

Agnieszka Skura
Uniwersytet Kazimierza Wielkiego

Napisać siebie – recenzja książki *Pułapki tożsamości. Między narracją a literaturą* Piotra Jakubowskiego.

Kulturoznawca i filozof literatury, absolwent Instytutu Kulturoznawstwa UAM, adiunkt w Katedrze Teorii Kultury i Międzykulturowości na Wydziale Nauk Humanistycznych UKSW, członek Coetzee Collective (University of Cape Town), tłumacz, redaktor wielu prac zbiorowych i tematycznych, Piotr Jakubowski, jest autorem wydanej w 2016 roku książki *Pułapki tożsamości. Między narracją a literaturą*. Jak przyznaje autor, jest ona „pokłosiem rozprawy doktorskiej napisanej pod kierunkiem prof. dr hab. Anny Grzegorzczak” (s. 14). Publikacja ukazała się nakładem Wydawnictwa Universitas.

Dzisiejsza myśl humanistyczna pokazuje, iż egzystencja ludzka to opowiadanie, którego domeną pozostaje zdolność do narracyjnej segregacji, systematyzacji swojej „autobiografii”, zatem możliwość „pisanania siebie”. Toteż próby organizowania własnej pamięci biograficznej wiążą się z konstruktem zwanym tożsamością, konstruktem „stanu i relacji” (s. 6). Jak zauważył Piotr Jakubowski we *Wstępie*: „o ile pierwszym filozofem, który poprzez afirmację duszy i rozumu transcendował człowieka ponad świat natury i nadał mu rangę podmiotu, był Sokrates, o tyle temat tożsamości znalazł swą pełną filozoficzną artykulację dopiero o Johna Locke’a i Davida Hume’a” (s. 6). Dziś problematyka dotycząca tożsamości stanowi obszar zainteresowań wielu dyscyplin naukowych, od filozofii, psychologii, pedagogiki, socjologii, aż po kulturoznawstwo. Niewątpliwie temat podjęty przez autora ma charakter interdyscyplinarny i wiąże się z humanistycznymi interpretacjami. Badacz podkreślił, że „oprócz filozofii podmiotu i literaturoznawstwa podstawową dziedziną, w ramach której prowadzone będą rozważania, jest kulturoznawstwo” (s. 11).

Wśród ogromnej liczby aspektów i perspektyw badawczych, jakie problem tożsamości generuje, Jakubowski za cel swojej pracy postawił konstruktywną krytykę filozoficznych koncepcji tożsamości narracyjnej. Jak zauważyła socjolog Jolanta Kociuba, „podkreśla się, że narracyjne własności posiadają procesy poznawczo-mentalne [...], a rozumienie siebie ma strukturę narracji, to znaczy rozwijającej się

opowieści”¹. Autor książki przyjmuje, że tożsamość narracyjna jest oparta na opowieści o sobie (na wzór „triady autobiograficznej” Philippe’a Lejeune’a), w której „jednostka jest zarazem autorem, narratorem i bohaterem, zaś jej życie (lub konkretne jego fragmenty czy aspekty) są tejże opowieści tematem” (s. 8). W rozumieniu autora koncepcja tożsamości narracyjnej to „regulatywna fikcja” (s. 7).

Jak autorowi udaje się osiągnąć cel swego badawczego przedsięwzięcia?

Przed wszystkim poprzez odpowiednio rozpoznane i ugruntowane w obszarze nauk społecznych i humanistycznych zjawisko. Czerpie z dokonań (głównie) filozofów takich jak: Arystoteles, Roland Barthes, Agata Bielik-Robson, Michel Foucault, Martin Heidegger, Alasdair MacIntyre, Fryderyk Nietzsche, Jacques Rancière, Paul Ricoeur, Richard Rorty, Katarzyna Rosner, Jean-Paul Sartre, Galen Strawson, Charles Taylor. Powołuje się także na prace m.in. Umberto Eco, Julii Kristevy czy Haydena White’a. Konsekwentnie, dogłębnie i rzetelnie na gruncie koncepcji filozoficznych i literaturoznawczych (z przewagą tych pierwszych), podejmuje analizę wybranych przez siebie przykładów beletrystyki; poddaje badaniom m.in. *Życie i czasy Michaela K.* Johna Maxwella Coetzego, *Niežnośną lekkość bytu* Milana Kundery, *Everymana* Philipa Rotha czy *Słowa* Jeana-Paula Sartre’a.

Śledzenie „antynarracyjnych impulsów” (s. 10) wiedzie do konkluzji w postaci (propozycji) modelu tożsamości opartego na ekspresji doświadczenia; modelu, w którym linearny porządek (sztuczny ład) scalony zostaje z ekspresyjnymi i twórczymi perspektywami otwieranymi przez narrację jako strukturę wypowiedzi (s. 301). „Chciałbym, by w mojej kluczowej tezie/postulacie [...], zgodnie z którą teorie narracyjne rozszerzyć należy o jednostkowy wymiar ekspresyjny: nadziei lub literatury, spójnik «lub» odczytywany był [...] jako dopuszczający, a nawet nieśmiało wiążący ze sobą te dwie perspektywy” (s. 256) – wyznaje autor.

Na ponad 300 stronach rozważań idea ta poddawana jest próbie zinternalizowania i praktycznego zastosowania na przykładzie prozy fikcjonalnej. W czterech rozdziałach autor mierzy się z rekonstrukcją badań nad narracją, jej rolą oraz antynarracyjną realizacją modelu powieściowego (rozdział pierwszy), rozważa związki między literaturą a historią, egzystencją a domenami narracyjnymi (rozdział drugi), porusza problem fikcji oraz narracyjnych teorii tożsamości (rozdział trzeci), by w finale sformułować postulat zawiązania relacji między teorią narracyjną a literaturą – uzupełnienie teorii tożsamości o aspekt literacki i ekspresyjny (rozdział czwarty). Książkę kończą *Konkluzje* i *Appendix*.

Zygmunt Bauman stwierdził, że „postrzegamy zjawiska wtedy tylko, gdy stają się dla nas «problemem»”². Dlatego, jak zauważyła Jolanta Kociuba, „problem tożsamości pojawił się dla jednostek i zbiorowości w związku z gwałtowną zmianą społeczną

¹ J. Kociuba, *Narracyjna koncepcja tożsamości*, [w:] *Wokół tożsamości*, pod red. I. Borowik i K. Leszczyńskiej, Kraków 2007, s. 57-58.

² Z. Bauman, *Dwa szkice o moralności ponowoczesnej*, Warszawa 1994, s. 7.

w społeczeństwie przemysłowym”³. Zmiany te wpłynęły na optykę widzenia tego pojęcia: „współczesna tożsamość ujmowana jest jako proces rozwijający się w trakcie całej egzystencji człowieka, a nie jako statyczna, niezmienna struktura”⁴. Toteż Bauman wierzył, że tożsamość ludzka jest „czymś, co się konstruuje”⁵; wymaga zatem pracy, jest „zadaniem do wykonania”⁶. Tego zadania podejmują się dzisiaj *branding*, *public relations* i szeroko pojęty marketing. Dlatego szczególnie interesujący wydaje się *Appendix*, gdzie zasygnalizowany zostaje polityczny i ekonomiczny wymiar wizerunku „ja”.

Jak pokazuje Jakubowski, „praktyka” narracyjna jest dziś powszechna. Sięgając do zjawisk obecnych w marketingu, formułuje słuszne uwagi o powiązaniu wizerunku narracyjnego z ponowoczesnym rynkiem. Badacz, poddając analizie opisy reklamujące szkolenia z zakresu *storytellingu*⁷, podkreślił współczesną „potrzebę” świadomego kreowania wizerunku i utożsamiania człowieka z jego firmą. Wszak wizerunek wielu firm oparty jest na wizerunku konkretnego człowieka (Bill Gates – Microsoft, Steve Jobs – Apple). Ta antropomorfizacja – jak orzekł autor – przyczynia się do „zatarcia różnicy między wartościami a wartością rynkową” (s. 311).

Badając zasady dyskursu tożsamościowego i marketingowego, Jakubowski przywołał pracę Eryka Mistewicza *Marketing narracyjny. Jak budować historię, które sprzedają* (2011). Autor położył nacisk na fakt, że w analizowanej pozycji „człowiek zredukowany do pierwszego wrażenia, do «wizytówki narracyjnej»⁸, jest jeszcze bardziej przerażającą wersją «człowieka jednowymiarowego» niż ta, którą zarysował Herbert Marcuse” (s. 317). Tworzenie mitu własnego może grozić zbytnią jednostronnością, podobnie kształtowanie wizerunku firmy poprzez „zaplanowaną” opowieść o niej. Mistewicz ma jednak rację w tym, że ludzkość wciąż takich mitów potrzebuje; przekaz reklamowy jest traktowany jako współczesny mit. Tworzeniu własnej marki towarzyszy wiele pytań natury etycznej, dlatego wydaje się, że „marketing egzystencjalny” (jak brzmi podtytuł *Appendixu*) stanowi temat godny głębszej refleksji i dyskusji.

Czy w publikacji zauważam jakieś mankamenty? Tak i nie. Bogata bibliografia, obszerne przypisy, solidna argumentacja, merytorycznie wartościowy, uporządkowany wywód ujęty klarownym językiem – to niewątpliwie atuty tej książki. W publikacji analizie poddana została proza fikcjonalna. Peryferyjnie potraktowano prozę niefikcjonalną: literaturę faktu (reportaż i formy pokrewne), literaturę dokumentu osobistego (pamiętnik, autobiografię itp.), która przynosi przecież ciekawy obraz narracji

³ J. Kociuba, dz. cyt., s. 54.

⁴ Tamże, s. 56.

⁵ Z. Bauman, dz. cyt., s. 9.

⁶ Tamże, s. 8.

⁷ Badacz analizuje informacje zawarte na stronie internetowej oraz plakacie reklamowym Fabryki Opowieści – organizacji kierowanej przez dr Monikę Górską, która zajmuje się prowadzeniem warsztatów i szkoleń (o charakterze marketingowym) ze *storytellingu*.

⁸ To pojęcie Mistewicza najprościej można ująć jako „preczyjne narracje pozwalające w jednym zdaniu dookreślić osobę, [...] zachęcić lub zniechęcić do kontaktu”. Cyt. za: P. Jakubowski, *Pulapki tożsamości. Między narracją a literaturą*, Kraków 2016, s. 313.

autobiograficznej, eksponującej podmiotowe „ja”, zwykle w połączeniu z sumą narracji zbiorowych, silnie zakorzenionych w realiach społecznych. Narracje te (fikcyjne i niefikcyjne) bada się m.in. przez wnikanie w problem konkretnej materii językowej. Niestety autor pozostawił tę znamienne „właściwość” literatury poza nawiasem.

Jak już wspomniałam, Piotr Jakubowski przywołuje liczne prace filozofów, krytyków kultury (Hayden White), socjologów (Zygmunt Bauman), literaturoznawców (Kazimierz Bartoszyński, Michał Paweł Markowski, Pekka Tammi, Zofia Mitosek), marginalnie natomiast zostały potraktowane dokonania w zakresie badań nad tożsamością oraz tożsamością narracyjną autorstwa psychologów (autor przywołuje nie licznie prace np. Dana P. McAdamsa). Osiągnięcia psychologów i pedagogów „narracyjnie zorientowanych” autor rozpatruje jako wypreparowane z filozoficzno-literackiego kontekstu i określa jako „notatki do Ricoeura” (s. 314, przyp. 18). Podążając za Pekke Tommi, Anną Łebkowską, Krzysztofem Kłosińskim czy Teresą Walas, nieufnie spogląda na powszechną praktykę adaptacji kategorii narracji do innych dyscyplin naukowych, podkreślając „brak interferencji między literaturoznawczymi a prowadzonymi w ramach innych dyscyplin humanistycznych i społecznych badaniami nad narracją” (s. 21-22). W jego rozważaniach dominuje wywód o charakterze filozoficzno-literackim. Jednak warto zauważyć, że psychologiczne ujęcie tożsamości narracyjnej poszerza definicję tożsamości poza typowe dla nauki myślenie paradygmatyczne (deklaratywne i kategorialne)⁹. Te różne klasyfikacje, typy mogłyby stanowić ciekawy komentarz. Jednak: czy znaczący dla całości? Wszak autor, jako filozof literatury, skupił się na krytyce filozoficznych koncepcji tożsamości narracyjnej. I faktem pozostaje, iż to właśnie rozważania natury filozoficznej miały tu udział największy.

Osobiście aprobuję wnikliwą, konstruktywną krytykę filozoficznych koncepcji tożsamości narracyjnych. Zgadzam się również z autorem, że „tożsamość narracyjna może przezwyciężyć aporie wynikające z niebezpieczeństw identyfikacji, niepokoju odpowiedzialnego wyboru oraz nieinteligibilności doświadczenia i doświadczania, jeśli stanie się tożsamością pisaną (literacką), co częstokroć oznaczać może też – antynarracyjną” (s. 301). Choć pamiętać należy, że niezależnie od kategorii estetycznej, wybranej konwencji artystycznej czy sposobu narracji, świat przedstawiony w dziele, jest percypowany jako pewna wizja będąca ekwiwalentem rzeczywistości pozaartystycznej. Abstrahując od ukierunkowania/lokalizacji punktu widzenia oraz tytułowych pułapek, przedstawiona wyżej publikacja stanowi dobry przykład sprawnego operowania piórem przy zachowaniu istotnych wartości publikacji naukowej.

Piotr Jakubowski, *Pułapki tożsamości. Między narracją a literaturą*, Wydawnictwo Universitas, Kraków 2016.

⁹ Ciekawą perspektywę tożsamości narracyjnej wnoszą np. neuronauki. Maria Pąchalska, powołując się na poglądy Galena Strawsona oraz Williama Jamesa, podkreślała, że tożsamość narracyjna może mieć wymiar podmiotowy i przedmiotowy; *Ja* może być podmiotem poznania i *Ja* może być przedmiotem samopoznania. Zob. M. Pąchalska, *Neuropsychologia tożsamości*, [w:] *Tożsamość człowieka z perspektywy interdyscyplinarnej*, pod red. M. Pąchalskiej, B. Grochmal-Bach, B. Duncana Mcqueena, Kraków 2007, s. 26-27.