

MAREK KRAJEWSKI

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

LIKWIDACJA I KONSTRUKCJA. KILKA PRZYKŁADÓW MEDIALIZACJI ŻYCIA SPOŁECZNEGO W POLSCE

WSTĘP

Ze względu na ekonomiczne, strukturalne i językowe bariery oddzielające nas w dalszym ciągu od świata, media stały się we współczesnej Polsce jedynym powszechnie dostępnym kanałem kontaktu z nim. Ponieważ jednak media produkują zawsze silnie zestetyzowaną i ubarwioną rzeczywistość i ponieważ dodatkowo barierą w rozumieniu ich przekazów jest w Polsce język, to owocuje to w naszym kraju powierzchownym naśladownictwem wizualnych ikon, reprezentujących zachodnie systemy wartości i style życia, przy jednoczesnym zaniedbywaniu konieczności równoległego konstruowania ich strukturalnych, organizacyjnych i politycznych podstaw.

Sytuacja ta jest doskonale widoczna na przykładzie anomicznej rozbieżności pomiędzy rozbudzonymi aspiracjami konsumpcyjnymi i uznawanymi sposobami ich zaspokajania, a obowiązującymi systemami norm i wartości, tworzących lokalny rdzeń jednostkowych tożsamości i wyznaczających generalną perspektywę światopoglądową¹. Jej ikonicznym symbolem jest czasza anteny satelitarnej na wiejskim domu popadającym w ruinę, ale przejawia się ona w bardziej rudymenarnych sferach życia. Profesjonalizm i zachodnie stan-

¹ Uroczysty pogrzeb ojca chrzestnego gdańskiej mafii *Nikosia* (zastrzelonego w agencji towarzyskiej) w gdańskiej katedrze jest być może dobrą metaforą tej rozbieżności, podobnie jak polscy faszyzujący nacjonałści, rozdarci pomiędzy kosmopolityczną subkulturą skinheadów, Mein Kampfem i polskim katolicyzmem, sprzeciwiający się wypieraniu polskich towarów z naszego rynku, ale ubrani w spodnie Levi's, kurtki flyers, buty DocMartens i używający w czasie ulicznych starć kijów baseballowych. Mniej metaforycznymi, ale bardziej powszechnymi przykładami omawianej tu rozbieżności są rodzinne zakupy w hipermarkecie po niedzielnej mszy, konsumpcyjny potłacz podczas świąt, których istotą jest umiar, estetyzacja polityki i religii, czy też instrumentalizacja zawodów, które wiążą się z powołaniem i służbą (lekarze, prawnicy, policja itp.)

dardy pracy zawodowej przeplatają się ze wszechobecnym nepotyzmem, intensywne inwestowanie w kwalifikacje i dobra materialne, przetykane jest karnawałowym konsumpcjonizmem i świętowaniem przy wszystkich nadarzających się okazjach, bezrobocie staje się znośniejsze dzięki nowemu odtworzącowi wideo i antenie satelitarnej z pozycjonerem, nieznamość zachodnich języków i niski stopień skolaryzacji uzupełnia satelitarny zapping, niekompetencja najwyższych urzędników idzie w parze z błękitnymi koszulami i zachodnimi zarobkami, zaś niedojrzałość polskiej demokracji i systemu parlamentarnego wspierają przygotowywane przez zachodnie agencje reklamowe kampanie wyborcze. Pęknięcie pomiędzy rzeczywistym poziomem rozwoju, a formą i stylem życia, aspiracjami konsumpcyjnymi dyktowanymi przez media jest wszechobecne i dobrze oddaje stopień przesymulowania polskiej rzeczywistości.

ZMEDIALIZOWANIE RZECZYWISTOŚCI W POLSKICH PROGRAMACH INFORMACYJNYCH

Podobnie dramatyczny, ale tym razem z punktu widzenia „jakości” społeczeństwa obywatelskiego w Polsce, ma *zmedializowanie* i pełne dziennikarskiej przesady informowanie o wydarzeniach, gospodarczych, kulturalnych i politycznych za pośrednictwem telewizyjnych programów informacyjnych².

O ile w okresie PRL-u programy tego typu podporządkowane były całkowicie interesowi politycznemu i były jednym z wielu, ale też jednym z najistotniejszych narzędzi sprawowania władzy, to współcześnie pojawiło się w Polsce nowe ograniczenie swobodnego przepływu informacji. Zaistnienie ogólnopolskich, prywatnych stacji telewizyjnych i podporządkowanie sposobu działania telewizji publicznej rachunkowi ekonomicznemu, doprowadziło do sytuacji, w której pożądana jest nie tyle wolna, rzetelna i wiarygodna informacja o tym, co dzieje się w Polsce i na świecie, co taki jej typ, który, zarówno pod względem treści, jak i sposobu prezentacji, jest w stanie przyciągnąć masową publiczność.

Sposób informowania jest więc w większości stacji i kanałów telewizyjnych, podporządkowany temu samemu wymogowi, co pozostałe programy w nich pokazywane – ma zapewnić maksymalnie dużą oglądalność, przekładającą się na zyski płynące ze sprzedaży reklam emitowanych w trakcie lub

² Podstawy metodologiczne i przykłady analizy tego typu programów można znaleźć w pracach Johna Fiske, zob. np. F i s k e J., *Television Culture*, Routledge, 1995, *News reading, news readers*.

w przerwach programów informacyjnych³. Taki stan rzeczy prowadzi przede wszystkim do upodabniania formy i treści programów informacyjnych do przekazów o charakterze rozrywkowym oraz do podobnej transformacji ich sposobu oglądania przez widzów. Ta przemiana z kolei wpływa w istotny sposób na charakter postrzegania rzeczywistości w ogóle.

Upodabnianie się programów informacyjnych do rozrywkowych, jak wspomniałem powyżej, dotyczy zarówno formy, jak i treści tych pierwszych.

Zatrzymajmy się na początku na poziomie formalnym, (o tyle istotnym, że programy informacyjne są coraz częściej w taki sposób konstruowane, aby uwaga widza koncentrowała się nie tyle na tym o czym się mówi, ale jak i w jakiej scenerii. Nacisk na formę, a więc estetyzacja, jest jednym z najbardziej wyraźnych symboli przemiany jaką przechodzą we współczesnej Polsce tego rodzaju przekazy).

Pierwszym elementem upodabniającym są wszystkie te środki, które mają zdynamizować programy informacyjne i poprzez ich formę, przyciągnąć uwagę widza. Wśród nich najistotniejsze wydają się być: wprowadzenie dynamicznego drugiego planu⁴; towarzyszące newsom wygłaszane przez prezenterów sytuacyjne i *na żywo*, autorskie i osobiste komentarze⁵; rezygnacja

³ Najbardziej niepokojąca jest fetyszyzacja „oglądalności” (czytaj zysku z reklam), przed wszystkimi innymi typami kryteriów określających sposób informowania, w wypadku telewizji publicznej, a zwłaszcza w wypadku „Wiadomości”. Norma nie przerywania programów blokami reklamowymi obowiązująca w programie 1 i 2 TVP została ostatnio złamana właśnie przez *Wiadomości*, które rozpadając się na trzy oddzielne programy: *Wiadomości*, *Sport i Pogodę*, wygospodarowały pokaźną ilość czasu na emisję reklam, pozornie nie łamiąc wspomnianej wyżej reguły. *Wiadomości* lubują się również w okresowym przekazywaniu informacji na temat oglądalności programu 1 i 2 jako jednego z istotniejszych *newsów* i chociaż w istocie informują widzów o tym, ilu z nich udało się im *sprzedać* przemysłowi reklamowemu, to czynią to w taki sposób jakby powiadamiały o istotnym wydarzeniu z punktu widzenia interesów społeczności.

⁴ Najczęściej jest to odsłonięcie pracującej *pełną parą* redakcji programu. Oprócz zdynamizowania kadru oglądanego przez odbiorców takie działanie symbolizuje również permanentną aktualność informacji, tożsamość tego co pokazywane i tego, co dzieje się w rzeczywistości. Programy tak skonstruowane dają więc widzom satysfakcję przeżywania rzeczywistości niedostępnej fizycznie i często społecznie, *na żywo*, satysfakcję doznawania braku dystansów, barier oraz współprzeżywania, współuczestnictwa i współdecydowania. Ujawnienie tego, co zazwyczaj ukrywane było za kulisami zaświadcza nie tylko o całkowitej jawności i braku tajemnic, o braku jakichkolwiek manipulacji, a więc o obiektywności i o wiarygodności, ale jest również rodzajem dodatkowej informacji skierowanej do widza. Można ją zrekonstruować jako następującą: wszyscy zgromadzeni w studio pracują specjalnie dla Ciebie – jesteś ważny, wszyscy dbamy, abyś mógł się dowiedzieć, co dzieje się na świecie i w kraju.

⁵ Zwyczaj ten wprowadził w TVN, najbardziej amerykański z polskich prezenterów – Tomasz Lis, ale obecnie jest on naśladowany również w innych programach informacyjnych. Tego rodzaju komentarze mają zazwyczaj formę żartobliwych i często złośliwych uwag doty-

z bliskiego, portretowego planu i nieruchomego kadru z centralną postacią prezentera na rzecz pełnych planów i *mobilności* prezenterów; dynamiczne czołówki i towarzysząca im apelatywne podkłady dźwiękowe, prawie prywatny charakter dyskusji pomiędzy prezenterami komentującymi zaprezentowany właśnie materiał itd.

Po drugie do programów rozrywkowych zbliża te o charakterze informacyjnym również ich struktura i to o czym się w nich mówi. W każdym z analizowanych przeze mnie programów informacyjnych powielany jest strukturalny schemat, który był charakterystyczny dotąd dla widowisk cyrkowych, telewizyjnych talk-show, czy programów z ciekawostkami z różnych dziedzin. Właściwe informacje poprzedzone zostają krótkimi zwiastunami najważniejszych newsów opatrzonymi komentarzem o dramatycznym lub sensacyjnym charakterze, a następnie pełne wersje wybranych informacji są w taki sposób wplecione w strukturę programu, że trudno przewidzieć z góry moment, w którym się one pojawią. Taki sposób uporządkowania programu nie tylko nie pozwala widzowi, na chwilową choćby, utratę uwagi i zmusza go do obejrzenia również innych, mniej atrakcyjnych medialnie materiałów, ale także nadaje całemu przekazowi charakter sensacyjnego spektaklu, w którym napięcie jest stopniowane, zaś pozorna przewidywalność symulowana przez czołówkę jest rozbijana przez oczekiwanie na pojawienie się i sposób rozwinięcia anonsowanych w niej informacji.

Podobny typ oglądania programów informacyjnych wymusza również charakter prezentowanych w nich materiałów i komentarzy, które im towarzyszą. Generalnie, szczególnie w programach informacyjnych Polsatu i TVN (ale również coraz częściej w „Panoramie” i „Wiadomościach”), prezentowane są tego typu materiały, które odnoszą się do zjawisk określanych przez Goffmana mianem *fuszerek* i *sztuczek*⁶, czy też szerzej do takich zjawisk, które naruszają i są niezgodne z *pierwotnymi ramami interpretacji*⁷ określającymi kształt rzeczywistości dnia codziennego i wyznaczającymi nasz sposób działania w jego obrębie.

czących właśnie wyemitowanych materiałów, a więc nie tyle cokolwiek wyjaśniają, co raczej uprzyjemniają oglądanie informacji, skupiają uwagę widza i *rozluźniają* atmosferę programu, zaś samą jego konwencję czynią bardziej nieformalną i rozrywkową. Konsekwencją takiego sposobu komentowania prawie wszystkich newsów jest ich treściowa homogenizacja, zrównanie ich w znaczeniu, powadze i przeznaczeniu (wszystkie są elementami telewizyjnego spektaklu).

⁶ G o f f m a n I. *Pierwotne ramy interpretacji*, [w:] *Kryzys i schizma. Antyscjentystyczne tendencje w socjologii współczesnej*, Mokrzycki E. (red.), Warszawa 1984, s. 363–389.

⁷ *Ibidem*.

Tego rodzaju materiały odnoszą się do powyższych zjawisk w sposób podwójny: po pierwsze jest to informacja o naruszeniu uznawanego powszechnie za *naturalny* porządku rzeczywistości (morderstwo, afery gospodarcze, wypadki, klęski żywiołowe, niekonwencjonalne mody i zwyczaje, niewytłumaczalne zjawiska itp.) i po drugie są to informacje dotyczące przywrócenia porządku (schwywanie i osądzenie zabójcy i winnych nadużyć gospodarczych, naprawienie szkód po klęskach żywiołowych itp.) i albo wyjaśnienia przyczyn naruszeń ram interpretacji, (w oparciu o narzędzia będące ich składnikiem) albo anonsowanie o podjętych próbach ich wyjaśniania (*morderstwa młodzieży spowodowane są bezrobociem i konsumpcyjnym stylem życia; śledztwo w tej sprawie prowadzi prokuratura generalna; naukowcy badają przyczyny tak gwałtownej śmiertelności niemowląt*). Programy informacyjne nie tyle informują więc o tym, jak jest w rzeczywistości, ale raczej o tym, jak być powinno i co odbiega od porządku przyjmowanego za oczywisty oraz o tym, co się robi, aby było tak jak być powinno. Choć więc tego typu przekazy, poprzez swoją funkcję i nazwę, symulują ścisły związek z życiem jednostek i o nim pozornie mówią, to w istocie, podobnie jak programy rozrywkowe, są autotelicznym treningiem z reguł przyjmowanych za obowiązujące i instancją socjalizującą jednostki do takiej, a nie innej koncepcji rzeczywistości, zaś ich oglądanie, podobnie, jak większość zabaw, uczy nie tyle rozumienia świata, co raczej skutecznego w nim działania⁸.

⁸ Tego rodzaju treningowi z ogólnych reguł rządzących światem towarzyszy przekazywanie w programach informacyjnych bardziej szczegółowych i społecznie skontekstualizowanych reguł i instrukcji określających, jaki charakter ma rzeczywistość. W większości programów informacyjnych, na poziomie globalnej struktury i zawartości wybija się podkreślanie globalnego charakteru świata i powiązania ze sobą najbardziej odległych jego elementów w ścisłe związki przyczynowo-skutkowe. Tego rodzaju socjalizacja zaczyna się już na poziomie czołówek tego rodzaju programów – ich integralnym elementem jest wizerunek kuli ziemskiej – zaś kończy na informowaniu, z równym akcentem ważności, zarówno o zupełnie nieistotnych lokalnych zdarzeniach (np. wybory miss w gminnym ośrodku kultury), krajowych wydarzenia politycznych, jak i tych wydarzeniach międzynarodowych, które mają decydujące znaczenie społeczne, polityczne, bądź militarne.

Inny ważny, z punktu widzenia sposobu transformacji polskiego społeczeństwa, przekaz ideologiczny lokujący się pomiędzy wierszami, to informowanie o najbardziej aktualnych modach obyczajowych, muzycznych, sportowych i ubraniowych, które zainicjowano gdzieś na świecie. Tego rodzaju materiały, uzupełnione zazwyczaj o informacje ceny akcesoriów, które pozwalają być modnym, doskonale spełniają rolę *instrukcji obsługi polskiej rzeczywistości*, wyznaczają nowe obiekty aspiracji i stanowią krytyczną instancję oceny etapu naszej pogoni za zachodnimi standardami życia.

Programy informacyjne uczą również jaką formę mają powiązania przyczynowo skutkowe decydujące o charakterze określonych zjawisk. Czynią to używając bardzo poręcznych klisz in-

Znaczący charakter ma również sam sposób informowania o określonych zdarzeniach. W komentarzach towarzyszących materiałom reporterskim przeważają i są wszechobecne takie słowa i sformułowania jak: *najbardziej brutalny, wielki, gwałtowny, szybko, akty przemocy, z całego świata, nieprawdopodobny, jedno z najważniejszych wydarzeń, główne zagrożenie* itd. Taka forma komentarza, którego wysłuchują widzowie sugeruje kilka kwestii istotnych, z punktu widzenia naszych rozważań. Po pierwsze, iż uczestniczymy przy każdym wydaniu programu informacyjnego, w spektaklu podczas którego możemy doświadczać *naprawdę istotnych i najważniejszych* zdarzeń i sytuacji, które choć są ważne to nie zdarzają się na co dzień. Tym samym komentarz, już na swojej płaszczyźnie formalnej, wprowadza swoista dyscyplinę, poświadcza, że przegapienie kolejnego programu informacyjnego oznacza utratę *naprawdę istotnych i najważniejszych* wiadomości. Choć więc pomiędzy tym, co naprawdę ważne i decydujące o losach jednostek i społeczności, a tym, co pokazywane jest w programach informacyjnych, nie istnieje paralelność (ponieważ decydujący jest tu czynnik atrakcyjności medialnej określonego zdarzenia i stopień jego nowości i *opatrzenia*⁹, oraz proces wielostopniowej selekcji informacji, podporządkowany względem politycznym, ekonomicznym i społecznym), to sugerowanie tego rodzaju odpowiedniości jest jednym z centralnych elementów przekazów informacyjnych.

W większości programów informacyjnych, produkcja zideologizowanego „zdrowego rozsądku”, udająca obiektywną relację z rzeczywistości, dokonuje

terpretacyjnych: np. przestępczość nieletnich – zbyt dużo brutalnych filmów w telewizji i brak opieki dorosłych; wzrastanie w siłę partii nazistowskich w Niemczech – bezrobocie we wschodnich landach; kobieta wjechała samochodem w tłum francuskich kibiców piłkarskich – była pijana (TVN), niezrównoważona psychicznie (TVP1) itd.). Ten typ informowania, dominujący we współczesnych polskich programach informacyjnych nie tylko rodzi obojętność widza (ponieważ wszystko, co narusza porządek świata jest już wyeliminowane przez odpowiednie służby), ale również umacnia autorytet samych programów informacyjnych (ponieważ nie tylko wiedzą one, jak jest i co się dzieje, ale również, co zrobić, aby było tak jak być powinno).

⁹ Dobrym przykładem tego typu opatrzenia jest sposób informowania o rozgrywającej się w ostatnich latach wojnie na bałkanach, o trzymiesięcznym okupowaniu japońskiej ambasady przez chilijskich terrorystów, czy o reformie samorządowej w Polsce. Pomimo braku rozwiązania powyższych sytuacji, media początkowo informujące o przebiegu wypadkach w sposób centralny i pierwszoplanowy, w miarę upływu czasu bądź zupełnie przestawały o nich informować, bądź starały się uatrakcyjnić te wydarzenia wprowadzając nowe, choć zupełnie nieistotne dla sprawy, motywy, wątki i postacie. Najbardziej wstrząsające jest jednak to, że nie tylko widzowie, ale też fundacje charytatywne i politycy, utożsamiają zakończenie informowania o problemie lub konflikcie, z jego rozwiązaniem lub zakończeniem. Nie istnieje więc to, co nie jest pokazywane.

się również, na co wskazuje J. Fiske, nie tylko na poziomie formy i treści „newsów”, ale również w samym sposobie ich grupowania w większe bloki.

Każdy z analizowanych przeze mnie programów informacyjnych podzielony został na następujące fragmenty: wiadomości krajowe, wiadomości zagraniczne, sport i prognoza pogody. Silnie oddzielone i zagregowane są również wiadomości odnoszące się do poszczególnych sfer rzeczywistości: polityka, gospodarka, wypadki, wiadomości kulturalne, ciekawostki itd.

Taki typ konstruowania programu sugeruje z kolei specyficzny porządek świata społecznego:

– po pierwsze, poszczególne dziedziny życia prezentowane są jako względnie autonomiczne i nie wywierające wzajemnie na siebie wpływu.

Tę separację pogłębia również komentarz, którymi opatrzone są doniesienia. Polityka i gospodarka nie są tutaj w sposób bezpośredni powiązane i co więcej zjawiska, które w nich mają miejsce, wyjaśniane są w oparciu o specyficzne dla tej dziedziny reguły, własności i dynamikę. Polityka jest grą pomiędzy osobami posiadającymi władzę, ale nie przekłada się bezpośrednio na sposób funkcjonowania gospodarki, ponieważ ta ostatnia jest definiowana w kategoriach czysto ekonomicznych.

Taka separacja poszczególnych dziedzin, wskazująca na ich autonomię, powieliła schemat i przekaz ideologiczny teleturniejów¹⁰: każdy z nich uczy nas, że świat jest podporządkowany określonym regułom, ale mają one charakter lokalny i obowiązują tylko w określonym typie społecznej gry, zaś poza nim są całkowicie bezużyteczne¹¹.

– po drugie, powyższy sposób separacji i strukturyzowania programów informacyjnych odzwierciedla i reprodukuje przyjętą jako oczywista i obowiązująca hierarchię istotności określonych zjawiska, rozgrywających się wokół nas. Zazwyczaj najważniejszą sferą naszego wspólnego życia jest więc krajowa scena polityczna, następnie polityka zagraniczna, krajowa i następnie zagraniczna gospodarka, kultura itd. Interesujące jest to, że w zależności od przewidywanej atrakcyjności medialnej określonych wiadomości, tego rodzaju hierarchia może zostać zachwiana i jako pierwsza wiadomość pokazywana jest np. informacja o brutalnym morderstwie lub tragicznym wypadku. Dzieje

¹⁰ Zob np. F i s k e J., *Reading the popular*, London, 1995, s. 133–149.

¹¹ O ile więc w polityce, zgodnie ze jej stereotypem prezentowanym w mediach, wszystko podporządkowane jest paradygmatowi walki o władzę, to gospodarka jest domeną efektywności i pogoni za nią, o ile polityka jest podporządkowana machiavellicznej moralności, to gospodarkę rządzi etyka protestancka, o ile polityka to konkretne, silnie zindywidualizowane osoby, to gospodarka to bezosobowe i bezimienne mechanizmy i masy itd. .

się tak jednak tylko i wyłącznie dlatego, że tego rodzaju zjawiska wydają się ten, reprodukowany przez strukturę programów informacyjnych porządek, unieważniać i tym samym wymagają natychmiastowego wyjaśnienia. Są więc one prezentowane, jako nie tyle ważne, co niebezpieczne dla zmedializowanego zdrowego rozsądku.

Podobieństwo programów informacyjnych do rozrywkowych polegałoby więc na powinowactwie funkcji – oba typy przekazów reprodukują porządek społeczny i uczą jego reguł, chociaż z pozoru wydają się, w wypadku tych pierwszych, obiektywnie o nim informować, a w wypadku tych drugich, tylko dostarczać rozrywki.

Programy informacyjne, za sprawą powyższych własności formalnych i sposobu *opowiadania* o świecie, przestają powoli wypełniać, podstawową dla nich funkcję – komunikowanie o istotnych dla jednostek i społeczności wydarzeniach rozgrywających się w najbliższym otoczeniu i w szerszym kontekście, i zamiast informować o rzeczywistości, kreują jej symulację. Symulację w której zgodność z rzeczywistością, wyprzedzają kryterium estetyczności i atrakcyjność medialna, ale również taką symulację, którą jednocześnie prezentuje się, jako rzeczywistość samą w sobie.

Ponieważ zaś programy tego typu noszą przydomek informacyjnych i już ich same tytuły sugerują obiektywność i bezinteresowność (Fakty, Informacje, Wiadomości) to sposób w jaki są skonstruowane i powyższe ich własności wpływają w specyficzny sposób zarówno na sposób ich oglądania, jak i na sposób postrzegania rzeczywistości przez ich widzów.

Można więc założyć, iż współcześnie programy informacyjne nie są oglądane z powodu szczególnego zainteresowania losami kraju i świata (przeczy temu generalne sprywatyzowanie życia społecznego w Polsce i polityczna, społeczna oraz obywatelska bierność większości Polaków), raczej też nie poszukuje się w nich odpowiedzi na dręczące widzów pytania. Współcześnie ogląda się je dla przyjemności i to takiego typu przyjemności, który pojawia się podczas oglądania filmów i programów rozrywkowych. Taki typ oglądania nie wynika jednak z błędnej definicji sytuacji, którą posługują się widzowie, ale jest wywołany przez powyższe cechy programów informacyjnych. Być może więc, oglądamy programy informacyjne nie po to, aby sprawdzić, co dzieje się z tymi zjawiskami, działaniami, wartościami i przedmiotami, które określają kształt naszego codziennego życia, ale po to, aby przerwać jego monotonię (a więc, aby się *rozerwać*). Jednocześnie, ponieważ to, co prezentowane w wiadomościach jest przedstawiane, jako znaczące dla naszego sposobu życia, jego jakości i formy (choć jest takim tylko pozornie), to nasza

własna egzystencja jest doświadczana jako nie rutynowa, zaś nas samych lokuje w centrum świata, i w taki sposób, że wszystkie najbardziej odległe i nieistotne zdarzenia wpływają na sposób w jaki żyjemy.

Można dodatkowo założyć, iż programy informacyjne wytwarzają u widzów specyficzne poczucie współuczestnictwa i współdecydowania, które z jednej strony podkreśla ważność każdej z jednostki, ale z drugiej strony zmusza ją do ciągłego oglądania tego rodzaju przekazów. To poczucie, oprócz własności samych mediów opisanych powyżej, jest skutkiem bardzo prostego mechanizmu wynikającego ze specyfiki programów informacyjnych: jestem informowany o wszystkim, co dzieje się na świecie, pracuje dla mnie sztab reporterów rozrzuconych po całym globie i docierających specjalnie dla mnie w najbardziej niebezpieczne rejony, oznacza to więc, że jestem ważny, że moje zdanie się liczy, że mam wpływ na to, co się dzieje i mam prawo do współdecydowania. Tego rodzaju relacje pomiędzy telewizją a widzami, choć z pozoru są spełnieniem, bądź niezbędnym narzędziem konstruowania społeczeństwa obywatelskiego i doskonale wpisują się w podstawowy społecznie warunek jego istnienia – prawo wolności wypowiedzi i do informacji, to w istocie są przede wszystkim uprawomocnieniem dla najbardziej nieetycznych praktyk dziennikarskich, dla których głównym motywem jest zdobycie widza i zwiększenie oglądalności i nakładów gazet. Powołanie się na prawo społeczeństwa do informacji prowadzi często do patologizacji idei wolności słowa i informacji. Mass-media i dziennikarze nie tylko w Polsce, ale również na całym świecie, zbyt często zapominają, iż wolność słowa to nie tylko prawo do mówienia o wszystkim, ale również konieczność brania odpowiedzialności za konsekwencje wypowiedzianych słów¹².

Polityka, problemy społeczne, rozterki egzystencjalne i duchowe, ludzkie dramaty, prezentowane w telewizji, rozpatrywane są więc pod kątem nie tyle ich ważności, istotności i doniosłości, ale zdolności do przyciągania uwagi widza, przzerwania monotonii innych obrazów i – co więcej – są prezenta-

¹² Idea wolności słowa zbyt często jest więc zbyt często jeszcze usprawiedliwieniem dla takich praktyk dziennikarskich, których celem nie tyle jest informowanie, ale bądź uczynienie samego dziennikarza maksymalnie widzialnym, bądź podniesienie oglądalności programu dla którego pracuje. W obu wypadkach wyraźny interes ekonomiczny zmienia ideę wolności słowa w jej karykaturę. Dobrym przykładem takiej nieodpowiedzialności dziennikarskiej było ujawnienie i trzykrotne co najmniej wyemitowanie w głównych wydaniach *Wiadomości* materiałów prezentujących znęcanie się policjantów nad kibicami w Gdyni, relacje na żywo z zamieszek w Słupsku; zaproszenie do programu TOK-SZOK kibiców *Polonii* po spaleniu stadionu *Legii* i przywódcy polskich nazistów – Janusza Bryczkowskiego, reporterskie interwencje pani Jaworowicz i wiele innych.

ne, o ile są atrakcyjne wizualnie. Ostatecznie więc telewizja nie tylko doprowadza do homogenizacji wszystkich wartości, ale również przenosi akcent z treści na formę, wygląd, aparycję, a z etyki na estetykę. Za sprawą dominacji mediów nie tylko społeczna ważność społecznych zjawisk i problemów wyznaczona zostaje przez ich obecność w prasie, radiu i telewizji i nie tylko przestają być one ważne, palące i domagające się rozwiązania dotąd, aż informowanie o nich nie przekroczy progu nasycenia za którym idzie spadek oglądalności. Są one również ważne i istotne, o ile są atrakcyjne wizualnie, na tyle wdzięczne medialnie, że są w stanie przyciągnąć publiczność¹³.

Estetyzacja rzeczywistości społecznej w mass-mediach, nie jest zaś obojętna dla tego jaki jest świat poza nimi, ze względu na wskazany powyżej status świata w nich prezentowanego.

MEDIALIZACJA HISTORII I PAMIĘCI ZBIOROWEJ

Medializacji nie oparły się również tradycja i historia, czy zbiorowa pamięć. W ostatnich latach szczególnym zabiegom poddawana jest przede wszystkim najbliższa przeszłość – a więc okres PRL-u. Medializacja przeszłości tego rodzaju polega przede wszystkim na dwojakiej transformacji:

– po pierwsze, jest ona przekształcana w zbiór bardzo atrakcyjnych i nośnych, bo dobrze zakorzenionych w pamięci zbiorowej symboli wizualnych, klisz językowych, motywów dźwiękowych, powiedzeń i anegdot wykorzystywanych w reklamie¹⁴ i programach rozrywkowych¹⁵, kampaniach i dysku-

¹³ Stąd prawdopodobnie wynika patologizacja sposobu informowania przez media o dokonującej się aktualnie w Polsce reformie samorządowej. Zamiast rzetelnego informowania o celach reformy i rzeczywistych przyczynach sporów, które musi ona wywoływać, mieliśmy do czynienia w radiu i telewizji do czynienia z relacjami, które przypominały retransmisje sportowe, lub sprawozdania z festynów i spotkań towarzyskich (na przykład w relacji radiowej *Trójki*, 16.07.1998 roku, zdającej sprawę z posiedzenia na którym zapadła zgoda pomiędzy AWS, UW i SLD dotycząca ostatecznej liczby województw, reporterka pytała polityków o to, co jedli podczas negocjacji, ale zapomniała zapytać o konsekwencje przyjętych decyzji i o ich znaczenie)

¹⁴ np. Reklamy klejów do glazury wykorzystujących motyw ZMP-owskich przodowników pracy i zwycięskich w walce o socjalizm czwórek murarskich, reklama preparatu wzmacniającego wykorzystująca styl komentarza z PRL-owskich kronik filmowych i ikoniczną postać traktorzystki, reklama „Wedlowskie przeboje” wykorzystująca motywy z serialu z lat 60-tych pt. *Wojna domowa*” (interesująca o tyle, że kampania wykorzystująca ten klip rozpoczęła się w tym samym momencie, co kolejne powtórzenie serialu na którym oparty był jego scenariusz), czy też reklama piwa EB z wizerunkami żołnierzy radzieckich, *zakazanych od 1989 roku itd.*

¹⁵ Np. w jednym z programów pt. *Rykowisko* (rodzaj *Randki w ciemno* w rytmie techno i na licencji MTV) emitowanym w Polsce – kandydatki i prowadzący ubrani byli w pionierskie

sjach politycznych, itd. Wspólną cechą wszystkich tych działań jest wyrwanie z politycznego i społecznego kontekstu PRL-u jego najbardziej atrakcyjnych wizualnie i muzycznie motywów i uczynienie ich bądź elementem ubarwiającym rozrywkowe widowiska, bądź ostatecznym argumentem retorycznym politycznych sporów. Nie trzeba dodawać, że w ten sposób nie tylko całkowicie neutralizowana jest pamięć o rzeczywistym charakterze realnego socjalizmu i jest on idealizowany jako „najweselszy barak we wschodnim obozie”, ale również kreowany jest jego nowy image, całkowicie niezgodny z rzeczywistym przebiegiem wypadków, ale za to atrakcyjny medialnie.

– po drugie, w ostatnich latach PRL-owska przeszłość prezentowana jest w mass-mediach w sposób, który doskonale określa słowo *nostalgia*. To, co zdarzyło się w Polsce w okresie powojennym przypominane jest w sposób wyidealizowany i z perspektywy dojrzałego człowieka, który z łezką w oku wspomina utracone na zawsze dziecięce i młodzieńcze lata, z których pamięta jednak i chce pamiętać tylko to, co dobre, wspaniałe i radosne i w taki sposób selekcjonuje przeszłość.

Z jednej więc strony PRL prezentowany jest na co dzień w mediach przez pryzmat komedii Tyma, Bareji i Piwowskiego, „Stawki większej niż życie”, „007 zgłoś się”, „Alternatywy 4” oraz „Kabaretu Starszych Panów” (PRL jest więc okresem, w którym kręcono bardzo śmieszne komedie i dobre seriale), bądź poprzez przypominanie tych programów telewizyjnych, które ówczesnie edukowały dzieci (np. konkurs *Gazety Wyborczej* „Dobranocka wszechczasów”) i piosenek, które śpiewano na biwakach i przy których tańczono na prywatkach (moda na Agnieszkę Osiecką, konkurs „O!polskie przeboje – *Gazeta Wyborcza*), poprzez reaktywowanie zespołów muzycznych (Czerwone Gitary, Trubadurzy), reedycje ich płyt i masowe „koncerty dinozaurów pol-

czerwone chusty i białe koszule, bądź w robotnicze kombinezony, posługiwali się nomenklaturą młodzieżowych organizacji partyjnych i językiem wczesnej PRL-owskiej propagandy („towarzyszu”, „zapłuty karzeł reakcji”, „zbudujemy socjalistyczną Polskę”, „precz z kułakami”), deklarowali zdolność do donosicielstwa i do przekraczania kolejnych założeń planu (jedna z kandydatek obiecywała, iż „zrealizuje plan sześcioletni w dwa lata”, inna, że „w ciągu jednego roku” itd.) Całości towarzyszyła oprawa muzyczna w postaci hymnu Związku Radzieckiego, Międzynarodówki, zaś zachowanie publiczności zostało wystylizowane przez reżysera na typowy ‘wiec poparcia słusznej sprawy”, a nagrodami dla zwycięskich par były sierp i młot zamknięte w pleksi-glasowym pojemniku. Podobny, choć mniej dosłownie cytujący charakter mają takie programy jak „Jaka to melodia” (najczęściej odgaduje się tu nazwy właśnie PRL-owskich przebojów), „Co było grane w...” (przypominający nie tylko przeboje z ostatnich trzech dziesięcioleci, ale też „reaktywujący” ówczesne gwiazdy piosenki i *estrady*, z konkursowymi pytaniami dotyczącymi *popowych* wydarzeń z czasów PRL-u), i wiele innych.

skiego big beatu”, bądź poprzez przypominanie ówczesnych mód i stylów życia itd.

Oba powyższe typy medialnego przesymulowania PRL-owskiej rzeczywistości, choć z pozoru przypominają typowo postmodernistyczną strategię cytowania i choć pozornie wpisują się w uniwersalne i charakterystyczne dla współczesnej, zachodniej kultury poczucie wyczerpania, melancholii i nostalgii, to w polskim kontekście mają zarówno zupełnie inne znaczenie, jak i konsekwencje.

Przede wszystkim dochodzi za ich sprawą do estetyzacji przeszłości (i to nie przeszłości chwalebnej, ale przeciwnie – zależnie od opcji politycznej i indywidualnych doświadczeń ocenianej jako łagodny system jednopartyjny z pewnymi trudnościami ekonomicznymi, bądź z przeciwnego bieguna jako totalitarny i zbrodniczy reżim kierowany przez zdrajców ojczyzny), a więc postrzegania jej wyłącznie w kategoriach atrakcyjności wizualnej, poprzez kolejne ikony, które stają się sposobami zbiorowego pamiętania i myślenia. Przeszłość, za sprawą mediów nie jest więc doświadczana w kategoriach historycznych, moralnych, czy etycznych, ale przeciwnie, przez następujący po sobie ciąg sugestywnych obrazów, które są na tyle nośne, że powoli wypierają nie tylko zbiorową pamięć (tak silną i pielęgnowaną w latach osiemdziesiątych), ale również zniekształcają pamięć indywidualną i zacierają indywidualne doświadczenia. Ostatecznie, PRL-owska przeszłość dana nam coraz częściej poprzez wyselekcjonowane przez media ikony, które narzucają nam nie tylko sposób pamiętania o niej, ale również kreują powszechne i obowiązujące oceny tego okresu. Konsekwencją tego rodzaju działań jest pamiętanie tego, co przypominane, a więc tego, co atrakcyjne medialnie oraz upowszechnianie estetycznych standardów ocen PRL-u (śmieszny, szary, brzydki, groteskowy, absurdalny, tragiczny, zgrzebny itp.).

Opisany powyżej sposób prezentacji PRL-owskiej rzeczywistości w massmediach ma również inną konsekwencję, którą można nazwać *produkowaniem beczasowości*. Przypominanie PRL-owskich seriali, filmów, gwiazd piosenki, programów rozrywkowych, wznowienia książek, a także natrętne promowanie przez przemysł rozrywkowy dzieci popularnych w przeszłości piosenkarzy i prezenterów, jest bowiem nie tylko przypomnieniem rzeczy wartościowych, ale podkreśla ciągłość i niweluje zmianę, jaka dokonała się po 1989 roku. Media wykorzystują więc dla celów czysto komercyjnych powszechne pragnienie odzyskania ciągłości biograficznej, przerwanej przez polityczną retorykę obozu Solidarnościowego i atmosferę społeczną początku lat 90-tych, zapewniając przez tak specyficzne przypominanie, że nic się nie

wydarzyło, że wszystko jest po staremu. Tego typu działania mediów i popularyzowanie PRL-owskiej kultury jest również swoistym wymazywaniem zbiorowej winy powszechnej akceptacji dla realnego socjalizmu i kreowaniem młodzieńczej niewinności tamtego okresu. Można je także rozpatrywać jako próbę powtórnego zakorzenienia, odbudowania utraconej tożsamości. *Produkowanie beczasowości* przez medialną nostalgię doskonale wpisuje się w dość powszechne poczucie zagubienia w nowej rzeczywistości i jest w istocie próbą odnalezienia stałego punktu zaczepienia w permanentnie zmiennej rzeczywistości, wśród niejednoznacznych ocen przeszłości i nierozpoznawalnej w swoim kształcie i przeznaczeniu przyszłości¹⁶. Nostalgia jest więc z pewnością reakcją na przyspieszenie tempa życia, ale jej potrzeba we współczesnej Polsce ma w sobie coś ze sposobu w jaki emigrant pamięta o kraju, który na zawsze utracił. Tęsknota za tym, co odeszło i niezdolność dostosowania do nowych warunków powodują idealizację tego, co było w przeszłości i używanie tej kliszy jako narzędzia poznawania i oceniania tego, co jest obecnie. Nostalgia pozwala przetrwać, jest bowiem poręcznym narzędziem poznawczym, ale nie należy zapominać, że jest ona również *chorobą*, która nie pozwala na skuteczną adaptację do nowej sytuacji¹⁷.

Media w odniesieniu do procesów pamięci indywidualnej i zbiorowej, tradycji odgrywają więc rolę wyjątkową i tradycyjnie dwuznaczną. Z jednej strony, ze względu na stałe poszukiwanie nowości i uzależnienie sposobu ich funkcjonowania od zdolności do kreowania i porzucania mód, prowadzą do wypierania indywidualnej i zbiorowej pamięci, opartej na bezpośrednich doświadczeniach. Z drugiej jednak strony wyznaczają to, co należy pamiętać i przypominać. Przypominają jednak w sposób specyficzny, bo całkowicie podporządkowany ich potrzebom. Przypominają tylko to, co atrakcyjne medialnie i przypominają to, o czym należy przypominać aktualnie i w sposób określony przez teraźniejszość. Historia staje się za ich sprawą zbiorem niepowiązanych ze sobą zdarzeń, słów, obrazów, dźwięków i postaci, które ujawnia się o ile pozwala na to i wymaga tego aktualna moda i wiąże się je w coraz nowe całości zgodnie z potrzebami teraźniejszości. Przesymulowana przeszłość i tradycja jest zaprzeczeniem ich normalnych odpowiedników, po-

¹⁶ Akceleracja tempa zmian rzeczywistości i reguła rządzących, oraz paralelność procesów zdobywania wiedzy i jej dezaktualizacji, potęgowane również przez media, skutkują więc wzrastającą potrzebą pamiętania i muzealizacją teraźniejszości (zob. L ü b e H., *Muzealizacja. O powiązaniu naszej teraźniejszości z przeszłością*, *Estetyka na świecie*, nr 3/1991), ale również estetyzacją pamięci i jej zmedializowaniem.

¹⁷ Zob. Z e i d l e r - J a n i s z e w s k a A., *Między melancholią i żalobą. Estetyka wobec przemian w kulturze współczesnej*, Warszawa, 1998.

nieważ wpleciona w reguły rządzące mediami, nie pozwala ani pamiętać, ani nie daje oparcia i nie zapewnia ciągłości, czy trwania, ale przeciwnie potęguje zgubienie, niejasność i nieprzejrzystość, skazuje na wieczną terażniejszość i przypadkowość.

SPOŁECZNY KONTEKST POLSKIEJ MEDIALIZACJI – KILKA HIPOTEZ

Należy z pewnością podjąć próbę wyjaśnienia przyczyn, dla których media we współczesnej Polsce wywołały tak znaczące zmiany społeczne i kulturowe. Oprócz czynników opisujących charakter nowych technik komunikacyjnych, które doprowadziły do opisanych powyżej konsekwencji, należy poszukiwać przyczyn także w zmianie miejsca mediów w społecznym kontekście współczesnej Polski. W ostatnich latach stały się one bowiem jedną z podstawowych instancji dystrybucji wiedzy dotyczącej rzeczywistości i prawomocnych reguł działania w jej ramach oraz jedną z najważniejszych agend socjalizacji.

Odpowiedź na pytanie, dlaczego tak się stało leży moim zdaniem w powszechnym poczuciu zagubienia w nowej rzeczywistości, wynikającym zarówno z ustanowienia zupełnie nowych reguł określających wszystkie w zasadzie sfery życia i delegitymizacji tych, które dotąd pozwalały skutecznie działać i zapewniały bezpieczeństwo. Media ze względu na swoją powszechność w roli narzędzia komunikacji społecznej odegrały w tym kontekście rolę dość perwersyjną, ale jednocześnie taką, która uprawomocniła je jako rdzeń wokół którego zorganizowane jest życie społeczne.

Z jednej bowiem strony doprowadziły one do wyeliminowania tych zasad i wiedzy, które regulowały życie społeczne przed 1989 rokiem, wyznaczały aspiracje, dyktowały właściwe metody przystosowawcze, style życia i ramy interpretacyjne, a więc potęgowały poczucie zagubienia, niejasności i anomii, ale jednocześnie, z drugiej strony, wyznaczały, najczęściej przez odwołanie do wzorców zachodnich, zupełnie nową ontologię rzeczywistości i kanony właściwego praktycznego w niej działania. W Polsce po 1989 roku media stały się więc zarówno *wielkim likwidatorem*, jak i *konstruktorem* oraz ważną instancją legitymizacyjną. Nie bez znaczenia dla charakteru tego procesu był również sposób działania mediów – nieustanna pogoń za nowością dyktowana koniecznością poszukiwania widzów oraz rozległość rejonów świata i sfer życia objętych ich zainteresowaniem. Tego rodzaju sposób działania połączony z rolą mediów we współczesnej Polsce doprowadził nie tylko do przyspieszenia zmienności wiedzy o rzeczywistości i podporządkowania jej regułom

charakterystycznym dla mody, ale również do wytworzenia poczucia braku stałości i bezpieczeństwa połączonego z potrzebą nadążania za coraz to nowymi standardami życia wyznaczonymi przez mass-media.

Innymi słowy media doskonale wpisują się ze swoim sposobem informowania w wytworzone przez niego, potrzeby, uprawomocniając się dodatkowo w roli ostatecznej instancji orzekającej w jaki sposób należy żyć i skutecznie działać. Taka relacja pomiędzy mediami, rzeczywistością a widzami, jest interesującym przykładem „przesymulowania” rzeczywistości: mass-media stwarzają bowiem pewien typ świata, całkowicie odpowiadający ich potrzebom komercyjnym, sugerując równocześnie, że jest to rzeczywistość podstawowa i podpowiadając, w jaki sposób należy działać w tak spreparowanym kontekście. Tego typu działanie jest bardzo skuteczne, ponieważ „medialna symulacja” rzeczywistości nie zamyka się w narzuceniu jako właściwej wąskiej, ideologicznej koncepcji rzeczywistości (pewnego obrazu świata lub poglądów na określone tematy), ale przede wszystkim w uprawomocnianiu się bardziej podstawowej wiedzy na temat rzeczywistości, w skonstruowaniu nowych podstawowych ram interpretacji¹⁸.

Tę nową własność mass-mediów i potęgę ich zdolności do przekształcania wyobrażeń na temat reguł rządzących światem można doskonale prześledzić w Polsce na przykładzie przebiegu procesu produkowania przez nie poczucia zagrożenia wywołanego wzrastającą przestępczością nieletnich. W ciągu kilku miesięcy nieustannego informowania o przestępstwach popełnianych przez młode osoby (i prawie zupełnym braku informacji o przestępstwach, których sprawcami są dorośli), ogromnej ilości programów publicystycznych, debat na żywo i reportaży poświęconych temu zagadnieniu, udało się im nie tylko zdefiniować młodzież jako patologiczną podklasę, wykreować atmosferę panicznego strachu przed agresją z jej strony, uruchomić odpowiednie regulacje prawne i działania instytucjonalne, mające tym zjawiskom przeciwdziałać, ale również upowszechnić bardzo *atrakcyjny*, dla wyrzuconych poza nawias życia społecznego młodych ludzi, wzór postępowania, kontestacji i oporu wobec nieprzyjaznej wspólnoty i porządku. Medialna fikcja, wynikająca między innymi z poszukiwania sensacji i z potrzeby zwiększania oglądalności za wszelką cenę (cóż bardziej przyciąga uwagę, niż zbrodnie popeł-

¹⁸ Ich nowość można opisywać przez poprzez następujące kategorie: nowoczesność i permanentna zmienność zamiast odwieczności i trwania; moda zamiast tradycji; konieczność nadążania przed konsekwencją i stabilnością; bycie podłączonym przed porozumiewaniem się; gra przed autentycznością; pluralizm, względność i arbitralność przed obiektywnością, absolutną prawdą i prawomocnością; globalność przed lokalnością; zróżnicowanie przed jednością; itd.

niane przez dzieci), doprowadziła nie tylko do poważnego przerekonstruowania generalnego obrazu rzeczywistości społecznej (wszechobecne poczucie zagrożenia, zgoda na rosnącą represyjność prawa i zamykanie przestrzeni publicznej, itd.), ale również bardzo przekształciła zarówno nieformalne, jak i formalne (np. prawo) rządzące nią reguły, doprowadziła do znaczących zmian publicznego dyskursu i stworzyła nowe narzędzia wyjaśniania jednostkowych niepowodzeń (narzędzia działające w identyczny sposób i mające identyczne funkcje, jak kategoria *przypadku, szczęścia i trafu*).

Media nie mogłyby odgrywać w Polsce takiej roli, jaką odgrywają bez pewnych zmian społecznych, po części wywołanych również przez nie same. Ich roli głównego dystrybutora wiedzy o świecie i ostatecznej instancji legitymizacyjnej z pewnością sprzyjają: malejąca ilość czasu poświęconego wychowywaniu dzieci przez rodziców wynikająca z konieczności gromadzeniu środków umożliwiających „nadażanie”; brak związków między programami szkolnymi, a zmieniającą się rzeczywistością i wynikająca stąd delegitymizacja szkoły jako instancji socjalizującej; wzrastająca mobilność społeczna i zawodowa; rozluźnianie więzi rodzinnych i towarzyskich, pluralizm pramocnych narzędzi wyjaśniania rzeczywistości itp.

Szczególnie istotny wpływ na zdominowanie życia społecznego w Polsce lat 90-tych przez mass-media wydają się mieć zwłaszcza te przemiany społeczne, które związane są z całkowicie nową sytuacją pracy, relacjami między czasem wolnym a pracą oraz komercjalizacją instytucjonalnych ram życia kulturalnego.

Oglądaniu telewizji i korzystaniu z internetu i innych technik komunikacyjnych, a zaniedbywaniu korzystania z kultury tzw. *pierwszego i drugiego układu* sprzyja z pewnością z jednej strony wydłużenie czasu pracy, wielozawodowość i *wieloetatowość* oraz paradoksalnie i z drugiego bieguna, również nadmiar czasu powodowany bezrobociem, strukturalnym ograniczeniem zdolności doksztalcania i uzyskiwania dodatkowych zarobków. Telewizja w obu wypadkach jest jedyną możliwą, ze względów czasowych, bądź finansowych, formą spędzania wolnego czasu lub zdobywania informacji o świecie.

Po drugie, oglądanie telewizji staje się czynnością, podczas której można *naprawdę* wypocząć, ze względu na fakt, iż czas wolny (definiowany najczęściej jako ten fragment codziennego życia, kiedy *możemy być naprawdę sobą*) staje się coraz częściej w Polsce nie tyle czasem odpoczynku po pracy, co czasem intensywnego inwestowania. Inwestowania w kwalifikacje, symboliczne wyróżniki prestiżu i pozycji społecznej, w powiększanie zdolności do kontrolowania rzeczywistości. Najczęściej przybiera to formę anektowania

coraz to nowych obszarów i sfer życia po to, aby obejmować je kontrolą – kontroluję swoje życie zawodowe i rodzinne – jestem przełożonym i głową rodziny – powinienem kontrolować również swoje życie towarzyskie, moją kondycję fizyczną i wygląd, wygląd mojego partnera i dzieci, wegetację drzew i trawy w moim ogrodzie itd. Oznacza to, że w Polsce *przyjemność indywidualna* płynąca z intensywnego *bycia sobą* w czasie wolnym (urzeczywistniania samego siebie i samorealizacji) wypierana jest przez *przyjemność społeczną* płynącą z coraz doskonalszego *wchodzenia* w obowiązujące scenariusze ról związanych z zajmowaną pozycją i z coraz lepszego wywiązywania się ze zobowiązań normatywnych określanych przez zmieniające się mody. Ponieważ czas wolny w coraz silniejszym stopniu zajmuje miejsce pracy w społecznych grach o wyróżnienie, to forma jego spędzania jest coraz mniej prywatna i dowolna. Dlatego też telewizja, czy internet ze swoim *domowym* charakterem i indywidualną formą korzystania z nich, przekształca się w enklawę, dzięki której możliwa jest namiastkowa choćby prywatność. Najbardziej interesujące jest jednak to, że i w tym wypadku działa ona obosiecznie, ponieważ, jak wspomniałem powyżej, jest również medium transmisji aspiracji, stylów życia i nowych mód wyznaczających nieistniejące dotąd przedmioty kontroli. Innymi słowy, dając poczucie wyłączenia z konieczności pełnienia ról i funkcji, zapewniając krótkotrwałe doznanie bycia sobą, telewizja i inne techniki komunikacyjne jednocześnie *edukują* nas do tego rodzaju gier, podsuwają nowe sfery i sposoby kontrolowania rzeczywistości, wyznaczają aspiracje i dyktują które sfery życia są wartościowe. Ostatecznie więc samorealizacja kończy się i zaczyna na grze z przekazami telewizyjnymi i oporze wobec mediów, polegającym na komponowaniu ich w nowe całości, zestawianiu ich w nowe komunikaty, przy jednoczesnej bezradności wobec opinio i wzorotwórczej siły samej telewizji oraz świadomości, że ci z którymi gramy o wyróżnienie, będą wiedzieli i zastosują telewizyjny scenariusz wcześniej od nas.

Po trzecie, dominacja mass-mediów nie nastąpiłaby w Polsce z taką gwałtownością, gdyby nie wyprodukowane przez realny socjalizm *głód otwarcia i potrzeba nadążania*. Oba zjawiska są funkcją rozbudzonych w latach 70-tych w Polsce aspiracji konsumpcyjnych, wynikającej zeń bezkrytyczności wobec Zachodu (postrzeganego jako miejsce w którym wszyscy posiadają zdolność spełnienia tych aspiracji) i wielowymiarowej izolacji polskiego społeczeństwa. Upadek realnego socjalizmu postrzegany był właśnie jako szansa urzeczywistnienia przede wszystkim tego rodzaju pragnień, rzadziej zaś jako konieczny warunek demokratyzacji życia. Telewizja i inne media odegrały

w tym kontekście rolą podwójną: z jednej strony dostarczały (wobec ekonomicznych, językowych i strukturalnych barier poznawania świata), instrukcji obsługi polskiej rzeczywistości, tak, aby przypominała ona Zachód a z drugiej strony (wobec technologicznego, cywilizacyjnego, oświatowego i wielu innych dystansów dzielących Polskę wobec krajów zachodnich) umożliwiały wirtualne współuczestnictwo i partycypację w zachodnim kręgu kulturowym. Amerykanizacja polskiej kultury, całkowita i powszechna bezkrytyczność wobec Zachodu¹⁹, i powszechna zgoda co do punktu dojścia polskiej modernizacji, łatwość upowszechniania się zachodniego stylu życia i mód konsumpcyjnych i nadgorliwa ich realizacja przez Polaków w codziennym życiu, z pewnością nie są ani skutkiem podróży na Zachód, dokładnego poznania i krytycznego oglądu, ale raczej rezultatem oddziaływania i voyerystycznego zachwytu obrazem Zachodu produkowanym przez mass-media.

V. ZAKOŃCZENIE

Zmedializowanie polskiego społeczeństwa, następujące w oszałamiającym tempie i dotykające coraz liczniejszych sfer życia jest o tyle interesujące, że dokonuje się na nieprzygotowanym gruncie, że jest raczej konsekwencją otwarcia na świat, niż rezultatem naturalnej ewolucji lokalnego kompleksu kulturowo-cywilizacyjnego. Sytuacja ta powoduje jednak nie tylko zrekonstruowanie rodzimych systemów wartości, stylów życia i tożsamości, ale również tego, co dociera do nas z zewnątrz. Zapośredniczone przez media ścieranie się przeciwstawnych typów społecznej organizacji i ram interpretacji produkuje bezprecedensową i całkowicie nową sytuację. Sytuację, w której tymczasowość, doraźność i brak stałych punktów orientacji, niejasność reguł rządzących rzeczywistością przeplatają się z jasnym i klarownie zdefiniowanym nakazem *nadążania* oraz z heroiczną, ale *akcjonalistyczną* obroną tego, co swoiste i rodzime. Rodzina nadal pozostaje więc dla Polaków najistotniejszą z wartości, ale ogniskiem domowym jest coraz częściej telewizor, a więzi wzmacnia konsumpcyjne spełnienie; katolickie święta są nadal powszechnie kultywowane, ale najważniejsze stają się w nich zakupy, prezenty

¹⁹ Interesująca jest w tym kontekście kariera zwrotu „...jak na zachodzie” zarówno w życiu potocznym, jak i w mass-mediach i politycznej praktyce. Wskazanie w dyskusji, że coś jest, powinno być lub nie jest „...jak na zachodzie” funkcjonuje w Polsce w roli ostatecznego argumentu, którego zawartości się nie dyskutuje i którego nie sposób podważyć. Jego pojawienie się podczas rozmowy jest bądź najwyższą pochwałą, bądź najcięższym wyrokiem całkowicie przekreślającym wartość. Pojawienie się w dyskusji zwrotu, „...ale przecież na zachodzie...” oznacza koniec rozmowy, bo trudno dyskutować z absolutem.

i karnawałowy potlach; coraz więcej młodych ludzi deklaruje się jako praktykujący katolicy, ale modlą się tylko podczas koncertów chrześcijańskiego rocka i w czasie wielkich plenerowych widowisk; nadal ceni się zatrącenie w zabawie, w gronie przyjaciół i przy alkoholu, ale ognisko zastępuje grill, a rozmowę oglądanie telewizji; nadal nasza etyka pracy daleka jest od protestanckiej, ale zajmujemy stanowiska nazwane z angielska i domagamy się zachodnich stawek wynagrodzeń, zarabiamy wciąż mniej niż na Zachodzie, ale nasze przedsięwzięte zakupy przekraczają skalą te dokonywane w zachodnich krajach itd.

Choć trudno przewidzieć, jaki będzie ostateczny efekt tego mariażu, to z pewnością z interakcji pomiędzy tym, co rodzime i lokalne, a tym, co nowe i zewnętrzne, zwycięskie wyjdą media. To one bowiem określają już dzisiaj scenariusze przebiegu wypadków. Niezależnie od tego, co wydarzy się w przyszłości w Polsce, będzie to dla nich atrakcyjne, z pewnością przechwycają one te trendy społeczne, których będziemy świadkami, i nadadzą im swoisty dla swoich przekazów charakter.

W zmedializowanym społeczeństwie jedynym trwałym punktem jest bowiem centralna rola nowych technik komunikacyjnych oraz to, że jedyną prawdą o tym społeczeństwie będzie prawda wyprodukowana przez media, przez nie potwierdzona i w tej samej chwili zdementowana.

Marek Krajewski

University of Adam Mickiewicz in Poznan

LIQUIDATION AND CONSTRUCTION. SOME EXAMPLES OF MEDIA IMPACT ON SOCIAL LIFE IN POLAND.

S u m m a r y

The author analyzes such issue as an impact exerted by cognitive perspectives and language to be found in media content on the state of Poles' social awareness. Several issues have received more attention. Thus, the author characterizes trends leading to growing convergence of information and entertainment contents. Next, he presents a phenomenon of prevailing media perception of the past consisting in transforming it into a set of language plates, rhetorical symbols and figures used in advertising, entertainment programmes and TV debates. An object of interest becomes also a "nostalgia" for the Polish people's Republic, or a media image of the real socialism period.