

RECENZJA

dotycząca spełnienia przez rozprawę doktorską mgr Lidii Krawczyk pt. *Maskarady* wymagań określonych w art. 187 Ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (Dz.U. z 2018 poz.1668 ze zm.)

1. Informacje o Kandydatce

Pani Lidia Krawczyk od ponad 20 lat zajmuje się działaniami artystycznymi o charakterze interdyscyplinarnym. W swojej aktywności łączy zainteresowania artystyczne i projektowe z praktyką kuratorską oraz teorią sztuki i kultury. W 2006 roku ukończyła studia w Instytucie Sztuk Audiowizualnych Wydziału Zarządzania i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie, pod opieką promotora pracy magisterskiej prof. Wiesława Godzica. Studia te pozwoliły jej wypracować bazę teoretyczną z obszaru szeroko pojętej kultury medialnej. Lidia Krawczyk ukończyła również Podyplomowe Studia Gender na UJ. Dodatkowo podjęła edukację w zakresie programowania (Program Basic in Python w Codecool, 2019) oraz montażu filmowego i efektów specjalnych (Arna Film Academy w Krakowie, 2019). Również w 2019 roku uzyskała międzynarodowy Certyfikat Serum Mastera na poziomie PSM I, poszerzając zakres swojego doświadczenia zawodowego i uzupełniając je o nowoczesne metody pracy z materiałem wizualnym oraz umiejętność zapewniania warunków do efektywnej pracy i zarządzania projektami. Przez ponad 16 lat kuratorowała projekty i wystawy oraz pracowała nad wydawnictwami w Galerii Bunkier Sztuki. W tym czasie zrealizowała ponad piętnaście wystaw, szereg konferencji i projektów badawczych m.in. *Networkersi* (2018), *Krytyczny pawilon. Praktyka i teoria współczesnego wystawiennictwa* (2016), *Przestrzenie sztuki a środowisko techniczne* (2015), *Wymiary utopii* (2010-2011). Od 2004 do 2015 roku działała w duecie z Wojtkiem Kubiakiem. Duet otrzymał wyróżnienie honorowe na 4. Biennale Sztuki Młodych "Rybie Oko" w BGSW w Słupsku oraz Grand Prix na 38. Biennale Malarstwa Bielska Jesień (2007). To tylko kilka pozycji z obszernej listy osiągnięć mgr Lidii Krawczyk przedstawionej w Wykazie dorobku artystycznego.

Po roku 2019 skupiła się w pełni na pracy samodzielnej projektantki i artystki wizualnej. W tym czasie zdobyła szereg certyfikatów potwierdzających jej umiejętności jako projektantki, w tym m.in. Advanced Motion Methods, School of Motion (Sander van Dijk), Advanced After Effects: Coding for Motion Design (Desmond Du), Advanced Adobe Photoshop (Carles Marsal), The Path to Mograph, School of Motion (Joey Korenman), Data Visualization and Information Design (Federica Fracapane), Playful Typography for Powerful Communication (Dani Molyneux), Adobe Illustrator CC for Advanced Users (Lindsay Marsh, Ryan Collins), Expressive Typography in Motion with After Effects with Mat Voyce i in. Jako najważniejszy doktorantka wskazuje Certyfikat Foundations of Humane Technology (2023) przyznany przez Center For Humane Technology. Jest to organizacja, której celem jest radykalne przekształcenie infrastruktury cyfrowej w oparciu o wiedzę na temat tworzenia

algorytmów opartych głównie na angażowaniu użytkowników oraz z obszaru metod skutecznego projektowania cyfrowego, ze szczególnym uwzględnieniem społecznego dobrostanu.

W okresie od 2021 do 2024 Lidia Krawczyk była dwukrotnie producentką międzynarodowych konferencji poświęconych nowym technologiom i sztuce cyfrowej. Były to Nowe narracje wizualne, 1-3 lipca 2022, Państwowa Wyższa Szkoła Filmowa, Telewizyjna i Teatralna w Łodzi oraz FilmInteractive Festival, Fundacja Media Klaster, Łódź 2021.

Lidia Krawczyk jest również laureatką dwóch stypendiów ministerialnych: 2015 roku w ramach programu „Aktywność obywatelska” oraz w 2020 roku z programu „Kultura w sieci”, a także laureatką Stypendium Twórczego Miasta Krakowa (2021) i stypendystką Urzędu Miasta Krakowa w ramach programu „Kultura Odporna” (2020).

Na przełomie 2022 i 2023 roku zrealizowała staż naukowy na Wydziale Operatorskim i Realizacji Telewizyjnej w Państwowej Wyższej Szkole Filmowej, Telewizyjnej i Teatralnej w Łodzi w pracowni Laboratorium Narracji Wizualnych w ramach zajęć Otwarte Pole IX: Cyfrowe wystawy, prowadzonej przez prof. Krzysztofa Pijarskiego.

Od października 2022 do września 2023 roku była zatrudniona na pół etatu w Instytucie Nauk o Informacji w Katedrze Wiedzy o mediach na Uniwersytecie Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie. Od października 2023, w tym samym Instytucie, została zatrudniona na pełen asyntencki i prowadzi zajęcia z obszaru szeroko pojętego projektowania wizualnego, takie jak: Wideoedycja, Wizualizacja informacji, Sztuka cyfrowa, Projektowanie Grafiki dla Internetu, Poster Design, Portfolio, Fotoedycja oraz Myślenie Wizualne. W ramach studiów doktoranckich otrzymała dwa granty badawcze: Maskarady - rewizje (2023-2024) oraz Maskarady (2021-2022).

2. Informacje o rozprawie doktorskiej

Rozprawa doktorska mgr Lidii Krawczyk zatytułowana *Maskarady*, jest pracą artystyczną, która stanowi krytyczną analizę wpływu platform cyfrowych, generatywnej sztucznej inteligencji i sztucznych sieci neuronowych na współczesną kulturę wizualną i cyfrową tożsamość. Poprzez serię prac wykonanych w medium animacji, rysunku i instalacji oraz grafiki cyfrowej, autorka analizuje metody manipulacji danymi pozyskiwanymi od użytkowników internetu, w tym mediów społecznościowych. Dane te, ślady, które pozostawiamy w sieci w postaci m.in. kliknięć i polubień, służą do przewidywania naszych zachowań konsumenckich. „Karmią” również systemy sztucznej inteligencji, a więc służą do uczenia maszynowego, którego rezultaty, jak dowodzi doktorantka, obarczone są błędami, rasowymi czy klasowymi uprzedzeniami wygenerowanymi z danych wyjściowych, wprowadzanych do baz danych przez ludzi. Tym samym, systemy sztucznej inteligencji używane np. do rozpoznawania przestępców czy osób stwarzających zagrożenie, same stwarzają poważne zagrożenie, ponieważ bazują na stereotypach i błędnie interpretowanych danych.

Opis rozprawy doktorskiej podzielony jest na 3 części - rozdziały, w których autorka przedstawia kolejne etapy swoich badań: etap 1 - *Mechaniki reprezentacji i udostępniania*, etap 2 – *Gramatyka ciał*, etap 3 – *Performowanie maskarady*. W ramach każdego z wymienionych trzech etapów pracy, autorka przedstawia metodologię badawczą opartą na

literaturze dotyczącej omawianego zagadnienia oraz serię prac artystycznych, będących efektem researchu. Fragmenty opisu zawierające analizy zrealizowanych prac mgr Lidia Krawczyk tytułuje *Art-based research w działaniu*.

W części opisu pt. *Mechaniki reprezentacji i udostępniania*, doktorantka opisuje mechanizmy monetyzowania przez gigantów cyfrowych naszego zaangażowania w aktywność w sieci. Jak zauważa:

Nasze zaangażowanie w produkty stało się cennym towarem, o który zabiegają największe platformy cyfrowe. Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, Google i wiele innych aplikacji oraz serwisów stosują cały szereg wyrafinowanych metod opracowanych nie tylko przez programistów, ale w dużej mierze przez psychologów, kognitywistów, inżynierów behawioralnych i socjologów, w celu wpływania na decyzje, zwyczaje i emocje użytkowników. Im dłużej i częściej korzystamy z tych towarów, tym więcej zostanie nam odebrane. Dostarczamy platformom nieskończoną ilość materiałów tekstowych i wizualnych, oddajemy swój czas i uwagę. Aplikacje mają darmowy kontent, a użytkownicy (prosumenci) rozrywkę. To, co udostępniamy przestaje być nasze.

Autorka zadaje pytanie jak doszło do tego, poddajemy się tej dobrowolnej inwigilacji, a służące do tego narzędzia, w tym platformy takie jak Facebook czy Instagram traktujemy jako dar sprzyjający naszemu rozwojowi i budowaniu więzi społecznych. Odpowiada na to pytanie przedstawiając metody inżynierii społecznej stosowane w celu zwiększenia naszego zaangażowania w aktywność w sieci i wydłużenia czasu, jaki spędzamy na konkretnych platformach jako użytkownicy. Jest to optymalizacja zaangażowania w produkty, na którą niebagatelny wkład miało Laboratorium Technik Perswazji założone na Uniwersytecie Stanforda przez Briana Jeffreyego Foggę. Fogg, jak przypomina autorka rozprawy, opracował model behawioralny stosowany w marketingu, projektowaniu aplikacji i usług cyfrowych, którego celem była gwarancja wywołania ściśle określonych reakcji i utrwalanie konkretnych zachowań. Doktorantka dalej powołuje się na książkę pt. *Skuszeni. Jak tworzyć produkty, które kształtują nawyki konsumenckie*, której autorem jest Nir Eyal – badacz z kręgu Foggę. Lidia Krawczyk zwraca uwagę, że opracował on model uzależniający użytkowników od aktywności w aplikacjach takich jak Pinterest, Twitter, Instagram, Tinder, Facebook czy LinkedIn, która zapewni dopaminowo-cyfrowy haj, łagodzący nieprzyjemne doznania, takie jak samotność, depresja czy potrzeba bycia zauważonym. Impuls zewnętrzny w postaci zachęt - alertów i powiadomień, prowadzi do działania w nadziei na nagrodę – ekscytujące doznanie lub załagodzenie negatywnych emocji. Łatwość obsługi aplikacji oraz nieprzewidywalność kolejnych doznań, uwalnia mechanizm hazardowy, potrzebę kolejnego kliknięcia, odwiedzenia strony, wrzucenia tzw. kontentu, reakcji. W konsekwencji prowadzi to do lokaty uczuciowej, bo jak dowodzi cytowany przez doktorantkę Eyal: „Im więcej czasu i wysiłku użytkownicy zainwestują w produkt czy usługę, tym większą wartość zyskują one w ich oczach”.

Dalej autorka analizuje ideę przyjaźni przetworzoną przez Facebooka w algorytm, w który poprzez szereg strategii, takich jak np. sterowanie widzialnością postów, decyduje i kontroluje, kto należy do naszej sieci, co zmienia zaprzyjaźnianie się z relacji, w którą wchodzimy dobrowolnie, w układ, w który jesteśmy wmanewrowywani. Lidia Krawczyk przedstawia również mechanizm profilowania treści pod konkretnych użytkowników, zamykający ich w bańki informacyjne i tym samym powodujący radykalizację postaw.

Konkludując wywód mgr Lidii Krawczyk, można by postawić pytania, ilu z nas – użytkowników Facebooka, nawet mając już świadomość, że nasze dane na tej platformie nie

są bezpieczne i że to my jesteśmy towarem, a także, że dajemy się tam nieraz wciągać w jałowe lub konfliktogenne dyskusje, decyduje się na usunięcie swojego konta, a tym samym pozbycie się gromadzonych przez lata wpisów, zdjęć i sieci kontaktów?

Doktorantka poprzez przedstawione powyżej informacje i wnioski wprowadza nas w tematykę serii prac składającej się z dwóch części: *It is easier to deceive people* (pisownia oryginalna) oraz *than to convince them that they are being deceived* – w tłumaczeniu jej autorki – „łatwiej jest oszukać ludzi, niż udowodnić im, że zostali oszukani”. Prace z tej serii odnoszą się do osobliwego uzależnienia osób użytkujących od użytkowanych aplikacji, ale też do faktu, że aplikacje te nie mogą napępniać i udoskonalać baz danych, bez treści dostarczanej przez użytkowników. Wszystkie prace z tej serii oparte są na animowanej typografii. Są to najwcześniejsze realizacje z cyklu przedstawionego jako praca doktorska.

Na pierwszą część serii prac pt. *It's easy to deceive people* składają się trzy animacje: *Google Assistant*, *Diversion* i *Digital Pray*. *Google Assistant* to niespełna dwu minutowa realizacja odnosząca się do aplikacji o tej samej nazwie, z oprogramowaniem opartym na sztucznej inteligencji i udostępniona na telefonach z systemem Android. Wyposażona w algorytmy uczenia maszynowego i przetwarzania języka naturalnego, stanowi wsparcie dla użytkownika przy wyszukiwaniu informacji i zarządzaniu codziennymi zadaniami. W komentarzu do tej pracy autorka przybliżyła zasady działania aplikacji Google Assistant, oparte na statystycznym rozpoznawaniu wzorów komunikatów i modelu sekwencyjnym, korzystającym z wyników wcześniejszego wyszukiwania użytkowników oraz ciągu interakcji i formuł językowych. Doktorantka za pomocą programów Adobe Illustrator i Google Assistant zrealizowała animację imitującą interfejs Google Assistant, której treścią jest ciąg pytań zadawanych Google Assistant na temat Larrego Page'a – właściciela produktu. Kolejne pytania sugerowane przez aplikację okazywały się pytaniami z tezą, jak np. „What makes Larry Page a good leader?” Autorka dokonuje tu krytycznej ingerencji w wyniki wyszukiwania i sugestie oprogramowania, kończąc animację serią pytań dotyczących zarzutów wobec polityki korporacji Google.

Animacja *Diversion* przenosi nas w czasie na ekran pierwszego komputera osobistego z systemem MS-DOS wprowadzonym w 1981 roku, na którym pojawiają się komunikaty odnoszące się do zagrożeń związanych z rozwojem platform cyfrowych i sztucznej inteligencji. Estetyka pracy oparta jest na grafice ekranów komputerów przed pojawieniem się systemu Windows – znacznie bardziej przyjaznego dla użytkowników spoza świata specjalistów i fanów informatyki. Jednak dziś wizualność MS-DOS dużo bardziej kojarzy się z filmem braci Wachowskich pt. *Matrix* (1999), – ikonicznym obrazem science fiction, w którym sztuczna inteligencja stworzona przez ludzi wyrывa się spod ich kontroli i zwraca się przeciwko swoim twórcom.

Pytania zawarte w animacji mgr Lidii Krawczyk, takie jak „w jaki sposób możemy odebrać im władzę” zadawane z dzisiejszej perspektywy i dotyczące w domyśle uzależnienia ludzi od maszyn i korporacji cyfrowych, pojawiają się na ekranie komputera z doby z telefonów stacjonarnych i faksów. Jednocześnie przesłaniane są przez znak graficzny przedstawiający trzy obręcze z przesuwającymi się po nich słowami w języku angielskim oznaczającymi biedę, seksizm, beznadzieję, uprzedzenia, marginalizację, eksploatację, wykluczenie, szklany sufit, klasizm i pogardę. W miarę rozwoju platform społecznościowych opartych na algorytmach

oraz sztucznej inteligencji karmionej ludzkimi uprzedzeniami, coraz bardziej widać, że technologia, która miała nas połączyć w globalną wioskę i sprzyjać komunikacji oraz rozwojowi świata, przyczynia się do utrwalania krzywdzących stereotypów i kształtowania postaw ekstremistycznych. Tak więc stara rzymska zasada „Divide et impera” okazuje się aktualna w technologicznym społeczeństwie kontrolowanym przez kapitalistyczne korporacje – społeczeństwami podzielonymi łatwiej manipulować, w celu utrzymania kontroli.

Wirtualny głos kobiety w animacji *Digital Pray* sprawia wrażenie jakby wypowiadał tajemniczą przepowiednię albo zaklęcie w niezrozumiałym języku. W rzeczywistości odczytuje napisy pojawiające się na rytmicznie obracających się walcach, które wprowadzają medytacyjną atmosferę. Napisy są w języku angielskim, natomiast odczytane zostają zgodnie z fonetyką języka polskiego. Frazy umieszczone na walcach pochodzą z publikacji autorek takich jak Shoshana Zuboff, Cathy O’Neil, Hito Steyerl, Taina Bucher, Julia Angwin, Hannah Fry, które prowadzą badania nad modelami sztucznej inteligencji i zwracają uwagę na szkodliwe dla porządku społecznego strategie korporacji technologicznych.

Część *That to convince them that they are being deceived*, to jak pisze autorka – animacje do alarmowania. Lidia Krawczyk używa tu ruchomych kompozycji typograficznych, które z jednej strony jakby wpisują się w zbiór gifów dostępnych na potrzeby instagramowej czy facebookowej konwersacji, z drugiej mają nas wytrącić z modelu zachowań, w który zostaliśmy wmanewrowani przez korporacje czerpiące zyski z informacji, jakie pozostawiamy po sobie w sieci. To dziewięć krótkich zapętlonych animacji.

If you didn’t already know, people are hackable animals przypomina, że jesteśmy istotami podatnymi na perswazję, a naukowa wiedza o tym jak reaguje nasz mózg, jest wykorzystywana do wyzwalania konkretnych zachowań poprzez określone bodźce, bazujące na naszych potrzebach, słabościach i lękach. *Massive spying* i *Economy of Attention* używają żywych kolorów i w pierwszym przypadku płynnego przejścia słowa „massive” w „spying”. W drugiej z wymienionych animacji, obracający i poruszający się w zapętleniu box zbudowany ze słów *Economy of Attention* hipnotyzująco ściąga naszą uwagę. *Do not be evil, we are true evil* w pierwszym członie tytułu wykorzystuje jeden z pierwszych sloganów Google, która to maksyma przyświecała tworzeniu najczęściej używanej wyszukiwarki na świecie. Lidia Krawczyk wykorzystuje tu efekt odwrócenia, gdzie hasło to zamienia się w przekaz „we are true evil”, pokazując ambiwalentne oblicze darmowych produktów korporacyjnych, takich jak wyszukiwarka Google, ułatwiających nam dostęp do sieciowych zasobów informacji. *Dopamine driven feedback loop* to obracające się rytmicznie bloki – prostopadłości z animowanymi słowami tytułu pracy, która zwraca uwagę na uzależniającą dopaminową pętlę, w jaką wpadamy logując się do mediów społecznościowych by udostępnić post lub sprawdzić ilość reakcji. Jak argumentuje autorka, media społecznościowe zostały zaprojektowane tak, aby wykorzystując wiedzę psychologiczną, wyzwać i wzmacniać w nas te reakcje. *Stop scrolling / slave* zaprojektowana w czerni i bieli wykorzystuje efekt głębi, przybliżenia i oddalenia. Odnosi się do automatycznego scrollowania postów, które trudno przerwać, co pochłania nasz czas i uwagę, kosztem aktywności faktycznie sprzyjających naszemu rozwojowi i budowaniu więzi społecznych.

Animacja *Algorithms are opinions written in code* nawiązuje do książki Cathy O’Neil - informatyczki i analityczki danych, która na podstawie badań i swoich doświadczeń pracy w firmach technologicznych, demaskuje przekonanie o obiektywności algorytmów, dowodząc, że są one pełne krzywdzących uprzedzeń, gdyż za jakością danych wyjściowych stoją ludzie. *Privilege* również operuje na kontrastowym zestawieniu czerni i bieli oraz szarościach w tle, a obracające się w kręgu wyrazy, których barwy zostały użyte naprzemiennie, zakłócają natychmiastową czytelność oraz relację figura - tło. Przy pewnym wysiłku odczytujemy obracającą się niczym koło fortuny frazę: „Is this a good person, is he rich, is he honest”. Animacja odnosi się przesłuchania przed Kongresem USA Marka Zuckenberg, które miało miejsce w wyniku ujawnienia przez Frances Haugen polityki firmy, która kierując się zasadą własnego zysku, promuje treści szkodliwe dla społeczeństwa. Ostatnia z animacji o złożonym tytule: *Track our activities | Modify our friendships | Empires of behavioral modification | Monetize our decisions | Monetize our faces* przyciąga nas swoją wizualnością. W cyklicznych, zapętlnionych ruchach czterech kształtów opartych na wstędze Möbiusa czytamy w języku angielskim zdania: „Śledź naszą aktywność, Przekształć nasze przyjaźnie, Imperia behawioralnej modyfikacji, Monetyzuj nasze decyzje, Monetyzuj nasze twarze”. Na to wszystko zgadzamy się korzystając z platform społecznościowych, pozwalamy używać nas jako banku danych, który (po)służy do modyfikowania społeczeństwa zgodnie z interesami korporacji.

We wszystkich animacjach interesujący i zarazem przewrotny jest zabieg użycia tekstu jako obrazu, gdyż tekstowe posty na Facebooku, którym nie towarzyszy ilustracja, mają mniejszą widzialność. Lidia Krawczyk przekształca komunikaty słowne w ruchomy obraz, który przyciąga, hipnotyzuje, podobnie jak wciągają nas social media czy inne cyfrowe platformy. Jednak przechwytyując naszą uwagę, przekazuje komunikat krytyczny wobec polityki cyfrowych korporacji. Strategia zapętlenia obrazu jest uzasadniona, bo nadmiar bodźców w jakim funkcjonujemy w dzisiejszym świecie powoduje, że czasami istotny komunikat musi być kilkukrotnie powtórzony, zanim przebiję się do naszej świadomości.

W kolejnej części opisu pracy doktorskiej pt. *Gramatyka ciał*, autorka skupia się na specyfice i funkcji fotografii gromadzonej i udostępnianej w sieci, na portalach społecznościowych, a w szczególności na fenomenie selfie, który jest produktem tych platform. Lidia Krawczyk, powołując się m.in. na publikacje Nicolasa Mirzoeffa i Nathana Jurgensona analizuje naszą relację z wizerunkami, które upubliczniamy. Powołuje się również na statystyki wskazujące, że posty zawierające selfie zyskują ponad więcej 38% polubień i 32% więcej komentarzy.

Selfie to jak zwraca uwagę autorka – specyficzny rodzaj fotografii, która aby spełnić kryteria gatunku musi być udostępniona przez kanały mediów społecznościowych lub komunikatory. To fotografia wykonana własnoręcznie smartfonem z bliskiej odległości, gdzie przedmiot fotografowany jest równocześnie podmiotem przedstawienia. Selfie, za publikacją *Selfies and Authorship: On the Displayed Authorship and the Author Function of the Selfie* autorstwa Julii Eckel cytowaną przez Lidię Krawczyk, powinniśmy rozumieć jako czynność. Selfie nie jest więc prywatne, jak niegdyś zdjęcia w albumie rodzinnym, jest ukierunkowane na dzielenie się z innymi. To, jak pisze cytowany przez Krawczyk Mirzoeff, skrótowa, często opatrzona hashtagami opowieść o tym kim jesteśmy, bądź chcielibyśmy być. Autorka przedstawia też za raportem Julii Deeb-Swihart i jej zespołu pt. *Selfie-Presentation in Everyday Life: A Large-Scale Characterization of Selfie Contexts on Instagram* klasyfikacje selfie na dające się

wydzielić typy, których wyszczególniono 15. Komunikują one oznaki tożsamości, takie jak bogactwo, zdrowie czy atrakcyjność fizyczna, wyszczególnione kategorie to m. in Płeć i seksualność, Wygląd, Społeczność, Etniczność, Celebryci i Przemysł rozrywkowy. Lidia Krawczyk przychyliła się do stanowisk cytowanych badaczek, że wizerunek który publikujemy, zazwyczaj poddawany jest surowej autocenzurze, ale też jak dowodzi dalej autorka za Jurgensonem i Mirzoffem – to fotografia społecznościowa, będąca natychmiastowym świadectwem istnienia autora, która przekształca to, co ulotne w uchwytne, a nasze życie – w coś nadającego się do kolekcjonowania, zbierania i konsumowania. To właśnie niepokojące zjawisko opisane przez cytowaną w opisie pracy artystycznej Lidii Krawczyk psycholożkę społeczną Shoshanę Zuboff z Harvard Business School, jest przedmiotem refleksji badawczo-artystycznej Lidii Krawczyk. Autorka rozprawy doktorskiej analizuje również konsekwencje śladów cyfrowych, jakie pozostawiamy po sobie jako użytkownicy platform sieciowych. Te skrawki danych, jak zauważa, mają kolosalne znaczenie dla podnoszenia wartości produktu i przewidywania konsumenckich zachowań. Nastąpiło więc przejście tego co społeczne, przez to, co korporacyjne, jak konkluduje cytowana Nancy K. Baym w publikacji *Social Media and the Struggle for Society*. Lidia Krawczyk kończy teoretyczny wstęp do kolejnych serii prac cytatem z książki Zuboff, *Wiek kapitalizmu inwigilacji. Walka o przyszłość ludzkości na nowej granicy władzy*, który brzmi:

To zawłaszczenie jest tą zmianą, która wyzwoliła zwrot generatywny, ponieważ „rzeczywistość” da się obecnie podporządkować w celu wychwytywania, poszukiwania, ekstrakcji, renderowania, przekładania na dane, analizy, predykcji i interwencji.

Ta teza jest punktem wyjścia do czterech serii prac: *Porcelanki (Dark Mother)*, *Falling*, *Pixelated Cookies*, i *Digital Figures (Google)*.

Cykl *Porcelanki (Dark Mother)* z lat 2020-23 jest efektem artystycznego researchu przy użyciu interfejsu Printesta i Facebooka. Wpisując na platformie Printesta sekwencję słów „single mum photography”, Doktorantka uzyskała wyniki w postaci fotografii młodych, zadbanych i szczęśliwych kobiet. Niewiele zmieniło dodanie słowa „tired” do wyszukiwanego hasła. Fotografie mające prezentować matki, okazały się być powieleniem wyidealizowanego wizerunku, projekcji, fantazmatu, a nie realnego obrazu macierzyństwa. W tym samym czasie Facebook zaproponował Lidii Krawczyk dołączenie do zamkniętej grupy o nazwie „Przestań wybuchać złością”, która skupiała społeczność kobiet nie radzących sobie z wyzwaniem macierzyństwa, a raczej z konfrontacją rzeczywistości z wyobrażeniami i wyidealizowanym obrazem matki serwowanym przez popkulturę, reklamę, ale – należałoby też dodać – religię katolicką i zakorzenioną w tradycji figurę Matki-Polki. Cytując autorkę:

W takiej sytuacji szpagatu między wizualnym a tekstualnym algorytmicznym autoportretem, rozpiętym między platformami Pinterest oraz Facebook, zostałam zdefiniowana jako ta, która na powierzchni dużo się uśmiecha, podczas gdy wewnątrz odczuwa rozrywane tkanki każdego fragmentu swojego ciała. W konsekwencji projekt *Porcelanki (Dark Mother)* stał się specyficzną formą wypowiedzi o cyfrowej figurze matki, o mnie, o kobietach do mnie podobnych, o kulturze, która generuje i wartościuje to, co społecznie akceptowalne, o portretach, które wytworzone są przez nasze cyfrowe ślady.

W efekcie powstało siedem grafik na kafelkach ceramicznych, inspirowanych fotografiami z Printesta i zestawionych ze szczerymi wyznaniem kobiet przytłoczonych ciężarem macierzyństwa. Seria została pokazana również jako instalacja w przestrzeni publicznej i animacja na bazie dokumentacji działania, w której słyszymy potępiające wobec autorek

komentarzy facebookowych uwagi, wyrażane przez osoby oglądające instalację, a niektóre kobiety – odbiorczynie pracy, próbowały zdemontować kafelki. Autorka podsumowuje swoją realizację:

Połączyłam w niej trzy elementy: wizerunkowy uśmiech, ukrywany gniew i publiczny ostracyzm wyrażający niezgodę na złość i demontaż tego, co społecznie uznane.

Uwagę przyciąga też sposób przetworzenia fotografii w zgrafizowaną, rysunkową formę. Mimo iż pozy kobiet – wdł. rekordów wyszukiwania z Printera – matek i towarzyszących im dzieci wyrażają spokój, harmonię i spełnienie, wszystkie postaci mają siny cień wokół oczu. Ten drobny graficzny element zaburza sielankowy nastrój przedstawienia i wprowadza niepokój.

Ponieważ Lidia Krawczyk nie podaje tej informacji, zastanawia mnie, czy zapytała autorki komentarzy o zgodę na użycie w przestrzeni publicznej ich wypowiedzi, wyrażanych w zamkniętej, niepublicznej grupie na Facebooku. Autorki pozostały w przestrzeni pracy anonimowe, jednak jeśli nie wiedziały o użyciu komentarzy, nasuwa się pytanie, na ile facebookowe grupy tego typu są bezpieczną przestrzenią wsparcia, a na ile stwarzają tylko iluzję bliskości, gdzie dzielimy się swoimi wyznaniem z ludźmi, którzy z różnych powodów do takich grup dołączają, a także z botami czy fejkowymi kontami.

W projekcie *Falling*, doktorantka analizuje inny wizerunek kobiety przefiltrowany przez social media – figurę modelki. Następuje tu szczególne zapętlenie, ponieważ zawodowa modelka powinna pozować tak, aby pokazać atuty swojego ciała, a zarazem/tym samym atuty produktu, który reklamuje. Autorka znów skorzystała z wyników wyszukiwania na platformie Pinterest, tym razem po wpisaniu hasła „model poses”. Lidia Krawczyk bada tu alfabet gestów do wyuczenia, aby pozować zgodnie z obowiązującymi standardami, a więc takimi, które przełożą się na ilość lajków, komentarzy i ogólnie widzialności w sieci, której znakiem jest wykreowany przez nas, a właściwie przez zarządzające treścią algorytmy wizerunek, który pozornie może wyrażać naszą indywidualną ekspresję, a w rzeczywistości sprowadza nas do określonego standardu, kategorii i etykiety. Cytując autorkę:

Aby być widzialnym należy praktykować rytuały mediów społecznościowych, trzymać się wytycznych, sprawdzonych metod przynoszących sukces. Na straży porządku stoi cały sztab specjalistów wdrażających i pilnujących poprawności instrukcji. Administrują nie tylko zasadami, które zadowolą algorytm, ale także zarządzają swoim własnym statusem służbowym nazywając siebie: social media marketing specialist, social media manager (...).

Lidia Krawczyk chcąc zwrócić uwagę na ten mechanizm, wybrała pozy, które są przerysowaną, nadmiarową wersją „akceptowalnych, gromadnie wypracowanych gestów”. Są to czarno-białe rysunki pozujących par kobiet, wykonanych na bazie fotografii z Printera prezentowane w formie wielkoformatowych wydruków na tkaninie. Co ciekawe, forma ich, choć współczesna, przypomina nieco secesyjne, wystylizowane grafiki Aubreya Beardsleya. Tu pojawia się pytanie, którego doktorantka nie zadaje – jak na facebookowe algorytmy wpływają wcześniejsze reżimy piękna zaczerpnięte ze sztuki i popkultury – sprowadzanie ciała kobiet do estetycznego znaku, harmonijnych linii i kształtów w obrazach dawnych mistrzów, ideału piękna wyrażonego choćby w wizerunkach Wenus, a potem w popkulturze.

Pixelated Cookies to sześć wielkoformatowych grafik cyfrowych – kolaży rysunkowo-fotograficznych wykonanych na podstawie wyników wyszukiwania na platformie Pinterest po wpisaniu hasła „Portrait”. Doktorantka stawia w tym projekcie pytania o to jakimi śladami dzielimy się w przestrzeni cyfrowej, gdzie udostępniane piksele krążą i meandrują, co z tym śladem dzieje się wewnątrz cyfrowej pajęczyny? Zwraca uwagę, że podobnie jak zostawiamy swój ślad w przestrzeni, np. spacerując po leśnym runie, tak też zostawiamy cyfrowy ślad w internecie – zdjęcie opublikowane ze spaceru na Facebooku czy Google maps. Autorka uzmysławia jak ten cyfrowy ślad jest dalej przekazywany, od aplikacji, w której pozostawiliśmy dane, np. w postaci fotografii czy cookies w wyszukiwarce, poprzez powiązane ze sobą platformy, takie jak Facebook, Instagram, Messenger, WhatsApp itd. do „sprzedawcy kaloszy”. Aplikacje te też analizują naszych znajomych i kojarzą nas w podobne grupy konsumentów, na podstawie użytkowanych produktów i miejsc. Jak pisze doktorantka:

Wartość naszych danych jest tak bezcenna, że są one zasysane z niemalże każdej naszej aktywności, nawet tej, która była „widziana” wyłącznie przez algorytm (...) Zdjęcie, które wykonaliśmy, aby pamiętać, dla nas jest wrażeniem, uczuciem chwili, które następnie się zwielokrotnia, mnoży i buduje cyfrowe formy człowiecze. Wymazuje naszą podmiotowość i różnorodność na rzecz sklecenia wielu nas na swoje podobieństwo zarządzając predykcją, tym, co będzie nam na pewno potrzebne. Zostaliśmy przekształceni w ciasteczkowe piksele, których im więcej uda się zgromadzić, tym ogólny obraz staje się pełniejszy i wyraźniejszy a przez to bardziej wartościowy dla firm technologicznych, a nas zamieniając w zaszumione figury bez tożsamości.

Pixelated cookies – sześć wielkoformatowych portretów z fragmentami twarzy zamienionymi ma piksele powłoki, maski, protezy twarzy, chciałoby się raczej zatytułować *Pixelated zombies* – postaci „nie żywe i nie martwe”, jak pisze autorka: zaszumione figury bez tożsamości.

W *Digital figures (Google)* autorka również posłużyła się wynikami wyszukiwania hasła „Portrait” na platformie Prtinterest. Następnie skleiła fragmenty fotografii twarzy w sposób, który uwypukla nieprzystawalność poszczególnych elementów, demaskuje fakt, że cyfrowe byty powstałe z zestawień ludzkich twarzy, nie są wizerunkami ludzi. Są częściowo niewykończone i otwarte na uzupełnienia, na niektórych widać puste miejsca, braki, co nawiązuje do możliwości skierowania przez użytkowników do operatorów stron internetowych żądania usunięcia śladów swojej obecności tzw. „online eraser”.

Sześć cyfrowych grafik kolorystyką nawiązuje do logo firmy Google pojawiającego się na stronie przeglądarki. Każda z grafik, oprócz zmodyfikowanego wizerunku twarzy, zawiera też jedną literę z nazwy korporacji. Impulsem do stworzenia tych prac była lektura książki wspomnianej już Zuboff *Wiek kapitalizmu inwigilacji. Walka o przyszłość ludzkości na nowej granicy władzy* oraz fakt, że firma Google jako pierwsza zgłosiła patent pod nazwą „Generowanie informacji o użytkownikach do wykorzystania w ukierunkowanej reklamie”, dzięki któremu korporacja zyskała dostęp do danych behawioralnych, pomocnych w profilowaniu użytkownika i np. wyświetlaniu spersonalizowanych reklam. Ślady jakie pozostawiamy w przeglądarkach, nie tylko zdjęcia, wpisy, ale też zapamiętane strony i wyniki wyszukiwania służą do głębokiego uczenia maszynowego i przyporządkowania nas do, jak pisze Lidia Krawczyk, określonej klasy wirtualnych awatarów, by na ekspresowych aukcjach internetowych można było kupić naszą uwagę za czterdzieści bądź sześćdziesiąt centów na kliknięcie (Cost Per Click).

W ostatnim rozdziale zatytułowanym *Performowanie maskarady*, doktorantka podejmuje temat sztucznej inteligencji, opartej na głębokim uczeniu maszynowym, do którego wykorzystywane są dane pozostawione przez użytkowników w sieci. Analizuje znaczenie tego terminu, a także to, jak funkcjonuje on w świadomości społecznej oraz dyskursie medialnym. Powołując się na literaturę przedmiotu i najczęściej pojawiające się określenia SI, zwraca uwagę, że to termin wokół którego narosło wiele nieprawdziwych przekonań i emocji, od ekscytacji po lęk. Termin sztuczna inteligencja, jak podaje autorka, spaja różne odmiany działań technologii opartych na obliczeniach matematycznych, których zadaniem jest symulowanie działania ludzkiego umysłu. Podstawą takich systemów jest algorytm – „ciąg instrukcji logicznych, które mówią od początku do końca, jak wykonać określone zadanie”. Głębokie uczenie maszynowe, z którego rezultatami eksperymentuje doktorantka w swoich pracach, to kolejny, głębszy poziom sztucznej inteligencji (SI), używającej do obliczeń sztucznych sieci neuronowych. To generatywna sztuczna inteligencja, w tym duże modele językowe (large language models, LLM), które nie wyszukują informacji w bazach danych ani w Internecie, lecz generują nowe sekwencje słów na podstawie przewidywania kolejnych wyrazów w zdaniu.

Następnie autorka przybliży metody trenowania sztucznej inteligencji, do których potrzebne są ogromne bazy danych, a w przypadku rozpoznawalności ludzkiej twarzy, wizerunki osób różnej płci, w różnym wieku, o różnych kolorach skóry. Dane te pochodzą z platform, na których zostają dane użytkowników, takich jak Google, You Tube czy Flickr, i są, jak pisze doktorantka, wykorzystywane bezprawnie przez firmy takie jak Runway, OpenAI, Anthropic, Apple, Nvidia, Salesforce czy Clearview AI, zajmującą się identyfikacją twarzy i współpracującą z organami ścigania USA. W tej części opisu pracy doktorskiej autorka na podstawie źródeł przedstawia szereg budzących wątpliwości procedur i nadużyć związanych z wykorzystywaniem przez korporacje zajmujące się rozwojem SI danych pochodzących od użytkowników cyfrowych platform. Na potrzeby rozprawy doktorskiej i własnych zainteresowań artystycznych, Lidia Krawczyk skupia się właśnie na modelach do rozpoznawania twarzy, których niebagatelny kontent stanowią nasze selfie. Jak pisze autorka:

Nasze *selfie* mogą zostać użyte do „trenowania i testowania algorytmów służących różnym celom związanym z biometrią – rozpoznawaniu twarzy przy kontroli paszportowej, nadzorowi nad tłumem, automatycznemu prowadzeniu pojazdów, robotyce, a nawet analizie emocji na potrzeby reklamy”

Dalej Lidia Krawczyk przedstawia projekt prowadzony profesor Fei-Fei Li z Artificial Intelligence Laboratory na Uniwersytecie Stanforda, będący bazą treningową dla modelu widzenia komputerowego, porównywalnego do możliwości ludzkiej percepcji. W 2020 roku w zbiorze tym zebranych zostało ponad czternaście milionów fotografii podzielonych na około dwadzieścia tysięcy kategorii, gdzie każdej fotografii znajdującej się w bazie należało nadać stosowną etykietę. Tu Lidia Krawczyk wskazuje na niebezpieczny proceder, gdzie pod lansowanym w dobie kapitalizmu hasłem połączenia nauki z biznesem, do etykietowania fotografii werbowano z całego świata rzesze pracowników tymczasowych, za pośrednictwem Amazon Mechanical Turk.

Ta baza danych została poddana krytycznej analizie przez Kate Crawford we współpracy z Trevorem Paglenem w projekcie badawczo-artystycznym *Excavating AI* w 2019 roku, którzy wydobyli z niej listę etykiet, jakie nadawano wizerunkom człowieka. Wśród ok. 3000 określeń

opisujących kategorię osoby, znalazły się takiej jak: zła osoba, dziewczyna na telefon, narkoman, gej w ukryciu, skazaniec, szaleniec, nieudacznik.

Lidia Krawczyk w swoim wywodzie poddaje pod wątpliwość termin "sztuczna inteligencja", którą to nazwę biorąc pod uwagę jej argumenty, nadajemy na wyrost treściom generowanym i organizowanym przez maszyny, gdyż nie są one samodzielne i obiektywne, lecz skażone uprzedzeniami i stereotypami zawartymi w danych wyjściowych. Jak argumentuje Krawczyk „rabish in - rabish out”, więc nie możemy traktować „halucynacji” SI wygenerowanych na wadliwie zebranych zbiorze danych, jako wiarygodny obraz rzeczywistości.

Przedstawione powyżej rozważania stanowią teoretyczną podstawę do trzech cykli prac: *Womanhood*, *How to be seen*, *Rich Lazy Happy San Anxious Beautiful Man*, *Neither Artificial, Nor Intelligence*. Cykl *Womanhood*, wpisuje się w zaznaczone już wcześniej przez doktorantkę zainteresowania fotografią i wizerunkiem twarzy ludzkiej, a w odniesieniach do wyobrażeń kobiecości, bliski jest analizowanym już cyklom *Porcelanki (Dark Mother)* oraz *Falling*. Tu autorka bierze na warsztat inną kliszę kobiecości – histeryczkę. Histeria (od gr. Słowa hystera – macica), uznawana była wcześniej za chorobę, na którą cierpiały kobiety, a która miała objawiać się nadmierną emocjonalnością, płaczliwością, ogólnie zaburzeniami nerwicowymi i dysocjacyjnymi. Na podstawie utrwalonych stereotypów płci, takie zachowania identyfikowano właśnie u kobiet, jako istot, które „z natury” mają trudności w panowaniu nad emocjami. W rzeczywistości histeria jako choroba psychiczna to konstrukt oparty na uprzedzeniach, który szczególną popularność zyskał w XIX w., na przecięciu zakorzenionych w kulturze i tradycji przekonań o kobiecości, medycyny rozwijającej się jako nauki zdominowanej przez lekarzy mężczyzn i fotografii jako obiektywnego dokumentu rzeczywistości, która zaczęła zapełniać archiwa, również medyczne.

Trzy rysunki Lidii Krawczyk wykonane zostały na podstawie jeszcze tej przedinternetowej fotografii, na której udokumentowano „napady hysterii” pacjentek szpitala psychiatrycznego Salpêtrière w Paryżu. Pracujący tam lekarze - Guillaume-Benjamin Duchenne de Boulogne i Jean-Martin Charcot przy padaniu przypadków chorób psychicznych używali fotografii do dokumentowania twarzy pacjentek wyrażających skrajne emocje. Ponadto Duchenne wynalazł elektrowstrząsy, a więc metody na pobudzanie impulsami elektrycznymi mięśni twarzy osób poddawanych badaniu. Charcot, zainteresowany uzewnętrznianiem emocji, organizował spektakle z udziałem „histeryczek” poddanych hipnozie. Ingerencja lekarzy, jak powiedzielibyśmy dziś w „dane wyjściowe”, aranżowanie spektakli czy swoistego performance dla fotografii, przekreśliła wiarygodność ich badań.

Autorka przy omawianiu cyklu *Womanhood* przypomina efekty badań Paula Ekmana, który na podstawie utrwalanych na kliszy fotograficznej ludzkich emocji, wyróżnił sześć uniwersalnych, ludzkich uczuć, doświadczanych przez całą populację: szczęście, smutek, złość, strach, zaskoczenie i obrzydzenie. Te właśnie kategorie emocji, które mają wyrażać utrwalone na fotografii grymasy twarzy, służą do trenowania sztucznej inteligencji. Lidia Krawczyk w projekcie *Womanhood* i swojej argumentacji kwestionuje wiarygodność tych metod, zwracając uwagę, że mimika twarzy nie musi oddawać odczuwanych uczuć według kategorii Ekmana. Podobnie jak w przypadku kobiet odgrywających spektakl hysterii, istnieje spore ryzyko, że mamy do czynienia z symulacją uczuć zamiast faktycznego ich odczuwania.

Zwłaszcza, gdy w uczeniu maszynowym przetwarzane są miliony zdjęć, bez brania pod uwagę towarzyszącego ich powstaniu kontekstu.

How to be seen, to również seria, do której punktem wyjścia był prompt „portret”, gdzie platforma Printinterest zarekomendowała autorce 45 portretów ludzi, zarówno rozpoznawalnych jak i anonimowych, historycznych i współczesnych. Wykonane na ich podstawie wielkoformatowe rysunki zostały rozpoznane jako ludzie w systemie visage|SDK firmy Visage Technologies, który promowany jest jako wysoce skuteczny w określaniu sześciu emocji z katalogu Paula Ekmana. Portrety postaci zestawione są z kategoriami, które przypisała im sztuczna inteligencja. Autorka zwraca uwagę, że SI myli się w ocenie emocji, jak również w kategoryzowaniu portretów w dł. płci. Jak pisze autorka:

Sztuczna inteligencja ściemnia, halucynuje, podaje nam fakty, wobec których jednak wydajemy się bezbronni, bo jakże można zakwestionować działanie matematycznych obliczeń i statystycznych opracowań. Maszyna najwyraźniej widzi więcej niż człowiek, jest nieomylna, a zatem bardziej wiarygodna.

Ten ironiczny komentarz jest zbieżny z tezą przedstawioną przez historyka Yuvala Noaha Harariego, który zauważa, że wiara w wiarygodność danych - Dataizm jest naszą nową religią.

W serii prac pt. *Neither Artificial, Nor Intelligence*, doktorantka bierze na warsztat model generatywnej SI o nazwie Firefly udostępniony użytkownikom przez firmę Adobe i wykonuje serię prac, najpierw zaraz po uruchomieniu tej opcji i potem kilka miesięcy później, w czasie których Firefly udoskonalono metodami testów i treningów. Autorka, co istotne dla tej serii prac, przestudiowała metodę, na której Adobe oparło Firefly, mianowicie współpracę ze sobą dwóch sieci neuronowych, z których jedna ma produkować obrazy, a druga sprawdzać ich wiarygodność. Taki trening SI zostaje przerwany, gdy jedna sieć zaczyna regularnie oszukiwać drugą, co oznacza, że obrazy zostały całkowicie wygenerowane przez SI. Filip Wang korzystając z tej zasady opublikował swój model jako stronę internetową zatytułowaną „Radom Face Generator – This Person Does Not Exist”, która jest bankiem twarzy nieistniejących ludzi i z której można korzystać i dowolnie te wizerunki modyfikować.

Lidia Krawczyk wykorzystując wspomnianą SI Firefly i Adobe Sensei oraz program Adobe Photoshop tworzy serię wizerunków zadając SI m.in. takie promty jak „Mark Zuckerberg”, „Robert Lewandowski”, „CEO Microsoft” czy „Lazy Woman”. W przypadku wygenerowanych obrazów z promptem „Man with a cat” czy „Robert Lewandowski”, „halucynogenne wizje SI” zrobiłyby wrażenie na samym Witkacym, jednak „walory artystyczne” takiego „dzieła” odbiegają zdecydowanie od obrazów z jego firmy portretowej. Natomiast seria *Lazy Woman*, w świetle wcześniejszej argumentacji Lidii Krawczyk, zapewne nieprzypadkowo przedstawia głównie kobiety o nieeuropejskich rysach twarzy i ciemnej karnacji, choć to chyba właśnie one pracują najciężej...

Serię prac zaprezentowanych jako rozprawa doktorska, Lidia Krawczyk kończy realizacją pt. *Rich Lazy Happy Sad Anxious Poor Beautiful Man*. Tu autorka przy użyciu napisanego przez nią algorytmu daje ze zadanie sztucznej inteligencji wygenerowanie obrazów ludzi jak wskazuje tytuł – bogatych, biednych czy smutnych. Interesuję ją jak SI radzi sobie z interpretacją emocji i jak sportretuje określone typy ludzi. W ramach badania artystycznego doktorantka wygenerowała ok. 1000 portretów, z czego w omawianej pracy prezentuje 60, ułożonych w sekwencje obrazów odnoszących się do tego samego pojęcia. Rezultaty swoją

naiwnością – jak twarz bogatego człowieka oklejona banknotami – mogą bawić, lub niepokoić, gdy widzimy brudną twarz osoby sportretowanej jako biedna. Można by tu odpowiedzieć, że przecież generowanie tych obrazów to rodzaj zabawy, która nikomu nie szkodzi. Jednak Lidia Krawczyk w swojej realizacji doktorskiej przestrzega nas przed zbyt lekkim traktowaniem wytworów SI, jak również przed bezrefleksyjnym, powodowanym chwilową emocją czy chęcią rozrywki udostępnianiem naszych danych wizerunkowych gigantom cyfrowym. W obecnej rzeczywistości z jednej strony obowiązują surowe zasady RODO chroniące nasze dane personalne, a praktyczne ich stosowanie w niektórych sytuacjach ociera się o absurd, z drugiej strony, chętnie udostępniamy korporacjom takim jak Google czy Meta, najbardziej prywatne i intymne aspekty życia za chwilowy skok dopaminy, a często wręcz odwrotnie – spadek nastroju, wywołany sprawdzeniem co nowego na portalach społecznościowych. Tu jednak nasuwa się najistotniejsze pytanie. Jak w scyfryzowanym i usieciowionym świecie możemy chronić się przed wyludzeniem danych? Czy w ogóle zależy nam na tym, czy nie jest to już zbyt duży wysiłek, zwłaszcza, że bycie „connected” daje nam poczucie bycia w społeczności. Czy usieciowienie musi odbywać się na zasadach i przy użyciu narzędzi narzucanych przez cyfrowe korporacje?

3. Ocena rozprawy doktorskiej

Rozprawa doktorska mgr Lidii Krawczyk pt. *Maskarady*, to kompleksowe i wnikliwe opracowanie problemu wpływu platform cyfrowych i sztucznej inteligencji na kulturę wizualną i interakcje społeczne, przy użyciu metod artystyczno-badawczych i serii realizacji artystycznych. W opisie pracy autorka popiera swoje tezy naukową literaturą, przez co stanowi on teoretyczne dopełnienie serii prac artystycznych prezentowanych jako rozprawa doktorska.

Animacje tekstowe autorstwa Lidii Krawczyk wpisują się w nurt sztuki zaangażowanej oraz analizującej rzeczywistość z perspektywy feministycznej. Przywodzą na myśl prace Barbary Kruger, która feministyczne treści łączy z krytyką konsumpcyjnego stylu życia oraz demaskuje szkodliwe społecznie wzorce zachowań. Lidia Krawczyk, podobnie jak Kruger, jest artystyczną sygnalistką. Kruger tworzyła swoje kolaże z treści i reklam z gazet, które reorganizowała w sposób demaskujący opresyjny charakter relacji społecznych zorganizowanych według patriarchalnych oraz kapitalistycznych reguł. Lidia Krawczyk używając animacji cyfrowych, podobnie jak Kruger, stosuje strategię stosowaną przez Sytuacjonistów jako *détournement*, a więc przejmowania narzędzi kontrolujących nas za pomocą określonych treści i ujawniania zasad działania tych mechanizmów perswazji oraz kontroli. Animowane tekstowe manifesty Lidii Krawczyk kojarzą się też z twórczością Jenny Holzer, która za pomocą tekstu wizualnego tworzy zwięzłe komunikaty skłaniające do dłuższej refleksji nad tym co oczywiste, a jednak wyparte ze świadomości społecznej.

Lidia Krawczyk w swoich animacjach nie formułuje bezpośrednio treści feministycznych, do których wyraźnie odnosi w seriach *Porcelanki (Dark Mother)*, *Falling* czy *Womanhood*. Jednak samo użycie narzędzi cyfrowych w celu krytyki i demaskacji dominującego trendu – przejmowania przez cyfrowe korporacje kontroli nad naszymi zachowaniami oraz modelowania ich, tak aby generowały zysk dla akcjonariuszy gigantów cyfrowych – jest w tym przypadku działaniem cyberfeministycznym. Już ponad dwie dekady temu cyberfeministyczne badaczki jak Rosi Braidotti czy artystki z grupy VNS Matrix postulowały, że aby sieć stała się przestrzenią horyzontalną i inkluzywną – trzeba wyrwać joysticki z rąk

technokowbojów. Podkreślały też konieczność sojuszu badaczek, programistek i artystek w celu wpływu na projektowanie interfejsów i narzędzi cyfrowych. Marzy mi się więc nagła awaria Facebooka, gdzie zamiast codziennych przechwałek, sporów i hejtu, zobaczylibyśmy na ekranie smartphona lub komputera animacje Lidii Krawczyk. Choć szkoda, że mimo iż animacje powstały w kontekście polskim, są tylko po angielsku, potwierdzając tym samym hegemonię kultury anglosaskiej, której cyfrowych produktów jesteśmy użytkownikami.

Rozprawa doktorska Lidii Krawczyk uzmysławia jak platformy cyfrowe – przynajmniej według ich twórców zaprojektowane by rozwijać przy użyciu technologii więzi społeczne, a także by służyć szybkiemu dostępowi do wiedzy – stały się narzędziami dużej mierze społecznie szkodliwymi. Z perspektywy przeciętnej użytkowniczki sieci internetowej i dostępnych dzięki niej aplikacji, trudno mi powiedzieć na ile taki scenariusz wydarzeń był zaprojektowany na etapie wprowadzania tych produktów. A na ile startupy, które rozwinęły się w giganty takie jak Google czy Meta, dostrzegły ogromne zyski w zawoalowanym wyłudzeniu naszych danych i manipulowania zarówno nimi, jak i naszymi zachowaniami, poprzez wciąganie użytkowników w cyfrowe uzależnienie.

Lidia Krawczyk w swojej rozprawie doktorskiej zasadniczo skupia się na fenomenie selfie i fotografii twarzy udostępnianych na platformach cyfrowych, które następnie służą do trenowania sztucznej inteligencji. Autorka analizuje te procedury, a następnie w sposób przemyślany i krytyczny odnosi się do nich w swoich realizacjach. Dzięki jej projektowi artystyczno-badawczemu przeciętna osoba korzystająca z zasobów SI jest w stanie zrozumieć jej działanie.

Jeżeli miałabym wskazać czego zabrakło mi w opisie rozprawy Lidii Krawczyk, to szkoda, że autorka nie usytuowała swojego projektu w relacji do selfiefeminizmu, prac innych prac artystek, podejmujących w sposób krytyczny temat selfie – jak performatywna strategia Iwony Demko, która robi sobie serię „brzydkich” selfie. Demko łamie przyjęte zasady autoprezentacji w sieci, szczególnie kobiet, które często starają się wyglądać na młodsze, szczuplejsze i ogólnie atrakcyjne, aby sprostać obowiązującemu reżimowi piękna. Do wizerunków w mediach społecznościowych nawiązywała też wystawa *Na pozór silna dziewczyna, a w środku ledwo się trzyma* kuratorowana przez Zofię Krawiec. Ciekawa jestem jak Lidia Krawczyk postrzega swoją twórczość w kontekście prac innych polskich artystek sięgających po bliską jej tematykę. Nie wymienia również Anety Grzeszykowskiej i jej cyklu *Portrety*, która już w 2005 roku stworzyła portrety nieistniejących ludzi.

Lidia Krawczyk odnosi się w swojej pracy do pojęcia symulacji, więc trudno nie wspomnieć tu Jeana Baudrillarda – fotografa i twórcy teorii symulakrów, który już w latach 80., analizując media takie jak prasa i telewizja, sformułował teorię pokazującą ewolucję znaku, od reprezentacji określonego elementu rzeczywistości do symulakrum, które skrywa, że rzeczywistość nie istnieje. Takim właśnie symulakrum są wytwory sztucznej inteligencji, którą poprzez swoje prace analizuje Lidia Krawczyk.

Tytułowe Maskarady, które Lidia Krawczyk demaskuje w swojej pracy, wydają się być kolejnym etapem społeczeństwa spektaklu, o którym pisał Guy Debord w książce o tym samym tytule. Relacje społeczne są zapośredniczone przez medialny spektakl. A miejsce doświadczania zajęła reprezentacja. Bo czy nie stało się już nawykiem robienie sobie grupowego selfie podczas miłego spotkania, zabawy ze znajomymi, wizyty w niesamowitym miejscu? Czyżby nasze doświadczenia były mniej wartościowe, jeśli nie opublikujemy

dowodu na ich przeżywanie w social mediach i nie zbierzemy polubień i komentarzy za post? A tym samym nie nakarmimy naszym kontentem baz, z których korzysta SI?

Lidia Krawczyk w swojej rozprawie doktorskiej podejmuje niezwykle istotny problem naszej interakcji z platformami cyfrowymi i rozwojem sztucznej inteligencji. To krytyczna analiza i ostrzeżenie wobec kierunku w jaki zmierzają narzędzia cyfrowe oparte na generatywności i jak nasza aktywność w sieci jest wykorzystywana przez gigantów cyfrowych. Autorka używa szerokiego spektrum środków wizualnych, opartych zarówno na technologiach cyfrowych, jak i tradycyjnego medium artystycznego - rysunku. Wychodzi również ze swoimi realizacjami z przestrzeni internetu, jak w przypadku serii *Porcelanki (Dark Mother)* z zamkniętej grupy na Facebooku w przestrzeń publiczną, przekraczając tym samym sferę tabu.

4. Konkuzja

Rozprawa doktorska Lidii Krawczyk świadczy o jej głębokiej świadomości jako artystki i badaczki, umiejętności posługiwania się językiem sztuki, a także o zdolności analizy, porządkowania oraz interpretacji zagadnień teoretycznych na potrzeby pracy artystycznej, którą zrealizowała na bardzo wysokim poziomie. Biorąc pod uwagę powyższe argumenty, stwierdzam, że rozprawa mgr Lidii Krawczyk pt. *Maskarady* jest pracą niezwykle istotną z perspektywy współczesnych dyskursów, stanowi oryginalne rozwiązanie problemu artystycznego oraz spełnia wymagania określone w art. 187 Ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (Dz.U. z 2018 poz.1668 ze zm.). Tym samym wnioskuję o nadanie Pani mgr Lidii Krawczyk stopnia doktora sztuki w dyscyplinie sztuki plastyczne i konserwacja dzieł sztuki.

A. Leśniak