

Gdyby Szekspir pisał disco polo...

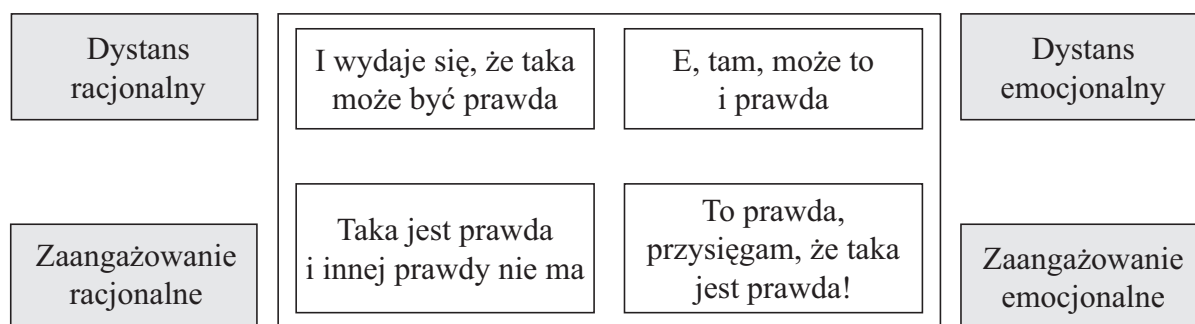
Wpływ źródła tekstu na jego ocenę

Jerzy Bralczyk w swoich wykładach wielokrotnie mówił o kategorii źródła informacji, czyli tego, kto mówi. O tym, jakie emocje pojawiają się, gdy mówi jedna osoba i że mogą pojawić się zupełnie inne, gdy mówi druga. To samo zdanie wypowiedziane przez dwoje ludzi może mieć różne znaczenia. Wiele razy o tym rozmawialiśmy, bawiąc się odniesieniami do Jorge Luisa Borgesa i jego opowiadania o Don Kichocie, które zostało ponownie napisane pół wieku później i znaczyło już zupełnie co innego.

Następnym poziomem związanym ze źródłem była intonacja. Wiele razy słyszałem, i za każdym razem dobrze się bawiłem, gdy Bralczyk ukazywał cztery różne rodzaje brzmienia oparte o kategorie dystansu emocjonalnego i racjonalnego.

nalne – wyznawcę. Zaangażowanie racjonalne nieznoszące sprzeciwu hierarchę, a dystans emocjonalny – tego wyborcę, który przekroczył granicę obojętności. To wszystko – zarówno kto mówi, jak i sposób mówienia – powoduje, że treść staje się mniej ważna, a nawet zmienia znaczenie, ujmowana w ramy hiperboli, litoty czy ironii.

Bralczyka poznałem, będąc na studiach. Prowadził wykład z retoryki i był to najważniejszy i najliczniej oblegany wykład na dziennikarstwie. Zawierał w sobie elementy psychologii poznawczej i społecznej, językoznawstwa, teorii komunikacji, etyki – Bralczyk jest bowiem multiinstrumentalistą. Potem przez dwadzieścia lat zdarzało nam się pisać różne teksty, żartować, zastanawiać się



Rys. 1. Stosunek odbiorcy do treści

Źródło: opracowanie własne

W przedstawionych tu czterech rodzajach stosunku do treści kluczowa jest intonacja; napisane słowa nie oddają w pełni ani zaangażowania, ani dystansu, które na wykładach Bralczyk intonował, stwarzając postaci w językowych rolach społecznych. Wymienione sposoby można bowiem przyporządkować różnym rolom społecznym – np. dystans racjonalny cechuje neutralnego eksperta, a zaangażowanie emocjo-

nad dylematami dyskursu politycznego i gastronomicznego. To ostatnie znalazło swe ujście w książce *Rozmowy przy stole*, zaś kwestie retoryczne i językowe chyba najciekawiej pod względem formy wyrażają teksty *Czas w języku, czyli o czasie, który goni, gryzie i ucieka* (artykuł w formie dialogu ukazał się w książce *Życie na czas*) oraz *O polskich językach publicznych*.

Łączyła nas, oprócz poczucia humoru, metodologia retoryczna wykorzystująca instrumentarium językoznawcze, relacje między mówcą a audytorium i analizę semiotyczną. Książka Bralczyka o systemie formalnym propagandy lat 70. była bardzo elegancka w swoim strukturalistycznym nurcie, ale dopiero analizy reklamy robione na żywo ukazywały bogactwo semiotycznej analizy kontekstów, konotacji, narracji, struktur znaczeniowych, form gramatycznych. To wszystko naraz ukazywało, ile elementów potrzebne jest do tego, żeby reklama działała we właściwy sposób i co to znaczy, że coś znaczy.

Bralczyk jako przedstawiciel Rady Języka Polskiego zdawał się uważać, że język należy do wszystkich mówiących po polsku; nie czuł się jego strażnikiem, ale badaczem i kibicem. Dla mnie otwartość na różne nowe formy, cieszenie się nowościami czy powracaniem starych wyrazów do łask mówiących, czy wreszcie brak chęci do bycia restrykcyjnym strażnikiem zdefiniowanej przez siebie czystości języka, świadczyło, że zarówno język jak i językoznawca mieli przed sobą wciąż życie i rozwój – a nie tylko powolne hamowanie uwiadu i wątle przeciwstawianie się degeneracji. Współdzielenie języka z innymi nim mówiącymi jest powodem nieustających zaskoczeń i pozytywnych spotkań, a nie rozczarowań i walki. Tę cechę ma Bralczyk wspólną z moim ulubionym Tuwimem, który również „mieszkał w polszczyźnie”.

Jerzy Bralczyk ma też niewyczerpaną zdolność sięgania po cytaty – krótsze, dłuższe, a także miksowania ich w taki sposób, jakby miał metafizyczną więź ze źródłami literatury. I właśnie ta cecha powodowałaby, że jako jeden z niewielu byłby poważnym zaburzeniem w badaniu, które chcę tu zaprezentować, a dane pochodzące od niego musiałyby być wykluczone

z wyników. Temat badania jest *stricte* retoryczny i dotyczy relacji między tekstem a jego źródłem – jakie emocje czujemy, kiedy czytamy, że jakiś tekst jest prawdziwą sztuką lub że pochodzi ze źródła kiczu pogardzanego przez elity? Jak to wpływa na ocenę tekstu? Jaki wpływ na to, co czytamy, ma wartość merytoryczna przekazu, a jaki jego źródło? Czy rzeczywiście podoba nam się to, co czujemy, czy też czujemy, że powinno nam się podobać, gdyż *Słowacki wielkim poetą był?* Prowadzi to do wniosków związanych z możliwościami retoryki w debacie publicznej w zakresie funkcjonowania jako inżynieria zgody.

Zaprezentowane tu badanie pokazuje, że – przynajmniej w odniesieniu do badanej elity *in spe* – jesteśmy raczej snobami i rzadko kiedy potrafimy ocenić prawdziwą sztukę. Jeśli coś jest podane w kontekście źródła, które uważamy za uznane, możemy zaakceptować niemal każdą szmirę, nawet bez nacisku grupy, której wpływ przy ocenianiu opisywał Solomon Asch¹. Czy więc wystarczy, by powiedzieć „To Szymborska!”, by wartość tekstu rosła, a kicz stawał się niedostrzegalny? A może jednak czujemy skrywaną radość, słuchając disco polo i cierpimy, czytając Szekspira? Badanie miało na celu odkrycie tych emocji, odczuwanych w czasie rzeczywistym podczas czytania tekstu.

Wydaje się nam, że Szekspir jest wartościowy i chcielibyśmy go czytać, ale to teksty Weekendu znają wszyscy. *Przez twe oczy zielone* – hit Zenka Martyniuka wokalisty zespołu Akcent zwanego Królem Disco Polo – przekroczył w serwisie YouTube sto milionów wyświetleń, choć wielu słuchaczy darzy go pogardą, a do 2017 roku media o największym zasięgu właściwie go ignorowały. Może wystarczyłoby, gdyby teksty zespołu Akcent podpisać Szymborską, żeby lekko snobujący się ludzie zaczęli widzieć w nim prawdziwą sztukę? Postanowiliśmy od-

¹ E. Aronson, *Człowiek – istota społeczna*, Warszawa 2002.

powiedzieć na te pytania, sprawdzając przy tym empirycznie stwierdzenia Bralczyka z książki *Język na sprzedaż*: „Gdy dwóch mówi to samo, to nie jest to samo. Wiarygodność uzyskuje się przez wywołanie wrażenia kompetencji z jednej strony, a szczerości z drugiej. Lekarz stomatolog może skuteczniej namówić do mycia zębów pastą X, niż wypowiadający te same słowa ktoś mniej kompetentny, ale innym razem to raczej ktoś „taki jak my” jest sugestywniejszy”².

Część empiryczna

Cele badania

Głównym celem badania było sprawdzenie, czy przedstawienie danej osoby jako autora tekstu wpływa na emocjonalny odbiór tekstu i na stopień jego akceptacji. Pytanie badawcze dotyczyło tego, jakie konkretnie emocje wywołuje autor i jak owe emocje mają się do samej oceny tekstu.

Materiały badawcze

Do badania wybrano kilkanaście cytatów – z zakresu polityki, religii i literatury oraz twórczości rozrywkowej. Cytaty literackie były nieoczywiste – nie bardzo znane, ale istniejące w internetowych zbiorach cytatów; zatem można utrzymywać, że były wystarczająco popularne. W zakres opisywanego badania wchodziły krótkie cytaty ze sztuk Szekspira oraz popularnych w roku 2017 wykonawców pop i disco polo.

Narzędzia pomiarowe

FaceReader

Intensywność emocji wywołanych przez badane cytaty została zmierzona na podstawie wskaźników biometrycznych. W tym celu został wykorzystany program komputerowy FaceReader firmy Noldus, służący do pomiaru

ekspresji mimicznej, wraz z algorytmem obliczeniowym będącym własnością intelektualną firmy Neuroidea. Pomiar był bezinwazyjny, twarz osoby badanej jedynie nagrywano. Respondent nie musiał być świadomy tego, że pomiar jest wykonywany, przez co jego reakcje są spontaniczne i naturalne³. W pierwszej fazie pomiaru twarz każdego respondenta oglądającego badane reklamy jest nagrywana kamerą wysokiej jakości, a następnie program analizuje każdą klatkę filmu. Program nakłada na obraz twarzy siatkę pięciuset punktów znajdujących się w miejscach przyczepów mięśni i analizuje napięcie 44 mięśni twarzy, licząc zmiany odległości między wybranymi punktami siatki wynikające z napinania tych mięśni. Uzyskane dane odnosi do wzorców Facial Action Coding System – opracowanego przez Ekmana i Friesena w 1978 roku – i systematyzuje dane dotyczące napięcia mięśni twarzy podczas ekspresji mimicznej sześciu podstawowych emocji: złości, radości, smutku, strachu, wstrętu oraz zaskoczenia. Po obliczeniach FaceReader dostarcza informacji o rodzaju przeżywanej emocji oraz o sile, z jaką ta emocja jest wyrażana podczas zetknięcia z bodźcem – w tym wypadku z tekstem. Tak uzyskane wartości są przekształcane przez algorytm, w wyniku którego dane przyjmują wartości od -100 do 100. Wartości dodatnie oznaczają wzrost, a ujemne – spadek poziomu danej emocji podczas kontaktu z bodźcem względem poziomu neutralnego⁴.

Eyetracking

By sprawdzić, które konkretnie elementy badanego tekstu lub zdjęcia wpływają na odczuwanie poszczególnych emocji, zmierzono rozkład uwagi wzrokowej respondentów. Pomiaru dokonano za pomocą eyetrackingu stacjonarnego

² J. Bralczyk, *Język na sprzedaż*, Gdańsk 2004, s. 19.

³ Zob. K. Stasiuk, D. Maison, *Psychologia konsumenta*, Warszawa 2014.

⁴ D. Maison, B. Pawłowska, *Beyond declaration – how measurement of basic emotions can help to understand advertising effectiveness*. Konferencja „Society for Consumer Psychology”, Miami 2014.

produkcji SMI. Pomiar wykonany tym urządzeniem jest bezinwazyjny, ruch gałki ocznej jest rejestrowany sześćdziesiąt razy na sekundę za pomocą kamer na podczerwień.

Lokalizacja i czas badania

Badanie zostało przeprowadzone podczas kwietniowego tygodnia 2017 roku na terenie i we współpracy z Laboratorium Badań Medioznawczych UW.

Osoby badane

W badaniu uczestniczyło sto osób, studentów dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego, w wieku 20–26 lat, z różnych roczników, którzy są zainteresowani życiem społecznym, polityką i kulturą. W grupie byli zarówno mężczyźni, jak i kobiety.

Badanym na ekranie komputera wyświetlano teksty – w jednej grupie podpisane uznanym nazwiskiem ze świata kultury, w drugiej grupie – przez tuzów disco polo. Żaden z badanych nie wiedział, że podpis może być „niewłaściwy”; podczas badania nie były też zgłaszane ani komunikowane opinie o „pomyłce autorów” lub „niewłaściwym przyporządkowaniu” tekstów autorom. Badanie było anonimowe – badani, wybierając opcje czy odpowiadając na kategorie pytań w badaniu, nikomu nie musieli tego komunikować bezpośrednio. Sami badani uważają się za dobrze zorientowanych w kulturze i preferujących jakościowe treści.

Procedura badania

Badanie zostało przeprowadzone w schemacie wewnątrzobiektywnym. Było to indywidualne badanie każdego respondenta. Każda z osób zapoznawała się z rotowanym zestawem tekstów podpisanych dobranymi parami autorów i oceniała ją według pięciopunktowej skali. Wszyscy zostali poinformowani o tym, że podczas badania będą nagrywani oraz o tym, że wszystkie zebrane dane będą analizowane anonimowo, a badani podczas spotkania mają prawo wycofać się z niego

w każdym momencie. Badanie jednej osoby trwało około 30–40 minut.

Następnie zostały przedstawione cytaty, którym przypisano autorstwo Ewy Farny i Szekspira (w rzeczywistości – tekst Szekspira), Zenona Martyniuka i Szekspira (w rzeczywistości – tekst Szekspira), Bayer Full i Słowackiego (w rzeczywistości – tekst Bayer Full), Wisławy Szymborskiej i Dody (w rzeczywistości – tekst Szymborskiej) oraz Popka i Mickiewicza (w rzeczywistości – tekst Mickiewicza). Nie prezentujemy tu reakcji emocjonalnych na teksty bez podanego autorstwa – były one dokonywane w innej części badania, związanej z politykami; rzeczywiście, wpływ nazwiska wobec tekstu anonimowego był znaczący. W tym wypadku chodzi nam jednak o to, by pokazać ogólny mechanizm różnicowania emocji i związanych z nimi opinii.

Jak czytać wykresy?

Przy korzystaniu z wykresów emocji dotyczących poszczególnych tekstów należy przyjąć następujące zasady:

- Kolor linii na wykresie należy odnieść do legendy z boku. Każda linia koduje jedną emocję obliczoną jako średnia dla wszystkich badanych.
- Emocje wywołane prezentowanym bodźcem znajdują się na wykresie powyżej linii poziomu neutralnego. Na wykresie to poziom 0. Poziom neutralny to uśredniony poziom wyjściowy emocji dla grupy.
- U badanych może występować kilka emocji jednocześnie – wówczas widzimy kilka linii ponad poziom neutralny. Na przykład złość i radość jednocześnie to pozytywne pobudzenie, np. podczas walki lub zwycięstwa dobrego bohatera nad złym.
- Czerwona linia złości na niskim poziomie, która tworzy charakterystyczny grzebień, nisko „pełzająca” nad linią poziomu zerowego, oznacza próbę zrozumienia, czyli przetwarzanie informacji przez badanych (podczas tego procesu obserwujemy napięcie mięśnia mierzącego brew).

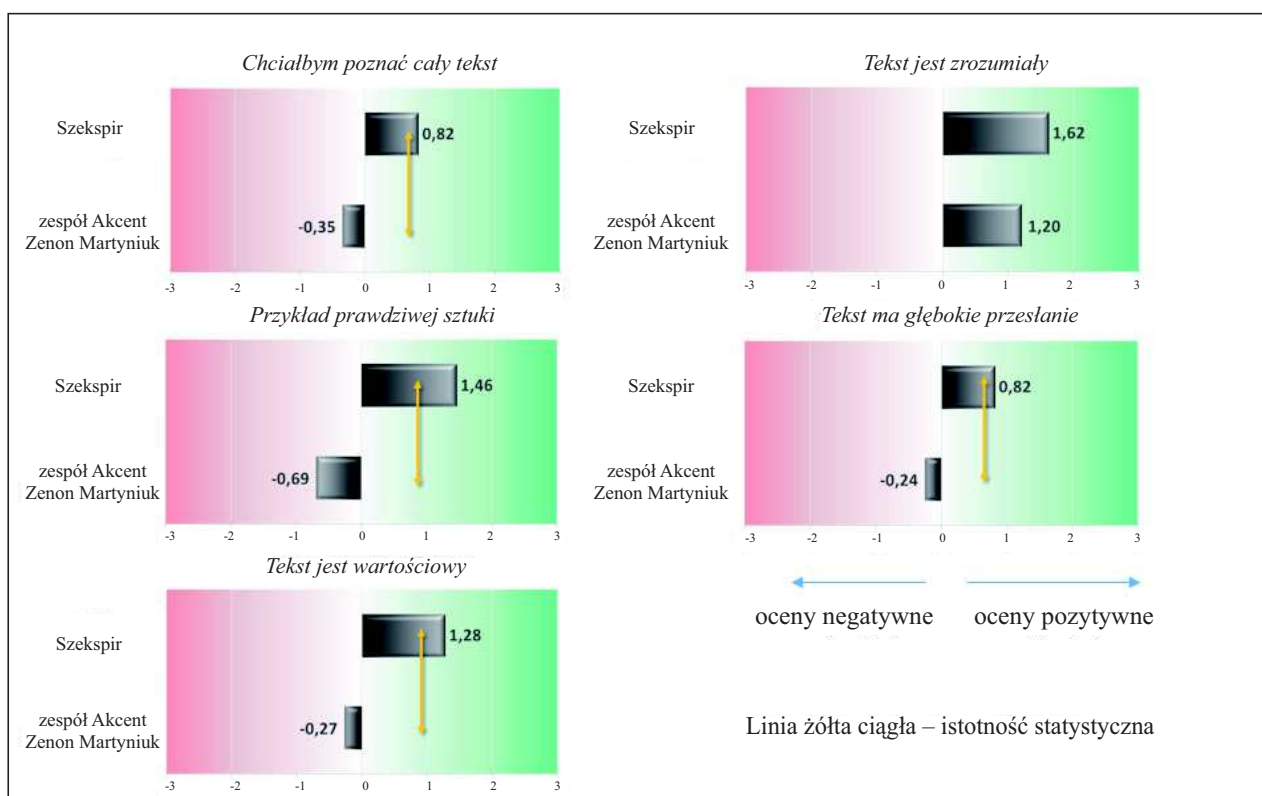
Wyniki

Tekst Szekspira w ustach Zenka Martyniuka

„Śmierci, śmierci, przybądź po mnie, ciało me w cyprysach złóż, bo dziewczyna, bo dziewczyna w serce moje wbija nóż. Niech całun biały cisy przystroją, uczynicie tak! Bo jakież lepiej gorzką śmierć moją opłacze znak”⁵.

W odbiorze badanych tekst Szekspira w ustach Martyniuka przestaje być oceniany jako artystyczny – nie jest przykładem prawdziwej sztuki. Zestaw wykresów nr 1 ukazuje istotną różnicę w ocenie, kiedy autor jest podpisany jako Szekspir: badani uznają cytat za przykład prawdziwej sztuki, oceniają go jako wartościowy. Jednak przypisanie autorstwa Zenonowi Martyniukowi z zespołu Akcent

(przypominamy, 100 mln wyświetleń dla piosenki *Oczy zielone!*) powoduje, że nasi badani, być może uważający się za elitę, właściwie nie chcieli poznać całego tekstu. Tak bardzo jesteśmy nauczeni przez szkołę lub otoczenie ustalające wymiary statusu, że Szekspir wielkim poetą był, że z automatu uznajemy, że jego tekst ma głębokie przesłanie. Gdy ten sam tekst jest podpisany Zenkiem Martyniukiem, to badani nawet nie dociekają przesłania, opierając się na ogólnej postawie wobec disco polo jako konwencji szmiry. To oczywiście zamyka możliwość odebrania przez ewentualnych słuchaczy głębszego przesłania od artystów tego gatunku, gdyby ci chcieli ów trud podjąć.



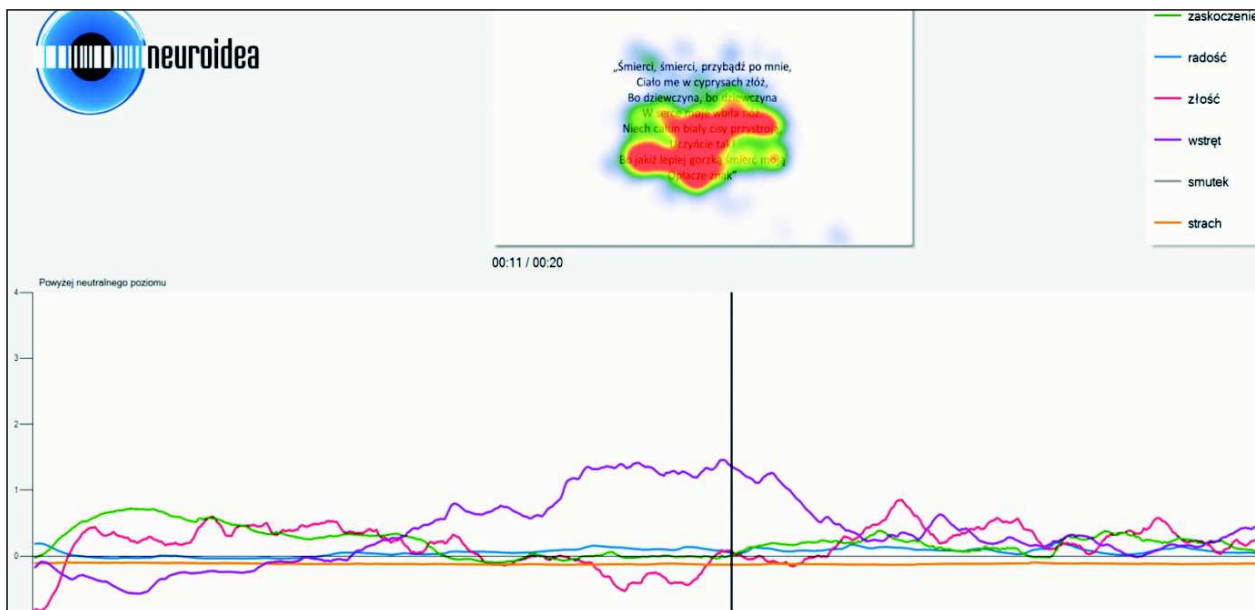
Wykres 1. Oceny tekstu Martyniuk–Szekspir

Źródło: opracowanie – Neuroidea

⁵ W. Szekspir, *Wieczór Trzech Króli* (akt II, scena 4), przeł. S. Dygat, Wrocław 1951.

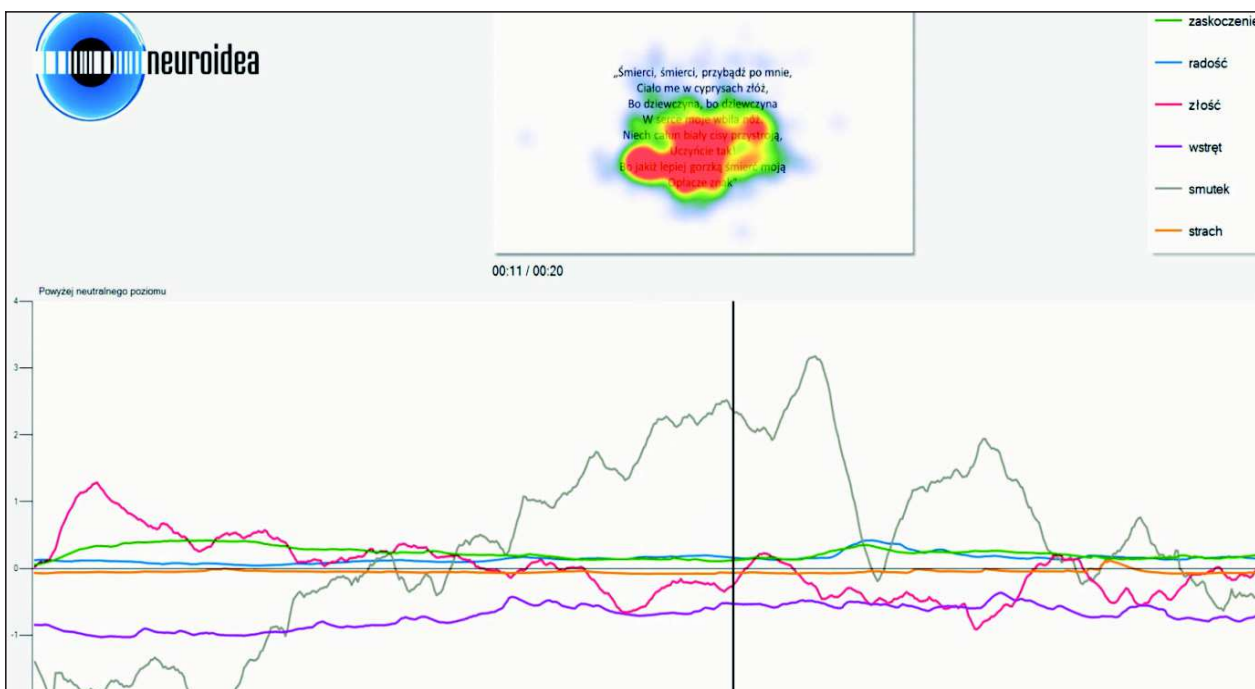
Naprawdę ciekawe rzeczy pojawiają się, gdy zajrzemy do „serca” badanych. Tekst podpisany Martyniukiem budził początkowo zaskoczenie (Słowa „śmierci, śmierci” rzadko funkcjonują w konwencji discopolowej). Potem, po słowach „bo dziewczyna” występowało umiarkowane obrzydzenie, utrzymujące się niemal do końca tekstu (wykres 2.). W przypadku, gdy badani

byli przekonani, że obcują ze słowami Szekspira, przy słowach o wbijaniu noża czuli smutek. I do końca trochę im smutno było (wykres 3.). Słowa Szekspira zostały odebrane jako bardziej prawdziwe, naturalne; badani nie usiłowali dopasowywać emocji wynikających ze swojej postawy wobec konwencji do oceny konkretnego cytatu.



Wykres 2. „Śmierci, śmierci przybądź po mnie” – emocje wywołane autorstwem Martyniuka

Źródło: opracowanie – Neuroidea



Wykres 3. „Śmierci, śmierci przybądź po mnie” – emocje wywołane autorstwem Szekspira

Źródło: opracowanie – Neuroidea

Jak pisał Bralczyk: „Najlepiej, gdy komunikat trafia do tych, którzy go oczekują z pozytywnym (z różnych względów) nastawieniem. (...) Gratyfikacje, choćby w postaci dowartościowania, powinien otrzymać każdy, kto zdecyduje się na odbiór (...). Odbiorcy są różni – to, co bawi jednego, drugiego drażni. (...) Na pewno istnieją odbiorcy oczekujący pretensjonalnego banału⁶.

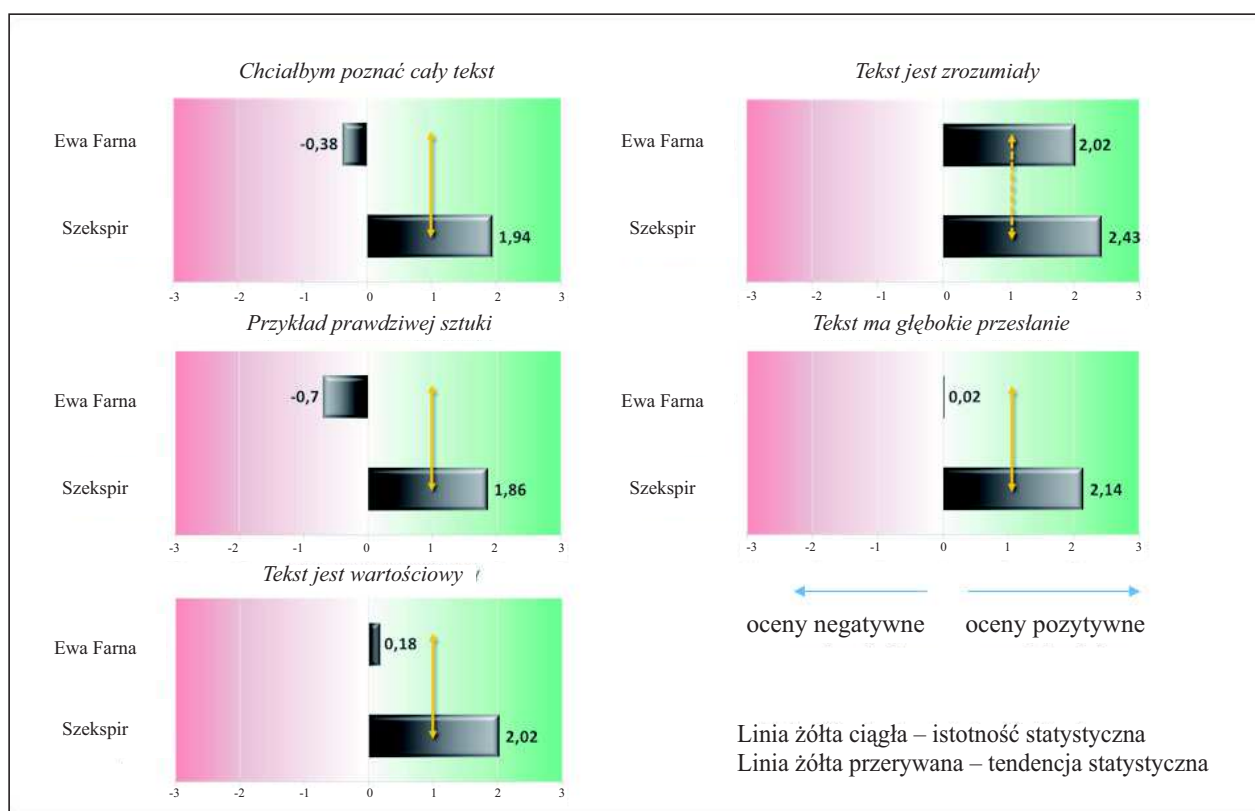
Tekst Szekspira w ustach Ewy Farny

„Nie poddawaj się rozpaczcy. Życie nie jest lepsze ani gorsze od naszych marzeń, jest tylko zupełnie inne”⁷.

Założmy, że wokalista Zenek Martyniuk jest ściśle przypisany do konwencji muzycznej, i to głównie ona jest odpowiedzialna za reakcje

emocjonalne badanych. W kolejnym zestawieniu jedni badani jako autora tekstów widzieli Ewę Farnę, inni – Szekspira. Farna jest już bardziej niszowa niż Martyniuk i sytuuje się ją w gatunku pop. Na YouTube’ie jej teledyski mają od 2 do 13 mln wyświetleń, ale bywała też w mediach mainstreamowych (Martyniuk pojawił się na dobre w telewizji publicznej dopiero w 2016 roku). Farna jako artystka może poszczycić się najlepiej sprzedającym się koncertowym DVD w Czechach, kilkakrotnie jej płyty zdobywały tytuły płyty roku (analogicznie było z teledyskami).

Jak tekst podpisany jej nazwiskiem i imieniem odebrali badani studenci dziennikarstwa? Otóż biorąc pod uwagę oceny deklarowane, ogólny wzór był podobny do ocen w przypadku



Wykres 4. Oceny tekstu przypisanego Ewie Farnie

Źródło: opracowanie – Neuroidea

⁶ J. Bralczyk, *Język na sprzedaż*, dz. cyt., s. 20.

⁷ W. Szekspir, *Henryk V* [w:] tegoż, *Kroniki*, przeł. S. Koźmian, L. Ulrich, Warszawa 1981.

autorstwa Martyniuka. Kiedy tekst jest podpisany nazwiskiem Szekspir, badani ocenili go pozytywnie, twierdząc, że to przykład prawdziwej sztuki i że chcą zapoznać się z całym tekstem, z którego pochodził cytat. Natomiast kiedy był prezentowany tekst autorstwa Farny – deklaracje dotyczące chęci poznania tekstu były średnio lekko na minusie. Inaczej niż w przypadku zespołu Akcent – tekst podpisany Farną badani oceniali minimalnie na plusie jako wartościowy i nie spodziewali się po nim głębszego przesłania.

Emocje odczuwane w przypadku Farny były mierne – minimalne reakcje wystąpiły podczas czytania słów *poddawać się* i *rozpacz*; potem, już po zrozumieniu całości pojawiła się iskierka pozytywnego zadowolenia, ale niewielka. Kiedy badani byli przekonani, że to Szekspir jest autorem, emocje były na podobnie niskim poziomie, ale bardziej pozytywne. Z powodu dość wypłaszczonej linii emocji pominiemy ilustrujące je wykresy; tekst nie miał potencjału do wywoływania ich w tej grupie; można przypuszczać, że większa liczba lat i możliwość odniesienia do własnych doświadczeń dałaby inne wyniki. Z drugiej strony, patrząc na deklaracje, być może nazwisko Szekspira to wyjątkowy przypadek, którego marka jest zbyt silna i powoduje, że reagujemy na niego automatycznie. Spróbujmy zatem przyjrzeć się reakcjom, które dotyczą polskiego wieszca i gwiazdy disco polo.

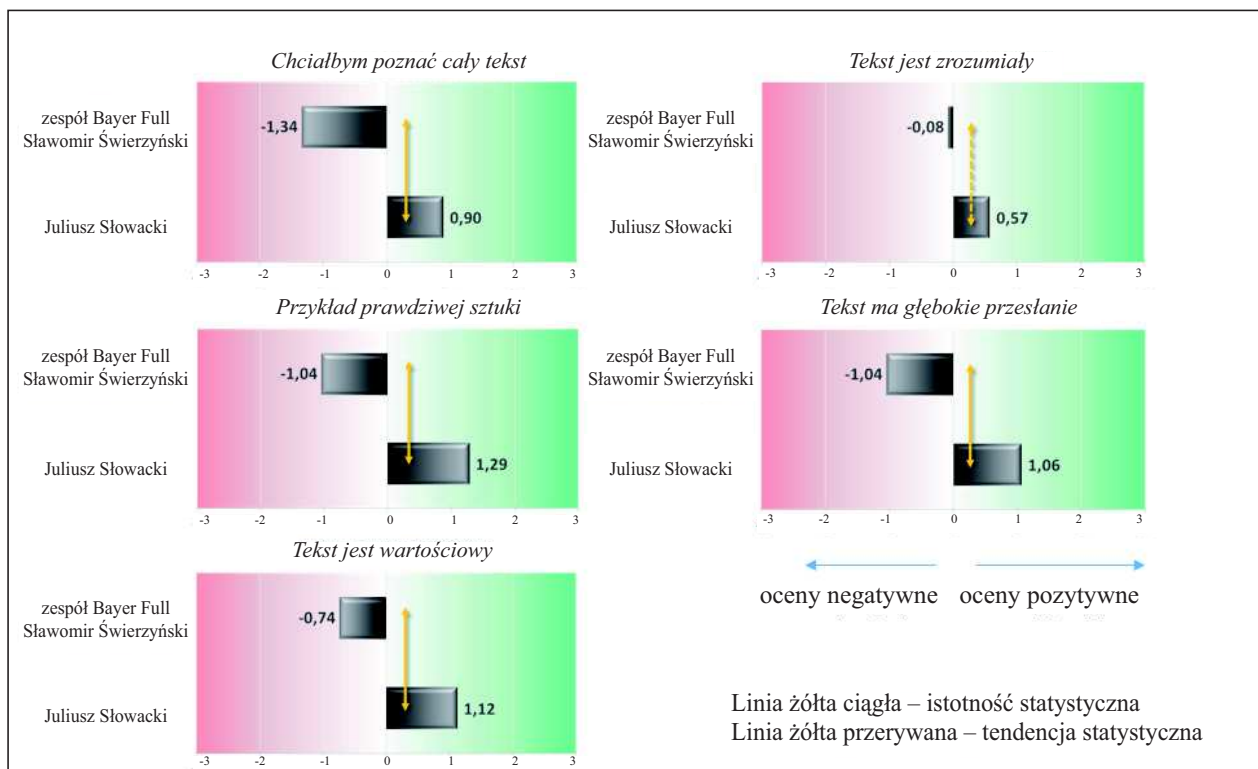
Tekst zespołu Bayer Full w ustach Słowackiego

„Choć teraz niewiele zostało czasu miłości tylko raj, gwiazdy na niebie choć jaśniej nam świecą odchodzą rankiem tam”. (Bayer Full, *Dwa serca*)

Okazuje się, że rację miał Gombrowicz – *Słowacki wielkim poetą był*, a tekst pochodzący od niego wydał się badanym wartościowszy. I choć nie tak chętnie (jak w przypadku Szekspira), ale wyrażają chęć poznania całego tekstu, z którego rzekomo pochodził

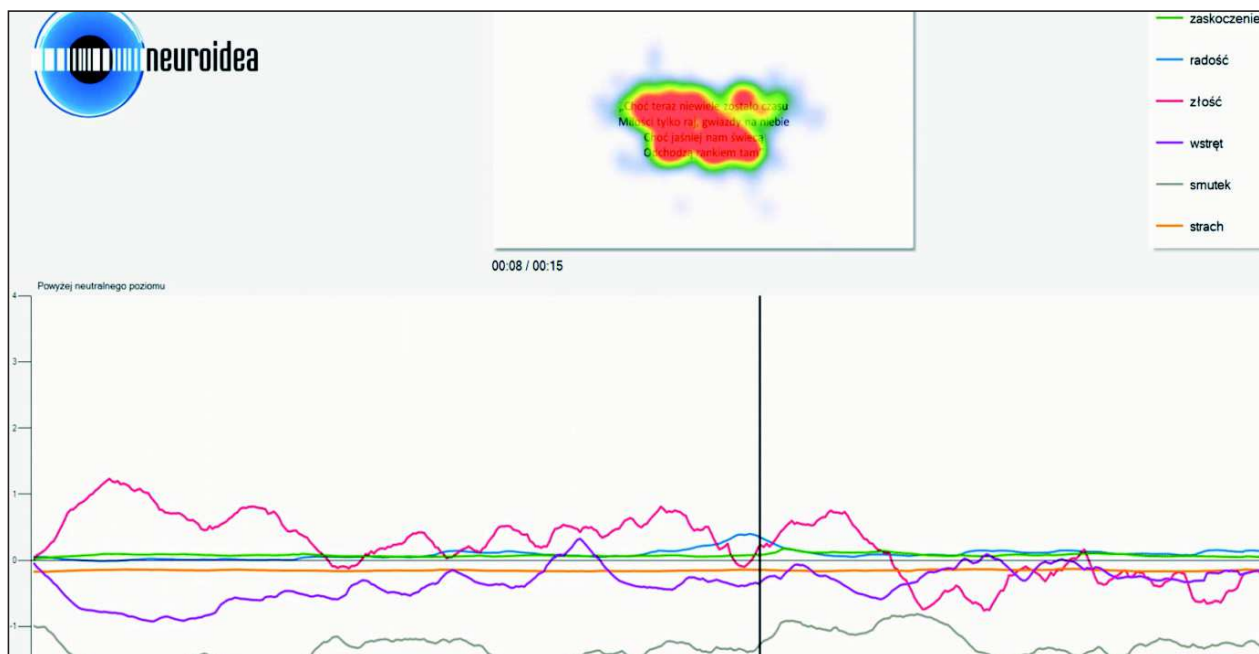
cytat. Jednak gdy badani widzą, że to tekst Świerzyńskiego, wokalisty Bayer Full, nie chcą poznać całego tekstu. Oczywiście wariant tekstu opatrzony autorstwem Słowackiego istotnie zebrał wyższe oceny uznające go za przykład prawdziwej sztuki i tekst wartościowy. Ciekawe jest natomiast, że badani uznali tekst podpisany Słowackim za bardziej zrozumiały niż tekst Bayer Full. Powinno przecież być odwrotnie! To teksty disco polo powszechnie uważane są za proste, a wielcy poeci – za pięknych, aczkolwiek czasem mętnych i pokrętnych. Być może to chęć zachowania spójności i właściwego poziomu kompetencji w odbiorze literatury skłoniła respondentów do uznania zrozumiałości tekstu, który odbiega od typowej, codziennej logiki. Łatwiej badanym przyznać się do niezrozumienia, gdy widzimy jako autora Świerzyńskiego. Za to Słowacki – owszem, mógł w tym pokrętnym zdaniu zawrzeć jakieś przesłanie; chcemy w to wierzyć. Dlatego ci, którzy byli przekonani, że to tekst Bayer Full odczuwali podczas lektury umiarkowany poziom złości – po prostu czytając go, nie czuli żadnej przyjemności. Na szczęście Bayer Full dodał do niego muzykę; piosenka jest grana na weselach i funkcjonuje w niezliczonych kopiach na YouTube’ie.

Na wykresach obrazujących emocje wywołane tekstem widać, że przypisanie tekstu Słowackiemu spowodowało lekki poziom radości przez cały czas jego czytania, a mały czerwony grzebień na początku najprawdopodobniej świadczy o przetwarzaniu informacji i wysiłku zrozumienia. W przypadku autorstwa Bayer Full pojawił się przez chwilę wstręt, co jest dość rzadką emocją podczas czytania tekstu miłosnego. Emocje towarzyszące lekturze tekstu były jednak oszczędne i tekst jest mało angażujący, choć pojawia się w refrenie piosenki wykonywanej na wielu weselach.



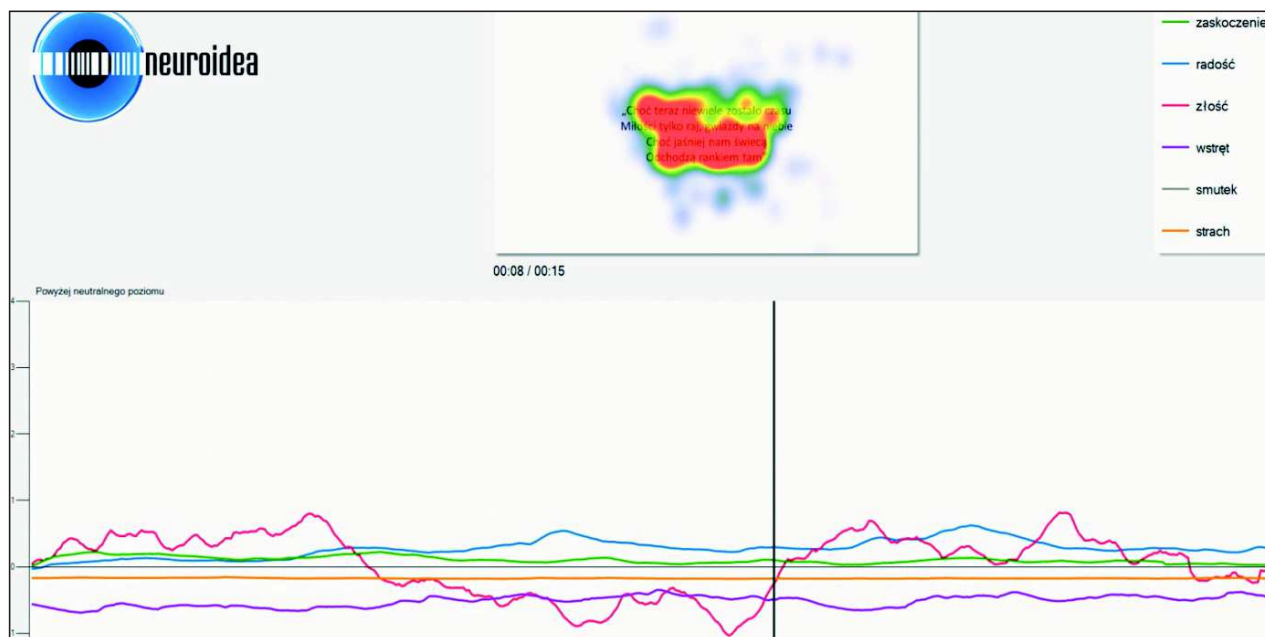
Wykres 5. Oceny tekstu autorstwa Bayer Full–Słowacki

Źródło: opracowanie – Neuroidea



Wykres 6. „Choć teraz niewiele zostało czasu” – emocje wywołane przez tekst autorstwa Bayer Full

Źródło: opracowanie – Neuroidea



Wykres 7. „Choć teraz niewiele zostało czasu” – emocje wywołane przez tekst autorstwa Słowackiego

Źródło: opracowanie – Neuroidea

Szyborska vs Doda

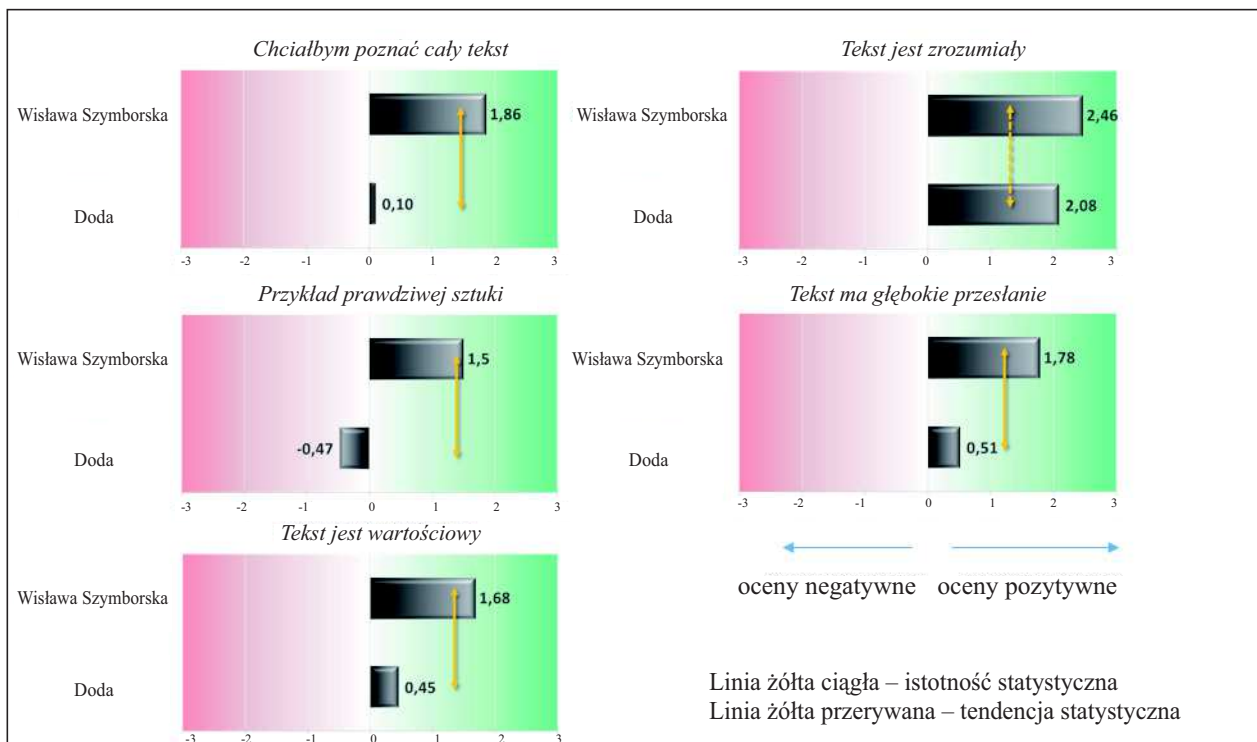
„Przepraszam dawną miłość, że nową uważam za pierwszą”⁸.

Kolejne zestawienie, komplementarne wobec poprzedniego, dotyczy pary kobiet. Zamiast Szekspira czy polskiego wieszczki zestawimy polską noblistkę z popularną gwiazdą, jurorką telewizyjnych konkursów wokalnych. Jak w ustach Dody badani ocenili fragment Szyborskiej? Nazwisko Szyborskiej, zwłaszcza ze względu na nagrodę Nobla, wydaje się czynnikiem determinującym oczekiwania wobec tego, że mamy do czynienia z tekstem wartościowym, z głębokim przesłaniem, prawdziwą sztuką. Tymczasem w Warszawie mamy wielki plakat przedstawiający wokalistkę z członkiem zespołu Guns N’ Roses, który Doda supportowała podczas koncertu amerykańskiej grupy w Polsce. Przypisywany jej cytat na plakacie w maju–czerwcu 2017 roku brzmiał: „Nie inni, a wy sami jesteście granicą swoich możliwo-

ści. Przekraczajcie je!”. Po tej postaci można się zatem spodziewać nieszablonowych stwierdzeń. Ale i tym razem dały o sobie znać ugruntowane postawy. Autorstwo Dody nie łączy się w ocenie badanych z prawdziwą sztuką. Jedyne w niewielkim stopniu chcą zapoznać się z całym tekstem, kiedy autorstwo jest przypisane wokalistce – jest tu istotna statystycznie różnica w porównaniu z autorstwem Szyborskiej. Respondenci nie mają tak jednoznacznie negatywnych opinii, jak w przypadku tekstu autorstwa Martyniuka. W niewielkim stopniu uważają, że tekst jest wartościowy (wykres 8.).

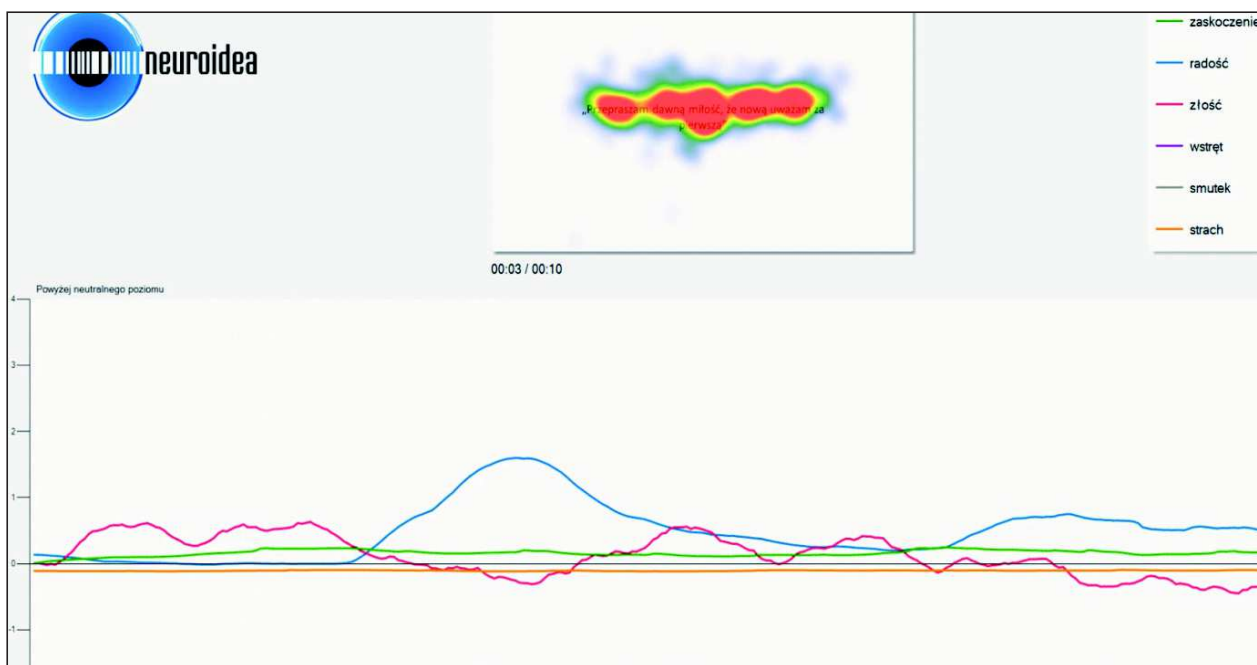
Te deklaracje korespondują z emocjami wywołanymi przez teksty, którym przypisano autorstwo obu artystek. Pierwsze zderzenie świadomości, że autorką słów o miłości jest Doda (oraz z prawdopodobnie posiadaną wiedzą z popularnych portali internetowych o kolejnych miłościach artystki), nie niosło pozytywnych emocji (widać to na wykresie 10.). Natomiast

⁸ W. Szyborska, *Pod jedną gwiazdką* [w:] tejże, *Wybór wierszy*, Warszawa 1973, s. 185.



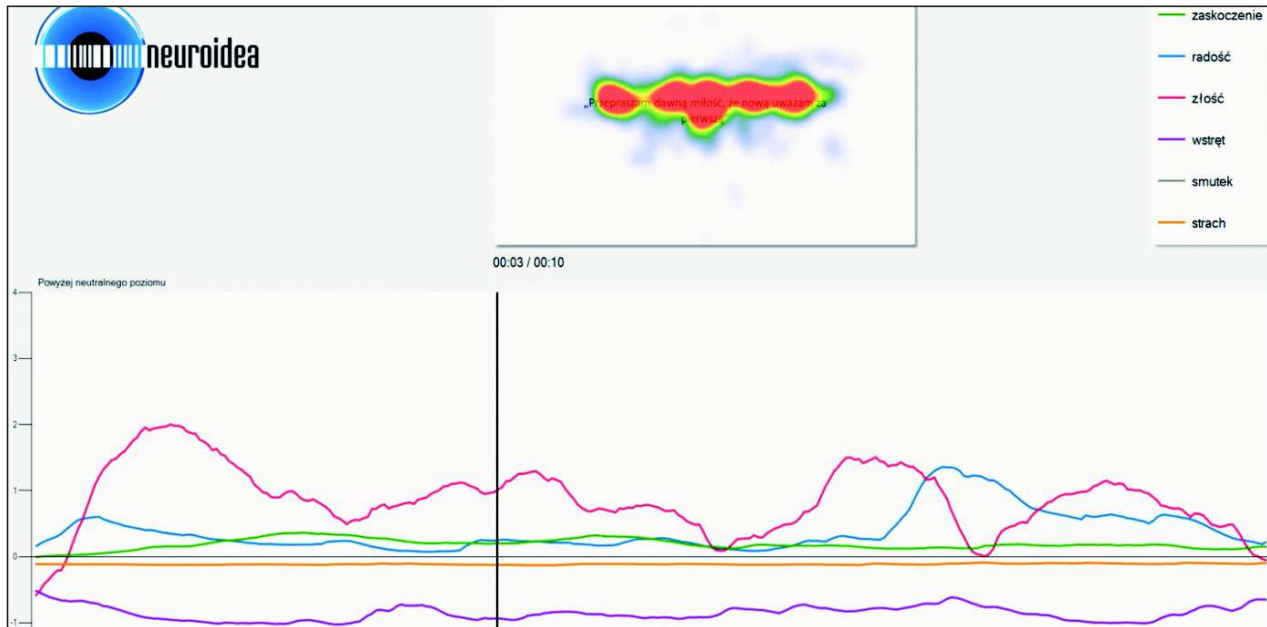
Wykres 8. Oceny tekstu autorstwa Dody–Szyborskiej

Źródło: opracowanie – Neuroidea



Wykres 9. „Przepraszam dawną miłość” – emocje wywołane autorstwem Szymborskiej

Źródło: opracowanie – Neuroidea



Wykres 10. „Przepraszam dawną miłość” – emocje wywołane autorstwem Dody

Źródło: opracowanie – Neuroidea

ci badani, którym prezentowano tekst z autorstwem przypisanym Szymborskiej potrzebowali kilku sekund na przetworzenie czytanych słów (czerwona nisko pnąca się linia), po którym to czasie następowało zadowolenie z rozszyfrowania sensu frazy.

W wersji z autorstwem przypisanym Dodzie u badanych na wstępie (wykres 10.) następowało emocjonalne odrzucenie (emocja złości w formie wyraźnie wznosząca się ku górze, bez poszarpanych niskich grzbietów), a dopiero w późniejszych sekundach można było zaobserwować wzrost pozytywnych emocji – zupełnie tak, jakby u respondentów, którzy docenili wartość estetyczną cytatu przełamanie stereotypu związanego z zakładaną miałością wokalistki pop wymagało więcej czasu niż w przypadku noblistki. Pamiętajmy też, że negatywne emocje względem innych bywają również źródłem przyjemności – potępienie i odrzucenie pozwala odbiorcy tekstu poczuć się lepiej, bardziej kompetentnie, w większym stopniu jako znaw-

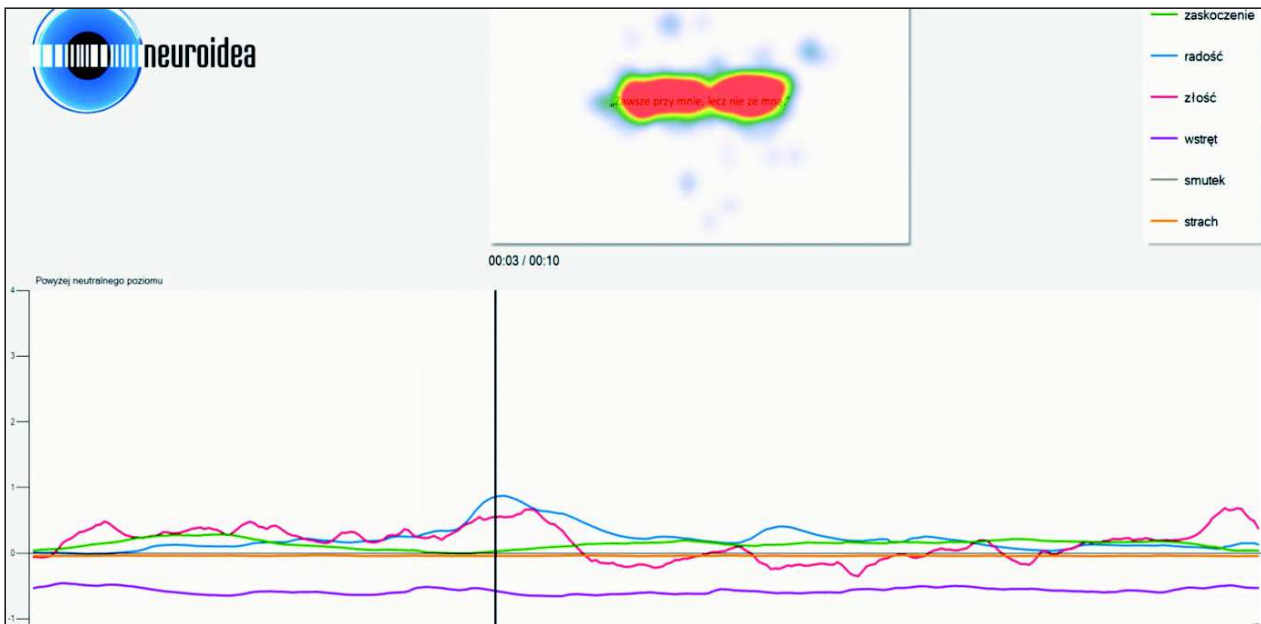
ca i osoba posiadająca pewien status orientacji estetycznej.

Mickiewicz a Popek

„Zawsze przy mnie, lecz nie ze mną”⁹.

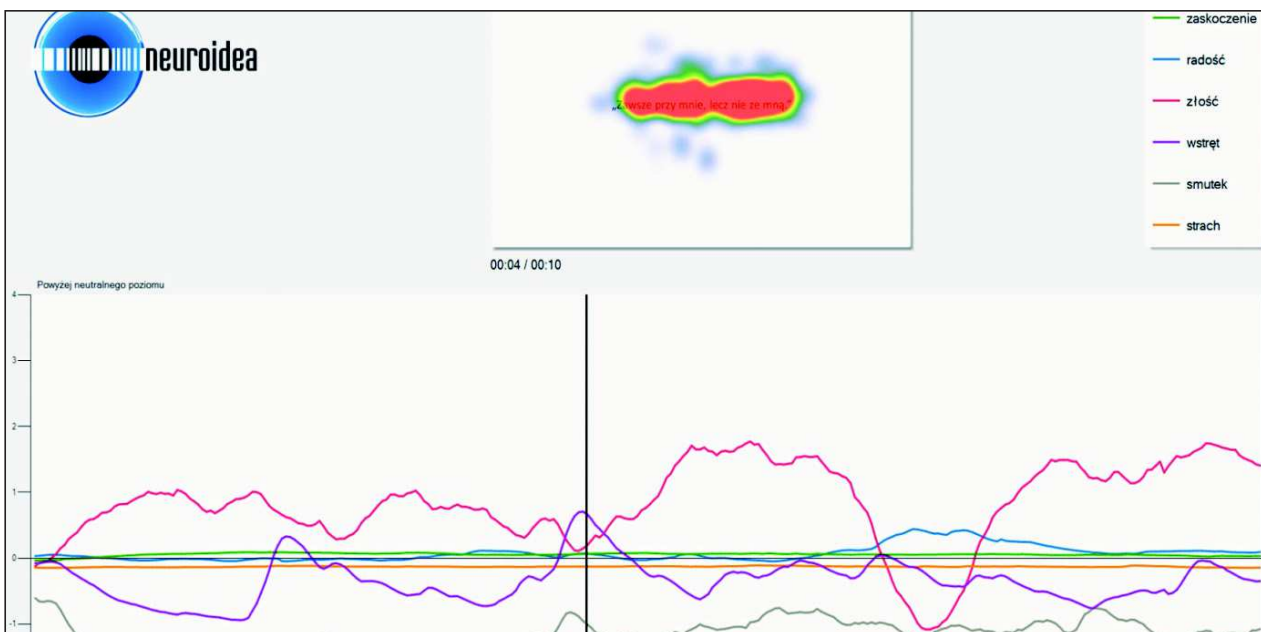
Ostatni przykład dotyczy bardzo krótkiego fragmentu. Na tyle krótkiego i niepełnego, że w tym przypadku głównym czynnikiem oceny wydaje się postawa wobec autora właśnie – zarówno projekcja tej postawy na tekst, jak i emocje związane z konfrontacją wobec informacji o autorstwie Popka lub Mickiewicza. Badani, czytający tekst przypisany Popkowi, przeczytali go raz i poczuli wstręt, a potem jeszcze raz – i wtedy znów poczuli wstręt. Następnie złość, która świadczy o odrzuceniu tego tekstu. Interpretacja fragmentu pozostaje dla badaczy pewną niewiadomą, ale wydaje się, że takie emocje mogły zostać wywołane jedynie w oparciu o znajomość teledysków Popka i jego piosenek – w przeciwnym wypadku emocje nie byłyby tak wysokie i tak różne od wzoru Mickiewicza (wykres 11.).

⁹ A. Mickiewicz, *Dziady* cz. IV, Warszawa 2004.



Wykres 11. „Zawsze przy mnie, lecz nie ze mną” – emocje wywołane przez autorstwo przypisane Mickiewiczowi

Źródło: opracowanie – Neuroidea

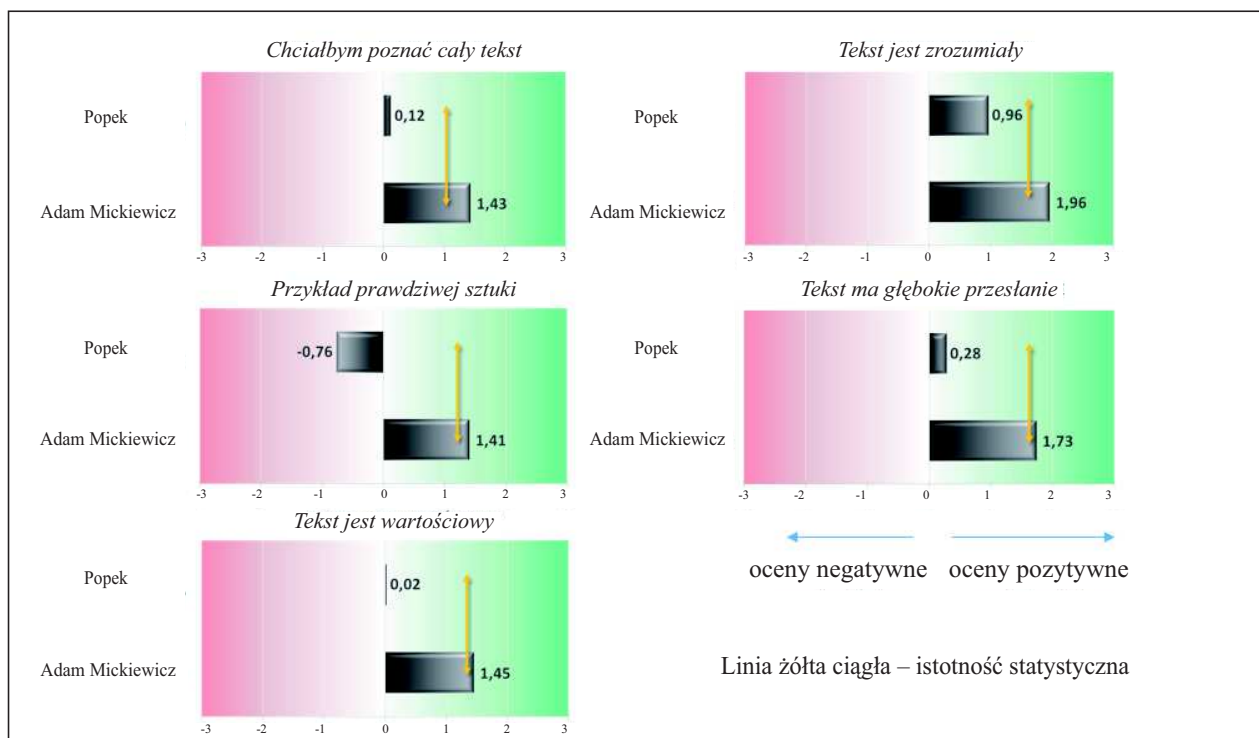


Wykres 12. „Zawsze przy mnie, lecz nie ze mną” – emocje wywołane przez autorstwo przypisane Popkowi

Źródło: opracowanie – Neuroidea

Można przypuszczać, że zwrot „przy mnie, lecz nie ze mną” dotyczył jakiegoś aspektu stosunków męsko-damskich. Te relacje pojawiają się w tekstach Popka, jak w typowej piosence pt. *Blachary* (około 10 mln odsłon na YouTube’ie), i nie są akceptowane przez badanych nastawio-

nych pozytywnie do praw kobiet pochodzących z wyższej uczelni (nawet jeśli w jego repertuarze znajdują się także piosenki o szacunku *Dla prawdziwych dam*, mające 45 mln odsłon). W oryginale tekst wypowiada Pustelnik w IV części *Dziadów* o niedostępnej kochance, która



Wykres 13. Oceny przypisane autorstwu Popka–Mickiewicza

Źródło: opracowanie – Neuroidea

raz pod postacią anioła, to znów orlika jest obok, ale dlań nieosiągalna. Jednakże bez znajomości kontekstu w tak nikłym fragmencie to właśnie autorstwo będzie nadawać tekstowi kontekst, a co za tym idzie – również i emocje, które zależą od interpretacji bodźca.

Podsumowanie

Odpowiedź na pytanie badawcze, czy oddziaływanie danej osoby jako autora tekstu wpływa na emocjonalny odbiór tekstu i jego stopień akceptacji w świetle uzyskanych wyników okazuje się twierdząca. Tym samym podstawowa Arystotelesowska kategoria retoryczna, związana z osobą mówcy (*etos*), bezpośrednio wiąże się z potencjałem odbioru tekstu.

Oczywistym jest, że przeprowadzenie badania na innej grupie – nie wśród studentów studiów wyższych, ale np. na fanach zespołu Gang Albanii, emerytach czy robotnikach pokazałoby, że wartości emocjonalne i oceny deklaratywne różnią się. Samo badanie na dosyć homogenicznej grupie pod względem jej uczestnictwa

w kulturze miało jednak potwierdzić właśnie uzależnienie oceny od autorstwa i niewielkie znaczenie samego tekstu. Czy dłuższy tekst – strona, dwie, piosenka, wiersz, program ideologiczny byłby oceniany inaczej? Zapewne. Ale sama informacja o autorstwie pokazuje, że już w pierwszych sekundach zapada decyzja o odrzuceniu tekstu lub zagłębieniu się weń.

Podsumowując, badani starają się budować swój wizerunek również na użytek własny. Nie tylko przez to, przez to, czego słuchają, ale zwłaszcza przez to, co w deklaracji odrzucają. Studenci z wielkiego miasta nie chcą chodzić w białych kozaczkach czy skarpetkach do sandałów i starają się stanowczo odciąć od muzyki disco polo.

Wniosek nasuwa się dość smutny – w odniesieniu do badanych osób widać, że szkoła nauczyła respondentów powtarzać *Słowacki wielkim poetą był*. Ten pewnego rodzaju, potrzebny przecież, punkt odniesienia nie uczy, niestety, jakimi kryteriami możemy się posłużyć, aby docenić sztukę. Poruszamy się więc na poziomie automatycznego konformizmu.

Dlatego potrzebujemy przewodników, którzy – niczym rzeczoznawcy – wiedzą, co jest wartościowe i co ma potencjał, czyli właśnie dziennikarzy obeznanych ze sztuką. Problem w tym, że badanie dotyczyło właśnie tych, którzy mogliby takimi przewodnikami zostać...

Zaprezentowane wyniki oznaczają też pewien rodzaj zamknięcia w konwencji, bo nawet jeśli Doda zrobi coś na miarę Szymborskiej, niewiele to dostrzeże, a przynajmniej niewiele o tym powie. Jest to pewnie argument za stosowaniem prowokacji artystycznej przełamującej utarte konwencje.

Okazuje się, że wcale nie jest dobrze również ze sztuką uznaną. Owszem, Szekspir może

być traktowany jako sztuka nie tyle klasyczna, co na tyle wysoka, że się go uznaje, ale nie czyta.

W kontekście powyższych wyników sztuka wydaje się ciągle klasowa, a dyskusja o niej w związku ze zjawiskiem racjonalizacji własnych emocji (przynajmniej wśród badanych) może być trudna, o ile nie niemożliwa. Przywodzi to na myśl stare spostrzeżenie *de gustibus non disputandum est*.

Jacek Wasilewski

współpraca: **Agata Kostrzewa** (UW)

Jacek Kowalski (Neuroidea)

Beata Pawłowska (Neuroidea)

Bibliografia

- Aronson E., *Człowiek – istota społeczna*, Warszawa 2002.
- Arystoteles, *Retoryka*, tłum. L. Piotrowicz, Warszawa 2008.
- Bralczyk J., *Język na sprzedaż*, Gdańsk 2004.
- Burke K., *A rhetoric of motives*, Berkeley–Los Angeles 1969.
- Bralczyk J., Wasilewski J., *Polskie języki publiczne* [w:] *Polska polityka językowa wobec członkostwa Polski w Unii Europejskiej*, red. J. Warchała, D. Krzyżyk, Katowice 2008.
- Bralczyk J., Wasilewski J., *Język w mediach, medialność języka* [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, Warszawa 2008, s. 379–401.
- Ekman P., Friesen W.V., *Constants across cultures in the face and emotion*, „Journal of Personality and Social Psychology” 1971, Vol. 17 (2).
- Ekman P., Rosenberg E.L., *What the face reveals: Basic and applied studies of spontaneous expression using the Facial Action Coding System (FACS)*, New York 1997.
- Lakoff G., *Nie myśl o słoniu. Jak język kształtuje politykę*, tłum. J. Wasilewski, A. Nita, Warszawa 2011.
- Maison D., Pawłowska B., *Beyond declaration – how measurement of basic emotions can help to understand advertising effectiveness*, „Society for Consumer Psychology”, konferencja Miami 2014, www.myscp.org/pdf/conference%20documents/SCP2014_Proceedings_04282014.pdf [dostęp: 7.07.2017].
- Schank R., *Tell me a story: A new look at real and artificial intelligence*, New York 1991.
- Stasiuk K., Maison D., *Psychologia konsumenta*, Warszawa 2014.