

ZNAK

M I E S I Ę C Z N I K



Pułapki samorozwoju

Jak odzyskać prawo do porażek i przeciętności? — s. 4

Dlaczego osoby z niepełno-
sprawnościami nie chcą
być bohaterami? — s. 22

Czy można być nieidealną
matką? O nierównościach
w rodzicielstwie — s. 74

ISSN 0044-88X INDEKS 38276
9 770044 488263 04
851
CENA 29,99 zł VAT 8% KWIECIEŃ (03) 2026



WYPEŁNIJ PUSTKĘ
W SERCACH OSÓB Z DOMÓW DZIECKA



PRZEKAŻ 1,5%

KRS: 0000497957



Amelia Sarnowska
redaktorka Tematu Miesiąca

Widok cudzego sukcesu

„BYCIE WIDZEM NIESZCZĘŚĆ NAWIEDZAJĄCYCH INNE kraje jest jednym z najbardziej charakterystycznych przeżyć współczesności” – przekonywała w 2003 r. w *Widoku cudzego cierpienia* Susan Sontag. Dziś, przeszło 20 lat później, to nie obrazy wojny czy cierpienia są tym, co wypełnia treść feedów naszej codzienności. Doniesienia z frontów przykuwają uwagę, lecz na krótko. Wraz z rozwojem tzw. mediów społecznościowych bardziej niż widzami staliśmy się podglądaczami. Nie tyle cierpienia czy bólu, ile cudzych opowieści o sukcesie. Na ich (nierzadko wątpliwym) gruncie wykształcił się bodaj najbardziej toksyczny nawyk naszych czasów: porównywanie z innymi. Obrazy – zarówno cierpienia, jak i sukcesu – są bowiem rodzajem retoryki: powtarzają i utrwalają, agitują i normalizują, upraszczają i wyplaszczają. Dawniej fotografie wymagały jednak opisu, który by je wyjaśniał lub fałszował. Dziś, dzięki technologii, często same stają się fałszem.

W pamięci mam wspomnienie sprzed kilku lat: jadę pociągiem, obok mnie cztero-, może pięcioletnia dziewczynka. Znużona podróżą, próbuje przybliżyć sobie widok z za okna – tym samym gestem, jakim powiększyłaby obraz na smartfonie. Często wracam do niej myślami, dopowiadając sobie w głowie jej historię. Co, jeśli większe zagrożenie wynika nie tyle z rozmycia granic między światem rzeczywistym a wirtualnym, ile z braku narzędzi, by bezpiecznie poruszać się po tym drugim? Dziecko prędzej czy później przecież zro-

zumie, że nie przybliży palcami widoku z za okna. Bez odpowiednich narzędzi latami będzie jednak wystawiane na wyidealizowane, podrasowane obrazy, od najmłodszych lat umacniające w nim poczucie, że jest niewystarczające. Niedoskonałe. Przeciętne. Zwykle. Moja mała współpasażerka od czasu naszej wspólnej podróży prawdopodobnie dzień w dzień oglądała cudze sukcesy – algorytmy zmieniały tylko grunt: od cudzych osiągnięć w szkole, przez świetlane i błyskotliwe kariery kolegów i koleżanek, wizerunki idealnych związków, na uśmiechniętym i bezproblemowym rodzicielstwie kończąc. I choć współczesny świat pełen jest relacji z nowych wojen, materiałów ukazujących zniszczenie i okrucieństwo, zdaje się, że – koniec końców – to nie one mają decydujący wpływ na pogłębiający się kryzys zdrowia psychicznego.

Jakie odruchy i stany psychiczne mogą w nas wywoływać obrazy cudzego sukcesu? Jak ćwiczyć się w odporności na taką kulturę? Dziecko z pociągu, o którym wspomniałam, z wiekiem najpewniej zrozumiało, że rzeczywistości nie da się tak łatwo wyzoomować. Pytanie, czy nauczyło się też, by do wszystkich światów, jakie śledzi, podchodzić krytycznie. I nie ufać tak łatwo temu, co podgląda.

ŻYCZĘ, BY NADCHODZĄCE DNI ŚWIĄTECZNE – NIEZALEŻNIE od tego, czy przeżywane religijnie czy po prostu jako czas spotkań z bliskimi – sprzyjały lekturze i refleksji. —

SPIS TREŚCI



38

Po drugiej stronie kadru

Anna Alboth: Abdullah fotografuje uchodźców, którzy się śmieją, czytają, modlą



58

Tańczący narrator

Paweł Goźliński w kolejnym odcinku kursu kreatywnego pisania i uważnego czytania



68

Czytaj i kochaj

Lisa Appignanesi w rozmowie z Justyną Dąbrowską: Kiedy pracuję, nie myślę o sobie. Znikam



il. Dominika Cwiertnia-Potoczny / fot. Abdullah Bawshore / il. Jabub Kamiński / fot. Elaine Sutton/Writer Pictures/BESW /
il. Patrycja Niewiadomska / Paweł Smardzewski / fot. Archives du 7e Art/BESW

AGATA SIKORA

74

Mama Pucia się nie złości

Tatom daje się prawo do odrobiny egoizmu, osobistej ambicji, przewrotności, głupoty – czyli cech i zachowań ludzkich. Matki przedstawia się natomiast jako istoty zawsze opiekuńcze, praktyczne, nieskończenie cierpliwe i nieustannie myślące o innych

TEMAT MIESIĄCA

4 Sukces w epoce zaniku marzeń

Anna Cieplak: *Nie zapamiętają cię jako ważnego dyrektora, ale jako dobrego człowieka*



14 Kim jest dziś przeciętny Polak?

Socjolożka Dorota Peretiatkiewicz w rozmowie z Dominiką Tworək o tym, czy naprawdę chcemy zwykłego życia

22 Każdy coś ma

Karolina Sulej: *Historie osób z niepełnosprawnościami są wykorzystywane jako inspiration porn*

FOTOREPORTAŻ

32 Brazylijski Dubaj

Maira Erlich o fawelach i luksusie

ŚWIAT W DWUGŁOSIE

38 Po drugiej stronie kadru

Reportaż Anny Alboth

IDEE

48 Witajcie w kapitałocenie

Przemysław Wielgosz: *Jak wielki przemysł zrzuca na nas odpowiedzialność za swoje śmieci*

AKADEMIA PISARSKA ZNAKU

58 Tańczący narrator

Paweł Goźliński

ROZMOWY O DOBRYM ŻYCIU

68 Czytaj i kochaj

Pisarka Lisa Appignanesi w rozmowie z Justyną Dąbrowską

PRZEBŁYSKI

74 Mama Pucia się nie złości

Agata Sikora

STACJA: LITERATURA

84 Kto ma w głowie olej...

Neomilicyjne opowiadanie Ryszarda Ćwirleja



CHWILA DLA CIEBIE

31 Minikrzyżówka

Twoja szansa na stan mikroflow!

109 Pele-mele

Artystka Monika Drożyńska: *Tam, gdzie się wstydzisz, są obszary, o których warto opowiedzieć*

LUDZIE • KSIĄŻKI • ZDARZENIA

94 Animowany koniec światów

Igor Kierkosz: *Studio Ghibli tworzy animacje z ładunkiem egzystencjalizmu*



102 Ostatni język

Karolina Cieślak-Jakubiak o Ilijasie Churim, Palestyńczyku z wyboru

108 Co się wydaje: o przyrodzie

110 Moi, mistrzowie

Wojciech Bonowicz czyta wiersze-szczątki Joanny Bociąg

112 Kadry – znaki szczególne

Diana Dąbrowska o niezwykłych przygodach pana Ripleya

RYСУNKI I FELIETONY

21 Ola Szmida

47 Eliza Mórańska-Kmita

57 Karol Kleczka

83 Małgorzata Rejmer

107 Karol Banach

ZNAK
MIESIĘCZNIK



Dofinansowano ze środków Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego pochodzących z Funduszu Promocji Kultury – państwowego funduszu celowego

ul. Tadeusza Kościuszki 37, 30-105 Kraków, tel. (12) 61 99 530, e-mail: miesiecznik@znak.com.pl, www.miesiecznik.znak.com.pl
REDAKCJA: Mateusz Burzyk (redaktor naczelny), Michał Jędrzejek, Karol Kleczka, Ilona Klimek-Gabryś, Barbara Matecka, Hanna Zonik;
ZESPÓŁ: Michał Bardel, Wojciech Bonowicz, Bohdan Cywiński, Bartłomiej Dobroczyński, Tomasz Fiałkowski, Tadeusz Gadacz, ks. Michał Heller, Jerzy Ilg, Piotr Ktodkowski, Dominika Kozłowska, Maria Makuch, Janina Ochojska-Okońska, Janusz Poniewierski, kard. Grzegorz Rys, Władysław Stróżewski, Karol Tarnowski, Łukasz Tischner, Henryk Woźniakowski; **WSPÓŁPRACA:** Michalina Krysiak, Elżbieta Łapczyńska, Anna Marchewka, Amelia Sarnowska, Bianka Turzyńska; **DYREKTOR ARTYSTYCZNY:** Władysław Buchner; **ŁAMANIE:** Ilona Klimek-Gabryś; **FOTOEDYCJA:** Marcin Kapica;
KOREKTA: Barbara Gąsiorowska, Magdalena Wotoszyn-Cępa; **ILUSTRACJE PORTRETOWE:** Agata Nowicka; **NAKŁAD:** 6600 egz.;
PROMOCJA I REKLAMA: tel. (12) 61 99 530, e-mail: miesiecznik@znak.com.pl; **PRENUMERATA I SUBSKRYPCJA:** e-mail: prenumerata@znak.com.pl.
 Redakcja nie zwraca tekstów niezamówionych oraz zastrzega sobie prawo do ich redagowania i skracania.
 Redakcja nie odpowiada za treść zamieszczanych ogłoszeń. Rozpowszechnianie redakcyjnych materiałów publicystycznych bez zgody wydawcy jest zabronione.



Sukces w epoce zaniku marzeń

Tekst: ANNA CIEPLAK

Ilustracje: PATRYCJA NIEWIADOMSKA

Sukcesem w życiu może być to, że ukończyłeś szkołę średnią albo masz stabilną pracę, jeśli do tej pory żyłeś w domu pozbawionym poczucia bezpieczeństwa. Trzeba być ślepym, by zakładać, że ktoś taki osiągnął mniej, bo „mniej się starał”

OD JESIENI PRZEŚLADOWAŁO MNIE WIDMO ROKU 2016, KTÓRE ZIMĄ okazało się trendem algorytmicznym. Instagram uznał, że proponowanie mi postów „2026 to nowy 2016” to strzał w dziesiątkę, biorąc pod uwagę parametry mojego cyfrowego sobowtóra, czyli mojego portretu na bazie danych, które zostawiam w sieci. Przez to tuż po sylwestrze lub w jego okolicy zaczęły napływać do mnie od kilku znanych mi osób, a później już głównie od nieznajomych i celebrytów nostalgiczne obrazy, którym towarzyszyły bardziej lub mniej ostentacyjne posty o osiągnięciach zawodowych, wyjściach z depresji, dzieciach, przemianach duchowych, transformacjach stylu życia, nowych pasjach, przeprowadzkach. Wszystko to, co zwykle w tym czasie pojawia się jako wspomnienie minionego roku, tutaj stanowiło podsumowanie dekady życia w formie kilku zdjęć.

Cofając się wraz z obcymi ludźmi i ich postami w czasie, czułam coś w rodzaju irytacji, którą tłumiałam racjonalizacją: pewnie znowu Instagram potrzebuje więcej zdjęć, żeby lepiej pozycjonować dane i trenować AI. Pamięć bazuje przecież na podobnych schematach, więc platforma podsuwa gotowy wzór do zarabiania na naszych dobrych wspomnieniach. Tutaj małe dopowiedzenie. Sama jestem człowiekiem i nic, co ludzkie oraz afektywne w sieci, nie jest mi obce: dodałam w minionym roku zdjęcia z własnego ślubu. Można ten gest – zależnie od

interpretacji i nastroju – nazwać: chwaleniem się sukcesem małżeńskim, sprzedawaniem prywatności lub dzieleniem się poruszającym momentem życiowym. Niezależnie od jego znaczenia i ja, i mój ukochany wylądujemy ostatecznie na śmietniku danych, może już AI boty na nas żerują.

Pierwszym cieniem sukcesu w 2026 r. wydaje się więc słowo „zależność”. Zależność od platform gigantów cyfrowych sprawia, że nasze osiągnięcia automatycznie łączą się z ich infrastrukturą – ona stanowi docelowe miejsce anonsów. I nie zmieniają tego – póki co – storiesy wysmiewające to, że na LinkedInie nawet zamówienie pizzy można zakomunikować jako życiowe dokonanie. Zależność naszych chwili triumfu – obojętne, czy będzie to zdanie egzaminu na prawo jazdy, urodzenie dziecka, obrona magisterki czy otrzymanie Nagrody Nobla – od platform prowadzi do prostego rachunku: ludzka chęć opowiadania o swoich osiągnięciach przekłada się przede wszystkim na dobry wynik finansowy big techów. Karmią się one naszymi danymi i dobrze wiedzą nie tylko dlaczego to robimy, ale i co z naszym aktywnym (świadomie dodanym wpisem) lub pasywnym (mimoходом śledzonym feedem) śladem cyfrowym zrobić. Dzielimy się własnym szczęściem, nie zawsze nawet myśląc o nim w kategoriach sukcesu, tylko czując przyjemny haj, skłaniający do oznajmienia światu, że coś się nam udało. To mechanizm behawioralny, wobec którego bywamy bezbronni, widząc opcję „udostępni”. Strzał dopaminy na platformie przedłuża trwanie przyjemności. Łatwo stracić nad tym kontrolę i ciągle chcieć więcej. Ot, pętla dopaminowa, o której istnieniu dobrze wiemy, jednak dajemy się jej wciąż uwodzić. Oczywiście ten haj ma też swój rewers – niepokój, lęk, poczucie, że nie nadążamy (gdy obserwujemy innych ludzi w podobnych sytuacjach). Niby wiemy z autopsji, że to, co widzimy w mediach społecznościowych, to tylko urywki z czyjegoś życia, lecz i tak w podświadomości zapala się czerwona lampka.

Skoro nasz jednostkowy triumf tak łatwo przechwycić, zmonetyzować i użyć przeciwko nam w środowisku platform żerujących na naszym narcyzmie i lęku, może potrzebujemy się stamtąd wyrwać, żeby na nowo zdefiniować, czym sukces właściwie jest. Odzyskanie różnorodnych skali myślenia o nim, a także o dobru, pięknie i radości mogłoby pomóc w dostrzeżeniu, że być może szukamy ich często nie tam, gdzie tak naprawdę są.

Skale różnorodności

ZATRZYMAJMY SIĘ JESZCZE NA CHWILĘ PRZY ZALEŻNOŚCI SUKCESU OD platform, bo pomagają one zrozumieć przemiany społeczne wywołane przez potężną skalę oddziaływania big techów. Szacuje się, że codziennie

Nikt nie pamięta w szczegółach tego, czy sąsiad był ważnym dyrektorem, gdzie w ogóle pracował i czy coś wygrał.

Jest za to w stanie w szczegółach opowiedzieć, jak raz zabrał go na sanki. Pamiętamy, kto zrobił nam zupę, gdy byliśmy chorzy, i jak smakowało pyszne ciasto babci

powstaje w sieci ponad 2,5 kwintryliona bajtów danych, a ich liczba stale rośnie. Informacji dookoła jest więc, mówiąc delikatnie, za dużo. Równocześnie komunikacja – zdolność zauważenia innego i wejścia z nim w pogłębioną rozmowę – rozplywa się na skutek przeciążenia informacyjnego. Słowem: dużo do nas – również podprogowo – dociera, ale na niewiele ostatecznie mamy wpływ. Z coraz większą liczbą danych odbieranych przez nas z otoczenia nie jest w stanie poradzić sobie mózg, przyzwyczajony ewolucyjnie do ograniczonej liczby bodźców i życia w mniejszych grupach. Obserwując codziennie wiele osób i śledząc liczne newsy, doświadczamy nadmiaru: informacyjnego i sensorycznego, który kończy się zwykle tym, że boli nas głowa, szczypią oczy, jest nam smutno, choć równocześnie czujemy się znudzeni, gdy za długo scrollujemy.

Dominique Wolton w książce *Informacja i komunikacja* wyjaśnia różnice między informacją i komunikacją, podkreślając, że jedynie ta druga jest jakościowa i dotyczy relacji. Pokazuje też, jak

media systematycznie w trakcie rozwoju technologicznego przesunęły się w stronę informacyjną. Tym samym przy okazji rzuca nową perspektywę na to, jak można myśleć o sukcesie – w kontekście zarówno przesytu informacyjnego, jak i zaniku komunikacji. Choć francuski socjolog i medioznawca napisał swoją książkę w 2009 r., gdy ekspansja platform nie była jeszcze tak powszechna, już wtedy zwracał uwagę na ten aspekt informacji i komunikacji, który obecnie silnie determinuje nasze życie i debatę publiczną. Podkreślał rolę krytycznego myślenia w kontekście narastającej dezinformacji i jej wpływu na demokrację, ale kierował też naszą uwagę na coś bardziej subtelne. Kładł nacisk na problem „nadmiernej personalizacji życia społecznego” prowadzący do tego, że publiczna uwaga przesadnie koncentruje się dziś na skandalach i mało znaczących wydarzeniach, które mimochodem kolonizują nasze umysły.

Mówienie o nadmiernej personalizacji, gdy szacunkowo (dane z analizy Imperva za „The Independent”) już blisko połowę treści w sieci stanowią AI Slopy (czyli treści preparowane przez boty), może wydawać się trochę dziwne, ale na dobrą sprawę to właśnie AI zaczęła na potęgę generować takie nadmiernie personalizujące treści. Największe zasięgi na YouTube mają deepfake’owe konta z aferami celebrytów, tworzone przez boty i wysoko punktowane przez algorytm. Dobrze opowiada o tym zjawisku dokument *AI i śmierć internetu* (reż. Mario Sixtus) dostępny na Arte.TV.

Problemem staje się sama skala informacji na temat osób, których osiągnięcia i wybory życiowe

dziwnym trafem pasują do naszej hierarchii wartości. Sęk w tym, że żadnego zbiegu okoliczności tu nie ma – łatwo te aspiracje rozpoznać na podstawie naszego śladu cyfrowego (obserwowanych osób, postów, kliknięć czy nawet zawieszenia wzroku w danym miejscu na sekundę dłużej). Takie pozycjonowanie sprawia, że jeżeli chcesz schudnąć, dostaniesz typy od osób, które to osiągnęły. Jeśli nie możesz schudnąć – znajdzie się ktoś, kto pocieszy i przekona, że warto zaopatrzyć się w tym sezonie w hantle, bo przecież liczy się rzeźba. Pytanie, które wybijają się z tych wszystkich narracji o sukcesie, brzmi następująco: czy to naprawdę są nasze cele i marzenia? Czy może tylko algorytm jest dopasowany do naszego sobowtóra cyfrowego?

Choć coachów, trenerów, motywatorów i influencerów jest dziś bardzo dużo i każdy z nich mówi o czymś innym, mają wspólny mianownik algorytmiczny: przywiązując się do ich przekazu, otrzymasz więcej podobnego feedu. Kolejne osoby do nich podobne wyrastają jak grzyby po deszczu. Tak zanika różnorodność. A demokracja, jak pisze Wolton, ma to do siebie, że zbudowana jest na różnych hierarchiach wartości i kultur. Masa inspirujących czy motywujących osób, które mają to, czego my akurat pragniemy, sprawia, że zupełnie rozjeżdżają nam się dziś skale porównań i potencjalne nowe aspiracje (których nie zbudujemy w tak monotonnym środowisku). Dzieje się tak pomimo tego, że na platformach gigantów cyfrowych raz na jakiś czas trendują treści o normalizacji tzw. zwyczajnego życia, autentyczności czy wspólnotowe zjawiska cyfrowe oparte na wspieraniu się, samopomocy, a nie konkurencji. Jak również dlatego, że platformy ze społecznościowych – gdzie dawniej widzieliśmy więcej znajomych – stały się rozrywkowymi. Obecnie algorytm zachęci nas prędzej do zakupu butów niż spotkania się z przyjaciółmi, żeby wymienić się pasjami. Aby znaleźć hobby, musimy raczej trafić do grupy nastawionej na inny typ interakcji, jak np. oddolnych klubów książkowych czy treningowych, spotykających się regularnie „na żywo” i budujących więzi na innych fundamentach niż wzajemne obserwowanie się w sieci.

Dochodzimy tutaj do istotnej różnicy w sukcesie, którego pojmowanie jeszcze silniej niż tradycyjne media czy popkultura zmienił współczesny kapitalizm platform. Pod wpływem ich skali – niezależnie od tego, do czego dążymy – mniej więcej wszyscy tracimy inne miary porównań. O ile media na początku XXI w. opierały się na co najmniej trzech różnych skalach: globalnej, narodowej i lokalnej, o tyle dziś niemal zupełnie zanikają te zakorzenione w naszym codziennym, fizycznym doświadczeniu.

Przesada? Zobacz skalę jak nastolatka!

ŻEBY LEPIEJ ZILUSTROWAĆ, O CO CHODZI W ROZMYCIU SKALI, ZOBACZMY JE oczami współczesnej nastolatki, mając świadomość, że co druga 15-latką w Polsce nienawidzi swojego ciała (dane WHO z 2020 r.).

Choć na platformach znajdziemy wiele ciałopozytywnych profili, które eksponują różne wymiary piękna, przebudowanie pod wpływem porównań idealnie mogłaby podsumować 16-letnia Kat z *Euforii*. W kapitalnej kilkunastosekundowej scenie-pasażu, która jest interpretacją pracy mózgu w chwili natłoku informacji o „ciele kobiecym”, Kat dochodzi do wniosku, że nienawidzi siebie. Nie chodzi tylko o to, co obserwuje w feedzie i rozumie na