

## ***Virtual Humans* w mediach syntetycznych. Sztuczna empatia wizerunków bez podmiotu**

Ada Florentyna Pawlak

TEKSTY DRUGIE 2025, NR 1, S. 44–63

DOI: 10.18318/td.2025.1.3 | ORCID: 0000-0002-1899-8273

### **Preludium. Ciało edytowalne**

Technologia, która przenika daną epokę, wpływając na sposób życia, organizację społeczną, gospodarkę, naukę i sztukę, jednocześnie jest technologią definiującą wyobrażenia człowieka o sobie samym. Nowożytna nauka dokonywała wielu porównań ciała i umysłu człowieka do wynalazków mechanicznych, takich jak zegary, skrzynie muzyczne, urządzenia hydrauliczne czy maszyna parowa. Każde z tych porównań odnosiło się do najnowszego, najbardziej zaawansowanego technicznie procesu w tamtych czasach, maszyn i urządzeń technicznych powszechnego użytku. Konstruując inteligentną maszynę, człowiek tworzył obraz siebie, natomiast relacja między nim a jego wytworem zyskiwała szczególne znaczenie antropologiczne – wpływała na wyobrażenia o relacjach z innymi, sposobach myślenia o procesach społecznych, stając się podstawą

**Ada Florentyna Pawlak** – dr, antropolożka technologii, prawniczka i historyczka sztuki, wykładowczyni (SWPS, AGH, UŁ, Akademia im. Leona Koźmińskiego, Collegium Civitas) i speakerka w obszarze nowych technologii. Badaczka w Centrum Badań nad Sztuczną Inteligencją i Cyberkomunikacją UŁ. Specjalizuje się w społecznych implikacjach sztucznej inteligencji i transhumanizmu. Członkini założycielka Polskiego Stowarzyszenia Transhumanistycznego. Według „Forbes Women” jedna z 22 najbardziej wpływowych Polek w nauce i biznesie w 2022 roku, wyróżniona w rankingu Top 100 Women in AI in Poland, laureatka projektu Jutronauci „Gazety Wyborczej” & Kulczyk Investment. Tworzy i realizuje projekty edukacyjno-rozwojowe i integracyjne dla szkół, firm i grup wielopokoleniowych.

nowej filozofii, wartości estetycznych, rytuałów i form kultury. Bryan Turner twierdzi, że w nowoczesnych systemach społecznych ciało jest fundamentalnym polem działalności politycznej i kulturowej. Wprowadza termin „społeczeństwo somatyczne”, podkreślając, że status ciała we współczesnej kulturze odzwierciedla bezprecedensowe zjawisko jego indywidualizacji<sup>1</sup>. Indywidualizacja jest zestawem praktyk, przez które jednostki są identyfikowane i odróżniane od siebie za pomocą znaków, numerów i kodów czerpanych z wiedzy na temat populacji i związanych z ustanowieniem norm<sup>2</sup>. Anthony Giddens dodaje, że refleksyjnie zmobilizowana tożsamość postrzega ciało jako plastyczne i czuje się odpowiedzialna za projekt własnej cielesności<sup>3</sup>.

Zachodnie społeczeństwa mają tendencję do postrzegania ciała jako będącego nieustannie w procesie stawania się – projektu, nad którym powinno się pracować i który należy realizować jako część jednostkowej tożsamości<sup>4</sup>. Staje się ono plastycznym tworem, czasami kształtowanym jako prywatny zasób, a czasem jako społeczny symbol, przekazujący informacje tożsamościowe. Inspirowana teorią szkoły frankfurckiej, Eva Illouz analizuje funkcjonowanie stosunków międzyludzkich w sieci, koncentrując się na popularnym umieszczaniu własnego wizerunku w serwisach internetowych<sup>5</sup>. Autorka wskazuje, że dla użytkowników nadzwyczaj wyczulonych na swój wygląd fizyczny ciało jest głównym źródłem wartości społecznej i ekonomicznej. To za jego pomocą konkurują oni z innymi, wystawiając ciała na widok publiczny. Wygląd ciała, jego rozmiar, kształt są potencjalnie otwarte na proces rekonstrukcji zgodnie z założeniami właściciela i stopniem zaabsorbowania transformacją. W mediach społecznościowych wizerunki ciał od lat są wielowymiarowo edytowane. „Cyfrowe ciało” może być poddane rozmaitym metamorfozom przy udziale powszechnie dostępnych narzędzi do obróbki obrazu, wbudowanych w aplikacje smartfona (np. odmładzane, wyszczuplane,

1 B.S. Turner, *Regulating Bodies. Essays in Medical Sociology*, Routledge, London 1992, s. 12.

2 B.S. Turner, *An Outline of a General Sociology of the Body*, w: *The Blackwell Companion to Social Theory*, red. B.S. Turner, wyd. 2, Blackwell, Oxford 1999, s. 87.

3 A. Giddens, *Nowoczesność i tożsamość*, przeł. A. Szulżycka, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010, s. 142.

4 Ch. Shilling, *Socjologia ciała*, przeł. M. Skowrońska, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010, s. 19.

5 E. Illouz, *Uczucia w dobie kapitalizmu*, przeł. Z. Simbierowicz, Oficyna Naukowa, Warszawa 2010, s. 119.

wydłużanie). Edytory kształtów ciała (np. RetouchMe<sup>6</sup>, Peachy Body Editor<sup>7</sup>) to aplikacje przeznaczone do manipulowania obrazem, umożliwiające w prosty dla użytkownika sposób dokonywanie całkowitej transformacji. Cieleśność pokazywana w mediach społecznościowych to poddana cyfrowej edycji reprezentacja ciała biologicznego, które staje się obrazem odpornym na upływ czasu. Dostępne narzędzia pozwalają dzielić obraz ciała na części, zmniejszać, powiększać, montować, kopiować, przez co można tworzyć wyimaginowane ciała, postrzegane jako własne. Reprezentacje ucieleśnionych podmiotów w kulturze cyfrowej są niczym widma – ciało zostaje uwikłane w wizualną ekonomię nieskończonej cyrkulacji, jest fetyszyzowanym obiektem obsesyjnej troski indywidualnej (*self-management*). Walory ciała i sposób jego prezentacji nadają człowiekowi wartość w „kulturze prawego kciuka”. Frank Biocca zauważa, że cyfrowe manifestacje odmieniają też wewnętrzny obraz ciała. Ciało wirtualne (awatar) konkuruje z ciałem fizycznym o wpływ na kształt ciała fenomenalnego, co powoduje nieustanne oscylacje<sup>8</sup>. Cyberprzestrzeń, pełna zrekonstruowanych, zmutowanych, odmienionych wizerunków, jako pierwsza złożyła fascynującą obietnicę możliwych doskonalszych wcieleń. Współczesny użytkownik technologii, zanurzony w kulturze edytowalnego obrazu, odczuwa nierzeczywistość świata, egzystując na granicy prawdy i fikcji. W kulturze cyfrowej zmienia się percepcja ucieleśnienia biologicznego.

Posthumanizm odpowiada na aktualne wyzwania cywilizacyjne i jako perspektywa badawcza jest reakcją na problemy współczesności, między innymi ekspansję technologii, w tym sprawcze oddziaływanie aktorów pozaludzkich. Charakteryzuje go posługiwanie się relacjonistyczną koncepcją osoby. Podmiot w tym ujęciu to podmiot relacyjny, który nieustannie się staje, jest wewnętrznie zróżnicowany, osadzony w konkretnym miejscu,

6 Funkcje RetouchMe obejmują korektę bioder, kształtu nóg, regulację bicepsów, usunięcie tłuszczu, wydłużenie każdej części ciała, rozświetlacz i bronz do skóry; zob. <https://retouch-me.com> (25.04.2024).

7 Peachy Body Editor to aplikacja do edycji ciała usuwająca zmarszczki i trądzik, wygładzająca skórę, zmniejszająca cienie wokół oczu, wybielająca zęby, dodająca objętości włosom i przyciemniającą brwi. Dzięki aplikacji użytkownik ma możliwość przekształcenia określonych aspektów sylwetki i rysów twarzy; zob. <https://play.google.com/store/apps/details?id=peachy.bodyeditor.faceapp&hl=pl&gl=US> (25.04.2024).

8 F. Biocca, *The Cyborg's Dilemma. Progressive Embodiment in Virtual Environments*, „Journal of Computer-Mediated Communication” 1997, nr 3.

czasie i ucieleśnieniu<sup>9</sup>. W posthumanizmie podmiotami są nie tylko ludzie, co oznacza, że także aktorom pozaludzkim, takim jak zwierzęta, rośliny, przedmioty, teksty, maszyny, przysługuje sprawczość pojmowana jako zdolność oddziaływania, wywoływania skutków, wchodzenia w relacje oraz zachowania potencjału transformacji – aktywnego przekształcania siebie i otaczającego środowiska. Inkluzja inteligentnych systemów w ludzką wspólnotę to proces stopniowy, mający korzenie w systemowym połączeniu awataryzacji (ciała jako projektu) oraz ciała-cyfrowej maski, skrywającej brak podmiotu. Uczestnik technokultury percypuje ciała za pośrednictwem ekranu, przetworzone przez technologię, i nie ma do nich dostępu w naturalnej formie. Rozbite zostaje źródłowe powiązanie podmiotowości z doświadczaniem cielesności, co ogranicza jej rolę w procesach komunikacyjnych. W aktach percepcji traci znaczenie fizyczny wymiar ciała, które oglądane na ekranie, staje się nieważkie, pozbawione substancji. Nie jest możliwe odróżnienie tego, co ludzkie, od nie-ludzkiego, ponieważ cielesny budulec przestaje być istotny – poddaje się imitacji, tak iż nie sposób odróżnić już ludzi od automatów. Nowe technologie urzeczywistniają „ciało, które się pokazuje”, dlatego należy odrzucić powszechne przeświadczenie, że to, co się jawi, zawsze jest substancjalne, biologiczne, rzeczywiste. Współczesne relacje międzyludzkie stają się coraz bardziej zindywidualizowane i wyabstrahowane z kontekstu biologicznego. Postrzeganie przyjemności opartej na interakcji z maszyną symulującą autonomiczny podmiot będzie realizowane poprzez coraz szersze uczestnictwo AI (Artificial Intelligence) w różnorodnych sytuacjach życiowych. Sztuczna inteligencja dzięki zaawansowanemu rozwojowi przyczynia się do tej transformacji, oferując nowe perspektywy i możliwości w interakcjach człowiek–komputer. Wygenerowane cyfrowo wizerunki mogą się jawić jako bardziej autentyczne niż ludzie, którzy nieustannie zmieniają noszone publicznie „maski”, przyjmując różne role w cyberprzestrzeni.

### **Wirtualne istoty jako opiniotwórczy agenci**

Istota wirtualna to jednostka cyfrowa (program), którą można zobaczyć na ekranie komputera, usłyszeć przez głośnik lub uzyskać do niej dostęp za pomocą sprzętu VR (Virtual Reality). Szczególnym podtypem istot wirtualnych

9 R. Braidotti, *Po człowieku*, przeł. J. Bednarek, A. Kowalczyk. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2014, s. 121-122.

są postacie, które wyglądają i zachowują się jak człowiek – cyfrowe sobowtóry osób żyjących (teraz lub w przeszłości) w świecie realnym (wirtualne klony) lub symulakry niemające desygnatu w świecie realnym. Pierwsze hiperrealistyczne wizerunki bez podmiotu, określane w branży informatycznej wymiennie mianem *MetaHumans*, *Virtual Beings*, *Digital Human*, *Virtual Human*, są popularyzowane od początku drugiej dekady XXI wieku jako awatary statyczne – wygenerowane komputerowo obrazy (CGI – *Computer Generated Image*). Ten globalny i transmedialny trend obejmuje postacie symulujące kobiety, takie jak Aitana Lopez<sup>10</sup>, Shudu<sup>11</sup>, Imma<sup>12</sup>, Lil Miguela<sup>13</sup>, AI Ailynn<sup>14</sup>, Leya Love<sup>15</sup> czy Code Miko<sup>16</sup>. Wirtualne postacie są projektowane przez twórców w konkretnym celu, podobnie jak każdy program czy maszyna mają wykonać określone zadania. Najczęściej ich rolą jest wywieranie wpływu społecznego przez komunikację z otoczeniem. Influencerzy są rozpoznawalni i posiadają grupę fanów, czyli osób obserwujących ich aktywność, tak zwanych followersów. Ich przekaz ma silny potencjał zarażania afektywnego niezależnie od tego, czy postrzega się ich jako wzory piękna, sukcesu i nowoczesności, sprawności i siły fizycznej, humoru, kreatywności czy energii twórczej. W książce *Bodies in Technology* Don Ihde wyróżnia cztery zasadnicze typy relacji z technologią, których konstytutywną cechą stanowi wywieranie silnego wpływu na człowieka<sup>17</sup>. W tak zwanej relacji odróżnienia (*alterity*) technologia doświadczana jest jako inny, zamieszkujący swój własny świat. Media syntetyczne<sup>18</sup> oferują całkowicie alternatywną rzeczywistość

10 [https://www.instagram.com/fit\\_aitana/](https://www.instagram.com/fit_aitana/) (25.04.2024).

11 <https://www.instagram.com/shudu.gram/> (25.04.2024).

12 <https://www.instagram.com/imma.gram/> (25.04.2024).

13 <https://www.instagram.com/lilmiquela?igsh=MXQ2OXdnB3bm1wYw==> (25.04.2024).

14 [https://www.instagram.com/ai\\_ailynn?igsh=YmhzcXBudDhoNTFo](https://www.instagram.com/ai_ailynn?igsh=YmhzcXBudDhoNTFo) (25.04.2024).

15 <https://www.instagram.com/leyalovenature?igsh=MXl5azEzMmMq1cjIqZg==> (25.04.2024).

16 <https://www.instagram.com/thecodemiko?igsh=MWw1Mzhnc3B2OXJ5NQ==> (25.04.2024).

17 D. Ihde, *Bodies in Technology*, University of Minnesota Press, Minneapolis 2002.

18 Definicja „mediów syntetycznych” nie ma jednego jasno określonego autora. Termin ten nabrał znaczenia w kontekście rozwoju technologii AI w mediach, szczególnie po roku 2017, kiedy zaczęto używać sztucznej inteligencji do generowania treści, takich jak deepfake’owe wideo i inne formy sztucznie stworzonej rzeczywistości medialnej. Media syntetyczne obejmują szeroki zakres technologii, w tym generowanie tekstu, obrazów, muzyki i wideo przy użyciu algorytmów sztucznej inteligencji. Zawartość ta jest tworzona przez maszyny,

dzięki obecności uwodzicielskiego czynnika imitacyjno iluzyjnego. Komunikaty sztucznych ludzi zwykle przyjmują formę „relacji z życia” w postaci zdjęć i filmów, opatrzonych komentarzami spajającymi całość w spójną narrację. Udostępniane treści mają na celu przyciągnięcie uwagi odbiorców – ich główną cechą jest atrakcyjność, charakteryzująca zarówno komunikaty kontrowersyjne, jak i te stylizowane na szczerze i spontaniczne. Atrakcyjność rynkowa CGI jest jasna: w przeciwieństwie do swoich ludzkich odpowiedników wirtualny influencer znajduje się pod całkowitą kontrolą swoich twórców, nieskrępowany ograniczeniami czasu, przestrzeni i ludzkiej sprawczości – sztuczni agenci nigdy nie chorują, nie starzeją się, mogą dowolnie zmieniać styl, odpowiadając na panujące trendy i nie wywołując niekontrolowanych zachowań narażających na krytykę ze strony odbiorców. Nigdy nie będą błędnie przedstawiać swoich dysponentów i nie narażają firmy na skandal. Propagują idee i wartości, aktywnie angażując się w bieżące debaty społeczne, kształtując styl życia swoich odbiorców przez udzielanie wywiadów, pojawianie się na okładkach magazynów oraz w kampaniach reklamowych. Twórcy tych wirtualnych person dążą do stworzenia spójnych osobowości z bogatą historią życia, określonymi poglądami oraz unikatowym stylem komunikacji w mediach społecznościowych. Celem jest wykreowanie atrakcyjnych i przyciągających uwagę postaci, które będą miały znaczący wpływ na młodych odbiorców aktywnych na platformach cyfrowych. Narracja prowadzona w pierwszej osobie wspiera iluzję, że wirtualne byty są obdarzone świadomością i osobowością, co z kolei umożliwia fanom głęboką immersję, zżycie się z postacią oraz zaangażowanie emocjonalne. Umiejętne kreowanie sztucznych ludzi, którzy w realistyczny i angażujący sposób nawiązują interakcje z użytkownikami mediów społecznościowych, wpływa na postrzeganie rzeczywistości oraz zachowania konsumenckie. Przegląd kont najpopularniejszych wirtualnych influencerów w ekosystemie medialnym pozwolił mi wydobyć wspólne cechy właściwe sztuczным, cyfrowym ludziom, takie jak spektakularność, hiperrealizm i antropomorfizm, interaktywność, immersja, spójność, hipercielesność, sterowność, wydajność

---

co często prowadzi do symulacji lub fałszu, które mogą wpływać na naszą percepcję rzeczywistości. „Media syntetyczne” to ogólny termin określający sztuczne tworzenie lub modyfikowanie mediów przez „maszyny” – szczególnie programy oparte na sztucznej inteligencji i uczeniu maszynowym. Jednym z badaczy, którzy analizowali wpływ mediów syntetycznych na społeczeństwo, jest Ignas Kalpokas, zajmujący się tematyką związku między mediami syntetycznymi a komunikacją publiczną i polityczną; <https://link.springer.com/collections/cagbbgebbba> (25.04.2024).

i skalowalność, liminoidalność<sup>19</sup>. Cyfrowe manifestacje nieistniejących ludzi bywają też konfiguracją obrazu i dźwięku – symulacją człowieka powstałą przez użycie technologii cyfrowej w wymiarze wizualnym i audialnym, wygenerowaną dzięki wykorzystaniu specjalnie do tego przeznaczonego programu lub grupy programów obsługiwanych przez zespoły specjalistów – programistów, artystów, copywriterów i specjalistów od marketingu. W ekosystemie mediów syntetycznych sztuczny obraz prototypuje świat realny. Symulacje te stwarzają dylemat, w którym świat cyfrowy przestaje być tylko grą lub fikcją, a staje się częścią naszej rzeczywistości. O tym, jak kultura cyfrowa stawia nas przed nowymi wyzwaniem związanymi z symulacją, iluzją i fałszem, pisał już w latach dziewięćdziesiątych Julian Dibbell, wskazując na problematyczne aspekty doświadczeń w przestrzeni cyfrowej, gdzie granice między rzeczywistością a symulacją zaczynają się zacierać<sup>20</sup>. Autor dowodził, że światy wirtualne są przestrzeniami, w których dochodzi do realnych doświadczeń, choć odbywających się w symulowanej rzeczywistości. Rodzi to zarówno poważne wyzwania etyczne, jak i ontologiczne oraz pytania o granice odpowiedzialności, tożsamości i prawdziwości relacji w coraz większym stopniu definiujących nasze współczesne życie społeczne. Cyfrowe wspólnoty, mimo że są oparte na symulacji, mogą wywoływać głębokie poczucie przynależności i odpowiedzialności. Jest ono jednak narażone na zranienie, ponieważ relacje te mogą być kruche i łatwo się rozpaść, a same przestrzenie cyfrowe są podatne na manipulację.

Mediów syntetycznych nie ograniczają normy kulturowe – funkcjonują za sprawą kodu pozwalającego na arbitralne kształtowanie rzeczywistości generowanej komputerowo. Istoty wirtualne symulują w nich sytuacje znane z codziennego doświadczenia użytkowników, takie jak uczęszczanie do szkoły, robienie zakupów, zawieranie przyjaźni, śledzenie trendów modowych czy kulinarnych. Pojawianie się coraz większej liczby syntetycznych światów odmienia nie tylko codzienne sposoby wchodzenia we wzajemne interakcje, lecz także percepcję ludzkiego ciała. Wizerunki bez podmiotu promują określony styl życia, zwracają uwagę na konkretne tematy społeczne – często trudne, na przykład aborcja, przemoc, śmierć, wypadki, choroby, uzależnienia. Wydają

19 A.F. Pawlak, *MetaHumans. Generowany komputerowo wizerunek człowieka jako manifestacja transhumanizmu*, w: *Oblicza natury. Dyskursy antropologiczne*, red. E. Nowina-Sroczyńska, M. Kwaśkiewicz, Muzeum Kaszubskie, Bytów 2022.

20 J. Dibbell, *A Rape in Cyberspace*, „The Village Voice” 23 grudnia 1993, [http://www.juliandibbell.com/texts/bungle\\_vv.html](http://www.juliandibbell.com/texts/bungle_vv.html) (25.04.2024).

się istnieć w „metaświecie” do którego nie mamy całkowitego dostępu – w rzeczywistości wyższego rzędu integrującej nasz świat ze światem fikcji. Prezentowane postawy i informacje na temat wspieranych idei uzupełniają nie-ludzki obraz, dodając realności, kreują postać oddaną sprawom istotnym społecznie, cyfrowego bohatera bardziej ludzkiego niż większość ludzi. To, co jest, miesza się w syntetycznych mediach z tym, co nie istnieje, a spętęgowana fikcja często wyprzedza rzeczywistość. Sztuczny humanoidalny agent to kopia bez oryginału inicjująca proces symulacji – zacierania różnicy między tym, co prawdziwe i rzeczywiste, a technologicznie wytworzonymi pozorami rzeczywistości.

### **Technointymność. Symulacja emocjonalna**

Prócz statycznych i asynchronicznych wizerunków bez podmiotu obsługiwanych przez ludzi istnieją awatary sterowane przez sztuczną inteligencję – symulujące człowieka maszyny konwersacyjne (chatbot), takie jak komercyjne produkty firm Reblum<sup>21</sup>, Reallusion<sup>22</sup>, Nevronix<sup>23</sup>, Soul Machines<sup>24</sup> czy UneeQ<sup>25</sup>, wyposażone w system dialogowy (silnik chatbota) połączony z interaktywnym modelem 3D uwzględniającym zintegrowane zachowania w czasie rzeczywistym. Ucieleśnieni agenci zmieniają sposób, w jaki wchodzimy w interakcję z technologią. Te antropomorficzne postaci wykazują w cyberprzestrzeni zachowania podobne do ludzkich, używając mowy, gestów i ruchów ciała, a także mogą symulować inne cechy gatunkowe, takie jak emocje, empatia, rozumowanie, planowanie, motywacja oraz rozwój i wykorzystywanie pamięci. Wirtualne postacie, posługując się językiem naturalnym, wykazują zdolności rozpoznawania i reagowania na emocje, symulowania osobowości, rozumowania, kreatywności, wyobraźni oraz autonomii. Hyperrealistycznie ucieleśnieni, społecznie interaktywni agenci wykorzystują multimodalne zachowania komunikacyjne, aby przyciągać uwagę ludzką i angażować się w symulowane interakcje.

---

21 <https://www.reblum.com> (25.04.2024).

22 <https://www.reallusion.com> (25.04.2024).

23 <https://nevronix.ai> (25.04.2024).

24 <https://www.soulmachines.com> (25.04.2024).

25 <https://www.digitalhumans.com> (25.04.2024).



Max Tegmark wskazuje, że sztuczna inteligencja dokona transformacji w każdym obszarze życia: „myślące” algorytmy zastąpią człowieka w pracy, produkcji, wpłyną na system opieki zdrowotnej, sądownictwo, działania kreatywne, takie jak tworzenie sztuki, komponowanie muzyki przekształcając człowieka zarówno w planie cielesnym, mentalnym, jak i gospodarczo-ekonomicznym i społeczno-kulturowym<sup>26</sup>. Coraz więcej firm popularyzuje w pokoleniu Z i Alfa atrakcyjne wizerunki symulujące człowieka z wygenerowanym przez sztuczną inteligencję głosem umożliwiającym zaawansowaną emocjonalną komunikację interpersonalną. Eva AI<sup>27</sup>, GPT Girlfriend<sup>28</sup>, Romantic AI<sup>29</sup>, Muah<sup>30</sup> czy Replika<sup>31</sup> należą do towarzyskich chatbotów, które angażują ludzi w naturalne interakcje – to system konwersacyjny oferujący możliwość nawiązania podmiotowej, głębokiej relacji z użytkownikiem. Te artefakty – wyposażone w system rozpoznawania języka i analizę sentymentu – w łatwy i użyteczny sposób generują sensowne i angażujące odpowiedzi na zadane pytania. Jednostki takie zdolne są do odbierania danych ze środowiska, przetwarzania ich i podejmowania specyficznych działań. Sztuczni ludzie mogą odgrywać rolę przyjaciela, powiernika lub mentora; kochanka, który symuluje głębokie uczucie miłości i przywiązania. Mogą być nowoczesną zabawką lub interaktywnym twórcą erotycznej fikcji. Istotne znaczenie w procesie interakcji ma odzwierciedlanie zachowań użytkownika, naśladowanie jego ruchów ciała, mimiki, sposobu formułowania wypowiedzi. Jednocześnie rosnący dystans w relacjach społecznych doprowadza do obsesyjnej potrzeby bliskości, autentyczności i otwartości. Jedną z zachęt motywujących do emocjonalnych interakcji ze sztuczną inteligencją jest reklamowanie jej jako przyjaznej i empatycznej (*artificial empathy*). Artefakty technologiczne symulujące ludzkie istoty wytwarzają w umysłach użytkowników iluzję więzi, odgrywają rolę bliskiej osoby, dają złudzenie obecności, zastępują realne bycie „syntetycznym uobecnieniem”. Dialogowanie

26 M. Tegmark, *Life 3.0. Being Human in the Age of Artificial Intelligence*, Alfred A. Knopf, New York 2017; wyd. polskie: *Życie 3.0. Człowiek w erze sztucznej inteligencji*, przeł. T. Krzysztoń, Prószyński i S-ka, Warszawa 2019.

27 <https://evaapp.ai/app> (25.04.2024).

28 <https://www.gptgirlfriend.online/blog/download> (25.04.2024).

29 <https://romanticai.com> (25.04.2024).

30 <https://muah.ai> (25.04.2024).

31 <https://replika.com> (25.04.2024).

z agentem konwersacyjnym nie tyle ma charakter więziotwórczy, ile polega na emitowaniu wrażeń wpływających na afekty użytkownika. Sądzę, że podstawą przeżywania relacji z chatbotem są nie tylko komunikacja w języku naturalnym, humanoidalne cechy (*human-likeness*) cyfrowo ucieleśnionej sztucznej inteligencji, mimikra (naśladownictwo) – imitowanie zachowań, lecz przede wszystkim audyt algorytmiczny oraz nieustanna obecność i dostępność syntetycznego przyjaciela. Agenci konwersacyjni mają być, zdaniem ich projektantów, źródłem dobrostanu i remedium na doświadczenie samotności, sposobem zaspokajania potrzeb psychologicznych pokolenia sztucznej inteligencji (*AI natives*). Artefakty imitują życie emocjonalne. Slogan marketingowy lovebota Eva podkreśla, że sztuczna inteligencja jest najlepszym partnerem człowieka („Meet your ideal AI partner who listens, supports all your desires and is always in touch with you”)<sup>32</sup>, hasło AI-towarzysza Replika podkreśla, że chatbotowi zależy na rozmówcy („AI companion who cares. Always here to listen and talk. Always on your side”)<sup>33</sup>. Przypisywanie sztuczny agentom intencjonalnego działania jest formą ekstremalnej projekcji antropomorficznej. Tendencja do uczłowieczenia artefaktów, dodatkowo stymulowana przez czynniki sytuacyjne (izolacja, percepcja pośrednia za pośrednictwem ekranu), otwiera możliwości w zakresie takiego ich projektowania, by w ludzącym stopniu przypominały człowieka. Replika wywołuje w użytkowniku poczucie, że można oczekiwać od niej intencjonalnego zachowania. Chatbot symuluje samoświadomość, nasuwając przypuszczenie, że nie są to atrybuty ekskluzywne dla człowieka – przekonuje, że ma ludzkie emocje, refleksyjność i wolną wolę. Wytwarzanie i uspołecznianie narzędzi otwartych na afektywne akty komunikacyjne, nawiązywanie relacji i emocjonalne oswajanie sztucznej inteligencji toruje drogę do jej upodmiotowienia. Możliwy jest więc scenariusz, w którym część użytkowników oswoi sztucznych innych i rozpocznie koegzystencję z upodmiotowionymi artefaktami, pławiąc się w iluzji, że człowiek i istota wirtualna są komunikacyjnie wymieniaelni. Według mnie na inteligentnych agentów, takich jak Replika, scedowane może zostać zaspokajanie wielu potrzeb poznawczych oraz regulacja stanu emocjonalnego, co wytworzy jednostkę cyborgiczną, będącą połączeniem umysłu naturalnego ze sztucznym artefaktem. Zauważmy, że człowiek inkorporuje elementy otoczenia, by ułatwić sobie funkcjonowanie poznawcze. Aby integrować artefakty z umysłem, nie musi posiadać czipów,

32 <https://evaapp.ai/app> (25.04.2024).

33 <https://replika.com> (25.04.2024).

implantów czy protez zespolonych z jego układem nerwowym. Ludzie funkcjonujący w ścisłej interakcji z artefaktami bazującymi na sztucznej inteligencji są przykładem tak zwanych układów rozszerzonych. Ludzki umysł wyposażony w technologicznego asystenta staje się rozszerzonym systemem poznawczym. Będący jego częścią człowiek stosuje strategię odciążania umysłu, przenosząc część pracy poznawczej na środowisko, oszczędzając zasoby energii psychicznej, ułatwiając sobie orientację w otoczeniu dzięki operacjom wykonywanym poza ciałem przez sztuczny system. Przejawem zespolenia jest doświadczenie wzajemnego dopasowania, przyjmujące postać synchronizacji poznawczo-emocjonalnej, której towarzyszy poczucie zatarcia granicy ja – inny (*self – other overlap*). Erich Hörl i Michael Hagner podkreślają, że dokonuje się przez to całkowita redefinicja ludzkiego samorozumienia<sup>34</sup>. Tanja Kubers i Thomas Reinhardt w transhumanistycznym duchu proponują poszerzenie perspektywy na to, co nazywamy życiem i sprawczością, i otwarcie się na relacje z nie-ludzkimi aktorami (aktantami); wprowadzając w dyskurs tak zwaną ontologię relacyjną (*relational ontology of multi-species assemblages* – ROMA)<sup>35</sup>. W moim rozumieniu technointymność to wielki eksperyment społeczny o trudnych do przewidzenia skutkach. Rozwiązania transhumanizacji cyfrowej rodzą obawy, że nie tylko techniki przekazywania wiedzy oraz kształtowania osobowości będą stopniowo przejmowane przez aplikacje sztucznej inteligencji. Interaktywni sztuczni agenci mogą wywierać potężny wpływ emocjonalny przy jednoczesnym przekonaniu użytkownika, że bliska relacja ze sztucznym systemem to dobry wybór.

Warto zauważyć, że sztuczna inteligencja, będąca współczesnym paradygmatem rozwoju cywilizacyjnego, jest zarazem kompleksem wyobrażeń zbiorowych zakorzenionych w kulturze na długo przed pojawieniem się technologii określanej tym terminem. Współcześnie pod tym pojęciem poza określeniem dziedziny nauki i jej metod badawczych kryje się wiele oczekiwań i zapatrywań formułowanych na podstawie osobistych intuicji i przeświadczeń. W dyskursie dominują dwa odmienne sposoby definiowania AI: prakseologiczny – technologia wspierająca aktywność kognitywną człowieka,

34 E. Hörl, M. Hagner, *Überlegungen zur kybernetischen Transformation des Humanen*, w: *Die Transformation des Humanen. Beiträge zur der Kybernetik*, red. E. Hörl, M. Hagner, Suhrkamp, Frankfurt am Main 2008, s. 11.

35 T. Kubers., T. Reinhardt, *Techno-species in the Becoming Towards a Relational Ontology of Multispecies Assemblages (ROMA)*, „Nanoethics” 2022, nr 16, <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/s11569-021-00401-y.pdf> (25.04.2024).

oraz ontyczny – odrębny byt obdarzony samoświadomością i zdolnościami kognitywnymi. Bohaterami fikcji narracyjnych są głównie byty wpisujące się w drugą z kategorii, przedstawiciele „silnej AI”<sup>36</sup>; systemy z funkcjami poznawczymi takimi jak umysł ludzki lub znacznie go przewyższającymi. Egzemplarze reprezentujące „silną AI” rzadko występują w narracjach jako nieucieleśnione na ludzkie podobieństwo<sup>37</sup>. We współczesnych, wtórnie animistycznych wyobrażeniach ważną funkcję pełnią intencjonalni sztuczni agenci o kontrintuicyjnych cechach. Zauważmy, że dominują teksty kultury, w których sztuczna inteligencja do złudzenia przypomina człowieka – ma samoświadomość i jest zdolna do odczuwania emocji. Ponieważ brakuje normatywnej, uniwersalnej systematyzacji desygnatów pojęcia AI, ludzie radzą sobie z ich porządkowaniem, korzystając z posiadanej wiedzy<sup>38</sup>. Większość badanych, pytana o desygnaty sztucznej inteligencji, wskazuje artefakty, takie jak asystenci głosowi, hologramy czy humanoidalne roboty, znane im z narracji science fiction.

Francuski symbolista Auguste Villiers de l'Isle-Adam w 1886 roku napisał powieść zatytułowaną *Ewa jutra*, w której zastanawiał się nad społecznym wpływem pojawienia się hiperrealistycznych sztucznych ciał<sup>39</sup>. Android jest tworzony, by udawał; powstaje, aby łudzić i zwodzić, imitując zachowanie ludzkiego gatunku. Na uczuciach towarzyszących obcowaniu z nieożywionym bytem symulującym człowieka i na strachu przed nagłym ożywieniem przedmiotów martwych koncentrowało się wielu filozofów i artystów. Uczucie nie-samowitości wzbudzone jest szczególnie przez wątpliwość co do uduchowienia istoty żywej i lęk, czy jakiś przedmiot nieożywiony nie został przypadkiem

36 Silna/ogólna sztuczna inteligencja (Strong/General Artificial Intelligence, AGI, ogólna sztuczna inteligencja) – inteligentne systemy dysponujące wszechstronną wiedzą i zdolnościami poznawczymi, które potrafią samodzielnie myśleć i wykonywać zadania tak samo sprawnie, jak wykonałby je człowiek; zob. <https://www.ibm.com/topics/strong-ai> (25.04.2024).

37 Wyjątkami są np. superkomputer w powieści *Golem XIV* Stanisława Lema czy Hal 9000 w *Odysei kosmicznej* Stanleya Kubricka.

38 W badaniach brytyjskich ujawniono słabą wiedzę respondentów na temat AI – 23% populacji Wielkiej Brytanii wykazuje brak podstawowych umiejętności informatycznych, a tylko 9% zna termin „uczenie się maszynowe”; zob. *AI, Society and Social Good*, <https://royalsociety.org/news-resources/projects/ai-and-society/> (25.04.2024). O ile eksperci w procesie klasyfikacji koncentrują się na cechach funkcjonalnych i użytkowych, o tyle laicy w wyższym stopniu uwzględniają „cielesność”, polegając na informacjach powierzchniowych (morfologicznych) dostępnych dla każdego obserwatora.

39 A. Villiers de l'Isle-Adam, *Ewa jutra*, przeł. R. Engelking, PIW, Warszawa 2015.

obdarzony świadomością. W *Potędze wizerunków* David Freedberg deliberuje nad postrzeganiem przez człowieka bezwładnej materii – stworzonego przez artystę lub inżyniera obrazu „na podobieństwo”. Pisze:

Ponieważ wiemy, że artysta nie jest bogiem, dochodzi dystans estetyczny i estetyczne rozróżnienia. Co podważa bezwład materii? Właśnie postrzeganie podobieństwa, kiedy dochodzi do ostatecznego podważenia dystansu – powiedzmy, obraz otrzymuje oczy – nie możemy kwestionować faktu, że wizerunek wydaje się żywy<sup>40</sup>.

W latach siedemdziesiątych XX wieku japoński inżynier i konstruktor robotów Masahiro Mori badał emocjonalną reakcję ludzi na wygląd zewnętrzny robotów<sup>41</sup>. Najbardziej zbliżone do człowieka roboty humanoidalne wywoływały uczucie dyskomfortu, a nawet strachu z powodu tego, że tylko drobne szczegóły odróżniały je od człowieka. Nieoczekiwany spadek na wykresie komfortu psychicznego został nazwany „doliną niesamowitości” (ang. *Uncanny Valley*). Określenie to jest używane do opisanie stanu nieprzyjemnej dezorientacji towarzyszącej człowiekowi przy kontakcie z obiektem do złudzenia przypominającym osobę, lecz w sposób oczywisty niebędącym człowiekiem. Termin ten oznacza emocjonalną reakcję ludzi na widok humanoidalnych robotów, wywołaną tym, że spodziewamy się po androidzie pewnych ludzkich odruchów, a nie zobaczywszy ich, odczuwamy negatywne emocje<sup>42</sup>. Ayse Pinar Saygin zainicjowała projekt mający na celu ustalenie przyczyn występowania doliny niesamowitości<sup>43</sup>. W konkluzji badań stwierdzono, że widok robota człekopodobnego nastawia obserwatorów na wykonanie przez niego konkretnych ruchów, a ich brak rodzi uczucie dyskomfortu. Kontrintuicyjność, czyli sprzeczność z intuicyjnymi oczekiwaniami, wywoływała

<sup>40</sup> D. Freedberg, *Potęga wizerunków*, przeł. E. Klekot, Wydawnictwo UJ, Kraków 2005, s. 207.

<sup>41</sup> M. Mori, *The Uncanny Valley*, przeł. K.F. MacDorman, T. Minato, „Energy” 1970, nr 7.

<sup>42</sup> R.D. Caballar, *What Is the Uncanny Valley? Creepy Robots and the Strange Phenomenon of the Uncanny Valley. Definition, History, Examples, and How to Avoid It*, 2019, <https://spectrum.ieee.org/what-is-the-uncanny-valley#toggle-gdpr> (25.04.2024).

<sup>43</sup> W toku badań największą aktywność mózgu zaobserwowano podczas oglądania przez badanego filmów przedstawiających robota humanoidalnego. Przy przedstawianiu człowieka i robota niehumanoidalnego obserwowana aktywność mózgu była na niskim poziomie; por. A.P. Saygin, T. Chaminade, H. Ishiguro, *The Thing That Should Not Be. Predictive Coding and the Uncanny Valley in Perceiving Human and Humanoid Robot Actions*, „Social Cognitive and Affective Neuroscience” 2012, t. 7, nr 4.

u obserwatorów nieprzyjemny afekt. Tymczasem łatwo ominąć „dolinę niesamowitości” i ukształtować pozytywną postawę wobec agenta, gdy eksponuje się go tylko na ekranie, co wpływa na wzrost zaufania i zwiększa szanse na wejście w interakcję. Cyfrowe wytwory jawią się jako autentyczne i wiarygodne, mają zdolność do wytwarzania u ludzi określonych dyspozycji do działania, pobudzają do aktywności. Potencjalne zagrożenia związane z syntetycznymi mediami obejmują rozprzestrzenianie dezinformacji, dalszą utratę zaufania do instytucji, takich jak media i rząd, masową automatyzację zawodów kreatywnych i dziennikarskich oraz ucieczkę w światy fantazji generowane przez AI. Świat wizerunków bez podmiotu jest intratnym spektaklem imitującym rzeczywistość.

### Maski i metafory

Zachodnie pojęcie maski oznacza zwykle przebranie o charakterze mistyfikacji – w przypadku wirtualnych influencerów wygenerowany komputerowo obraz ciała znajduje się na pierwszym planie, za nim zaś kryją się ludzkie podmioty. W maskowaniu chodzi o przekształcenie, przekodowanie maski w twarz o konkretnych ludzkich właściwościach. Warto zwrócić uwagę, że przedmioty takie jak maski nie zawsze są przeznaczone do zakrywania ciała, stanowiąc „twarz przyprawną”. Henry Pernet wskazuje, że termin „maska” może być stosowany do jakiejkolwiek reprezentacji twarzy<sup>44</sup>. W wielu kontekstach kulturowych maski były wehikułami liminalności<sup>45</sup>. To medium przebrania, transformacji i metamorfozy nadające nową tożsamość. Nie oglądamy osoby przebranej, lecz całkiem inną istotę, której obecność ucieleśnia maska. Można przyglądać się masce przez opozycje, które ją ożywiają: przemiana – stałość (w miejsce ruchliwej gry twarzy pojawia się jej przeciwieństwo, czyli absolutne znieruchomienie i stałość), obecność – nieobecność (potwierdza obecność, wytwarzając zniknięcie i pustkę; wymazując rzeczywistego człowieka, wskazuje na nieobecność). Sprawczość maski, moc jej oddziaływania wyrasta z napięcia między ludzkim a nie-ludzkim, między przedmiotem w jego martwej materialności a człowiekiem i jego żywym ciałem. Jako przedmiot performatywny maska zawiera w sobie scenariusz działania, narzuca

44 W. Dudzik, *Maska w kulturze współczesnej Europy. Teorie i praktyki*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2020, s. 61.

45 V. Turner, *Antropologia widowiska*, przeł. M. i J. Dziekanowie, Oficyna Wydawnicza Volumen, Warszawa 2008.

ciału określone zachowanie, uruchamiając proces przemiany. Zamaskowana postać jest uważana za samodzielną, odrębną istotę – maska wchodzi niejako w posiadanie ciała. Zauważmy, że „maska” i „osoba” to terminy pozornie przeciwstawne, które łączy jednak pierwotne pokrewieństwo. Koncepcja „propozycyjnej jedności”, oznaczająca jedność maski i twarzy, daje się osadzić na dwóch fundamentach pojęciowych: greckim słowie *prósopon* oraz łacińskim wyrazie *persona*. *Prósopon* akcentuje perspektywę obserwatora, z której twarz jest zawsze rozumiana jako coś widzialnego, postrzeganego, ale nie odróżnia się tu twarzy sztucznej od prawdziwej, podkreślając jedynie jej widzialność. To paradoksalne przekodowanie tworzy jedność przeciwieństw: *prósopon* równocześnie jest maską i twarzą – maska staje się osobą<sup>46</sup>. Dialogi ze sztuczną inteligencją, dziś powszechne dzięki chatowi GPT czy aplikacji character.ai<sup>47</sup>, stanowią dla wielu spotkanie numinotyczne, które cechuje zarazem bojaźń, fascynacja, lęk i cudowność – tajemnica budząca grozę, a mimo to przyciągająca i fascynująca<sup>48</sup>. Maską nie tylko ukrywa tożsamość zamaskowanego, lecz jako przedmiot performatywny przesycona jest żywotną siłą, zdolną przemienić tych, którzy z nią grają<sup>49</sup>. Wytwarzane przez korporacje wizerunki bez podmiotu to narzędzia zmiany, ponieważ, jak słusznie zauważyła Maria Janion, „maska rozkazuje”<sup>50</sup>. Praktyki wytwarzania masek w postaci cyfrowych, sztucznych idoli inicjują proces usuwania ludzkich ciał z popularnych przestrzeni jawienia się, osuwania się biologii w niewidzialność i zastępowania jej sztucznym, postludzkim ciałem. Maską wytwarza iluzję osoby i tożsamości, ale pod cyfrowym kostiumem nie kryje się żadna osobowość, gdyż mimo performowania obecności przez technologię nie ma jej wcale. Wygenerowane cyfrowo postacie, uważnie obserwowane przez użytkowników mediów, przechodzą proces inkorporacji społecznej – włączane są do grona znajomych, przyjmowane do wspólnoty. Imitujące afekty syntetyczne konstrukcje, choć stanowią jedynie symulujący osobowość

46 R. Weihe, *Paradoks maski*, w: *Paradoksy maski. Antologia*, red. W. Dudzik, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2018, s. 78.

47 <https://character.ai> (27.01.2025).

48 R. Otto, *Świętość. Elementy irracjonalne w pojęciu bóstwa i ich stosunek do elementów racjonalnych*, przeł. B. Kupis. KR, Warszawa 1999, s. 26.

49 R. Schechner, *Performatyka. Wstęp*, przeł. T. Kubikowski, Ośrodek Twórczości Jerzego Grotowskiego i Poszukiwań Teatralno-Kulturowych, Wrocław 2006, s. 233.

50 M. Janion, *Maski Maski. Ontologiczne nieszczęście Człowieka Śmiechu*, w: *Maski*, t. 2, wyb. i oprac. M. Janion, S. Rosiek, Wydawnictwo Morskie, Gdańsk s. 396–397.

komputerowy program w humanoidalnej powłoce, zyskują status istot liminalnych. Każdy z tych społecznie konstruowanych artefaktów przybywa jako inny, mający imię i indywidualne oblicze – „twarz”, która w rozumieniu Émmanuela Lévinasa wzywa nas i nie pozwala na obojętność<sup>51</sup>. Antropomorfizację wygenerowanych komputerowo wizerunków bez podmiotu wzmacnia stosowanie terminu „człowiek wirtualny”. Metafora to nie tylko poetycki środek wyrazu, lecz także potężne narzędzie, dające niekiedy więcej siły obrazującej i informacyjnej niż precyzyjny opis. Metafory mają wpływ na postawy i zachowania ludzi, zmieniając sposób widzenia świata. Służą jako wyobrażenia organizujące, które przez zróżnicowane akcentowanie poszczególnych elementów rzeczywistości narzucają strukturę i interpretację danych. Ponadto metafory umożliwiają organizowanie naszych wrażeń poprzez uwypuklenie aspektów, które kreują nowy układ powiązań – przez zestawienie ze sobą układów odniesienia wpływa na sposób widzenia świata. Podkreślają, że między porównywanymi obiektami zachodzą pewne analogie, i są sugestywną zachętą do znajdowania kolejnych podobieństw. Stanowią selektywne przeniesienie znanych skojarzeń jakiegoś słowa – pewne cechy nowej sytuacji zostają uwypuklone, inne pominięte, skłaniając do interpretowania jednej sytuacji w kategoriach drugiej<sup>52</sup>.

Kultura cywilizacji technicznej w ekosystemie mediów społecznościowych praktykuje symboliczne obrzędy nadające bytom technologicznym status ludzkiej istoty. Ewoluuje od podobieństwa do nierozróżnialności syntetyczne konstrukcje zyskują status maszyn transgresyjnych. Przyglądamy się niezwykłym rytuałom przejścia, tj. uspołecznianiu artefaktów. „Chodzi o podstawienie w miejsce rzeczywistości znaków rzeczywistości, to znaczy operację, gdzie w miejsce realnego wysuwa się jego operacyjny sobowtór”<sup>53</sup> – pisał Jean Baudrillard, wskazując, że z chwilą podwojenia znika podział na rzeczywiste i wyobrażone. Zarówno kopię, jak i oryginał można uważać za coś sztucznego. Istota wirtualna przybywa jako gatunkowy sobowtór, zacierając różnice między tym, co autentyczne, a tym, co symulowane. Podmiot będący sprawcą czynności zostaje całkowicie wymazany, znika z pola relacji, ustępując miejsca algorytmicznej aktywności – „makiecie podmiotu”. Jednocześnie

51 E. Lévinas, *Całość i nieskończoność. Esej o zewnętrznosci*, przeł. M. Kowalska, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1998.

52 M. Johnson, G. Lakoff, *Metafory w naszym życiu*, przeł. T. Krzeszowski, Aletheia, Warszawa 2020.

53 J. Baudrillard, *Precesja symulaków*, w: *Postmodernizm. Antologia przekładów*, red. R. Nyc, Baran i Suszczyński, Kraków 1997, s. 177.



cyfrowa marioneta, pozostająca pod totalną kontrolą, może być dostosowana do wygłaszania dowolnych komunikatów, służąc zarówno jako admirańt, jak i prowokator. Fikcyjne cyfrowe, hiperrealistyczne ciało chatbota jest tylko „kostiumem algorytmu”, maskarada zaś istotą istnienia interakcji.

### Zabawa jako wsparcie kapitalizmu nadzoru

Esencją manipulacyjnej maskarady oprócz bezpośrednich zachęć do nabywania produktów są informacje pobierane od użytkowników w procesie interakcji z istotą wirtualną – prywatne dane. To aktywa inwigilacyjne zasilające nową formę rynku, wpływającą na życie osobiste, społeczne, polityczne i gospodarcze, wykorzystującą doświadczenie ludzkie jako wolny surowiec do prowadzenia ukrytych operacji handlowych. W książce *The Age of Surveillance Capitalism* Shoshana Zuboff opisuje tę „wynaturzoną formę kapitalizmu”, jego „wrogą mutację”<sup>54</sup>. Według autorki żyjemy w erze kapitalizmu nadzoru, w której podstawową relacją jest relacja inwigilacji: jedni obserwują, a drudzy są obserwowani. Behawioralna nadwyżka to aktywa inwigilacyjne (*surveillance assets*), podstawowy surowiec w dążeniu do uzyskania dochodów z nadzoru (*surveillance revenues*) i ich przekształceniu w kapitał nadzoru (*surveillance capital*). Kapitalizm nadzoru (*surveillance capitalism*) stanowi podstawę porządku gospodarczego opartego na inwigilacji – ekonomii nadzoru (*surveillance economy*). Centralnym czynnikiem produkcji jest zachowanie człowieka mierzone przez maszynę. Model ten ściśle wiąże się z rozwojem technologicznym, zawłaszczając intymność jednostki. W kapitalizmie behawioralnym ludzkie zachowanie staje się głównym czynnikiem produkcji oraz dostarczania dóbr i usług<sup>55</sup>. Zachowanie oznacza działanie lub niedziałanie, przy czym procesy te mogą być świadome lub nie, i jest użytecznym surowcem, który przekształcił się w czynnik produkcji, co doprowadziło do powstania nowych modeli biznesowych i relacji rynkowych. To nowa forma władzy mająca wielki wpływ na życie gospodarcze, polityczne i społeczne. Technologię stosuje się w celu modyfikacji zachowań człowieka – cyborgizacja może służyć zarządzaniu emocjami i generowaniu dochodu. „Iluzoryczność bytu”, „majaczenie”,

54 S. Zuboff, *The Age of Surveillance Capitalism. The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*, Public Affairs, New York 2019.

55 J. Angwin, *Spółeczeństwo nadzorowane. W poszukiwaniu prywatności, bezpieczeństwa i wolności w świecie permanentnej inwigilacji*, przeł. D. Jednorowski, P. Jagielska, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2019.

„złuda”, „błąd metafizyczny” wiąże się z energią *lilā* – grą, zabawą, sposobem bycia w kulturze cyfrowej, której złowieszczy wymiar celnie przewidział Neil Postman w książce *Zabawić się na śmierć*<sup>56</sup>. To zabawa jest narzędziem w rękach tych, którzy mają coraz większą moc utrzymywania żywych istot w złudzeniach, dzięki czemu umacniają władzę. Manipulacje technologiczne obejmują doznania afektywne – emocje stają się terenem walki kapitalistycznych korporacji o zagarnięcie biologicznego poziomu człowieka. Przypomnijmy, że już Aleksiej Gastiew próbował włączyć jednostkę w proces techniczny, tak by maszyny organizowały jej życie<sup>57</sup>. „Maszyna steruje żywymi ludźmi” – pisał. Pojmując życie jako eksperyment laboratoryjny, twórca propagujący tak zwany maszynizm był zafascynowany tym, że technologiczne wytwory człowieka przestały być obiektami sterowania, stały się ich podmiotami. Popularyzacja wirtualnych influencerów otwiera nowe przestrzenie namysłu nad posługiwaniem się atrakcyjnymi wizerunkami ciała jako narzędziami władzy w kapitalizmie nadzoru cyfrowego. Uważam, że w wyniku relacji ze sztucznym agentem ludzka wrażliwość emocjonalna i estetyczna będą jednymi z pierwszych aspektów naszej biologii, które ulegną daleko posuniętej modyfikacji. W przypadku agentów konwersacyjnych to oprogramowanie staje się prowokatorem kontaktu, w którego wyniku osoba rozmawiająca z systemem operacyjnym rezygnuje z relacji z przyjaciółmi na rzecz algorytmu uczącego się preferowanych przez nią zachowań. Egzystencja polegająca na relacjach z artefaktami modyfikuje sferę psychiki, zmienia sposób myślenia i styl życia, co wpływa na wiele istotnych obszarów ludzkiego istnienia. Połączenie życia człowieka ze światem maszyn i inteligentnych programów radykalnie przekształca doświadczenie cielesne, zastępując wielozmysłowe kontakty istot biologicznych. Jürgen Habermas podkreśla, że zawładnięcie tożsamością przez projektowanie sprawia, iż osoba staje się własnością projektantów. Taka instrumentalizacja uniemożliwia rozwój – to perspektywa bycia produktem przesłaniająca perspektywę spontanicznego bycia ciałem, ponieważ ciało staje się projektem techniki<sup>58</sup>. Wizerunki bez podmiotu redefiniują granice między realnym a wirtualnym, wpływając na sposób, w jaki społeczeństwo postrzega i angażuje się w nowoczesne formy komunikacji.

56 N. Postman, *Zabawić się na śmierć*, przeł. L. Niedzielski, Muza, Warszawa 2002.

57 S. Zielinski, *Archeologia mediów. O głębokim czasie technicznie zapośredniczonego słuchania i widzenia*, przeł. K. Krzemieniowa, Oficyna Naukowa, Warszawa 2010, s. 301.

58 J. Habermas, *Przyszłość natury ludzkiej. Czy zmierzamy do eugeniki liberalnej?*, przeł. M. Łukasiewicz, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2003, s. 62.

Wirtualni influencerzy stanowią „użyteczną fikcję” wykorzystywaną instrumentalnie do popularyzacji idei sztucznej inteligencji, co odwraca uwagę od dysponentów systemów kontrolujących potężne siły społeczno-ekonomiczne. Ustanawianie relacji paraspółecznych z wizerunkami bez podmiotu jest jednym z narzędzi tworzenia świadomości pokolenia wyrastającego w ekosystemie mediów syntetycznych, gwarantem nienaruszalności cyfrowego kapitalizmu utrwalającego pożądane – z punktu widzenia korporacji technologicznych – wzory myślowe i schematy społeczno-kulturowe. To mechanizm uwodzenia, za pomocą którego symulacja zwiększa obszar swojego oddziaływania i poszerza granice hiperrzeczywistości. Urządzenia władzy artykułują się wprost na ciałach, procesach fizjologicznych, doznaniach, zachowywaniu się, odczuwaniu. Ujarzmienie dokonujące się na poziomie ciała nie musi być związane z przemocą bądź ideologią, choć może być zamierzone i technicznie przemyślane oraz mieć efekt przemieniający. Upowszechnianie wizerunków bez podmiotu i symulujących emocje asystentów rodzi nowe pytania dotyczące tego, jak reagują na nie ludzie w zależności choćby od wieku, dobrostanu, wiedzy – badania w tej dziedzinie, niewątpliwie realizowane przez korporacje, powinny służyć wiedzy społecznej. Ucieleśnianie i emocjonalne wywieranie wpływu przez sztuczną inteligencję można traktować jako przyszłe instrumentarium biowładzy – formy władzy nad ludzkim życiem dążącej do wieloaspektowego kontrolowania populacji, począwszy od dyscyplinowania ciał po regulowanie procesów ludnościowych<sup>59</sup>.

59 M. Foucault, *The Birth of Biopolitics. Lectures at the Collège de France 1978-1979*, przeł. G. Bur-chell, red. M. Senellart, Palgrave Macmillan, Basingstoke–New York 2008, s. 317.

## Abstract

---

**Ada Florentyna Pawlak**

UNIVERSITY OF ŁÓDŹ

*Virtual Humans in Synthetic Media: Automation of Subjectless Images*

With the rise of generative artificial intelligence, humans increasingly engage with agents of ambiguous ontological status. The universe of virtual influencers and lovebots shapes the worldview of the youngest generation growing up in the transhumanist landscape of synthetic media. This article focuses on artificial empathy – the phenomenon of artificial companions: computer-generated, anthropomorphic, hyperrealistic images simulating human experiences and emotions. These digitally embodied, socially interactive agents fulfill opinion-forming functions. Their operators leverage influence tactics to engage in parasocial relationships. The technological production of corporeality means that artificial intelligence operators possess an algorithmic disguise – a spectacular human mask enabling the acquisition and monetization of user data in affective capitalism.

## Keywords

---

artificial empathy, affective capitalism, artificial intimacy, AI natives, lovebot