią życia Zetów – wywierają wpływ na autowizerunek, autokreację i styl życia ze względu na współistniejące z nimi znaki ikoniczne oraz wizualność

¹ Formuła zaczerpnięta z: Friedrich Roman, Le Merle Matthew, Peterson Michael, Koster Alex, 2010, *The Rise of Generation C: Implications for the World of 2020*, „booz&co”, http://innovation-finance.altran.fr/files/Booz___Rise_Of_Generation_C.pdf [dostęp: 27.11.2019] [przyp. red.].

jako ich cechą konstytutywną. Obrazki na pulpicie, obrazy reklamowe, fotografie, filmy, a nawet wygaszacze ekranu, są zmaterializowanymi formami otaczającej dzisiejsze społeczeństwo kultury wizualnej.

Zgodnie z definicją Agnieszki Ogonowskiej:

Kultura wizualna to ogół widzialnych aspektów świata społecznego, w części zobiektywizowanych w postaci obrazów oraz reguł określających ich produkcję, analizę, interpretację i ocenę; to zestaw sposobów patrzenia (wpatrywania się, molestowania wzrokiem, pogardliwego spojrzenia) oraz strategii wytwarzania nowych (porządków) widzialności i reżimów widzenia (2012: 53).

Choć kultura obrazu towarzyszyła człowiekowi już od chwili stworzenia systemu znaków wizualnych, znaczącą intensyfikację jej znaczenia społecznego można obserwować od lat 90. XX wieku, kiedy przemiany społeczno-ekonomiczne i technologiczne (a w krajach takich jak Polska również zmiany ustrojowe) wspomagały intensywny rozwój przemysłu medialnego i reklamowego. Szereg czynności podjętych w ciągu ostatnich 25 lat zagwarantował niezachwianą dziś dominację kultury wizualnej. Nie dość powiedzieć, że jest ona kluczowym elementem dzisiejszych społeczeństw; dodać trzeba, że jest podstawą większości światowych działań i trendów – marketingu, promocji czy rozwoju korporacji.

Sugestywny obraz jest też podstawą przemysłu reklamowego nie tylko w nowych mediach, ale też w przestrzeni publicznej, co znajduje swoje uzasadnienie w wielu raportach z przeprowadzonych dotychczas badań. Wielokrotnie udowodniono, że przekazy wizualne lepiej zapadają w pamięć, dostają się do podświadomości i wpływają na decyzje konsumenckie. *3M Corporation i Zabisco* wskazuje, że aż 90% danych, które trafiają do naszych umysłów, to obrazy. Tak duża ich ilość, którą jesteśmy codziennie bombardowani, wynika z wykorzystwanego przez marketingowców faktu, że mózg przetwarza informacje wizualne 60 tysięcy razy szybciej niż tekst (zob. Pasternak 2014), a więc jest potężnym narzędziem wpływu. Potwierdza to także Andrzej Madera, który podkreśla znaczenie komunikatu wizualnego dla skuteczności reklamy:

dzięki możliwości korzystania nie tylko z kodów językowych, ale i wizualnych, [reklama] zwiększa [...] efektywność swego oddziaływania. Dzięki zawartym w sobie reprezentacjom piktoralnym i powstałym pod ich wpływem wizualnym wyobrażeniom, rozszerza ona semantyczne pole percepcji, co wpływa na lepsze

zapamiętywanie komunikatu. Mechanizm gromadzenia informacji piktoralnych jest skuteczniejszy niż informacji werbalnej, ponieważ ludzie lepiej zapamiętują obrazy w porównaniu do słów (2004: 187–188).

Kobiety generacji Z wykazują kilka ustandaryzowanych postaw, na których ukształtowanie wpływ wywarło bezpośrednie funkcjonowanie w otoczeniu kultury wizualnej. Warto dodać, że zachowania te, powszechnie akceptowane wewnątrz pokolenia, spotykają się z krytyką obserwatorów. Tym osądom sprzeciwia się Sławomir Czarnecki, tłumacząc:

Nie wszystko da się wytłumaczyć nostalgią czy mitem złotego wieku. [...] [Z] naturalnego „cywilizacja się zmienia” przechodzimy do wartościującego: „cywilizacja zmienia się na gorsze”. To więcej niż tylko sentymentalne: „kiedyś było lepiej”. Z takim podejściem mamy do czynienia w przypadku oceny demokratyzacji kultury (2016: 38).

Tego rodzaju kontra, znana od wieków, jest powszechną praktyką wynikającą z niezgody na nowe, nieoswojone elementy rzeczywistości oraz rozbieżne obszary definiowania standardów zachowania wśród uczestników różnych zbiorowości pokoleniowych. Jest to szczególnie aktualne gdy przyjrzymy się zestawieniu poglądów *millenialsów* z opiniami osób przynależących do generacji nieoswojonych z cyfrową rzeczywistością. Szereg zachowań dopuszczalnych z punktu widzenia członków danych grup ze względu na powszechność ich występowania w obrębie zbiorowości będzie jednocześnie nieakceptowalny dla odbiorców z zewnątrz.

Wśród kobiet generacji Z wykształciły się powszechne trendy, na które wpłynęła wyraźnie ofensywna kultura wizualna. Wynikają one z przekonania o dominującym znaczeniu wyglądu, który stanowi cechę konstytutywną najmłodszego zdefiniowanego pokolenia. Co więc wpływa na taki stan rzeczy?

Przekazy powtarzane w obecności pokolenia Z od najmłodszych lat zaadaptowane zostały przez jego uczestników jako element zbioru akceptowanych standardów. Większość docierających do zmysłu wzroku masowych treści wizualnych pochłonęła reklama: drukowana, telewizyjna, internetowa; a wszystkie łączy kilka cech – ich niepodważalna obrazowość, ofensywność i nadmiarowość. Jej wszechobecność przejawia się w przestrzeni publicznej, na większości kanałów telewizyjnych, w mediach społecznościowych, gazetach; przerywa także

oglądanie treści wideo na platformie YouTube i innych – stanowi więc olbrzymie narzędzie wpływu, operujące danymi, które odbiorca mimowolnie przyjmuje i przetwarza, nawet gdy nie jest tego świadomy. Za Anną Twardowską i Elizą Olczyk warto pamiętać, że: „W społeczeństwie konsumpcyjnym, zalewanym nadmiarem dóbr, to reklamy kreują potrzeby” (2002: 262). Prowadzi to do presji społecznej dotyczącej określonego wyglądu.

Analizując wnikliwie wizerunek kobiety w reklamie telewizyjnej, Madera wskazuje, że jest ona przedstawiana na kilka sposobów, a każdy z nich podtrzymuje społeczne stereotypy i patriarchalny model społeczeństwa. Co warto podkreślić – ten stan rzeczy nie ulega zmianie na przestrzeni ostatnich lat, a można wręcz argumentować, że ów uproszczony obraz ulega wzmocnieniu w swym przekazie. Autor dzieli się z czytelnikiem niepokojącym spostrzeżeniem: „Wydaje się, że stereotypowy sposób ukazywania kobiet w reklamie, uproszczony i ograniczający kobiece możliwości, jest odzwierciedleniem realnie istniejących stosunków panujących w społeczeństwie” (2004: 181). Kontynuując powyższe refleksje, należałoby sformułować przynajmniej dwa zasadnicze pytania: czy wzór kobiety z obrazu reklamowego nie staje się wymogiem w świadomości odbiorców? Czy nie wymusza on dążenia do niedoścignionego ideału, wykreowanego sztucznie na potrzeby sprzedażowe oraz prób uzyskania perfekcyjnego wyglądu bez względu na poniesione koszty?

Opisując stereotyp kobiety w reklamach, Twardowska i Olczyk (2002) wyróżniają trzy sposoby ich przedstawiania: w roli matek-żon-pań domu, obiektów seksualnych oraz wypielegnowanych nimf. Pierwszy z tych wizerunków kierowany jest głównie do pań dojrzałych, pozostałe dwa trafiają do młodego pokolenia, które identyfikuje się z obrazem ze względu na zbliżony parametr wiekowy oraz komunikat wprost kierowany do niego. Z kolei Madera zauważa, że zgodnie ze stereotypem „zawsze pięknej i atrakcyjnej kobiety, która powinna szczególną uwagę przywiązywać do swojego wyglądu, rozpowszechniany jest [...] wzorzec nowego rodzaju wyzwolonej konsumentki, odnajdującej wolność w dokonywanych każdorazowo zakupach” (2004: 191). Promocja tejże jako synonimu kobiety wyzwolonej koresponduje z często pojawiającą się w literaturze obserwacją, wskazującą na kupowanie jako metodę kształtowania wizerunku, która stanowić ma równie ważny aspekt w życiu młodych kobiet jak sama autoekspozycja. Madera dodaje też, że jedną z dominujących tendencji reklamowych jest propagowanie nowego stylu życia. Twierdzi, że: „Związana jest ona [tendencja] z kulturą konsumpcyjną i ma za zadanie wprowadzenie

kobiety w rolę aktywnego nabywcy niezbędnych jej towarów, w głównej mierze dotyczących pielęgnacji ciała i ogólnego *image*” (2004: 188). Powyższe stwierdzenia wiążą się z seksualnym uprzedmiotawianiem kobiet w reklamie. Nabywanie towarów czy korzystanie z usług upiększających jest promowane jako droga do seksualnej atrakcyjności, a taką, według modelu, uzyskać może jedynie piękna i zadbana kobieta:

Jako obiekty estetyczne lub/i seksualne, kobiety stają się piękniejsze dzięki zastosowaniu kosmetyków [...]. Kobiety – podmioty i przedmioty seksualnego pożądania – są pełne powabu i urody, a za sprawą reklamowanego produktu stają się zdolne do budzenia i wykorzystywania wzbudzanego pożądania (Twardowska, Olczyk 2002: 263).

Warto zauważyć, że w materiałach marketingowych to kobieta znacznie częściej niż mężczyzna pada ofiarą seksizmu i przemocy symbolicznej. Pierre Bourdieu podkreślał konsekwencje postrzegania kobiet jako obiektów estetycznych:

Skutkiem męskiej dominacji stwarzającej kobietę jako przedmiot symboliczny, którego bycie (*esse*) jest przede wszystkim byciem-widzianą (*percipi*), jest stan związanej z własnym ciałem ciągłej niepewności. Stan ten można inaczej nazwać zależnością symboliczną. Kobiety istnieją bowiem przez i dla spojrzenia – są więc przedmiotem – dostępnym, przykuwającym wzrok, gotowym do użycia. [...] W konsekwencji konstytutywny dla kobiecego bycia w świecie jest stosunek zależności od innych (nie tylko mężczyzn) (2004: 82).

Już pod koniec lat 90. Joanna Bator podzieliła kobiety w reklamie na tradycyjne i nowoczesne, godząc się z faktem, że w społecznym obiegu płęć żeńska jest jednowymiarowa i towarzyszyć jej mogą wyłącznie dwa wizerunki – gospodyni lub kobiety wyemancypowanej, którą definiuje konsumpcja (Bator: 1998). Wieloletnie, systematyczne przenikanie do dyskursu społecznego obrazu perfekcyjnej, gładkiej kobiety, stało się dla wzrastającego w takim komunikacie pokolenia Z czynnikiem presji, zaburzającym wagę wartości spoza kategorii estetycznych, a także naruszającym obiektywne postrzeganie siebie. Przekaz wzmocnił się wraz z wielokrotnym powtarzaniem oraz dominującą ekspozycją. Wyidealizowane młode kobiety ukazują się wyłącznie w pozytywnym kontekście. Ukrywanie istnienia słabości oraz odrealnianie wizerunku odbiera im,

w symbolicznym rozumieniu, prawo do człowieczeństwa. Jak napisała Barbara Pietkiewicz w *Portretach kobiet i mężczyzn*: „Społeczeństwo tak postrzega kobiety, jak portretuje je telewizja” (cyt. za Twardowska, Olczyk 2002: 260). Wydaje się, że same zainteresowane zaczynają postrzegać siebie przez pryzmat innych. Wyraźnie zauważalny trend szczęśliwości w kulturze *homo videns* realizuje się także w nowych mediach, co z kolei podkreśla Magdalena Szpunar:

Pokazuje się [...] zdjęcia w egzotycznych miejscach, nietypowych wnętrzach, w klimacie fantastycznej zabawy, gdzie życie przypomina ciąg nieustających radości. Intencjonalnie niezwykle trudno natrafić w serwisach społecznościowych na zdjęcia, na których ludzie są smutni, zatroskani, zmęczeni, czy po prostu zamyśleni (2016: 69).

Nie tylko media nowoczesne, ale także te tradycyjne, jak magazyny czy telewizja, są największymi nośnikami kultury wizualnej – jako przekazniki informacji, rozprzestrzeniające masowo wybrane przekazy – kreują rzeczywistość, jednocześnie stereotypizując i upraszczając ją. Skupiają uwagę odbiorców na selektywnie typowanych treściach (Dąbrowski 2013: 12). Kultura konsumpcyjna wymusza koncentrację zainteresowania odbiorców wokół towarów, co oznacza, że promocja wizualna ma przełożyć się na sprzedaż w konkretnym przemyśle. Tomasz Dąbrowski twierdzi, że „[w]izerunek powstaje i zmienia się pod wpływem wielu czynników. Ważną funkcję w jego formowaniu odgrywa komunikacja, która jednak nie może być traktowana jedynie jako kształtowanie własnego przekazu, mającego doprowadzić do założonego sposobu postrzegania obiektu przez odbiorcę” (2013: 15). Mamy zatem do czynienia z sytuacją dysproporcji między celami marketingowymi a dbałością o kondycję społeczeństwa. Zdaje się, że długofalowe skutki społeczne takiej strategii nie stanowią obszaru zainteresowania nadawców.

Na postrzeganie własnego wizerunku wpływa też medialna promocja celebrytów, którzy jako osoby powszechnie rozpoznawane dbają o perfekcyjną autoprezentację, a zatem promują najwyższe standardy wizualne, włączając w nie także trend poprawiania urody. Z powodu ujednoliconego wzoru wyglądu kobiety, pokolenie Z wzrosło w otoczeniu wykreowanego sztucznie tworu, który z uwagi na jego wszechobecną wizualną reprezentację pozwala wnioskować, że kobieta nieidealna – czyli niewpisująca się w stereotypowy model – stanowi mniejszość żeńskiej części społeczeństwa. Zbyszko Melosik potwierdza, że „[s]tandardy

piękna opisują w precyzyjnych kategoriach stosunek, jaki jednostka ma mieć do własnego ciała” (1996: 77).

W opublikowanych w 1997 roku badaniach wizerunku kobiet w reklamie, kierowanych do nich samych, zapytano, jak ankietowane postrzegają postaci i postawy kreowane w przekazie reklamowym. Już wówczas prawie połowa badanych stwierdziła, że młode i energiczne postaci, pomimo braku naturalności i prawdziwości, są godne naśladowania (zob. Frątczak-Rudnicka 1997: 97). Niepokojący wynik podążania za atrakcyjnością, kosztem naturalności, uzyskany 20 lat temu, stał się zapowiedzią popularnych dziś tendencji wśród rosnącej grupy amateerek piękna kreowanego. Kilka lat później Madera napisał:

Reklamy [...] bazując na dominujących trendach, podtrzymują i uwydatniają przepaść między ciałem własnym a idealnym, w wyniku czego coraz więcej kobiet traktowanych jest jako otyłe, co obniża ich samoocenę. Szczupłe ciało staje się podstawowym punktem odniesienia dla poczucia szczęścia i spełnienia (2004: 197).

Wydaje się, że trendy przewidywane i rozwijające się od końca lat 90. zyskały do dziś status powszechnych praktyk; wszak mechanizmy wpływu mody na jednostki są niezmiennie, w przeciwieństwie do rozwijającej się technologii, otwierającej nowe możliwości ingerencji w naturalny wygląd. Oddziałujący negatywnie na młode dziewczęta kult wizualności przejawiał się w drugiej połowie XX wieku głównie problemami żywieniowymi: anoreksją, bulimią oraz innymi zaburzeniami autowizerunku (zob. Szpunar 2016), aktualnie zaś technologia pozwala wymieniać niezadowolone z własnej powierzchowności na upiększające, niekiedy poważne, ingerencje w ciało, poprawianie go, zmienianie detali.

Zabiegi estetyczne nie stawiają granic wyobraźni. Popularna na zachodzie moda na wampirze kły, zainspirowana sagą *Zmierzch*, rozdawanie języka, by upodobnić swój wizerunek do węża czy trend operowania uszu, by uzyskać spiczasty, elfi kształt jak w filmach fantasy, to tylko kilka przykładów rezultatów mariażu mody z nieograniczonymi możliwościami technicznymi, z których korzysta najmłodsze dorosłe pokolenie. Upowszechnianie takich zabiegów prowadzi do coraz większej akceptacji sztucznej ingerencji w ciało, szczególnie wśród grup wiekowych, które wzrastają w rzeczywistości powszechnie oferującej takie działania. W konsekwencji trendy poważnych zmian wizerunkowych, takich

jak: operacje plastyczne, zabiegi kosmetyki estetycznej czy stomatologicznej, nie szokują generacji Z, a ich powszechna dostępność nie budzi sprzeciwu.

Zjawisko ujednolicania twarzy na wzór obecnie panujących trendów stało się na tyle zauważalne, że reagować na nie zaczęli internauci. Pod postacią memów ukazują się fotografie zestawiające grupę dziewcząt z lat 90-tych o naturalnym wyglądzie, odmiennych kolorach włosów i sylwetkach oraz kobiety generacji Z – niezwykle podobne do siebie, charakteryzujące się nienaturalnie powiększonymi ustami i biustem, a także sportową sylwetką. Działania te nie ukazują całej grupy społecznej, a jedynie jej wycinek, zaznaczyć jednak należy, że grupa kobiet ingerujących w swój wygląd ma tendencję wzrostową. Trendy panujące wśród młodych kobiet wpływają na ich upodabnianie do siebie. Dzisiejszy kanon piękna, dający się zaobserwować w statystykach najczęściej wykonywanych zabiegów w salonach kosmetyki estetycznej, to ujednolicenie twarzy za pomocą uwydatniania ust czy wydłużania rzęs. Wytrenowana sylwetka ze średnim lub dużym biustem oraz techniki makijażu, który potrafi całkowicie zmienić kształt i wygląd twarzy, to cechy dominujące wśród kobiet generacji Z. Ustalenie wielkości grupy realizującej powyższe tendencje wydaje się interesującym tematem dla dodatkowych badań naukowych.

Niezwykle aktualny i odpowiedni dla uzupełnienia charakterystyki osób przynależących do generacji Z wydaje się jeden z typów osobowości opisany przez Jacka Łapińskiego na podstawie przemyśleń Ericha Fromma:

człowiek z osobowością o charakterze merkantylnym postrzega siebie samego jako towar, a własną wartość nie jako „wartość użytkową”, lecz „wartość wymienną”. W konsekwencji jednostka ludzka na swoistym „ryнку osobowości” staje się towarem, który należy sprzedać z jak największym zyskiem. [...] Cała troska musi zostać poświęcona kwestii uczynienia siebie sprzedawalnym (Łapiński 2014: 92).

Presja idealnego wyglądu jako nadrzędnej wartości na targowisku wizerunków, znajduje swoje negatywne konsekwencje we wzmożonej częstotliwości występowania depresji czy przekonaniu o bezpieczeństwie i nieinwazyjności operacji plastycznych, które generują ryzyko powikłań, a nawet zgonu². Od tego typu zabiegów nie odstręczają młodych kobiet takie czynniki, jak oczywiste

² Zob. Onet Uroda, *Nastolatki chcą operacji plastycznych*, <https://kobieta.onet.pl/uroda/twarz-i-cialo/nastolatki-chca-operacji-plastycznych/yd0pz> [dostęp: 18.01.2018].

cierpienie fizyczne związane z ranami pooperacyjnymi czy ich bardzo wysoki aspekt finansowy. Wydaje się, że środki materialne są warte dla młodego pokolenia mniej niż idealny wygląd. Gdy trend stał się zauważalny, programy telewizyjne zaczęły inicjować dyskusję: „Poza powiększaniem piersi i korektą nosa – najpopularniejszym zabiegiem jest inwazyjny zabieg odsysania tłuszczu z okolic brzucha. Młode dziewczęta, oglądając pisma dla młodzieży, widzą w nich piękne aktorki i modelki z idealnymi ciałami – chcą być takie same”³. Można zastanawiać się nad źródłem postaw powszechnych wśród Zetek – będą to uwarunkowania historyczne, a może patriarchalny model społeczeństwa, podtrzymujący stereotypy, którymi żywią się najnowsze tendencje? Bourdieu w *Męskiej dominacji* z jednej strony zaznacza niebagatelny wpływ mężczyzny na definiowanie siebie przez kobiety, z drugiej zaś podkreśla znaczenie otaczających dziewczęta od dzieciństwa postaw społecznych oraz ich relacji z rodzicami:

Powszechne doświadczenie kobiecego ciała jako ciała – dla – innego, nieustannie wystawionego na obiektywizujące spojrzenie (i dyskurs), jest zapisane w kobiecym habitusie i społecznych warunkach jego aktualizacji. Związek z własnym ciałem nie ogranicza się jedynie do [...] subiektywnych wyobrażeń [...]. Postrzeganie własnego ciała jest zasilane ze strony obiektywnych wyobrażeń ciała – deskryptywnego i normatywnego *feedback* płynącego ze strony rodziców. W interakcji tej zawiera się jednak cała struktura społeczna, o czym zdajemy się zapominać. Jest ona obecna w postaci schematów postrzegania i oceny wpisanych w ciało podmiotu interakcji. [...] Konkretnie relacje w postaci sądów wartościujących w oparciu o pozycję duży/mały oraz męski/kobięcy [...] stają się sposobnością nabycia odpowiednich schematów, wykorzystywanych następnie przez podmioty w stosunku do własnego ciała [...] (Bourdieu 2004: 79–80).

Nieustanny kontakt z wzorcami promowanymi za pomocą środków wizualnych powoduje ciągłe odczucie niezadowolenia z siebie, bezradność i frustrującą niemożność osiągnięcia ideału. Stan ten generuje także konsekwencje dla męskiej części społeczeństwa – media masowe wypaczają obraz kobiety, w którym wzrastają młodzi mężczyźni. Wychowując się w otoczeniu takich twórców jak Lara Croft, charakteryzujących się wyglądem bez skazy i nienaturalnymi proporcjami

³ TVN Style, *Operacje plastyczne nastolatek*, <http://www.tvnstyle.pl/programy/operacje-plastyczne-nastolatek,9798.html> [dostęp: 16.03.2018].

sylwetki, często jako dorośli, mężczyźni generują wobec partnerek nierealne oczekiwania. Dwight Macdonald opisując kulturę masową, zauważył tendencję do preferencji w jej obrębie nienaturalności, pisząc: „smakowita dziewczyna napacykowana przez Petty jest bardziej seksualnie ponętna niż żywa naga kobieta. [...]” (2005: 402).

Spopularyzowany kult ciała idealnego kreuje trendy autoprezentacji na platformach internetowych. Znane dziś *instagirls* prezentują na *Instagramie* swoje idealnie wypielęgnowane, wysportowane ciała, ustawiając odpowiednie światło, pozę, starannie dobierając najkorzystniejszy strój – nierzadko też odwadniają się do sesji, by uwypuklić widoczność mięśni i wizualnie poprawić figurę zaprezentowaną na fotografii. Sztuka pozowania i dbania o detale zbliża je do ideału oraz jest sposobem kreacji wizerunku. Trenerzy dbający o zdrowie podopiecznych coraz częściej publicznie obnażają fikcję perfekcyjnych „instasylwetek”, by uchronić innych przed negatywnymi skutkami dążenia do wzorów zaczerpniętych z sieci, wskazując granicę między troską o zdrowe ciało a obsesją idealnego wyglądu. Zachowania te obejmują media społecznościowe, z naciskiem na te z ograniczoną ilością tekstu, a opierające się na obrazie. Zwykle fotografie prezentowane na portalach należą do gatunku *selfie*, co również stanowi ciekawy temat badawczy. Zachowania narcystyczne niegdyś krytykowane i klasyfikowane jako wyraz pychy, dziś nazywane są przebojowością czy pewnością siebie. Trend ten dominuje w pokoleniu Z, jest jednak dostrzegalny już wśród reprezentantów generacji Y. Sławomir Czarnecki trafnie konstatuje: „Zapewne sporo dzieł sztuki powstało, bo autor chciał zyskać uznanie. I dzięki tej potrzebie działa Instagram i kilka innych aplikacji. Ludzie tworzą swój wizerunek. I ten wizerunek ma tendencje do rozmijania się z rzeczywistością” (2016: 79).

Wszystkim tym zachowaniom sprzyjają zmiany technologiczne, umożliwiające szybkie modyfikowanie niezadowolającej rzeczywistości. Łatwo dostępne aplikacje mobilne i oprogramowanie do obróbki fotografii czy wideo stały się powszechne i intuicyjne. Modę na poprawki zapoczątkował program do tworzenia i edycji grafiki – Photoshop – wydany po raz pierwszy w 1990 roku. Ćwierć wieku później w każdym smartfonie dostępne są funkcje automatycznych udoskonaleń, filtry zmieniające kolorystykę zdjęć czy suwaki do zmian intensywności oświetlenia i nasycenia barw. W ofercie telefonów komórkowych znajdują się takie, w których funkcja wprost nazwana „efektem piękna” (Pobudejski 2017) usuwa skazy, manipuluje światłem, wygładza twarz, a nawet wydłuża ją. Największe medium społecznościowe jakim jest *Facebook* oferuje w swoim aparacie opcję

„efektów kreatywnych”. Multimedialne nakładki na fotografię pozwalają dodać w trybie portretu animowane elementy, zmieniające użytkownika w postać jak z filmów Disneya, urocze zwierzątko o dużych błyszczących oczach, nimfę leśną pokolorowaną delikatnym makijażem czy inne dostępne sezonowo istoty. Funkcja pozornie przeznaczona dla dzieci, wydająca się atrakcyjną dla dziewczynek, powszechnie wykorzystywana jest przez osoby dorosłe. Pokolenie Z publikuje na swoich tablicach przerobione podobizny w postaci wideo i zdjęć bez uczucia wstydu czy nieprzystawalności. Macdonald nazywa tego typu zjawiska „infantylną regresją u dorosłych” (2005: 405). Wielość infantylnych zachowań u osób dorosłych tłumaczy nieradzeniem sobie z odnalezieniem się w skomplikowanym nowoczesnym świecie. Ucieczka w kicz zatrzymuje ich w kręgu dzieciennienia (2005: 405).

Kultura wizualna, ściśle związana z rzeczywistością medialną i rozwijającą się dynamicznie technologią, znajduje odbicie w teorii Jeana Baudrillarda. Badacz już w 1981 roku sformułował w pracy *Simulacra and Simulation* tezę o rozpoczynającej się „epoce symulacji”. Naukowiec prognozował, że postępująca komputeryzacja zmieni dotychczasowy świat:

Rzeczywistość wytwarzana jest ze zminiaturyzowanych komórek, matryc i jednostek pamięci, z oprogramowania – i może z ich pomocą być reprodukowana nieskończoną ilość razy. [...] Jej charakter jest wyłącznie operacyjny. W istocie, ponieważ nie osłania jej już sfera wyobraźniowa, nie jest to żadna rzeczywistość. To hiperrzeczywistość (2005: 7).

Owa hiperrzeczywistość według Baudrillarda pochłania rzeczywistość, a proces ten ocenił on jako destrukcyjny. Podkreślił też, że tracimy możliwość oddzielenia prawdy od wyobrażenia. Tytułowe symulakry to odbicia rzeczywistości, obrazy podszywające się pod nią. W dobie rozwoju mediów społecznościowych i skrupulatnej kreacji własnego wizerunku w przestrzeni publicznej, proste wyjaśnienie – „Symulować oznacza udawać, że posiada się to, czego się nie ma” (Baudrillard: 2005: 8) – zyskuje nowe, aktualne znaczenie.

Wszystko to przywodzi na myśl powieść Iry Levina *Żony ze Stepford* (1972; w Polsce wydana w 1992 roku). Fabuła książki, podobnie jak i filmowej adaptacji (z Nicole Kidman w roli głównej), wydaje się prorocza w kontekście rozwijającego się transhumanizmu oraz najnowszych odkryć naukowych. Kobiety ze Stepford zmienione w roboty stały się klonami – zewnętrznie idealnie pięknymi,

wewnętrznie zaś pozbawionymi osobowości. W tej historii to mężczyźni zainicjowali proces zmiany, zaś dziś w realnym świecie – z patriarchalnym wpływem kulturowym czy bez niego – to kobiety ingerują w swój naturalny wygląd, wymieniając swoje unikalne cechy na te wpisujące się w modne tendencje. Czy pokolenie Z postawiło już pierwszy krok do realizacji filmowej wizji, ujednolicając twarze czy poświęcając się restrykcyjnej diecie i treningom w nadziei na uzyskanie idealnej powierzchowności? Analogia między książkowo-filmowym obrazem a rzeczywistością odnosi się głównie do ustandaryzowanego wyglądu bohaterek po zmianie, jednak może warto zadać sobie pytanie: czy podążając za schematami społecznymi dzisiejsze kobiety nie ujednolicają się wewnętrznie poprzez uleganie zewnętrznym presjom? Trudno oprzeć się wrażeniu, że wizja pisarza, będąca w 1972 roku jedynie thrillerem science fiction, koresponduje z przyszłością, która następuje już dziś.

Chris Dancy, nazywany najbardziej podłączonym człowiekiem świata („the Most Connected Human on Earth”), żyje w pełnej symbiozie z elektroniką, pozostając stale podłączonym do co najmniej 300 (aż do 700) systemów pomiarowych⁴. Nie może być już *offline*, nawet jeśli zechce. To jeden z przykładów na to, że nie za 100 lat lub w przyszłości, ale już teraz realizuje się idea transhumanizmu rozumianego jako połączenie ciała, maszyny i oprogramowania (choć czy na pewno w tej kolejności?). Chiński robot *Jia Jia* rok temu przeprowadził (przeprowadziła?) profesjonalny i rzeczowy wywiad z redaktorem naczelnym *Wired* – Kevinem Kelly⁵. Jedno z największych odkryć naukowych 2017 roku, przełomowe dla genetyki i biotechnologii, to technologia CRISPR/Cas9, umożliwiająca precyzyjne wycinanie wskazanych fragmentów genomu żywych istot. Poszukuje ona wadliwego kodu w materiale genetycznym i ingeruje w DNA. Udoskonalenie jej i zastosowanie na ludziach może pozwolić na eliminację chorób, ulepszanie kodu genetycznego, a nawet ustanowienie indywidualnych cech zarodka, takich jak płeć, kolor oczu, wzrost czy predyspozycje do zdobywania konkretnych umiejętności. Może także podzielić społeczeństwo na chorych-biednych i zdrowych-bogatych lub sprowokować czarny rynek do handlu dziećmi idealnymi. Prof. dr hab. med. Marian Szamatowicz, ginekolog, pionier *in vitro* w Polsce, stwierdził:

⁴ Zob. <http://www.chrisdancy.com/about> [dostęp: 15.03.2018].

⁵ *Chinese Female Robot JiaJia Answers An American Journalist In Live Streamed Interview*, <https://www.youtube.com/watch?v=xdPDUqa0mys> [dostęp: 17.- 03.2018] [film nie jest już dostępny na YouTube – przyp. red.].

Planowanie komórkowe ma szansę na uzyskanie zwierząt transgenicznych, tak żeby te zwierzęta były potem dawcami narządów do przeszczepu. To nie będą ludzie. Chodzi tylko o to, by uzyskać takie narządy, które przeniesione do człowieka, nie będą odrzucone. To jest zamiarem, to jest celem medycyny rozrodu w sensie przyszłościowym⁶.

Jednak na pytanie o względy etyczne odpowiedział: „Medycyna się tym w ogóle nie powinna zajmować. Unikam jak diabeł święconej wody, dyskusji o charakterze filozoficznym”⁷. Nowoczesne technologie przekraczają granice dotychczasowych ludzkich możliwości, coraz śmielej ingerują w naturę i procesy związane z kreacją człowieka, umożliwiając coraz liczniejsze i coraz bardziej powszechne zmiany w obrębie ciała. Przedstawiciele nauki zobowiązani są podnosić i podtrzymywać dyskurs w kwestiach dotyczących relacji człowieka z technologią. Nie programista i biomechanik konieczni są do podejmowania decyzji o zastosowaniu nowych technik włączających w życie społeczne narzędzi modyfikujących naturę, ale etyk i filozof.

Kobiety pokolenia Z wzrastające w otoczeniu ofensywnych reprezentacji kultury wizualnej, promujących niedościgniony wzór piękna, w większym stopniu niż generacje urodzone wcześniej, przyjmują ingerencje chirurgiczne bądź kosmetyczne jako akceptowalny sposób zmieniania wyglądu i chętniej z niego korzystają. Rozwój technologii pozwala na coraz szersze zastosowania nowych narzędzi poprawiania urody i cech wrodzonych. Media posługujące się komunikatem wizualnym mają niebagatelny wpływ na rozpowszechnianie wybranych wzorców. Wybranych – często z przyczyn marketingowych. Określenie obecnej kultury sformułowane przez Wojciecha Chyłę: „Nie myśl, tylko patrz” (1998: 27), wzmacnia znaczenie obrazu w kreowaniu trendów społecznych. Czy wobec powyższych spostrzeżeń wizja kobiet ze Stepford może być wciąż uważana wyłącznie za science fiction minionego wieku?

⁶ PolishPiano&Organ, 2017, *Eugenika w imię postępu – NAUKA I EDUKACJA – DOKUMENT PL*, <https://www.youtube.com/watch?v=M9nae58k31Y> [dostęp: 15.01.2018].

⁷ Tamże.

Bibliografia

- Bator Joanna, 1998, *Wizerunek kobiety w reklamie telewizyjnej*, Warszawa.
- Baudrillard Jean, 2005, *Symulakry i symulacja*, tłum. Sławomir Królak, Warszawa.
- Bourdieu Pierre, 2004, *Męska dominacja*, tłum. Lucyna Kopciwicz, Warszawa.
- Chyła Wojciech, 1998, *Technologicznie zapośredniczona (medialna) przestrzeń publiczna: ponowoczesna maszyna rządzenia bez ludzi*, w: *Formy estetyzacji przestrzeni publicznej*, red. Jan Stanisław Wojciechowski, Anna Zeidler-Janiszewska, s. 25–40.
- Czarnecki Sławomir, 2016, *Nowa widownia. O promocji w kulturze*, Warszawa.
- Dąbrowski Tomasz J., 2013, *Rola mediów w kształtowaniu wizerunku*, „Marketing i rynek”, numer 9, s. 10–15.
- Frątczak-Rudnicka Barbara, 1997, *Kobiety w reklamie – kobiety o reklamie*, w: *Portrety kobiet i mężczyzn w ośrodkach masowego przekazu oraz podręcznikach szkolnych*, red. Renata Siemieńska, Warszawa, s. 95–101.
- Friedrich Roman, Le Merle Matthew, Peterson Michael, Koster Alex, 2010, *The Rise of Generation C: Implications for the World of 2020*, “booz&co”, http://innovation-finance.altran.fr/files/Booz___Rise_Of_Generation_C.pdf [dostęp: 27.11.2019].
- Levin Ira, 1992, *Żony ze Stepford*, tłum. Anna G. Celińska, Gdańsk.
- Łapiński Jacek L., 2014, *Ikonosfera – przestrzeń kultury epoki postindustrialnej*, „Prace Komisji Krajobrazu Kulturowego”, numer 24, s. 87–114.
- Macdonald Dwight, 2005, *Teoria kultury masowej*, tłum. Czesław Miłosz, w: *Antropologia kultury. Zagadnienia i wybór tekstów*, red. Andrzej Mencwel, Warszawa, s. 400–409.
- Madera Andrzej Józef, 2004, *Wizerunek kobiety w reklamie telewizyjnej*, „Środkowoeuropejskie Studia Polityczne”, numer 1, s. 181–199.
- Melosik Zbyszko, 1996, *Tożsamość, ciało, władza*, Poznań, Toruń.
- Negroponte Nicholas, 1997, *Cyfrowe życie*, tłum. Marian Łakomy, Warszawa.
- Ogonowska Agnieszka, 2012, *Kultura, komunikacja i kompetencja wizualna w kontekście wybranych zagadnień współczesnej humanistyki*, w: *Komunikologia. Teoria i praktyka komunikacji*, red. Stanisław Krawczyk, Poznań, s. 53–67.
- Pasternak Michał, 2014, *Wizualny Content Marketing. Czy jeden obraz rzeczywiście jest wart tysiąca słów?*, „Marketing Automatic”, 6 marca, <https://marketingautomatic.pl/2014/03/wizualny-content-marketing-czy-jeden-obraz-rzeczywiscie-jest-wart-tysiaca-slow/> [dostęp: 20.01.2018].
- Pobudejski Paweł, 2017, *Oneplus 5 otrzymał aktualizację do Androida 8.0 Oreo i Oxygenos 5.0*, „Tabletowo.pl”, 27 grudnia, <https://www.tabletowo.pl/2017/12/27/oneplus-5-aktualizacja-android-8-oreo-oxygenos-5-0/> [dostęp: 6.03.2018].
- Szpunar Magdalena, 2016, *Kultura cyfrowego narcyzmu*, Kraków.

- Tulgan Bruce, 2009, *Not Everyone Gets A Trophy: How to Manage Generation Y*, San Francisco.
- Twardowska Anna, Olczyk Eliza, 2002, *Kobiety w mediach, Kobiety w Polsce w latach 90-tych*, Raport Centrum Praw Kobiet, Warszawa, s. 260–283.
- Żarczyńska-Dobiesz Agnieszka, Chomątowska Barbara, 2014, *Pokolenie Z na rynku pracy – wyzwania dla zarządzania zasobami ludzkimi*, „Prace naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu”, numer 350, s. 405–415.

Magdalena Majewska

Uniwersytet w Białymstoku

Postaci a wartości. Językowo-kulturowy obraz postaci kobiety i mężczyzny w wybranych felietonach Tomasza Raczka z początku XXI wieku

Abstrakt:

Głównym tematem artykułu jest ukazanie sposobu, w jaki na początku XXI wieku za pomocą semantyki i stylistyki przedstawiony jest w felietonach Tomasza Raczka obraz postaci kobiety i mężczyzny. Analizie poddano różne środki językowe, frazeologizmy oraz leksemy, które występują w tekstach Raczka w rubryce *Ekran osobisty* tygodnika „Wprost”, i które ukazują postaci kobiety i mężczyzny, a także przedstawiają ich system wartości. Autorski wybór leksemów i ich znaczeń czy stereotypów językowych, którymi felietonista operuje w tekstach, wydobywa wartości ukryte w felietonowych obrazach postaci kobiety i mężczyzny.

Słowa kluczowe:

wartości w języku, postać w kulturze, wizerunki kobiet, wizerunki mężczyzny, felieton

Językowy obraz świata rozumiany jest „najczęściej w sposób intuicyjny” – Renata Grzegorzczkowska definiuje go „[...] jako strukturę pojęciową utrwaloną (zakrzeplą) w systemie danego języka, a więc w jego wartościach gramatycznych i leksykalnych (znaczeniach wyrazów i ich łączliwości), realizującą się, jak wszystko w języku, za pomocą tekstów (wypowiedzi)” (1999: 39, 41). Jerzy Bartmiński natomiast językowy obraz świata ujmuje jako „zawartą w języku interpretację rzeczywistości, którą można ująć w postaci zespołu sądów o świecie. Mogą to być sądy utrwalone w samym języku, w jego formach gramatycznych, słownictwie, kliszowych tekstach (np. przysłów), bądź to przez formy i teksty języka implikowane” (1999: 104). Z kolei Ryszard Tokarski językowy obraz świata tłumaczy jako „zbiór prawidłowości zawartych w kategoriaalnych związkach gramatycznych (fleksyjnych, słowotwórczych, składniowych) oraz semantycznych strukturach leksyki, pokazujących swoiste dla danego języka sposoby widzenia

poszczególnych składników świata oraz ogólniejsze rozumienie organizacji świata, panujących w nim hierarchii i akceptowanych przez społeczność językową wartości” (2003: 366).

Wartości i wartościowanie, wyeksplikowane wprost w definicji Tokarskiego, są integralnym, konstytutywnym składnikiem językowego obrazu świata (Bartmiński 2003: 64–65). Zrelatywizowany kulturowo, uabstrakcyjniony obraz rzeczywistości zawarty w języku, w tym także sądy wartościujące, jest w różny sposób realizowany w konkretnych tekstach, w których do głosu dochodzą subiektywne wyobrażenia i preferencje aksjologiczne autora. Twórca tekstu może bowiem system wartości obowiązujący w danej kulturze aprobować, zanegować bądź twórczo przekształcać. W swoich aksjologicznych wyborach porusza się w pewnych kulturowych ramach, jednak jednostkowy akt kreacji jest zawsze twórczym odniesieniem do tego, co język podsuwa i sugeruje.

„Spotkanie aksjologii z językoznawstwem następuje w świecie wyrazów i ich znaczeń”, zaznacza wybitna badaczka aksjologii lingwistycznej, Jadwiga Puzyńska (1982: 25), stąd też językoznawcy zadają pytania o sposób rozumienia wartościujących słów przez użytkowników języka. Wykładnikami wartości są wyspecjalizowane leksemy, ich grupy (np. *dobry czy zły*), ale także wyrażenia, które wartościują przedmiot opisu (człowieka lub zdarzenie) pośrednio, konotują (Bartmiński 2003: 60) jego cechy. O wartościach mówić mogą same nazwy wartości (wartościowanie jawne) oraz stereotypy językowe (wartościowanie ukryte), które są podstawą językowego obrazu świata.

Artykuł jest próbą ukazania wartości i wartościowania wpisanych w subiektywną wizję postaci kobiety i mężczyzny, zawartą w wybranych felietonach Tomasza Raczka, pochodzących z jego tekstów zawartych w tygodniku „Wprost” z lat 2004 i 2005 z cyklu *Ekran osobisty*. Raczek ukończył Wydział Wiedzy o Teatrze w Państwowej Wyższej Szkole Teatralnej w Warszawie (obecnie: Akademii Teatralnej im. Aleksandra Zelwerowicza) i zajmował się zwłaszcza krytyką filmową i publicystyką, a ponadto tworzył programy telewizyjne i radiowe.

Wizerunki postaci kobiet i mężczyzn w felietonach Raczka to obrazy osób znanych z mediów, przedstawionych zsubiektywizowanym językiem. W swej felietonistyce przez pryzmat filmu, kina czy telewizji autor odnosi się do współczesnego życia społecznego. Jego postawa wyraża się w porównywaniu świata medialnego (kreowanego) do świata rzeczywistego (prawdziwego). Zachowuje stylistyczną swobodę w poruszaniu się po tematyce medialnej, w dygresyjny sposób mówi o obecnych czasach i postawach wobec zastanej rzeczywistości,

polemizuje z innymi tekstami, a przy tym nie parodiuje zachowań ludzi. W felietonach Raczek prezentuje stosunek do opisywanych postaci i zjawisk (Grabias 1994: 262), ukazuje wizję indywidualności wybranych z tłumu ludzi, którzy w jakiś sposób go zafascynowali, ujawnia ważne ze swojego punktu widzenia wartości oraz wartościuje opisywane osoby i ich zachowania. Na podstawie sposobu (języka i stylu), w jaki autor przedstawia bohaterów felietonów, można wyciągnąć wnioski dotyczące autorskiego spojrzenia na społeczeństwo i kulturę.

Jedną z podstawowych wartości i „słów sztandarowych” (Bartmiński 2003: 66) obecnych w tekstach Raczka jest piękno reprezentujące wartości estetyczne¹. *Piękno*² to nic innego niż zbiór cech sprawiający, że coś budzi w kimś zachwyt, podoba się komuś. Zadaniem tego, co piękne, jest zdobienie, upiększanie, czyli *piękno* ma być ozdobą. W tekście pod tytułem *Życie jako ozdoba* felietonista odnosi się do filmowej opowieści o żyjącym na przełomie XIX i XX wieku amerykańskim kompozytorze musicali Cole’u Porterze i opisuje go jako człowieka, którego życie stanowiło ozdobę ówczesnego świata. Raczek już w tytule przypisuje wartości estetyczne życiu i osobie Portera. Sprawdźmy, jak w tekście rozwija myśl, którą zasygnalizował w kluczowym miejscu felietonu:

(1) Ten biograficzny musical o Cole’u Porterze, *genialnym pięknoduchu*, który skomponował kilkadziesiąt przebojów, jest tak naprawdę *hymnem na cześć tolerancji* i prawa do obyczajowej swobody, nie skrzepowanej przez miłość (wielką, ale bardzo wyrozumiałą), purytańskie zasady (bo ich brak) ani niedostatek (bo pieniądze same cisną się do kieszeni). To *bajka o ludziach pięknych, utalentowanych i wolnych*, co wcale nie znaczy, że – w ogólnym rozrachunku – *szczęśliwych*. *Szklana kula z rysą na powierzchni*. Komedia, tragedia i melodramat. Czy można wymyślić coś bardziej wyrafinowanego na czas, gdy rytmem życia powinna rządzić zabawa? (Raczek 2005: 64; wyróżnienia kursywą moje – M.M.).

¹ Typologię wartości podają za: Puzynina, Jadwiga. 1992. *Język wartości*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN oraz Puzynina, Jadwiga, „Wartości, etyka, sacrum w języku”, w: *Polonistyka w przebudowie*, t. 2, red. Małgorzata Czerwińska, s. 340 (Kraków 2005). Autorka wymienia kolejno wartości hedonistyczne (odczucie przyjemności i przykrości), wartości witalne (zdrowie, życie i choroba, śmierć), wartości społeczno-kulturowe (tradycja, obyczaje, prawo, moda i in.) oraz wartości duchowe, czyli: poznawcze (prawda i brak wiarygodnych informacji), estetyczne (piękno, harmonia i brzydota, kicz), moralne (wrażliwość na krzywdę drugiego człowieka i jej brak) i transcendentne (Bóg i szatan) – odpowiednio, są to wartości pozytywne i negatywne.

² Znaczenia leksemów ustaliam na podstawie *Uniwersalnego słownika języka polskiego* pod redakcją Stanisława Dubisza (Warszawa 2003).

Tomasz Raczek używa wyrażenia *genialny pięknoduch*, za pomocą którego wyraża swój pozytywnie wartościujący sąd o kompozytorze (Tokarski 2014: 156–157). *Pięknoduch* to ‘ktoś egzaltowany, oderwany od rzeczywistości, wyzywający się w estetycznych wzruszeniach’, a przymiotnik *genialny* definiowany jest jako ‘obdarzony geniuszem, niezwykle twórczy, niepospolicie utalentowany’. Obie nazwy konotują artyzm i wielkość kompozytora. Przybliżeniu geniuszu twórcy służą również inne określenia wartościujące. Biograficzny musical Raczek nazywa *hymnem na cześć tolerancji i prawa do obyczajowej swobody*. Nacechowany pozytywnie leksem *hymn* – nośnik wartości (Tokarski 2014: 156–157) – przywodzi na myśl uroczystą pieśń czy też podniosły utwór liryczny. Wspomniany wyżej musical określony został również przez felietonistę jako *bajka o ludziach pięknych, utalentowanych i wolnych*. *Bajka* (nośnik wartości), jako fantastyczna opowieść, konotuje nierealność, cudowność i niezwykle piękno. Postaci z bajki są wymyślone, wymarzone, czyli nie istnieją w realnym świecie – a mowa tu o *ludziach pięknych, utalentowanych i wolnych*. W felietonie obok *piękna* inne waloryzujące określenia, jak *talent* i *wolność*, współtworzą dodatni obraz życia Portera. *Talent* konotuje wybitne zdolności przejawiane do czegoś, natomiast *wolność* kojarzy się z brakiem zniewolenia, ale także możliwością decydowania o czymś zgodnie z indywidualną wolą. Oba leksemy wartościują pozytywnie opisywane życie.

W kontekście musicalu Raczek przywołuje wartość odczuciową *szczęście*, wyrażoną nie bezpośrednio, lecz za pomocą przymiotnika *szczęśliwy*, który odnosi do bohaterów owej bajki. Poprzedzenie negacją wykładnika leksykalnego omawianej wartości implikuje wartość z przeciwnego bieguna, a więc antywartość. Wydaje się, że felietonista celowo nie użył tu wprost określenia *nieszczęśliwi*, by podkreślić, że bycie pięknym, utalentowanym i wolnym niekoniecznie i nie zawsze jest źródłem szczęścia. Wyeksponowane przez Raczkę treści dodatkowo podkreśla metaforycznie użyty frazeologizm *szklana kula*, który jest określeniem życia bohaterów, a przywodzi na myśl magię, niesamowitość, brak trosk, izolację od świata zwykłych śmiertelników. *Rysa* na jej powierzchni natomiast, przez odniesienie do dosłownego znaczenia słów ‘zadrapanie’ lub ‘pęknięcie’, oznacza skazę, niewielką wadę, która jednak w znaczący sposób zmienia ocenę.

Kolejny fragment tego samego felietonu Tomasza Raczkę przedstawia opisy wartościujące postać Portera i jego dokonania:

(2) [...] Cole Porter był autorem *najsłynniejszych* amerykańskich *standardów* pierwszej połowy XX wieku, śpiewanych przez właściwie *wszystkich liczących się wykonawców* – od Elli Fitzgerald po Alanis Morissette. „Night and Day”, „Love for Sale”, „Everytime You Say Goodbye”, „Anything Goes”, „In the Still of the Night”, „Just One of Those Things” – *można by wymieniać godzinami i każdy tytuł natychmiast zanucić*.

Te piosenki pisane były przez Portera (komponował muzykę i układał słowa) dla *ozdobienia świata – po to, by było miło*. Wpadają w ucho, przyklejają się do pamięci, dają pole do popisu wykonawcom. Śpiewając je, łatwo można zabłysnąć, popisać się, uwieść, rozczulić albo zabawić. Są to bowiem muzyczne teatryki dla spragnionych dźwiękowej dekoracji życia. Może dlatego tak chętnie zgodzili się zaśpiewać je (i wystąpić) w filmie królowie współczesnego show-biznesu: Robbie Williams, Elvis Costello, Sheryl Crow, Diana Krall, Lara Fabian (Raczek 2005: 64; wyróżnienia kursywą moje – M.M.).

Wyrażenia *najsłynniejsze standardy* czy *liczący się wykonawcy*, a także zwroty *można by wymieniać* [tytuły] *godzinami* oraz *każdy tytuł natychmiast zanucić*, są przykładami opisowych sposobów waloryzowania dokonań kompozytora. Przywołane konstrukcje ewokują konotacje wartościujące pozytywnie. Stopień najwyższy przymiotnika *słynny*, w zestawieniu z rzeczownikiem *standard* zdefiniowanym jako ‘przeciętna norma, przeciętny typ, model, wyrób odpowiadający określonym wymogom; wzorzec’ albo ‘popularny temat w muzyce jazzowej służący jako kanwa licznych improwizacji’, przywodzi na myśl powszechną znajomość tekstów piosenek Portera, a więc jego popularność. Z kolei znajomość jego piosenek przez *liczących się wykonawców* sugeruje, że ci, którzy mieli ogromne znaczenie w branży muzycznej, znali jego przeboje. Za pomocą zwrotu *można by wymieniać godzinami* Raczek wyeksponował wielość tytułów, które stworzył kompozytor, podkreślając tym samym rangę jego dokonań. Dodatkowo felietonista sugeruje powszechną znajomość nie tylko tytułów (*każdy tytuł natychmiast zanucić*), ale także słów i muzyki piosenek Portera. W tekście, w którym głównym bohaterem jest Cole Porter i jego twórczość, felietonista uwydatnia piękno – powtórnie pojawia się bowiem *ozdoba* (*ozdobienie świata*), która sugeruje upiększanie świata muzyką, a także przyjemność – sugerowaną przez frazę *by było miło*.

Ten sam felieton przedstawia kolejną wartość – tym razem hedonistyczną wolność, niezależność, swobodę. Użyte w tekście wyrażenia: *życiu bez ograniczeń, związku bez zobowiązań, zdrady bez kary, miłości bez żadnych warunków* suponują nieobecność czegoś, co nas ogranicza, przytłacza, co staje się ciężarem życia:

(3) To historia *zabawy i miłości*, w której ważną, ale i zaskakującą rolę odegrała żona kompozytora – Lindy, przedstawiona przez zjawiskowo piękną Ashley Judd. I [Kevin] Kline, i Judd dobrze wiedzieli, co to za film. Nie jakiś zwykły biograficzny musical, lecz opowieść o *życiu bez ograniczeń, związku bez zobowiązań, zdrady bez kary i miłości bez żadnych warunków*. Gdy Linda spotkała się z Cole'em, był rok 1919. Właśnie skończyła się I wojna światowa, oboje mieszkali w Paryżu, należeli do towarzystwa i *cieszyli się życiem*. On miał 28 lat i *wiele romansów na koncie. Z kobietami i z mężczyznami*. Ona była młodą rozwódką. *On stał u progu wielkiej kariery, ona wiedziała, jak mu w niej pomóc*. Pobrali się w grudniu tego samego roku i przeżyli ze sobą 35 lat. W tym czasie Porter napisał *prawie wszystkie swoje wielkie przeboje. Część opowiadała o Lindzie, o której szczególnie myślał, gdy ją zdradzał. Wiedziała o tym. I akceptowała. Skoro inaczej nie można było...*

Film Irvina Winklera jest hybrydą, która na polskich ekranach wygląda wyjątkowo egzotycznie. Wywrotowa obyczajowo treść podana została w poetyce beztroskiej rewii. Dla Ashley Judd udział w niej stał się okazją do potwierdzenia jej feministycznych przekonań, dla Kevina Kline'a – sposobem na przypomnienie jego aktorskiej skali: od eleganckiego bon vivanta po odważnego i cierpiącego człowieka, umiającego przeciwstawić się środowisku w obronie własnej wolności. Zresztą cały film rozegrany został na podobnie szerokiej skali – tak jak potoczyło się prawdziwe życie Cole'a Portera: między Europą i Ameryką, między miłością do kobiet i do mężczyzn, między teatralnym Broadwayem i filmowym Hollywoodem, wreszcie między arystokratyczną elitą a branżą rozrywkową (Raczek 2005: 64; wyróżnienia kursywą moje – M.M.).

Felietonista, charakteryzując postawy życiowe Portera i jego żony, eksponuje nie tylko unikanie przykrości, ale także życie nastawione na przyjemność, szczęście hedonistyczne. Eksplikują to zestawione ze sobą leksemy *zabawy i miłości*, sugerujące przyjemne spędzanie czasu. Fraza *cieszyli się życiem* wyraża *expressis verbis* hedonistyczne nastawienie do życia; muzyk z żoną korzystali z życia,

bawili się – szczególnie kompozytor miał *wiele romansów na koncie. Z kobietami i z mężczyznami*. Zdrady Portera implikują brak fundamentalnej wartości w jego życiu – wierności, stanowiącej o jakości życia i udanym związku między kobietą a mężczyzną. Hedonistycznym wartościom, wyznawanym przez bohatera tekstu Raczk, przeciwstawiona jest altruistyczna postawa jego żony, przejawiająca się w akceptacji zachowań męża i tym samym pomocy w rozwoju jego kariery. Raczek stwierdza, że Linda *[w]iedziała o tym [o zdradach męża]. I akceptowała. Skoro inaczej nie można było*. Sformułowania te sugerują, że żona twórcy musicali poświęciła się dla dobra swego męża i jego kariery. Leksem *wiedzieć* implikuje tu nie tylko posiadanie wiedzy na jakiś temat, ale także świadomość zaistniałej sytuacji. *Akceptacja* z kolei eksponuje pogodzenie się z zaistniałą sytuacją, co podkreślone zostało przez kolejne słowa: *inaczej nie można było*. Pogodzenie się ze zdradami męża, o których się wie, ale nie można im zapobiec, to ustępstwo na rzecz rozwijającej się kariery męża.

W felietonie *Życie jako ozdoba* autor podkreślił wartości estetyczne i hedonistyczne, którymi kierował się Porter, a także poświęcenie Lindy, która akceptowała zdrady męża oraz rolę kompromisu w relacjach międzyludzkich. W zakończeniu rozważań na temat życia i twórczości Cole'a Portera autor zwraca się w stronę współczesnej Polski:

(4) Jak to wszystko zrozumieć nad Wisłą, gdzie kompromis zawsze jest „zgniły”, alternatywą dla niespełnienia naszych żądań jest tylko „muerte”, czyli śmierć, a hasło „kto nie z nami, ten przeciw nam” tkwi głęboko w zranionych przez historię duszach? I jak na dodatek uwierzyć, że można pisać piosenki tylko po to, by ozdobić nimi świat, a nie po to, by wykrzyczeć swój ból czy marzenie? (Raczek 2005: 64; wyróżnienia kursywą moje – M.M.).

Fragment ten mówi o nieumiejętności zawierania przez Polaków kompromisów. Następuje tu zderzenie baśniowej historii z musicalu o Porterze z realiami polskimi, w których ludzie nie są skłonni do ustępstw. Raczek wyraźnie poddaje subiektywnej krytycznej ocenie polski charakter. Felietonista w dzisiejszej Polsce nie widzi piękna, ale brzydotę; nie istnieje porozumienie wynikające z ustępstw, czyli *kompromis*; brak wyboru między wykluczającymi się ewentualnościami, czyli *alternatywy*. Piękno wyeksponowane we fragmencie o życiu Portera, współtworzone przez cechy poświęcenia, akceptacji i kompromisu, w opisie postaw właściwych współczesnym Polakom zostało zanegowane przez leksem *zgniły*,

muerte, śmierć, kojarzące się z procesem rozkładu. W tym krótkim zakończeniu autor odrzuca niejako wszystkie wartości obecne w jego tekście: zamiast estetyki (*pięknych, utalentowanych i wolnych*) jest brzydota (*zgniły*), w miejsce hedonizmu (*cieszyli się życiem*) Raczek wprowadza pesymizm (*muerte, śmierć*), altruizm (*akceptowała*) zastępuje wyrachowaniem i bezdusnością (*kto nie z nami, ten przeciw nam*). Tomasz Raczek stosuje tu klamrę kompozycyjną, która przedstawia wartości i antywartości.

Podobną techniką klamry kompozycyjnej felietonista posługuje się w tekście pod tytułem *Pożegnanie szczura*. Już tytuł sugeruje główny temat felietonu, którym są *szczury*, a dokładniej – *wyścig szczurów*, przywodzący na myśl pogoń współczesnych ludzi za sukcesem materialnym i zawodowym. Występujący w podstawowej, klasycznej formie frazeologizm, wyeksponowany wprawdzie dopiero w zakończeniu tekstu Raczka, odnosi się do całości tekstu. Podstawowym tematem felietonu ponownie jest społeczeństwo polskie, obszernie zilustrowane fabułą filmu na podstawie książki Grocholi *Nigdy w życiu!*

(5) Wydana właśnie trzecia część pt. *Ja wam pokażę!* wyładowała na pierwszym miejscu list książkowych bestsellerów, zanim jeszcze ukazała się w księgarniach, a hurtownicy stali przed drzwiami wydawnictwa gotowi zapłacić za wszystkie zaległe faktury, byle tylko zagwarantować sobie wystarczającą liczbę egzemplarzy nowego tytułu. Ki diabeł? O co wszystkim chodzi? O jakiej naszej słabości do wiedziała się Grochola, że tak ochoczo biegniemy do księgarń i kina, by oglądać sercowe perypetie trzydziestoparoletniej Judyty?

Autorka zapytana wprost, czy Judyta to ona sama, nie zaprzecza, że w losach bohaterki zawarła wiele swoich doświadczeń, ale także marzeń i wyobrażeń *o szczęśliwym życiu. Nie takim, jakie jest, ale takim, jakim mogłoby być*. To dlatego obraz współczesnej Polski, jaki wyłania się z jej powieści, jest dużo lepszy niż ten, który oglądamy na co dzień. Jest niczym *portret niezbyt ładnej kobiety namalowany przez litościwego malarza o dużej wyobraźni*. Nic więc dziwnego, że owej kobiecie obraz bardzo się podoba i chętnie go od malarza kupuje. Wychodząc z kina po obejrzeniu *Nigdy w życiu!*, usłyszałem opinie kilku pań: „Nareszcie ludzie są ładni, uczucia prawdziwe, a ulice czyste, schludne i takie, jak powinny być” (Raczek 2004: 74; wyróżnienia kursywą moje – M.M.).

W przywołanym fragmencie mowa jest o *szczęśliwym życiu*. Jest to nazwa wartości odczuciowej pozytywnej. Felietonista porównuje szczęście do portretu *niezbyt ładnej kobiety* (czyli po prostu nieatrakcyjnej fizycznie, brzydkiej), który został *namalowany przez litościwego malarza o dużej wyobraźni* (czyli takiej, która pozwoliła mu upiększyć portret). Można sądzić, że analogicznie szczęśliwe życie zostało przedstawione przez pisarkę o dużej wyobraźni, która poprawiła/upiększyła rzeczywistość. Pokazała świat z marzeń i snów milionów kobiet. Ów artysta odczuwa nie tylko litość w stosunku do obiektu, który maluje, ale także odznacza się dużą zdolnością do tworzenia pięknych obrazów. Ta eufemistyczna peryfraza *portret niezbyt ładnej kobiety namalowany przez litościwego malarza o dużej wyobraźni* wartościuje przez swą delikatną wymowę i uprzejmość w stosunku do opisywanej postaci. Szczęście w tym felietonie jest pochodną tego, że *ludzie są ładni, uczucia prawdziwe, a ulice czyste, schludne*. Ponadto użyte połączenia wyrazowe konotują wartość estetyczną – piękno.

Oprócz eufemizmów Raczek wprowadza do swojej wypowiedzi elementy nawiasowe, które nie są związane bezpośrednio z treścią tych fragmentów, ale dopowiadają i komentują wypowiedzane myśli, a więc stosuje parentezę. Sytuacja taka ma miejsce przy opisie fabuły filmu:

(6) Co nazywają normalnością, w której potrafiliby żyć. *Zostawiona przez męża matka z córką* (tego akurat żadna z kobiet czytających Grocholę sobie nie życzy) *otrzymuje eksmisyję z mieszkania* (zajmie je teraz kochanka) *i propozycję przeprowadzenia się do małego lokalu w Warszawie albo 100 tys. zł, żeby się urządzić na własną rękę*. Wybiera to drugie. Przyjaciółka pomaga jej znaleźć kawałek ziemi na wsi i wynająć górali, by tam postawili dom. Najtańszy, najprostszy, *ale swój*. I z widokiem na *sielską okolicę*.

Grochola nie może teraz przejść ulicą, by ktoś jej nie zaczepił, prosząc o pomoc w zbudowaniu podobnej chaty. Ludzie pytają konkretnie: czy rzeczywiście można się pobudować za 100 tys. zł? Czy warto ryzykować wyprowadzkę z miasta? Gdzie znaleźć tych górali? I skąd wziąć takiego męża, co po rozwodzie rzuci na odchodnym sto tysięcy na stół? (Raczek 2004: 74; wyróżnienia kursywą moje – M.M.).

Rzeczowy, pragmatyczny język opisujący realia życia codziennego dotyczące rozstania małżeństwa – *Zostawiona przez męża matka z córką [...] otrzymuje eksmisyję z mieszkania i propozycję przeprowadzenia się do małego*

lokalu albo 100 tys. zł, żeby się urządzić na własną rękę – wzbogacony został przez wartościujące frazy: *tego akurat żadna z kobiet czytających Grocholę sobie nie życzy* oraz *zajmie je teraz kochanka*. W słowach tych ujawnia się ironiczny stosunek autora felietonu do opisywanych zdarzeń. Można domniemywać, że wyżej przytoczone frazy przedstawiają zsubiektywizowane autorskie wartości. Za pomocą rzeczowej relacji z precyzującymi wtrąceniami Raczek wyeksponował negatywny obraz mężczyzny, który, jak można suponować na podstawie przypisywanych mu cech i zachowań, kieruje się egoistycznie pojmowanym poczuciem szczęścia. To on opuszcza żonę z dzieckiem, a w wyniku postanowienia sądu usuwa je z lokalu, w którym do tej pory razem żyli, by mogła z nim zamieszkać kochanka. Kierując się wartościami prawnymi (Puzynina 1992: 32), żonie z córką proponuje małe mieszkanie lub równie niewielką ilość pieniędzy na urządzenie własnego lokum. Obraz kobiety natomiast tworzą wartości estetyczne – piękno reprezentowane przez *sielską okolicę* oraz wartości utylitarne – funkcjonalność konotowana przez leksemy *najtańszy, najprostszy, ale swój*. Wartości, zwłaszcza hedonistyczne i utylitarne, obecne są w dalszej części felietonu Raczka:

(7) Prawie każda z czytelniczek też by tak chciała. Zaraz, zaraz, *a kariera? A pięć się po szczeblach*, by kiedyś usłyszeć o sobie „pani prezes” lub „panie prezesie”? Gdzie *dodawanie zer* w kolejnych pensjach, *eleganckie cocktaile*, *modne kreacje i zagraniczne delegacje*? Gdzie cały ten *wyścig szczurów*? Otóż *wyścig szczurów* (i *szczurzyć* też) ostatnio stracił jakby w Polsce na atrakcyjności. *Pięć się w pionie* zbyt przypominało bowiem *pełzanie w poziomie*, by warte było całego tego *fizycznego i moralnego utyłania*. Odkąd nawet uznawana od lat za najlepszego pracodawcę i będąca dla szczurów obiektem historycznego uwielbienia firma Arthur Andersen okazała się uwikłana w aferę Enronu i po wyroku sądu szybko musiała zwinąć żagle, w świecie sukcesu nie ostała się żadna świętość gwarantująca duże honorowo zarobione pieniądze. W ogóle wygląda na to, że *ścigające się do niedawna szczury zgnuśniały* i częściej niż o karierze marzą o tym, by *gdzieś czmychnąć i mieć wreszcie święty spokój* (Raczek 2004: 74; wyróżnienia kursywą moje – M.M.).

Szczęście konkretyzowane jest w tym fragmencie felietonu Raczka jako: *kariera, pięć się po szczeblach, dodawanie zer, eleganckie koktajle, modne kreacje, zagraniczne delegacje*. Leksem *kariera* oraz frazy nominalne *pięć się*

po szczeblach i *dodawanie zer* przywodzą na myśl także wartości użyteczne, związane z pieniędzmi. Pozostałe wyrażenia zaś kojarzą się z przyjemnością i z prestiżem.

Frazeologizm *piąć się po szczeblach czegoś* zastosowany przez felietonistę w formie skróconej, bez komponentu *czegoś*, przez skojarzenie z drabiną, po której można wspiąć się bardzo wysoko, ewokuje rozwój zawodowy i zdobycie najwyższych stanowisk. *Dodawanie zer* implikuje pomnażanie majątku. Inny związek frazeologiczny (*wyścig szczurów*), opisujący współczesnych yuppies, występuje w dwóch zmodyfikowanych wariantach. Wprowadzenie innowacji rozwijającej (Bąba 1989: 51) doprowadziło do powstania nowej jednostki frazeologicznej: *wyścig szczurów (i szczurzyc też)*. Dodanie nowego komponentu do funkcjonującego w języku związku³ spowodowało odświeżenie i zaktualizowanie frazeologizmu, a tym samym podkreślenie, że niezdrowa rywalizacja dotyczy w równym stopniu mężczyzn co kobiet.

Druga modyfikacja frazeologizmu, innowacja regulująca (Bąba 1989: 60), polegająca na zmienności form fleksyjnych, schematów syntaktycznych lub struktury słowotwórczej frazeologizmów, umożliwiła wykreowanie plastycznego obrazu, oddziałującego na wyobraźnię i emocje: ścigające się do niedawna szczury zgnuśniały i częściej niż o karierze marzą o tym, by gdzieś czmychnąć i mieć wreszcie święty spokój. Wcześniej użyty *wyścig szczurów* zmodyfikowany tu został na ścigające się szczury. Ponadto frazeologizm został rozwinięty o kilka elementów. Określenie czasowe mówi o zakończeniu rywalizacji (*do niedawna*). Dalej określone zostały cechy owych *szczurów*, czyli współzawodniczących ze sobą ludzi. Są nimi: apatia i odraza do działania (*zgnuśniały*), a także chęć szybkiej ucieczki (*czmychnąć*) oraz brak zdenerwowania i powodów do niepokoju (*mieć święty spokój*). Ten ostatni przytoczony frazeologizm również uległ modyfikacji rozwijającej – wzbogacony został o leksem *wreszcie* eksponujący szczęśliwe zakończenie czegoś. Z kolei wyrażenia *pięć się w pionie* oraz *pełzanie w poziomie* wyrażają negatywny stosunek do *kariery*, suponując niejako antywartości etyczne. Wspinanie się po szczeblach kariery (góra-dół) przybrało według felietonisty tak niemoralną formę, że bardziej przypomina poruszanie się płazów na brzuchu w pozycji leżącej (prawo-lewo, przód-tył). Przesunięcie

³ Frazeologizm ten nie został odnotowany przez żaden słownik frazeologizmów, natomiast obecny jest w korpusie języka polskiego: <https://sjp.pwn.pl/korpus/szukaj/wyścig%20szczurów.html> [dostęp: 26.10.2017].

metaforyczne powoduje, że *pełzanie* kojarzy się także z brakiem godności i moralnym uniżeniem, a końcowym efektem opisanych zachowań jest *fizyczne i moralne utyłanie*, czyli umazanie się, ubrudzenie się czymś: pełzając, brudzimy się dosłownie i w przenośni.

Kariera, która kiedyś była wartością użyteczną, ale i hedonistyczną, kojarzyła się ze szczęściem. Według Raczka obecnie właśnie brak *kariery* przywodzi na myśl *szczęście*:

(8) Proponowana przez Grocholę ucieczka z miasta, gdzie nic nie jest pewne, trafiła na podatny grunt. Ucieczka ze świata prawdziwych przykrości do iluzorycznej krainy wiejskiego bezpieczeństwa, z dala od głupich szefów i rosnącej groźby zamachów terrorystycznych, okazuje się atrakcyjna dla coraz większej liczby osób. Czyżby szczury zwiły manatki? Chyba tak, bo gdy patrzę wokół siebie, mam wrażenie, że dziś ścigają się już nie szczury, lecz zwykłe szare myszy (Raczek 2004: 74; wyróżnienia kursywą moje – M.M.).

Felietonista buduje w powyższym fragmencie kilka opozycji, które służą wyrażeniu wartości. Pierwszą jest miasto – wieś. Miasto nie zostało nazwane wprost, jednak suponowane jest przez świat *prawdziwych przykrości*, który został umieszczony na przeciwległym biegunie do wartości konotowanych przez *krainę wiejskiego bezpieczeństwa*. Stan zagrożenia, niebezpieczeństwo (*przykrości*) miasta konfrontowane są z bezpieczeństwem, które ewokuje wieś (*wiejskiego bezpieczeństwa*). Na antynomiczną parę miasto – wieś została nałożona opozycja związana z wartościowaniem: zagrożenie – bezpieczeństwo. Owo zagrożenie ze strony miasta jest zgodne z prawdą, autentyczne (*prawdziwych*), natomiast wiejski spokój jest pozorny (*iluzorycznej*). W ten sposób Raczek ukazuje trzecią wartościującą opozycję: autentyzm i złuda. Przeciwności te nakładają się na siebie: miasto to realne zagrożenie, a wieś to pozorne bezpieczeństwo. Z kolei *ucieczka*, definiowana jako 'uciekanie skądś lub przed czymś' lub 'zapomnienie o czymś nieprzyjemnym, niebezpiecznym, trudnym', a więc kojarzona z wycofaniem się lub zapomnieniem, jest określona jako *atrakcyjna*. W ten sposób autor nie tylko skontrastowanym przestrzeniom nadał wartości, ale także pozytywnie ustosunkował się do samej *ucieczki* z niebezpiecznej przestrzeni do świata bez zagrożeń.

W przywołanym fragmencie mamy jeszcze jeden element wskazujący na wartościowanie ludzi zainteresowanych wyłącznie karierą, a mianowicie *szczury*

zwijały manatki oraz dziś ścigają się już nie szczury, lecz zwykle szare myszy. W tym kontekście szczury są metaforą ludzi sukcesu, gigantów, osób najbardziej widocznych, tych, którym się udało; natomiast ścigające się 'szare myszy' to ludzie drugiego planu, niejako tła, którzy mają szansę zaistnieć i osiągnąć sukces zawodowy dopiero po wycofaniu się tych najlepszych.

Konkludując można stwierdzić, że w felietonach Raczka mamy do czynienia z silnie zsubiektywizowanym oglądem wartości przypisanych konkretnym postaciom kobiet i mężczyzn. Sposób przedstawienia wartości przez autora w omawianych felietonach uwydatnia jego zindywidualizowane spojrzenie na same wartości, ale także na opisywaną rzeczywistość. Zawarte w języku felietonów obrazy świata ukazane zostały przez autorskie preferencje aksjologiczne. W swoich tekstach felietonista przedstawia wartości za pomocą wyspecjalizowanych leksemów, wyrażen konotujących wartości lub nazw wartości czy stereotypów językowych. Są one podstawą językowego obrazu świata.

W felietonach obecne są wartości estetyczne, takie jak *piękno*, oraz hedonistyczne, odcuciowe, przede wszystkim *szczęście*, *przyjemność*. Zastosowane przez Raczka leksemy pozwalają na pozytywne wartościowanie bohaterów (artyzm, wielkość, wybitne zdolności, brak zniewolenia, popularność), ale także na negatywne spojrzenie na ludzi. Raczek przedstawia zatem dwa bieguny, opozycje: wartość i antywartość (szczęście – brak szczęścia, piękno – brzydota, hedonizm – smutek, altruizm – egoizm, wieś – miasto). Felietonista w swoich wyborach aksjologicznych porusza się w pewnych ramach kulturowych, jednak w twórczy sposób odnosi się do tego, co podsuwa język i kultura Zachodu. Takie wartości, jak *wolność*, *niezależność*, *swoboda*, mogą nieść zabarwienie pozytywne (brak zniewolenia w pracy artystycznej) lub mogą konotować negatywne wartościowanie (egoistyczne pojmowanie szczęścia, zdrady). Opisuując rzeczywistość, felietonista niejako w przewrotny sposób ukazuje wartości: *piękno* to brak *kompromisu*, *alternatywy*, a *szczęście* to brak *kariery*.

Kreatywne podejście Raczka do języka pozwala na eksponowanie wartościujących wizerunków postaci kobiety i mężczyzny. Autorski wybór leksemów i ich znaczeń czy stereotypów językowych, którymi felietonista operuje w swoich tekstach, wydobywa wartości ukryte w felietonowych portretach postaci rzeczywistych i wykreowanych.

Bibliografia

- Bartmiński Jerzy, 1999, *Punkt widzenia, perspektywa, językowy obraz świata*, w: *Językowy obraz świata*, red. Jerzy Bartmiński, Lublin, s. 103–120.
- Bartmiński Jerzy, 2003, *Miejsce wartości w językowym obrazie świata*, w: *Język w kręgu wartości*, red. Jerzy Bartmiński, Lublin, s. 59–86.
- Bąba Stanisław, 1989, *Innowacje frazeologiczne współczesnej polszczyzny*, Poznań.
- Grabias Stanisław, 1994, *Język w zachowaniach społecznych*, Lublin.
- Grzegorzczuk Renata, 1999, *Pojęcie językowego obrazu świata*, w: *Językowy obraz świata*, red. Jerzy Bartmiński, Lublin, s. 39–46.
- Korpus Języka Polskiego PWN, <https://sjp.pwn.pl/korpus/szukaj/wycig%20szczurów.html> [dostęp: 26.10.2017].
- Puzynina Jadwiga, 1982, *Językoznawstwo a aksjologia*, „Biuletyn Polskiego Towarzystwa Językoznawczego”, tom XXXIX, s. 23–32.
- Puzynina Jadwiga, 1992, *Język wartości*, Warszawa.
- Puzynina Jadwiga, 2005, *Wartości, etyka, sacrum w języku*, w: *Polonistyka w przebudowie: literaturoznawstwo – wiedza o języku – wiedza o kulturze – edukacja. Zjazd Polonistów, Kraków, 22–25 września 2004, tom 2*, red. Małgorzata Czermińska i in., Kraków, s. 338–347.
- Raczek Tomasz, 2004, *Pożegnanie szczura*, „Wprost”, numer 14, s. 74.
- Raczek Tomasz, 2005, *Życie jako ozdoba*, „Wprost”, numer 5, s. 64.
- Tokarski Ryszard, 2001, *Słownictwo jako interpretacja świata*, w: *Współczesny język polski*, red. Jerzy Bartmiński, Lublin, s. 343–370.
- Tokarski Ryszard, 2014, *Światy za słowami. Wykłady z semantyki leksykalnej*, Lublin, s. 135–181.

Anna Adamus-Matuszyńska

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach

Piotr Dzik

Akademia Sztuk Pięknych w Katowicach

Postać w sloganie. Analiza „slogo” polskich jednostek samorządu terytorialnego

Abstrakt:

Zaprezentowane w artykule wyniki badań są kontynuacją projektu badawczego dotyczącego obecności postaci, rozumianych jako sylwetki osób, w działaniach promocyjnych polskich jednostek samorządu terytorialnego (JST). Celem badań jest identyfikacja i interpretacja wykorzystywanych znaków wizualnych (obrazów, typografii) oraz tekstowych (sloganów). Autorzy posługują się metodą analizy treści w celu zrozumienia przesłania znaków promocyjnych polskich regionów, miast i gmin. Paradygmatem prezentowanej analizy są koncepcje branding, teoria retoryki obrazu (Barthes 1985) oraz narratologia (Bal 2012). Badania dotyczące warstwy werbalnej identyfikacji JST potwierdziły tezę postawioną przez autorów w artykule „Kraj bez ludzi. Motywy graficzne w identyfikacji wizualnej polskich jednostek samorządu terytorialnego”, że postać nie identyfikuje wspólnoty lokalnej.

Słowa kluczowe:

branding, marketing terytorialny, slogan, identyfikacja, tożsamość, postać, obraz

Wstęp

Prezentowany tekst jest rozwinięciem zarówno tezy, jak i wniosków zamieszczonych w artykule „Kraj bez ludzi. Motywy graficzne w identyfikacji wizualnej polskich jednostek samorządu terytorialnego” (Adamus-Matuszyńska, Dzik 2018). Na podstawie przeprowadzonych badań autorzy stwierdzili, że ‘postać’, rozumiana jako sylwetka ludzka, przedstawiona w logo JST identyfikuje wspólnoty samorządowe w pojedynczych przypadkach. Komentarze zgłoszone w dyskusji nad treścią

referatu podczas konferencji oraz uwagi recenzentów skłoniły autorów do rozszerzenia projektu badawczego o eksplorację treści sloganów wizerunkowych określanych terminem 'slogo'. W komunikacie reklamowym tekst pełni bowiem funkcję zakotwiczenia¹, co oznacza, że wpływa na prawidłowy poziom percepcji obrazu (Barthes 1985: 294–295), lub, by ująć to zagadnienie inaczej, unieruchamia łańcuch konotacji, gdyż język objaśnia obraz w sposób wybiórczy (Machtyl 2017: 35). Jest tym samym możliwe, że polisemiczny i poddający się wielu interpretacjom obraz, zwłaszcza abstrakcyjny, mógł zostać zrozumiany przez odbiorcę poprzez tekst występujący jako element znaku promocyjnego. Jedną z form zakotwiczenia może być wskazanie w tekście konkretnej postaci (osoby, nazwiska, imienia, legendarnej postaci itp.). Oznaczałoby to, że gdyby przejawy takiego „unieruchomienia” wystąpiły, a ich liczba byłaby znacząca, to należałoby zmodyfikować konkluzje zamieszczone w przywoływanym artykule. Wobec powyższego postawiono nowe pytanie badawcze: czy w sloganach wizerunkowych („slogo”) polskich jednostek samorządu terytorialnego występują postaci, a jeśli tak, to jakie, w jakiej liczbie i jakie mają znaczenie dla zrozumienia treści danego znaku?

Założenia teoretyczne. Definicje i wykorzystane terminy

Literatura przedmiotu dotycząca sloganów jest stosunkowo obfita², przy czym trudno o jednoznaczną definicję tego terminu, gdyż lista podejść badawczych jest równoważna liczbie nauk humanistycznych, społecznych, a nawet medycznych (neurofizjologia). Generalnie slogan jest rozumiany jako krótkie wyrażenie skonstruowane i wykorzystywane w marketingu w celu budowania i wzmacniania tożsamości i wizerunku (O'Guinn i in. 2011: 1). Slogany nadają marce treść, wpływają na jej tożsamość, pozwalają markę odróżnić od innych, są zwerbalizowanym wystąpieniem w imieniu marki, którą reprezentują (Piller 2001). O ich właściwościach i cechach pisali w polskich publikacjach, w różnych kontekstach, m.in.: Krzysztof Albin (2000), Jerzy Bralczyk (1998: 169–177), Jacek Grębowiec (2017) Amelia Horodecka (2002), Piotr H. Lewiński (1998), Magdalena Napierała (2012), Andrzej Pitrus (2005), Iwona Skowronek (2014),

¹ Termin 'zakotwiczenie' autorzy rozumieją za Barthesem jako funkcję denominatywną, czyli przydającą konkretne znaczenie słowom, wydarzeniom, rzeczom itp. (Barthes 1985).

² Google Scholar na zapytania zwraca następującą liczbę wyników: „slogan+brand” – 156 000, „tagline+brand” – 19 900 i „strapline+brand” – 2760, <https://scholar.google.pl/> [dostęp: 26.06.2019].

Ewa Szczęsna (2001: 100–127). Cennym źródłem jest także *Słownik sloganów reklamowych* (Spychalska, Hołota 2009). Slogany z punktu widzenia marketingu terytorialnego badali m.in. Anna Augustyn i Magdalena Florek (2011), Małgorzata Duczkowska-Piasecka (2013), Ewa Glińska (2016) czy Jacek Pogorzelski (2012). W literaturze światowej próbę ilościowo-jakościowej analizy sloganów terytorialnych podjęli m.in. Steve Cone (2010), Lee i inni (2015), w kontekście turystycznym Steve Pike (2004).

Do zasadniczych cech sloganu należą: zwięzłość i prostota języka (Zembytska 2018), celność, wyrazistość stylistyczna (Kamińska-Szmaj 1996) czy łatwość zapamiętywania (Kuśmierski 2000). Alina Wheeler w podręczniku *Designing Brand Identity* (2018: 29) wymienia następujące cechy sloganu (*tagline*): krótki, odmienny od konkurencyjnych, wyjątkowy, obejmujący esencję i pozycjonowanie marki, łatwy do wypowiedzenia i zapamiętania, niemający negatywnych skojarzeń, przedstawiany małym fontem, może być prawnie chroniony, wywołuje emocjonalną reakcję, trudny do stworzenia. Charakterystyka sloganu dokonana przez Wheeler zawiera określenia ocenne, dlatego nie można ich przypisać wszystkim sloganom, a tylko tym, które odniosły sukces (Lee i in. 2015).

Na podstawie literatury przedmiotu można przyjąć, że wśród badaczy istnieje konsensus, że każdy slogan powinien:

- być krótki,
- odnosić się do istoty marki (*brand essence*), jej osobowości i pozycjonowania (Wheeler 2010: 24; Wheeler 2018: 28-29),
- informować o marce i/lub wpływać na klienta (Pike 2004).

W angielskojęzycznej literaturze przedmiotu określenia takie jak *claim*, *slogan*, *tagline* i *strapline* są używane zamiennie (por. np. Morgan i in. 2004), aczkolwiek Cone proponuje, by potraktować „tagline” jako chroniony prawnie znak towarowy, który jest szczególnym przypadkiem sloganu (Cone 2010: 13). W języku polskim używa się zamiennie terminu „hasło” lub „dewiza” (Szczęsna 2001), czasem z dodatkiem „reklamowe”.

Autorzy w dalszych rozważaniach przyjmują, że analizowany będzie szczególnie typ sloganu, który Marek Kochan określa jako „slogo”, czyli *signature line* (Kochan 2005: 84-85)³; jego cechy są następujące:

³Kochan wyróżnia 3 typy sloganów: *headline* (nagłówek), związany z pojedynczym przekazem, slogan właściwy, stały w kampanii, zmienny między kampaniami oraz, omawiane w tekście, „slogo”. Tabelę z opisem różnic można znaleźć w: Kochan 2005: 84–85.

1. występuje w sąsiedztwie logotypu, często jest z nim powiązany graficznie (por. także Healey 2010: 230),
2. ma mało charakterystyczną formę,
3. jest poważny w formie i tonie, a nie żartobliwo-prowokujący,
4. odnosi się do uniwersum przekazów jednego nadawcy, wyraża ogólną „misję”, przesłanie,
5. jest stały, to znaczy przypisany do nadawcy na lata.

Magdalena Jaworowicz w opisie, analizie i klasyfikacji sloganów wyróżnia typ odpowiadający slogo (Jaworowicz 2015: 177–182): „slogan marketingowy brandingowy (*claim baseline*) – apel zwięźle wyrażający względnie stałe przesłanie marketingowe nadawcy (firmy) skierowane do docelowego odbiorcy”. Autorka podkreśla, w przeciwieństwie do Kochana, że jest on zapisywany w ustalonej formie typograficznej.

Dodatkowo uznać można, że „slogo” pełni funkcje wizerunkowe, pozycjonuje daną markę i jest wpisane w jej logo (Spsychalska, Hołota 2009: 11). Wykonana przez autorów kwerenda znaków promocyjnych stosowanych w praktyce wykazała, że niektóre z powyższych twierdzeń mogą być kwestionowane. W przypadku, gdy jednostka samorządu terytorialnego (JST) dysponuje systemem identyfikacji wizualnej (SIW), slogany bywają charakterystyczne w formie i sformalizowane pod względem użytych fontów, kolorów, pozycjonowania itp. (Adamus-Matuszyńska, Dzik 2017: 331–333). Co więcej, udało się potwierdzić pojedyncze przypadki „slogo” żartobliwych (por. np. Medyński 2015).

Ponieważ istnieje tradycja badawcza pozwalająca analizować slogany jako autonomiczne, krótkie teksty (Spsychalska, Hołota 2009), można więc ‘postać’ w krótkim przekazie promocyjnym zdefiniować odwołując się do teorii narratologii (Głowiński 2001: 30). Jak twierdzi Mieke Bal (2012: 115): „postać jest przedstawieniem figury o charakterystycznych, w większości ludzkich cechach”, niemniej, choć postaci przypominają ludzi, to nimi nie są; są jedynie konstruktami. W tym znaczeniu, ponieważ logo, slogan i inne wyróżniki stosowane w promocji są reprezentacją JST (Adamus-Matuszyńska, Dzik 2017: 364), ‘postać’ w rozumieniu narratologicznym jest także reprezentacją, a wiedza kontekstowa (np. historia JST, lokalizacja, umiejscowienie w przestrzeni społecznej i publicznej) może mieć ważny wkład w analizę znaczenia danego obrazu. Autorzy uznają, że w marketingu terytorialnym postać – jeśli występuje – jest referencyjna (*referential character*, por. Bal 2012: 124), ponieważ dostarcza dodatkowych informacji lub przekonuje odbiorcę do konkretnej treści zawartej w danym przekazie.

Założenia metodologiczne badań

Metodą badawczą była, jak w poprzednich pracach, analiza treści (Adamus-Matuszyńska, Dzik 2017: 58–61), co pozwala porównać uzyskane wyniki z tymi zamieszczonymi między innymi w artykule „Kraj bez ludzi...”. Identyczna była też próba badawcza, tj. wszystkie powiaty ziemskie (314), 66 miast-powiatów, czyli miast na prawach powiatu (tj. miasta będące jednocześnie gminami miejskimi i powiatami miejskimi) oraz pozostałe 2412 gminy⁴.

Przyjęto następujące założenia badawcze:

1. Badania mają charakter ilościowo-jakościowy, analizowane są słowa kluczowe (Glińska 2016).
2. „Slogo” (motto, dewiza) jest badane jako pauza w narracji (Bal 2012: 111).
3. Pauza, podobnie jak slogan (por. Pike 2004), może być opisowa (informacyjna) lub argumentacyjna.
4. Poszukiwanie przedstawień polegało na weryfikacji występowania postaci zarówno w opisowych, jak i argumentacyjnych slogo.

Tabela 1. Podstawowe dane statystyczne

Rodzaj JST	JST liczba	„Slogo” i logo	„Slogo” i herb	Ogółem	Uwagi
Powiat ziemski	314	49	26	75	
Miasto-powiat	66	48	0	48	W przypadku Częstochowy „slogo” występuje w wersjach obcojęzycznych.
Pozostałe	2412	286	242	528	
Ogółem	2792	383	268	651	Odrzucono 28 przypadków wątpliwych (typu „meta description” ⁵ , wycofane w trakcie badań, pojawiające się w źródłach nie mających statusu urzędowego, np. w mediach).

Źródło: Opracowanie własne. Baza według stanu na 9 kwietnia 2018 r.

⁴ Autorzy nie badali województw. Wcześniejsze ustalenia (Adamus-Matuszyńska, Dzik 2017) dowodzą, że żadne z nich nie odwołuje się do postaci w „slogo”, ani też w symbolach graficznych. W przypadku województwa świętokrzyskiego być może występuje „aktor” w rozumieniu narratologii (zob. podsumowanie niniejszego artykułu).

⁵ Meta Description Tag jest metatagiem stanowiącym fragment kodu HTML zawartym w części nagłówkowej kodu strony. Stanowi opis danej podstrony, który informuje o zawartości strony internetowej.

Wstępna kwerenda wykazała, że badania muszą mieć szerszy zakres, niż badanie dotyczące logo promocyjnego JST, ponieważ zidentyfikowano kilkaset „slogo” terytorialnych używanych w powiązaniu z herbem lub też w różnych realizacjach promocyjnych, niepowiązanych bezpośrednio z identyfikacją wizualną. „Slogo” były pozyskiwane ze stron internetowych JST, materiałów reklamowych offline (np. plakaty, broszury, prezentacje na różnego rodzaju targach i wydarzeniach) oraz – w przypadkach wątpliwych – weryfikowane w mailowym lub telefonicznym kontakcie z daną JST.

Dodatkowo autorzy zaznaczają, że znak składający się ze „slogo i herbu” nie oznacza potwierdzenia statusu herbu i tego, iż został on zaakceptowany przez Komisję Heraldyczną przy MSWiA, a jedynie wskazanie, że pojawia się motto bez logo promocyjnego.

W tak dużej próbie badawczej autorzy zidentyfikowali zaledwie sześć „slogo” odwołujących się jednoznacznie do postaci (Tabela 2).

Tabela 2. „Slogo” odwołujące się do postaci

JST	Potwierdzający zrzut ekranowy	Postać, źródło, uwagi
Powiat łukowski		Henryk Sienkiewicz. Zrzut ekranowy spotu promocyjnego: http://www.starostwolukow.pl/powiat Postać Henryka Sienkiewicza jest także składową identyfikacji wizualnej powiatu łukowskiego.
Pszczyna		Księżna Daisy von Pless. Księżna występuje jako „Big Idea” w dokumencie <i>Strategia promocji Pszczyny na lata 2012-2014</i> (dokument dostępny na: http://bip.pszczyna.pl/lista/strategia-promocji-pszczyny-na-lata-2012-2014)

Postać w sloganie. Analiza „slogo” polskich jednostek samorządu terytorialnego

JST	Potwierdzający zrzut ekranowy	Postać, źródło, uwagi
Powiat wołomiński		<p>Cyprian Kamil Norwid. Hasło pozytywnie zawiera dwa odniesienia – do Norwida i „Cudu nad Wisłą” (bitwa w wojnie z Rosją bolszewicką w 1920 r.). Zrzut ekranowy ze strony głównej powiatu: http://www.powiat-wolominski.pl/</p>
Sulejówek		<p>Józef Piłsudski. Zrzut ekranowy ze strony głównej gminy: https://www.sulejowek.pl/</p>
Markuszów		<p>Jan Poczek (Poczek). Gmina jest miejscem życia tego cenionego poety ludowego (istnieje nagroda jego imienia). Zrzut ekranowy z Google. Na stronie https://www.youtube.com/watch?v=I1FO_JRrWE&feature=youtu.be dostępny jest film o gminie zrealizowany na zlecenie Domu Kultury w Markuszowie; w warstwie dźwiękowej wykorzystano fragmenty wierszy Jana Pocka.</p>
Kamieńsk		<p>Królowa Elżbieta Łokietkówna (siostra Kazimierza Wielkiego). Informacja o przywileju lokalizacyjnym dostępna na: http://kamiensk.pl/cms/4533/historia_miasta</p>

Źródło: Opracowanie własne, stan na 09.04.2018 r.

Podsumowanie i wnioski

Badania potwierdziły podstawowy wniosek sformułowany w przywoływanym wcześniej artykule autorów z 2017 roku, że nawiązanie do postaci w sloganach typu „slogo” polskich JST jest marginalne (6/651 to zaledwie 0,92%). Ponadto, ich interpretacja przez odbiorcę wymaga poszukiwania dodatkowych danych, wykraczających poza informacje, co do których można przyjąć założenie, że są powszechnie znane (przynajmniej wśród odbiorców w Polsce), gdyż nie są typowe dla powszechnego systemu edukacji. Można przyjąć, że każdy względnie wykształcony Polak czy Polka wie (lub powinna wiedzieć), kim był Cyprian Kamil Norwid, Henryk Sienkiewicz i Józef Piłsudski. Można też przyjąć, że z racji filmu *Magnat* i serialu telewizji polskiej *Biała wizytówka*, księżna Daisy nie jest obca pewnej części mieszkańców naszego kraju. Być może znajomość Elżbiety Łokietkówny rośnie wraz z popularnością serialu obyczajowego TVP *Korona królów* (gdzie w jej rolę wcieliła się Katarzyna Czapla). Jednak postać Jana Pocka wydaje się ryzykownym wyborem autorów slogo, gdyż jest to poeta znany tylko specjalistom oraz wąskiemu gronu twórców ludowych. Z drugiej strony, należy podkreślić, że konkurs imienia tego poety, adresowany do ludowych twórców, miał w 2019 roku swoją 47 edycję. Pomimo więc zapewne znikomej znajomości poety wśród odbiorców, logo zyskuje popularność pośrednio poprzez zrozumienie jego treści przez lokalnych i regionalnych animatorów kultury.

Warto też zaznaczyć, że we wszystkich omawianych przypadkach występuje sąd wartościujący jako opis (Bal 2012: 122). Pozornie obiektywna informacja np. „Tu mieszkał Józef Piłsudski” umieszczona w eksponowanym miejscu na oficjalnej stronie internetowej wskazuje, że nadawca (gmina) uznaje ten fakt za ważny i mogący pozytywnie wpłynąć na odbiorców tej informacji. Oznacza to, że postawiona w artykule „Kraj bez ludzi...” (Adamus-Matuszyńska, Dzik 2018) teza, że postać może spełniać rolę podnoszącą atrakcyjność turystyczną miejsca, biorąc pod uwagę intencje nadawcy, może ona wystąpić także w warstwie tekstowej. Jednak wobec nielicznej grupy takich sloganów w badanej próbie brak jest wystarczających dowodów empirycznych.

Dodatkowo duża zebrana próba sloganów pozwoliła na przeprowadzenie uzupełniającej analizy. Ewa Glińska (2016) na podstawie analizy 144 sloganów zebranych metodą ankietową (ankietę przeprowadzono wśród urzędów 379 miast pomiędzy 10 a 200 tys. mieszkańców) sugeruje, że pewne sformułowania i słowa występują w istotny statystycznie sposób. Wprawdzie analiza oparta

jest na szerszej próbie badawczej (wszystkie miasta objęte badaniem Glińskiej stanowią podzbiór próby autorów), zebranej poprzez metodę jakościową, jednak są one na tyle porównywalne, by móc sformułować wstępne wnioski. W badanej populacji „slogo”, słowa wskazane przez Glińską (2016: 133) występują w następującej kolejności (dane liczbowe według kwerendy autorów):

- ‘Możliwości’ – 33 wystąpienia na 651, czyli ponad 5%;
- ‘Twoje’ – 11 wystąpień na 651, czyli 1,6%;
- Trzecie miejsce w badaniach Glińskiej to 8 słów: ‘brama’ (4/651), ‘dobre’ (5/651), ‘miejsce’ (30/651), ‘moje’ (13/651), ‘otwarte’ (6/651), ‘przyjazne’ (9/651), ‘serce’ (14/651), ‘tradycja’ (11/651).

Ponadto autorzy zbadali 13 słów, które uznano za potencjalnie częściej występujące niż pozostałe, z powodów takich jak nawiązywanie do tradycji, historii oraz popularność we współczesnym dyskursie publicznym. Wyniki są następujące: ‘stolica’ (14/651), ‘nowoczesność’ (6/561), ‘klimat’ (13/651), ‘przystań’ (11/651), ‘królewskie’ (8/651), ‘biznes’ (8/651), ‘inwestycje’ (2/651), ‘innowacje’ (1/651), ‘kreacja/kreuje’ (1/651), ‘turystyka’ (5/651), ‘ludzie’ (2/651), ‘człowiek’ (1/651), ‘rodzina’ (0/651).

Zaprezentowane dane liczbowe pozwalają na sformułowanie następujących wniosków:

1. Slogany pełniące funkcje promocyjne polskich JST są zróżnicowane pod względem wykorzystywanych słów, które mają przekazać emocje, skojarzenia i *genius loci* miejsca.
2. Postać, rozumiana jako sylwetka osoby, nie budzi zainteresowania wśród twórców znaków promocyjnych miejsc. Narracyjność obrazów jakimi są logo, a w tym także slogo, nie opiera się na symbolice i znaczeniu postaci. Postać jako wizualizowany podmiot nie stanowi o treści danego znaku mającego symbolizować, promować, wyróżniać konkretne miasto, region czy gminę.
3. Twórcy slogo przyjmują *implicite* założenia, które można odczytać bezpośrednio z treści sloganu. Na przykład, „Kraina 111 jezior” (pow. choszczeński) ma sugerować aktywny wypoczynek nad wodą, w tym także wędkarstwo.
4. Analiza „slogo” potwierdza, wyrażoną w innym miejscu tezę autorów (Adamus-Matuszyńska, Dzik 2017), że komunikacja JST jest nakierowana na przeszłość, czego dowodzi rzadkie użycie takich słów jak ‘innowacja’ czy ‘nowoczesność’. Niemniej ta kwestia wymaga pogłębionych studiów ze względu na występowanie ‘slogo’ wariantowych, skierowanych do różnych grup docelowych (np. Dąbrowa Górnicza czy Wąbrzeźno).

5. Teza Barthesa, że warstwa tekstowa „zakotwicza” przekaz graficzny, to znaczy pozwala wybrać określony poziom zrozumienia, została potwierdzona tylko częściowo. Analiza treści sloga (zwizualizowany tekst hasła promocyjnego), pokazuje, że dość ogólny tekst jest konkretyzowany przez obraz. Co więcej, kwerenda wskazała także, że dość ogólne slogany wymagają dodatkowego dopowiedzenia czy wyjaśnienia ich treści (co czasami znaleźć można w księgach znaku). Co prawda, jak pisze Głowiński (2001: 29), generalizacja nie kłóci się z indywidualizacją, jednak analiza treści sloganów promocyjnych, które mają pełnić funkcje identyfikujące i odróżniające daną jednostkę terytorialną, wymaga owej indywidualizacji, czego sześć znaków uwzględniających postaci w swej treści nie czyni, gdyż każda z tych postaci może także symbolizować inne miejsca.

Dyskusja i dalsze badania

Autorzy mają świadomość wstępnego charakteru studium. Analiza treści sprawdza się w badaniach o eksploracyjnym charakterze, wskazuje na występowanie (lub nie) pewnych zjawisk. Nie daje jednakże dowodów wprost dotyczących wpływu sloganów na odbiorców czy ich efektywności promocyjnej. Autorzy badali slogany tylko pod względem ich treści. Jednakże, co nie wymaga dowodzenia, slogan czy, szerzej, reklama nie są miejscem, w którym typografia ma się cechować „wybitną niezauważalnością” (Bringhurst 2007: 17), bo powinna być także przekazem o konkretnej treści.

W komunikacie promocyjnym, w jego tworzeniu i odbiorze, istotną rolę odgrywa aspekt wizualny. Obok obrazowej egzemplifikacji znaczenie ma także krój i kolor pisma. Pismo staje się ilustracją, a forma liter staje się marką (Samara 2010, Grootes 2017). Dla *copywriterów* (autorów tekstów reklamowych) warunkiem *sine qua non* jest myślenie wizualne (Abbot 2011). Tymczasem w analizach, np. pragmatyngwistycznych, obraz traktuje się jako „kontekst” (por. np. Grębowiec 2017), a w analizach logo pomija się „slogo”, czyli hasło promocyjne zilustrowane oryginalnym fontem, jego krojem i kolorem (por. np. Walas 2014). Biorąc pod uwagę dotychczasowe badania nad treścią logo i sloga obie te praktyki uważa się za mogące prowadzić do jedynie częściowych rozstrzygnięć. Zrozumienie znaku promocyjnego wymaga analizy i na poziomie języka, i obrazu jako nosicieli sensu.

Wielość oraz liczne możliwości wykorzystywania wizualnych i tekstowych znaków promocyjnych we współczesnej kulturze wizualnej zachęcają do dalszych badań ich znaczeń w aspekcie językowym wizualnym, społecznym i marketingowym. W kontekście ‘postaci’ uwzględnianych w przeanalizowanych przekazach promocyjnych polskich jednostek terytorialnych na dalsze dalszym rozważania oczekują następujące zagadnienia:

1. Analiza logo i sloganów rocznicowych i okazjonalnych, np. w województwie kujawsko-pomorskim 2017 rok obchodzono jako „rok Władysława Raczkiewicza” ze stosownym logotypem (Biografia Władysława Raczkiewicza 2017);
2. Logo i hasła odwołujące się do części ciała i bliżej niezdefiniowanych osób np.: Chełmno: serce i hasło „Miasto zakochanych” (Chełmno 2018), Nowy Sącz – dłoń, hasło: „Dobrze wróży” (Adamus-Matuszyńska, Dzik 2017);
3. Historyczne nazwy miast odwołujące się do konkretnych postaci (np. Zamość – Hetman Jan Zamoyski). Nazwa miejscowości nawiązująca do konkretnej postaci historycznej mogłaby być potraktowana jako wykorzystująca postać w celach promocyjnych, niemniej dokładniejszej analizy wymagałoby sprawdzenie, czy i w jakiej formie dana JST odnosi się w działaniach promocyjnych do osoby założyciela. Przykładem takiego, pośredniego, nawiązania do postaci jest *System identyfikacji wizualnej Miasta Augustowa*, w którym uzasadnienie i opis wprost nawiązuje do króla Zygmunta Augusta (Printomato 2016: 4)
4. Ostatnią wartą rozważenia kwestią są postaci legendarne. W Polsce używają ich w logo: Chełm Lubelski (duch „Bieluch”) oraz Warszawa (Syrenka).

Odrębnym zagadnieniem są badania nad odbiorem tak sformułowanych przekazów. W literaturze przedmiotu sformułowana jest teza, że w produkcie turystycznym, także rozumianym jako miejsce (destynacja – kalka z angielskiego *destination* powszechnie używana w przemyśle turystycznym) liczy się *emotional value* (por. np. Morgan i inni 2004: 70–71). Oznacza to, że badania mogą także dotyczyć weryfikacji roli postaci w kreowaniu dodatkowej wartości dla turysty.

Biorąc pod uwagę narratologię jako zastosowany paradygmat w analizie tekstów i obrazów znaków promocyjnych polskich JST, tematem oczekującym na badania jest występowanie, w warstwie werbalnej i wizualnej (Bal 2012: 203–209) nie postaci, a aktora. Aktor w narratologii pojawia się na najbardziej ogólnym poziomie, tj. fabuły i jest konkretyzowany do postaci w opowieści. Takim aktorem jest na przykład ‘czarownica’ w tradycji województwa świętokrzyskiego, która jest symbolem występującym w promocji tego regionu. Aktorka (rozumienie narratologiczne) ta jest wykorzystywana w identyfikacji wizualnej regionu,

a sloganem właściwym jest „Świętokrzyskie czaruje” (Adamus-Matuszyńska, Dzik 2017: 104). Jak to ujmuje Jacek Szlak (Szlak 2016: 106–107): „Czarownice pozostają w sferze fantazji, można dowolnie kształtować ich wizerunek – od bardziej frywolnego, po zabawną i przyjazną dla dzieci Babę Jagę”. Analiza aktora w używanych w marketingu terytorialnym fabułach to jednak temat na odrębny projekt badawczy.

Bibliografia

- Abbot David., bez tytułu, 2011, w: *The Copy Book. How some of the best advertising writers in the world write their advertising*, red. Antonia Marcantonio, Tim Riley, Julius Wiedemann, Köln.
- Adamus-Matuszyńska Anna, Dzik Piotr, 2017, *Tożsamość wizualna polskich województw, miast i powiatów. Identyfikacja, prezentacja, znaczenie*, Toruń, Katowice.
- Adamus-Matuszyńska Anna, Dzik Piotr, 2018, *Kraj bez ludzi. Motywy graficzne w identyfikacji wizualnej polskich jednostek samorządu terytorialnego*, w: *Postać w kulturze wizualnej. Tom 2: Obrazy i słowa*, red. Anna Krawczyk-Łaskarzewska, Alina Naruszewicz-Duchlińska, Monika Cichmińska, s. 129–143.
- Augustyn Anna, Florek Magdalena, 2011, *Strategia promocji jednostek samorządu terytorialnego – zasady i procedury*, Warszawa.
- Albin Krzysztof, 2000, *Reklama: przekaz, odbiór, interpretacja*, Warszawa, Wrocław.
- Biografia Władysława Raczkiewicza*, 2017, Urząd Marszałkowski Województwa Kujawsko-Pomorskiego, <https://www.kujawsko-pomorskie.pl/rok-wladyslawa-raczkiewicza> [dostęp: 13.09.2018].
- Bal Mieke, 2012, *Narratologia. Wprowadzenie do teorii narracji*, tłum. Zespół tłumaczy Instytutu Filologii Polskiej UAM w Poznaniu, Kraków.
- Barthes Roland, 1985, *Retoryka obrazu*, tłum. Zbigniew Kruszyński, „Pamiętnik Literacki”, numer 76, zeszyt 3, s. 289–302.
- Bralczyk Jerzy, 1998, *Język na sprzedaż*, Warszawa.
- Bringhurst Robert, 2007, *Elementarz stylu w typografii*, tłum. Danuta Dziewońska, Kraków. Chelмно, strona główna, www.chelмно.pl [dostęp: 13.09.2018].
- Cone Steve, 2010, *Superslogany*, tłum. Diana Wysogład, Warszawa.
- Duczkowska-Piasecka Magdalena, 2013, *Marketing terytorialny. Jak podejść do rozwoju z korzyścią dla wszystkich*, Warszawa.
- Glińska Ewa, 2016, *Marketingowa analiza komunikacyjnych walorów sloganów reklamowych miast*, „Handel Wewnętrzny”, numer 2, s. 126–139.

Postać w sloganie. Analiza „slogo” polskich jednostek samorządu terytorialnego

- Głowiński Michał, 2001, *Narratologia – dzisiaj i nieco dawniej*, „Teksty Drugie IBL”, numer 5, s. 20–30.
- Grębowiec Jacek, 2017, *Pragmatyka reklamy*, Kraków.
- Grootes Britt, 2017, *Typografia w reklamie*, tłum. Magdalena Komorowska, w: Henk Hoeks Ewa Lentjes, *Triumf typografii. Kultura, komunikacja, nowe media*, Kraków, s. 308–317.
- Healey Matthew, 2010, *Deconstructing Logo Design. 300+ International Logos Analyzed & Explained*, Mies.
- Horodecka Amelia, 2002, *Mitologiczny świat reklam*, Kraków.
- Jaworowicz Magdalena, 2015, *Copywriting w zintegrowanej komunikacji marketingowej*, Warszawa.
- Kamińska-Szmaj Irena, 1996, *Slogan reklamowy*, „Aida-Media”, numer 4, s. 33–35.
- Kochan Marek, 2005, *Slogany w reklamie i polityce*, Warszawa.
- Kuśmierski Stanisław, 2000, *Reklama jest sztuką*, Warszawa.
- Lee Heebo, Ju-Pak Kuen-Hee, Hong Moonki, 2015, *Comparative Perspectives on Brand Value of Place Slogans: Analysis of Different Cities, States and Countries*, „American International Journal of Social Sciences”, tom 4, zeszyt 2, s. 59–70.
- Lewiński Piotr H., 1998, *Retoryka reklamy*, Wrocław.
- Machtyl Katarzyna, 2017, *Semiotyki obrazu. Reprezentacje i przedmioty*, Poznań.
- Medyński Wojciech, wpis z 15.12.2015, *Nowe logo gminy Wińsko*, <http://winsko.eu/nowe-logo-gminy-winsko/> [dostęp: 13.09.2018].
- Morgan Nigel, Pritchard Annette, Pride Roger (red.), 2004, *Destination Branding. Creating the Unique Destination Proposition*, Oxford.
- Napierała Magdalena, 2012, *Filozofia reklamy. Historia, psychologia, techniki*, Kraków.
- O’Guinn, Thomas C., Allen, Chris T., Semenik, Richard J., 2011, *Advertising and Integrated Brand Promotion. Sixth Edition*, Mason, OH.
- Pike Steven D, 2004, *Destination Brand Positioning Slogans – Towards the Development of a Set of Accountability Criteria*, „Acta Turistica”, numer 16, zeszyt 2, s. 102–124.
- Piller Ingrid, 2001, *Identity constructions in multilingual advertising*, „Language in Society”, numer 30, zeszyt 2, s. 153–186.
- Pitrus Andrzej, 2005, *Znaki na sprzedaż*, Kraków.
- Pogorzelski Jacek, 2012, *Praktyczny marketing miast i regionów*, Warszawa.
- Printomato, 2016, *System identyfikacji wizualnej Miasta Augustowa*, Augustów, <http://urząd.augustow.pl/content/herb-i-identyfikacja-wizualna> [dostęp: 13.09.2018].
- Samara Timothy, 2010, *Kroje i kolory pisma*, tłum. Urszula Kowalczyk, Warszawa.
- Skowronek Iwona, 2014, *Zmysły dla zysku. Marketing sensoryczny w praktyce*, Warszawa.
- Spychalska Marta, Hołota Marcin, 2009, *Słownik sloganów reklamowych*, Warszawa.
- Szczęśna Ewa, 2001, *Poetyka reklamy*, Warszawa.
- Szłak Jacek, 2016, *Opowieści w marketingu*, Lublin.

Anna Adamus-Matuszyńska, Piotr Dzik

- Walas Bartłomiej, 2014, *Znaczenie logo miast w rozpoznawalności miejsca docelowego*, „*Studia Oeconomica Posnaniensia*”, tom 2, zeszyt 3, s. 28–40.
- Wheeler Alina, 2010, *Kreowanie marki. Przewodnik dla menedżerów marki*, tłum. Jerzy P. Szyfter, Warszawa.
- Wheeler Alina, 2018, *Designing Brand Identity. An essential guide for the entire branding team. Fifth edition*. Hoboken, NJ.
- Zembytska Marina, 2018, *Linguistic and Extralinguistic Features of English Commercial Advertising Slogans*, w: *Proceedings of XIII International Conference on Modern Achievements of Science and Education*, Netanya, Israel, 230–234.