

TEORIE KOMUNIKACJI I MEDIÓW

POD REDAKCJĄ MARKA GRASZEWICZA

INSTYTUT DZIENNIKARSTWA I KOMUNIKACJI SPOŁECZNEJ · UNIwersYTET WROCLAWSKI



VOL.
5

TEORIE KOMUNIKACJI I MEDIÓW 5

TEORIE KOMUNIKACJI I MEDIÓW

Pod redakcją
Marka Graszewicza



Wrocław 2012

Recenzenci naukowi
prof. dr hab. Kazimierz Wolny-Zmorzyński
prof. dr hab. Leszek Pułka

Redakcja
Mikołaj Wojtaszek

Korekta
Maria Zebrany

Projekt okładki
Paulina Zielona

DTP
Aleksandra Dudzińska

© Copyright by Marek Graszewicz and
Oficina Wydawnicza ATUT – Wrocławskie Wydawnictwo Oświatowe

ISBN 978-83-7432-872-2



Oficina Wydawnicza ATUT – Wrocławskie Wydawnictwo Oświatowe
50-011 Wrocław, ul. Kościuszki 51a, tel. (71) 342 20 56, faks (71) 341 32 04
e-mail: oficina@atut.ig.pl; <http://www.atut.ig.pl>

Spis treści

Michael Fleischer Typologia komunikacji.....	9
Piotr Maroń Epistemology of Ludwik Fleck in the Light of Rortian Pragmatism	25
Jerzy Biniewicz Wikipedia – interfejs konwergencji.....	35
Magdalena Piechota Talent show. Rozrywka sformatowana	53
Paweł Nowak Komunikacja odbiorcy, komunikacja z odbiorcą i komunikacja odbiorcą w przestrzeni widowisk.....	71
Karina Stasiuk-Krajewska Public Relations jako system ekspercki późnej nowoczesności – tożsamość i samorefleksja	87
Marek Jeziński Tekst w działaniu – tekst w badaniu. O wielokodowości przekazu w teledysku <i>Mamona „Republiki”</i>	105
Jan Pleszczyński Status epistemologiczny autorytetu.....	125
Grażyna Stachyra Rytualna konstrukcja autorytetu radiowego. Analiza przypadku	141
Artur Trudzik Samobójstwo Tomusza Beksińskiego jako ekstremalna dezaprobata wobec atrofii autorytetów.....	155
Paweł Urbaniak Rola autorytetu w systemie odpowiedzialności mediów	175

Paulina Popiół-Wojciechowska

Budowanie autorytetu w publikacjach organizacji „Strażnica – Towarzystwo Biblijne i Traktatowe, Zarejestrowany Związek Wyznania Świadków Jehowy” 187

Beata Szady

Autorytet reportera po książce *Kapuściński non-fiction*..... 199

Piotr Maroń

Jak konstruuje się autorytet naukowy 207

Tomasz Markowski

Adam Michnik i Tadeusz Rydzyk w pojedynku o rząd dusz 217

Agnieszka Paszkowska

Rola opisu na etykietce w strategiach marketingowych i komunikacyjnych importerów win..... 247

Marcin Pielużek

Rekonstrukcja tożsamości polskiego nacjonalizmu na podstawie programów i tekstów ideologicznych środowisk skrajnej prawicy..... 275

Karolina Lachowska

Komunikacyjne aspekty terroryzmu w Hiszpanii 295

Piotr Podomarof

Fanfiction, czyli czego nie chciał powiedzieć autor. Rzecz o ekstremalnej negocjacji w narracji transmedialnej 329

Paweł Gregorczyk

Specyfika komunikacji tekstowej w grze *Call Of Duty: Modern Warfare 2*.... 345

Karolina Lachowska, Michał Grała, Marcin Pielużek

Wizerunek rodziny. Rodzina współczesna a rodzina idealna 361

Mariusz Wszolek

Konstrukcja miłości w niemieckiej i polskiej kulturze 379

Od redaktora

Piąty tom *Teorii komunikacji i mediów*, który oddajemy w ręce naszych Czytelników, jest w zasadzie kontynuacją tych wszystkich zasadniczych tendencji teoretycznych, jakie pojawiały się dotychczas. Przeważające w nim wątki konstruktywistyczne nie oznaczają raczej, by to ta metoda badawcza stała się w komunikacjonizmie dominująca. Przewaga ta wynika raczej z faktu, że to jeden ze sposobów badania komunikacji, zyskujący – to prawda – na atrakcyjności. Szczególnie wśród badaczy pokoleń młodszych, a tacy są w głównej mierze Autorami tomu.

Spora ilość tekstów dotyczących konstrukcji autorytetu oznacza najprawdopodobniej, że to problem zdecydowanie interesujący, równocześnie jednak bardzo różnie konceptualizowany. Między innymi tak, że autorytet to depozytariusz prawdy.

Tak długo, jak prawda, jakkolwiek konstruowana, nie jest jedyną obowiązującą w wyniku procesów paradygmatyzacji, możemy się spodziewać, że i w następnych tomach, których wydanie już planujemy, nie zniknie poznawcza różnorodność wiedzy o komunikacji i mediach. Ufam zatem, że jak mawiał pewien klasyk, choć raczej nie najmocniejszy autorytet, „tysiąc kwiatów” nadal będzie rozkwitać, przedstawiana zaś książka i wszystkie następne będą dostarczały naszym Czytelnikom satysfakcji zarówno poznawczych, jak i czytelniczych, a w porywach może nawet estetycznych...

Marek Graszewicz
Wrocław, we wrześniu 2012

Michael Fleischer

Uniwersytet Wrocławski; Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej

Typologia komunikacji

0. Punkt wyjścia

Przeglądając prace z dziedziny tego, co autorzy tych prac uważają za komunikację społeczną, spotkać można liczne określenia mające jakoby klasyfikować różne rodzaje czy gatunki komunikacji. I tak na przykład mowa jest o komunikacji: politycznej, medialnej, codziennej, interpersonalnej, werbalnej i niewerbalnej, międzykulturowej, symbolicznej, marketingowej, perswazyjnej, językowej, literackiej, wokalne. I jakby tego było mało, również o – telekomunikacji¹. Widzimy więc, że rodzaje komunikacji wyróżniane są według tematów lub miejsca, w jakim przebiegają, a tych, jak wiemy, jest mnóstwo, jednych i drugich. Nie jest to oczywiście sytuacja, która mogłaby nas z punktu widzenia zarówno teorii i badań komunikacji, jak i opisu samego obiektu zadowolić, zwłaszcza kiedy konieczne jest zajęcie perspektywy zewnątrzsystemowej, nieoperującej w trakcie analizy kategoriami, za pomocą których operuje analizowany system.

Klasyfikacje te przypominają (na polu nauki!) dziecięce wymieniarki, typu – różniamy czerwone kwiatki, żółte kwiatki, niebieskie kwiatki. To oczywiście prawda, sama wymieniarka jednak niczego nam nie wyjaśnia (a już na pewno ewolucyjnych korzeni komunikacji), lecz tylko werbalizuje to, co jest widoczne, kiedy się patrzy, nie pytając o to, po co i za pomocą jakiej teorii się patrzy oraz co i w jakim celu chce się zobaczyć. To argumentacja typu: mrówka ma sześć nóg, a pies cztery. W rzeczy samej. I tym się zatem mrówki różnią od psów. Wydawałoby się. Mamy więc do czynienia z myśleniem po łebkach. Samo myślenie po łebkach jest bardzo potrzebną kompetencją, ale jest myśleniem po łebkach.

¹ Abstrahuję już tutaj od niespójności podziałów i oksymoroniczności niektórych określeń; jak w wypadku komunikacji interpersonalnej (!), a wiemy że nie ma komunikacji indywidualnej.

Weźmy bowiem przykład rozmowy dwóch pań²:

Jedna: „Oreo, co to jest takiego?”

Druga: „Ciasteczka takie, co reklamują”.

Zgodnie z zastaną klasyfikacją mamy tu do czynienia z komunikacją codzienną. I tyle. Co najwyżej możemy sobie wartościować i śmiać się z tych pań i ubolewać nad tym, że są prosto ustrukturyzowane, oraz biadolić nad upadkiem edukacji. W rzeczy samej jednak niczego nie wyjaśniamy, a tylko produkujemy nawiązywalność komunikacji, ubolewając nad upadkiem społeczeństwa, gaworząc o temacie tej wypowiedzi, czyli wpadając na lep komunikacji właśnie, dając się do niej przez nią wciągnąć. A proszę zauważyć, jaką ciekawą funkcję reklamy przytoczony cytat nam tutaj prezentuje, okazuje się bowiem, że reklama motywować i uzasadniać może rzeczywistość, podczas kiedy nam się wydawało, że jest odwrotnie. Ponadto klasyfikacje te wprowadzają element wartościujący, co z kolei pozwala na hierarchizację komunikacji, a zatem konstruowanie lepszych i gorszych wypowiedzi i komunikacji, co dobitnie świadczy o tym, że stosuje się perspektywę wewnątrzsystemową.

Inny przykład:

Muzeum pierwszego polskiego dinozaura drapieżnego³.

Zgodnie z zastaną klasyfikacją mamy tu do czynienia z komunikacją medialną i reklamową. Jak jednak nietrudno zauważyć, pozostawia to w nas pewien naukowy niedosyt. Jak natomiast w ramach tej klasyfikacji wyjaśnić, że dinozaury posiadały paszport, i to na długo przed wynalezieniem papieru? A co z drugim dinozaurem?

Aby wyjść z tego, jak widzimy niezadowolającego, dylematu, powinniśmy zadać proste pytanie: Kto produkuje/reprodukuje wymienione wyżej rodzaje komunikacji? I tu sprawa się komplikuje. Wychodzi bowiem na to, że na przykład komunikację polityczną czy medialną produkują politycy względnie dziennikarze (i/lub osoby występujące w mediach), komunikację marketingową marketingowcy, literacką literaci, perswazyjną perswazjoniści, zaś werbalną, językową i interpersonalną – kto?

I tak pojawia się kolejne pytanie: Kim są ci ludzie? O dpowiedź – Ano, takimi samymi ludźmi jak my wszyscy oraz użytkownikami nie przez nich (ani przez

² W Olsztynie koło Częstochowy, 31.06.2011, w okolicach godziny 14.

³ Tablica reklamowa we wsi Lisowice informująca o wzmiankowanym muzeum i dinozaurze; na temat tego ostatniego zaś stosowna gazeta donosi, co następuje: „Odslonięto rekonstrukcję dinozaura zwanego Smokiem z Lisowic. Czwartek, 30 czerwca (16:00). Model naturalnej wielkości dinozaura – zwanego Smokiem z Lisowic – został pokazany na wystawie «Tropami śląskich dinozaurów» w Muzeum Paleontologicznym w Lisowicach k. Lublińca (woj. śląskie). Pierwszy drapieżny dinozaur znaleziony w Polsce ma 5 m długości i 2 m wysokości” (<http://polskalokalna.pl/wiadomosci/slaskie/news/odslonieto-rekonstrukcje-dinozaura-zwanego-smokiem-z-lisowic,1661918,225,2.07.2011>).

nas) wymyślonej (ani wymyślanej) komunikacji. W jaki sposób zatem jakiś polityk, będący takim samym człowiekiem jak wszyscy inni, miałby wymyślić specyficzną formę komunikacji politycznej i na czym ta miałaby polegać; i jak on i jemu podobni mieliby tego dokonać? Indywidualnie nikt nie jest w stanie wymyślić jakiejś nowej formy komunikacji, gdyż komunikacja jest zjawiskiem społecznym i „wymyśla się” tylko społecznie, a nie indywidualnie. Kiedy zaś ja (gdybym był w stanie) wymyślę indywidualnie jakiś sposób komunikacji, wtedy nikt mnie nie zrozumie. Oczywiście natomiast jest, że specyficzne mogą być tematy takich komunikacji (na temat polityki czy mediów). Jakie natomiast rodzaje komunikacji miałyby wymyślić media, polityka, literatura itp.? No i jak, oczywiście. Rozpoczynając, a następnie kontynuując pracę w charakterze polityka, literata, marketingowca czy pracownika mediów zawsze – jak mawia S.J. Schmidt – przychodzimy za późno i znajdujemy się w sytuacji, w której komunikacja już istnieje, już jest dana i już funkcjonuje, a my z niej jedynie korzystamy i w niej uczestniczymy, nie mając wpływu na mechanizm, z którego korzystamy, gdyż z niego tylko korzystamy. Nie powinniśmy więc mylić tematów komunikacji, które mogą być różne, a nawet różniste, z typami komunikacji. Nic nie stoi, ma się rozumieć, na przeszkodzie, by badać takie tematy i miejsca ich występowania. Możemy więc pytać o to, jakie tematy pojawiają się w polityce, a jakie w mediach, jakie się tam nie pojawiają i dlaczego. Itp. To jednak zupełnie inny wymiar badawczy. A najzupełniej szczerze – nie ma w tak zwanej komunikacji politycznej ani jednego tematu, który nie pojawiałby się również gdzie indziej; to samo dotyczy pozostałych obszarów. Widzimy zatem, że to nie media mówią, lecz media transportują (tak a nie inaczej oraz tak a nie inaczej okrojone) mówienie ludzi, którego to mówienia ci ostatni nauczyli się gdzie indziej. To samo dotyczy polityki, marketingu, międzykulturowości i literatury.

Na tym tle chcę się tutaj zastanowić nad możliwością wyróżnienia typów komunikacji (niezdiagnozowanych tematami), opartych na różnych manifestacjach i sposobach realizacji generalnego mechanizmu komunikacji, oraz podjąć próbę strukturalnej i funkcjonalnej typologizacji komunikacji, typologizacji nieopartej na świadomości potocznej i na opisie tego jedynie, co na powierzchni widoczne, lecz dotyczącej właśnie elementów strukturalnych i funkcjonalnych samej komunikacji.

Wyjść w tym celu musimy od generalnie odmiennej perspektywy oglądu i stwierdzić, że przedmiotem badań komunikacji społecznej jest tylko i wyłącznie komunikacja face-to-face, czyli, by tak rzec, żywa komunikacja, odbywająca się w sytuacji fizycznej obecności aktantów danych aktów komunikacji. Wszystkie inne formy są, tak czy inaczej, limitowanymi komunikacjami lub notacjami takich limitowanych komunikacji. Nie oznacza to oczywiście, że pozostałe aspekty nie mogą stanowić przedmiotu badań nauki o komunikacji. Powinniśmy tylko uwzględnić, że aspekty te pochodzą zawsze od fundamentalnego poziomu komunikacji, jakim jest sytuacja face-to-face. Ponadto w ramach tej perspektywy unikam, jeśli to tylko możliwe, mówienia o komunikacji (w sensie – komunikacji jako takiej, gdyż to tylko wynik

hipostazowania), na korzyść mówienia o komunikacjach (w liczbie mnogiej), jako że mamy zawsze tylko do czynienia z przebiegającymi w ten lub w inny sposób konkretnymi komunikacjami, czyli z produkcją wypowiedzi. W tym samym kontekście unikał będę stosowania słowa 'tekst', na rzecz pojęcia 'wypowiedź', jako że 'tekst' konotowany jest zwykle już z pewną formą notacji wypowiedzi; pomijając już fakt, że tekst stał się pojęciem na tyle szerokim, iż jego operacjonalizacja okazuje się praktycznie niemożliwa.

Stosował będę również pojęcia 'aktant' i 'uczestnik/użytkownik komunikacji' w miejsce 'człowiek' czy 'ludzie', podkreślając przez to, że to nie ludzie prowadzą komunikacje (a w każdym razie nie cały człowiek), lecz po pierwsze, że to komunikacje komunikują, a po drugie, że komunikacje odbywają się przy pomocy aktantów, czyli tych tylko aspektów danej jednostki, które pozwalają realizować określone role komunikacyjne. W sensie – przy pomocy uczestników komunikacji, czyli osób biorących udział w czymś, na kształt czego nie mają oni wpływu, lecz jeno realizują istniejące już przed nimi i poza nimi, przez nich indywidualnie (bez podlegania sankcjom społecznym) niezmiennalne struktury. Człowiek (zwierzęta) to pojęcie biologiczne. Ten, by tak rzec, biologiczny człowiek konfrontowany jest w przestrzeni społecznej i komunikacyjnej z istniejącym repertuarem ról, jakie można grać, realizując pewien stojący ponad organizmem biologicznym mechanizm, tu – mechanizm komunikacji (w innych wypadkach – inne mechanizmy). Mamy zatem różne role, umożliwiane przez komunikacje, oraz różne scenariusze prowadzenia komunikacji, i te role człowiek gra oraz scenariusze realizuje; nie cały człowiek oczywiście i właśnie, lecz niektóre jego materialne, strukturalne i kognitywno-emocjonalne aspekty, relewantne w danej sytuacji komunikacyjnej dla przeprowadzania niezależnej od niego komunikacji. W tym rozumieniu na planie komunikacji pojawia się człowiek jako *aktant*. Ludzie stanowią zatem fizyczną podstawę tego procesu, zaś tego procesu funkcjonalne i strukturalne aspekty wyznaczają formę określonego w danej sytuacji aktanta komunikacji. Dla komunikacji przeprowadzanej przez telefon lub Internet nieistotny jest ani ubiór, ani fryzura, gdyż w danej sytuacji i przestrzeni komunikacyjnej nie stanowią one komunikacyjnych elementów wypowiedzi, w komunikacji face-to-face natomiast – owszem. W komunikacji przez telefon mogą więc ubiór posiadać lub nie (w tym sensie stanowi on fizyczną podstawę, tyle że nie komunikacji); w komunikacji bezpośredniej natomiast mogą ubiór również posiadać lub nie, tyle tylko, że fakt posiadania takiego a nie innego lub fakt braku ubioru jest istotny, bowiem coś znaczy, czyli stanowi semantyczny element wypowiedzi i takiż aspekt komunikacji. To samo dotyczy, ma się rozumieć, wszystkich innych elementów fizyczności człowieka i jego otoczenia, nie wszystkie i nie on cały stają się elementem aktanta. Aktant zatem to zestaw elementów roli realizowanej w danej komunikacji przez... Ano właśnie – niekoniecznie przez człowieka (lub inne zwierzę). W funkcji aktanta wystąpić może bowiem równie dobrze budynek (na przykład Urzędu Miejskiego, który powodować może takie a nie inne rodzaje komunikacji, lub im

zapobiegać), jakiś przedmiot, design, który umożliwi określone komunikacje, a innym zapobiega, czy określona architektura wnętrza, która również reguluje typ realizowanych w niej czy za jej pomocą komunikacji. I żeby długo nie wymieniać – aktantem może być wszystko, o ile przejmuje funkcje komunikacyjne i pozwala realizować komunikacje lub nawet im zapobiegać. Poza tym budynek czy przedmiot pozostają oczywiście budynkiem i przedmiotem o określonych własnościach fizycznych, stanowiąc element pierwszej (i drugiej) rzeczywistości.

Komunikacje typu face-to-face traktuję zatem jako naturalne formy komunikacji, a wszelkie inne formy jako rezultat konserwowania (w tym lub w innym celu) komunikacji lub jako wynik notacji wypowiedzi, notacji dokonywanej w celu zakonserwowania komunikacji, aby ją w stosownej chwili w tej okrojonej formie zaktualizować; nie jest to jednak już naturalna komunikacja, a tylko relacja z niej. Podobnie zatem jak lingwistyka, również nauka o komunikacji nie zajmuje się notacją, lecz – jak lingwistyka językiem naturalnym – komunikacją naturalną.

Przy czym rezygnuję tutaj z wyróżniania (narzucającej się z zastosowania opozycji) komunikacji sztucznej, gdyż to, co zwykle jako taką się traktuje, nie jest komunikacją. Wychodząc bowiem od konstruktywistycznej definicji komunikacji jako negocjacji znaczeń, trudno tak zwanej komunikacji sztucznej, za którą postuluje się zwykle uznać działania zachodzące między maszynami, komputerami, termostatami itp., gdzie do negocjacji znaczeń właśnie nie dochodzi, więcej – ma nie dochodzić, przyznać naukowo operacjonalizowalny status zjawiska komunikacyjnego. A zatem sens.

Analizując odbywające się powszechnie komunikacje z tej perspektywy, docho-
dzą, w rezultacie stosownych obserwacji, do możliwości wyróżnienia następujących typów komunikacji:

- komunikacja frazeologiczna;
- komunikacja tautologiczna;
- komunikacja termostatowa;
- komunikacja diagnostyczna;
- komunikacja działaniowa;
- komunikacja autystyczna;
- komunikacja eufemistyczna;
- komunikacja indeksalna;
- komunikacja kooperatywna;
- komunikacja subwersywna.

Uwaga: podana wyżej lista typów komunikacji nie jest bez wątpienia pełna, a zatem proponowana typologizacja nie rości sobie pretensji do kompletności, lecz obejmuje typy, które na razie udało mi się wyróżnić z empirycznego oglądu nieustannie wokół nas przebiegających komunikacji.

I jeszcze jedna istotna (i dlatego wymagająca dłuższego wyjaśnienia) kwestia. Uważnemu czytelnikowi rzucił się bez wątpienia w oczy fakt, że wyróżnione przeze

mnie typy komunikacji nie wynikają z zastosowania jednego kryterium lub wręcz kryterium takie w ogóle nie jest widoczne. To prawda. Wynika to oczywiście z uwzględnienia różnicy między klasyfikacją a typologizacją.

Klasyfikacja jest ułatwiającym życie opisem różnic między elementami na podstawie wprowadzonego z zewnątrz (systemu) jednego, najczęściej dualistycznego, kryterium, niemającego nic wspólnego z samym obiektem. I w tym sensie klasyfikacja jest zawsze zamknięta i skończona oraz niczego nie tłumaczy, a tylko dzieli coś na klasy, w których jedna strona dualistycznej opozycji dane kryterium spełnia, a druga strona, którą stanowi z reguły cała reszta, tego zewnętrznego kryterium nie spełnia.

Typologizacja natomiast nie posiłkuje się kryteriami, gdyż bazuje na empirycznym opisie, to znaczy na stwierdzeniu istnienia opisanego zjawiska, poprzez jego egzemplifikację właśnie, a następnie stosowny opis (oraz, w rezultacie, próby falsyfikacji oczywiście). Przed typologią ('przed' – w sensie temporalnym) stoi zatem zawsze opis obiektu wynikły z zastosowania określonej teorii wiodącej, w ramach której dana obserwacja i jej rezultat (obiekt i jego opis) stają się możliwe i istotne⁴. Przed klasyfikacją natomiast nic nie stoi, gdyż jest ona wtórna wobec obiektu. Pracuję tu zatem w myśl zasady – kryterium typologizacji, na przykład tych określonych zwierząt, jest istnienie tych zwierząt; natomiast kryterium klasyfikacji tych zwierząt jest... cokolwiek nam do głowy przyjdzie (na przykład: ilość nóg, wielkość, kolor itp.)⁵. Typologizacja jest więc zawsze strukturalna i funkcjonalna, a tym samym podlega falsyfikacji, gdyż coś twierdzi, zaś klasyfikacja jest – deskryptywna (i niczego nie twierdzi, jeno coś opisuje). Kiedy więc klasyfikujemy na przykład ludzi, to stwierdzamy, że wyróżnić możemy ludzi małych, średnich, dużych, jasnoskórych, ciemnoskórych, o niebieskich, zielonych, brązowych oczach, długich i krótkich włosach/paznokciach, no i oczywiście mądrych i głupich. Mamy więc piękną klasyfikację. Kiedy natomiast typologizujemy ludzi, to widzimy, że (z punktu widzenia biologii = teoria wiodąca) występują oni w dwóch strukturalnie i funkcjonalnie odmiennych

⁴ Pojęcie 'istotne' stosuję tutaj w sensie, w jakim wprowadził je do nauki Mario Bunge, to znaczy jako charakterystykę elementu niezbędnego dla działania systemu; istotne są zatem te elementy danego systemu, które gwarantują jego funkcjonowanie i stabilność i bez których nie może się on jako taki obejść.

⁵ Nawiasem mówiąc, rezultatem mylenia klasyfikacji z typologią jest na przykład dzielenie istot żywych na ludzi i zwierzęta za pomocą kryterium języka. Wszyscy przecież widzimy, że zwierzęta, w przeciwieństwie do nas, ludzi, nie mają języka, a zatem tym właśnie różnią się od nas, a my od nich. I już. Podczas kiedy co wnikliwsi z nas zauważają zastosowany w tym wypadku trick, a mianowicie, że kryterium podziału pochodzi od jednej strony opozycji i to *nim* jako kryterium zostało zastosowane, oraz że kryterium to jest wewnątrzsystemową cechą jednej ze stron opozycji, a nie stanowi elementu zewnątrzsystemowego. Jeśli natomiast zastosować typologizację, to przed uzyskaniem jej rezultatu widzimy, że w świecie ożywionym występują istoty posilające się komunikacją i istoty niekomunikujące. Tak, ale w tej sytuacji my nie różnimy się od zwierząt, lecz tylko zaliczamy się do zwierząt, które komunikują i których jest stosunkowo dużo. Ale to nam się nie może podobać. I w ten sposób gusty wchodzą do nauki.

plciach. I tyle. Ponadto jednak widzimy także, że płeć cechuje również niektóre inne jeszcze zwierzęta, przez co możemy ludzi przypisać również do szerszego typu, na przykład ssaków. W wypadku klasyfikacji operacja taka nie prowadzi do sensownych rozwiązań, jako że wyróżniając ilość kończyn lub kolor skóry, dochodzimy do wyróżnienia wspólnej klasy białych ludzi i białych budynków oraz ludzi i stołów (o czterech nogach), a poza tym klasyfikacja niczego o obiekcie nie twierdzi, lecz tylko go opisuje.

Ponadto w przeciwieństwie do klasyfikacji typologizacja nic nie znaczy; to, co prezentuje typologizacja, po prostu takim jest (na aktualnym poziomie wiedzy), natomiast czy za danym typem stoi specyficzna funkcja, należy dopiero zbadać. Rezultat klasyfikacji zaś obłożyć można znaczeniami, przez co wejść on może w komunikację, a nawet, jak w przypadku mądrych i głupich, pozwala na wymyślenie ilorazu inteligencji, umożliwiającego odróżnianie tych jednych od tych drugich, skoro, jak już wiemy, są. Natomiast istnienie dwóch płci jest istnieniem dwóch płci, komunikacyjnie zaś niewiele spotyka się sporów na ten temat; w przeciwieństwie do klasyfikacji, które nadają się prawie tylko do sporów. Argumentuję tutaj co nieco humorystycznie, sprawa jednak jest dość poważna i w badaniach powinniśmy różnicę między typologią a klasyfikacją mieć zawsze przed oczyma⁶.

W odniesieniu do analizowanego tutaj zjawiska wykazać zatem muszę, jakie struktury leżą u podstaw proponowanej typologii i jakie funkcje (wewnątrz- i zewnątrzsystemowe) spełniają poszczególne typy komunikacji. Nieistotne natomiast są kryteria.

A skoro już jesteśmy przy wyróżnianiu:

Mamy ponadto do czynienia z rozróżnieniem opisu i wyjaśnienia. Kiedy dokonujemy opisu, wtedy na pierwszym planie stoi przedmiot tego opisu, zaś sam opis jest w tym sensie wtórny i, co istotne, podlega reprezentowanej przez nas pozycji, nastawieniu oraz jako samo zjawisko produkuje wielość opisów, które w istocie są równowartościowe, gdyż zawsze są tylko zależne od zajmowanego przez badacza stanowiska i tego, jak on coś widzi, chce widzieć, a każdy inny widzieć może to na swój sposób. A ponadto opis jest zawsze synchroniczny.

Wyjaśnienie natomiast automatycznie wprowadza wymiar diachroniczny i filogenetyczny oraz pyta o to, jak doszło do powstania przedmiotu (nie – opisu, lecz wyjaśnienia). Przy czym przedmiot konstruowany jest z przesłanek, które doprowadziły do jego powstania, i w tym sensie przedmiot jest wtórny; na pierwszym planie stoją elementy jego ewolucji, które ów przedmiot właśnie wyjaśniają.

Przejdźmy teraz do omówienia poszczególnych typów komunikacji. Dokonam tego skrótowo i ograniczę się do kilku tylko istotnych dla zagadnienia aspektów

⁶ Nie oznacza to oczywiście, jakoby klasyfikacja była czymś zdrożnym, czego należałoby unikać jak ognia. Klasyfikacje po prostu do czego innego służą, a przydatne są również w nauce, tyle że nie do wyjaśnień.

każdego typu, podając następnie stosowny przykład ilustrujący dany typ komunikacji (szczegółowo i szeroko – patrz Fleischer 2012).

1. Komunikacja frazeologiczna

Transportowanie znaczeń już wynegocjowanych w celu ich dalszego utrwalania.

- stosowanie gotowych sformułowań, utrwalonych już w dotychczasowych komunikacjach;
- nie – negocjacja znaczeń, lecz potwierdzanie w systemie już zakotwiczonych znaczeń;
- apeluje do identycznej wiedzy interlokutorów, a ci potwierdzają się w znaczeniach;
- nie umożliwia wątpliwości, różnicy poglądów; dany stereotyp obsługuje wszelkie relewantne dla aktantów aspekty świata;
- nie tworzy się wypowiedzi, lecz powołuje się je ze znanego repertuaru;
- wśród uczestników tej komunikacji wypowiedzi stanowią oczywistość;
- strukturalna wymienialność wypowiedzi i powtarzalność struktury aktu komunikacji.

Przykład:

Szczególnie wobec tej strasznej suszy, z powodu której ludzie cierpią, bezsprzecznie cennym jest, żeby także w przyszłości mogło być więcej zabezpieczeń, aby takie straszne zjawiska natury lepiej przetrwać⁷.

Ona: „Nie wiem, co mam robić z moim facetem. Kocham go, ale nie wiem. Wkurwia mnie. Faceci są pojebani!”

I czyż to nie jest prawda? Jako że innej prawdy nie ma.

2. Komunikacja tautologiczna

Aktanci prezentują wypowiedzi powielające poprzednią wypowiedź, tyle że w językowo odmienionej formie.

- interlokutorzy podrzucają sobie funkcjonalnie identyczne (lecz strukturalnie różne) wypowiedzi;
- ciągle powtarzanie tego samego znaczenia i funkcjonalnie tej samej wypowiedzi;
- utrzymywanie siebie w przekonaniu o niezmienności i pewności znaczeń;
- tworzy i stabilizuje więzi komunikacyjne;

⁷ Angela Merkel, RTL Aktuell, 12.07.2011, na temat suszy w Afryce Zachodniej.

- zabieg 'jelen na rykowisku', wypowiedzi oparte na wzorze – 'a to jeszcze nic/ ja miałem lepiej...';
- nawiązywalność komunikacji orientuje się na sam schemat;
- przewidywalność wypowiedzi = poczucie bezpieczeństwa i komfortu psychicznego;
- komunikacyjne perpetuum mobile;
- zwiększanie stabilności komunikacji gwarantuje dynamiczną nawiązywalność w sytuacji przewidywalności wypowiedzi.

Przykład:

Jeden: „My debil idziemy już na przystanek”.

Drugi: „To idźcie, kurwa!”

Jeden: „To idziemy, kurwa!”⁸

Ona: „A ja chcę rude!”

On: „Przecież ty masz rude włosy”.

Ona: „A ja chcę rude rude”⁹.

3. Komunikacja termostatowa

Nie znosi wątpliwości, podawania w wątpliwość, wychodzenia poza ramy przesłanek generujących wypowiedzi.

- bezpośrednie następstwo akcji i reakcji oraz stała wymiana wypowiedzi;
- komunikacja kręci się w koło i to stanowi jej cel;
- komunikacje podjąć można w dowolnym momencie i w dowolnym momencie ich zaniechać;
- jest jednowymiarowa, ale nie jest linearna;
- bezpośredniość wypowiedzi w relacji do schematu, krótkodystansowość ciągów komunikacyjnych;
- korzystanie z dawno już wynegocjowanych znaczeń;
- unikanie kreatywności, co gwarantuje stabilność struktury, odporność na zakłócenia.

Przykład:

– Idę dzisiaj do kina.

– Jak to, znowu idziesz do kina, przecież dopiero niedawno byłeś.

– Jak niedawno, nawet nie pamiętam, kiedy ostatnio byłem.

– Nie pamiętasz? To mogę ci przypomnieć.

– Grunt, że ty mi możesz coś przypomnieć, ciągle byś mi tylko mówiła, co mam robić.

⁸ Ostatnie dwa przykłady: Jan Komunikant 2011.

⁹ Olsztyn (koło Częstochowy), 29.06.2011, 14.50.

- Ja ci mówię, co masz robić? I tak zawsze robisz swoje, nigdy nie patrzysz na moje potrzeby.
- Przepraszam, a kto ostatnio był z tobą u twoich rodziców?
- Ale musiałam cię zmusić, przecież nie lubisz moich rodziców.
- Ja nie lubię twoich rodziców? Dlaczego mam ich nie lubić?
- Też nie wiem, dlaczego ich nie lubisz. Ale nie lubisz.
- ...

On: „Kurwo, przestań się trzepać i chodź kurwo”.

Ona: „O chuj ci chodzi?”

On: „No chodź kurwo”.

Ona: „A idź kurwa sam”.

4. Komunikacja diagnostyczna

Nie chodzi o to, co się mówi, lecz o to, jak się mówi, oraz o to, co ja chcę usłyszeć.

- wykorzystanie mechanizmu komunikacji w celach nie-społecznych;
- egzaminy, rozmowy z lekarzem, prawnikiem, psychologiem, rozmowy w urzędach, instytucjach;
- generalnie – rozmowy hierarchiczne, niesymetryczne;
- z drugiej strony jest ktoś, kogo interesuje jedynie forma, a nie treść wypowiedzi;
- brak symetrii celów i powodów komunikacji między obydwooma aktantami.

Przykład:

On: „Patrz, on tego nie umi zrobić, kurwa”.

Ona: „Naucz się odmieniać!”

On: „Dobra... kurwo!”

Ona: „Ja pierdołę!”

On: „To nie pierdol tyle!”¹⁰

5. Komunikacja działaniowa

Produkcja wypowiedzi jako elementu działania w danej sytuacji społecznej, w celu podtrzymania tej sytuacji za pomocą komunikacji (smalltalk).

- konieczność unikania negocjacji znaczeń i samej ich produkcji;
- nieistotne jest, co się komunikuje, lecz tylko, że jest komunikowane;
- komunikacja w jej wymiarze fizycznym konstytuuje sytuację społeczną;
- stosuje się tam, gdzie fizyczna obecność aktantów wymaga manifestowania sensu danego działania;
- komunikacja pozbawiona zostaje elementów semantycznych i przechodzić musi w modus działania.

¹⁰ Ostatnie dwa przykłady: Jan Komunikant 2011.

Przykład:

On: „Pierdol się gruba świnió!”
 Ona: „A chuj ci do mojej dupy?!”
 Jedna: „No i zapłaciłam mniej”.
 Druga: „Zakurwicie. Tak powinno być!”¹¹

6. Komunikacja autystyczna

Nie ma procesu negocjacji znaczeń, lecz tylko manifestowanie znaczeń, przy braku zainteresowania semantyką reprezentowaną przez drugiego aktanta.

- jeden aktant mówi swoje, a drugi – swoje;
- daje podwyższenie sprawności komunikacji, kosztem jej aspektów społecznych;
- pomijany jest aspekt społeczny komunikacji, na korzyść prezentacji własnego stanowiska;
- mechaniczna realizacja nawiązywalności i przewidywalności;
- ‘iść w zaparte’, daje komfort komunikacyjny, bezpieczeństwo i pewność komunikacji;
- nawiązywalność gwarantuje się samoczynnie na podstawie czynników czysto fizycznych;
- dogmatyzm = przesłanka wypowiedzi staje się jej argumentem.

Przykład:

Chodź tu, bo cię strzelę, zwariowałeś, samochody tu jeżdżą!¹².

A przelał ci kasę, bo mnie kurwa nic nie przelał!¹³.

Jeden: „Są tylko dobrzy i głupi ludzie”.

Drugi: „Jak pan chce to rozstrzygać?”

Jeden: „Nie muszę tego rozstrzygać, ja to widzę”¹⁴.

7. Komunikacja eufemistyczna

Powiedzieć coś tak, by pierwszy aktant miał przekonującą możliwość twierdzenia, że tego, co przez drugiego zostało zrozumiane, wcale nie był mówił.

- znaczny nadmiar materiału językowego w wypowiedzi, by zamglić intencyjny sens;

¹¹ Ostatnie dwa przykłady: Jan Komunikant 2011.

¹² Krzyczy mama do małego dziecka, które wbiegło na ulicę; Wrocław, 15.07.2011, 16.20.

¹³ Wrocław, 10.11.2009, godz. 10.30.

¹⁴ „Es gibt nur Gute und Deppen. Wie wollen Sie das entscheiden? Das brauche ich nicht zu entscheiden, das sehe ich” (rozmowa dwóch panów).

- każdy wie swoje, zaś nikt nie ma pe wności, czy inni wypracowali to samo znaczenie;
- niwelowanie społecznego charakteru wypowiedzi i komunikacji;
- kompetencja w ukrywaniu właściwego, a znanego interlokutorom, celu komunikacji;
- możliwość wycofania się z wypowiedzi;
- miękkie wyrażenie odmowy lub nieakceptowanie pozycji drugiego aktanta;
- obydwie strony zachowują komfort psychiczny, ponieważ nikt niczego nie powiedział;
- nie ‘zrobię’, lecz – ‘podejmę starania/zajmę się tym’, nie ‘przyjdę’, lecz – ‘postaram się wpaść’.

Przykład:

Euro-sklep, polska sieć handlowa. Polscy kupcy tworzą polską część Europy¹⁵.

Skóra ekologiczna¹⁶.

Delikatesy mięsne, w których warto kupować.

Własny rozbiór kulinarny¹⁷.

8. Komunikacja indeksalna

Wypowiedź nie oznacza tego, co zostało wypowiedziane, lecz *wskazuje* na coś, co nie jest zawarte w wypowiedzi, lecz ją jedynie w tym celu stosuje.

- język służy do wymiany doświadczeń, a nie do tworzenia wypowiedzi o doświadczeniach;
- znaki symboliczne stanowią *asemantyczny* materiał komunikacji;
- pozwala umknąć przed deklaratywnością i wieloznacznością znaków symbolicznych, na rzecz jednoznaczności indeksów;
- sensowność wypowiedzi gwarantowana jest *sytuacyjnością* w tu i teraz;
- ścisły kontakt interlokutorów = uważność;
- odwołanie się do doświadczenia, działania i postrzegania jednostki;
- zmniejszenie ilości nieporozumień, gdyż wątpliwości usuwane mogą być przez sytuację;
- wspólność repertuaru odniesień, gdyż obie strony znajdują się w tej samej i w jednej sytuacji;
- możliwość bezpośredniego przywoływania elementów rzeczywistości czy postrzegania w funkcji komunikacyjnej;

¹⁵ <http://www.eurosklep.eu/>, 17.07.2011.

¹⁶ Napis na metce zakupionej przeze mnie kanapy, wykonanej z materiału skóropodobnego.

¹⁷ Ulotka sklepu „Hubska 76”, Wrocław.

- ▶ poliwymiarowość komunikacji indeksalnej = obsługiwanie wielu sytuacji komunikacyjnych;
- ▶ zapobieganie ideologizacji wypowiedzi zarówno podczas jej produkcji, jak i rekonstrukcji.

Przykład:

Żona (wchodzi do domu i nie widząc mnie, pyta głośno): „Jesteś w domu?”
Ja (odpowiadam głośno): „Nie!”

Pewien mnich zapytał Tōzana – „Czym jest budda?”
Tōzan odpowiedział – „Trzy funty lnu”¹⁸.

9. Komunikacja kooperatywna

W centrum produkcji wypowiedzi stoi negocjacja znaczeń, tworzonych w trakcie samego aktu komunikacji, *wspólnie* przez obydwu aktantów; wypowiedź powstaje ze współdziałania dwóch aktywnych i równouprawnionych, nie-hierarchicznych w danej sytuacji aktantów.

- ▶ komunikacja nie ma innego ustalonego z góry celu, jak tylko wynegocjowanie określonego znaczenia;
- ▶ prototyp to rozmowa = tworzenie sensu wypowiedzi i jej produkcji przez co najmniej dwóch aktantów, na końcu której obydwaj aktanci uzyskują rezultat, którego żaden z nich z osobna nie jest autorem;
- ▶ wymiana myśli w celu wypracowania wspólnego znaczenia czegoś, o czym rozpoczynając komunikację nie miało się jeszcze zdania;
- ▶ czas jest generatywnym elementem samej procedury i uzyskanego w wyniku jej zastosowania rezultatu;
- ▶ sens tworzony jest ze współpracy kolejnych kwestii, otwartość wypowiedzi na dookreślenia, nawiązania itp.

Przykład:

Jeden: „Jadę w lipcu w Karpaty Ukrainie”.
Drugi: „A gdzie to jest?”
Jeden: „Daleko!”
Drugi: „To jedź w pizdu!”

Jeden: „Na piechotę zapierdalał na Opatowice”.
Drugi: „Zapierdalał, zapierdalał, ale doszedł”¹⁹.

¹⁸ Wumen Huikai 1229/2002: 143; ‘trzy funty lnu’ = jap. masagin.

¹⁹ Rozmowa dwóch panów, Wrocław, 22.07.2011, godz. 21.20; Opatowice – dzielnica Wrocławia.

10. Komunikacja subwersywna

Pokazujemy ludziom ich poglądy (które nie są naszymi), a oni obrażają się na nas, zamiast zastanowić się nad sobą.

- demaskacja negocjacji znaczeń, jako działalności opartej na wykorzystaniu stereotypów, uprzedzeń itp.;
- nie – prezentowanie własnych poglądów, lecz wykorzystanie cudzych stereotypów i uprzedzeń, by stereotypy te zdemaskować po stronie drugiego aktanta;
- mówimy coś, czego sami nie myślimy, i konfrontujemy z tym adresata, uzmysławiając mu (pośrednio), że reprezentantem prezentowanych opinii jest on sam;
- komunikujemy nasze kompetencje, a nie – mówimy o naszych przekonaniach;
- wypowiedź staje się przez to pusta semantycznie, ale nie komunikacyjnie;
- nie jest istotna semantyka wypowiedzi, lecz jej funkcja komunikacyjna.

Przykład:



Tekst od góry: „program podstawowy”; hasła: „pokój, wolność, przygoda”; napis na dole: „partia tchórczy i pasożytów społecznych”.

Przykład pokazuje zabawę z tekstem i grafiką. Niemiecka Anarchistyczna Partia Pogo (APPD, Anarchistische Pogo Partei Deutschlands), której trudno zarzucić reprezentowanie poglądów prawicowych, partia znana zatem ze swoich dość skrajnie lewicowych przekonań, reklamuje się na swoich plakatach wyborczych stosując czcionkę i poetykę grafiki jednoznacznie sprowadzalną do kręgów faszystowskich, czyli kręgów, które sama od lat zwalcza i które stanowią negatywną część jej programu wyborczego; czyni to natomiast w kraju znanym ze stosunkowo dużej populacji faszyzującej czy faszystowskiej. Tym samym sygnalizuje swoim adresatom i wyborcom, że stać ją na ironię, i tę podwójną ironię stosuje w funkcji propagandowej. A podwójną, ponieważ również tekst własnego komunikatu formułowany jest ironicznym, gdyż obok elementów koherentnych (wolność, pokój) pojawia się element niekoherentny (przygoda), ironizujący dodatkowo dwa pierwsze. Generalnie zatem plakat tej partii nie mówi niczego ani wprost, ani w charakterze komunikatu wyborczego, lecz partia swój program komunikuje tym, którzy zastosowane zabiegi potrafią zrekonstruować. Można zatem robić reklamę również wtedy, kiedy nie mówi się niczego, a tylko komunikuje pewien zabieg, świadczący o pochodzeniu danej organizacji.

Wyróżnione tu typy komunikacji nie są oczywiście usytuowane przestrzennie ani czasowo i nie występują zazwyczaj w osobnych specyficznych sytuacjach, lecz stanowią wielkości funkcjonalne. To znaczy w danej konkretnej komunikacji (w określonej sytuacji, roli, przestrzeni itp.) wyróżnione tu typy komunikacji mogą stale przechodzić jeden w drugi, zamieniać się miejscami. Z punktu widzenia aktanta występuje w danym czasie i w danej przestrzeni możliwość wyboru jakiegoś typu komunikacji oraz możliwość przechodzenia od jednego do innego, z e wszystkimi konsekwencjami oczywiście, wynikającymi z takich zmian (czyli nie bezkarnie, gdyż za każdym typem stoi oczywiście określona funkcja). Typy komunikacji stoją do dyspozycji aktantów i mogą być odpowiednio aktualizowane w zależności od strategii komunikacyjnej i wielu innych czynników. Typy te mają więc charakter strukturalny i funkcjonalny, a nie mają charakteru przedmiotowego, mimo iż ich zastosowanie produkuje w następstwie przedmiotowe skutki, ale to już tylko przejawy ich zastosowania, a nie one same.

Literatura

- Balicki B., Lewiński D., Ryż B., Szczerbuk E. (red.) (2010), *Radykalny konstruktywizm. Antologia*, Wrocław.
- Fleischer M. (2007), *Ogólna teoria komunikacji*, Wrocław.
- Fleischer M. (2008), *Koncepty, elementy sterujące komunikacją*, Wrocław.
- Fleischer M. (2009), *Trzy prawa komunikacji i jedna definicja design*, Łask.
- Fleischer M. (2010), *Communication design czyli projektowanie komunikacji*, Łódź.

Fleischer M. (2010a), *Wartości w wymiarze komunikacyjnym*, Łódź.

Fleischer M. (2011), *Komunikacja indeksalna*, Łódź.

Fleischer M. (2011a), *Reklama. Struktura i funkcje w wymiarze komunikacyjnym*, Łódź.

Fleischer M. (2012), *Typologia komunikacji*, Łódź.

von Foerster H. (1992), *Entdecken oder erfinden. Wie läßt sich Verstehen verstehen?*, [w:] Einführung in den Konstruktivismus, hrsg. H. Gumin, A. Mohler, München, s. 41–88.

JanKomunikant (2011), *Słownik polszczyzny rzeczywiściej*, Łódź.

Koren L. (2004), *Wabi-sabi für Künstler, Architekten und Designer. Japans Philosophie der Bescheidenheit*, Tübingen.

Luhmann N. (2004/2006), *Einführung in die Systemtheorie*, Heidelberg.

Nünning A., Zierold M. (2008), *Kommunikationskompetenzen*, Stuttgart.

Schmidt S.J. (2010), *Die Endgültigkeit der Vorläufigkeit*, Weilerswist.

Spencer-Brown G. (1996/1957), *Wahrscheinlichkeit und Wissenschaft*, Heidelberg.

Spencer-Brown G. (1997/1969), *Laws of Form. Gesetze der Form*, Lübeck.

Wumen Huikai (jap. Mumon Ekai) (1229/2002), *Wumen guan / Mumonkan. Das torlose Tor*, hrsg. S. Hübner, Heidelberg.

Piotr Maroń

Uniwersytet Wrocławski

Epistemology of Ludwik Fleck in the Light of Rortian Pragmatism

What I am calling “pragmatism”
might also be called “left-wing Kuhnianism”

Richard Rorty

1. Introduction

There are some inevitable problems that arise from the topic at hand. Namely, is it reasonable to compare Fleck, a sociologist/theoretician of science, with the philosophical stream that is represented in the work of Richard Rorty? Can the work of Ludwik Fleck correspond with that of Rorty in regard to pragmatic tradition? It is the intention of this essay to prove that in fact the proposed questions can be answered affirmatively. Moreover one can find direct attempts in relating Fleck with American pragmatism.

The scholar Struan Jacobs traces Fleck’s inspirations in the works of Wilhelm Jerusalem. Jacobs emphasizes that Fleck derives his ideas from that of Jerusalem. Jacobs furthermore states that Fleck’s ideas could be linked to:

Durkheim and Lévy-Bruhl on the one hand, and American pragmatism on the other. Josiah Royce, Charles Peirce and a number of other pragmatists developed the theme that scientists form the community of investigators (American pragmatism may well have been the source of Kuhn’s term ‘community’) while Jerusalem as a matter of interests, corresponded with William James and translated James’ study *Pragmatism* into German (Jacobs 1987: 268).

This passage constitutes a proof of indirect linkage between Fleck and pragmatic tradition. Patrick A. Heelan, despite his critical remarks on Fleck’s connections with

pragmatism¹, admits that, although indirectly, we may to some degree connect Fleck with Peirce and James (Heelan 1986: 288).

The motto of this paper poses that Rorty himself is willing to sketch a common field for a Kuhn and pragmatism. I mention it not without a reason. Ever since Kuhn pointed out at Heck as his major inspiration² it might be presumed that there is some direct connection between theoretical conceptions of those two.

2. Consideration of Ludwik Fleck

It is not the intention of this essay to outline the theory of Fleck in its entirety. This paper will instead focus on certain aspects that are relevant as far as Rortian vision of pragmatism is concerned.

i. Relationism³

Relationism plays a crucial role in understanding the claims of Fleck. Although it is not possible to grasp Fleck's point on relationism without considering his famous 'thought collectives'. 'Thought collectives' is a focal point of Fleck's conception. It is described as follows: "a community of persons mutually exchanging ideas or maintaining intellectual interaction, we will find by implication that it also provides the special 'carrier' for the historical development of any field of thought, as well as for the given stock of knowledge and level of culture" (Fleck 1979: 38). The manner in which Fleck poses this notion is interesting. He discusses 'thought collective' as a third part of relation between "the knowing subject and the object to be known" (Fleck 1979: 38). This highlights the notion of relationism and leads us to a major part of Rorty's philosophical reflection which will be elaborated later on. Fleck however does not use the term 'relationism' to name the character of functioning scientific thoughts, that is: "[t]houghts pass from one individual to another, each time a little transformed, for each individual can attach to them somewhat different associations. Strictly speaking, the receiver never understands the thought exactly in the way that transmitter intended it to be understood. After a series of such encounters, practically nothing is left from the original content" (Fleck 1979: 42). As Cohen and Schnelle point out, "Fleck assumes an extremely anti-individualistic standpoint: a new idea, a new thought, can never be traced back to a particular

¹ "[f]or him the cash value of scientific account is directly in the power of perceiving new scientific facts, not just indirectly in the ability to infer useful or verifiable consequences" (Heelan 1986: 288).

² Cf. Kuhn, foreword to: Fleck 1979.

³ The term 'relationism' is being contemporary used in scientific literature. Fleck himself does not bring it into his works. However, legible similarities indicate that one can speak of relationism deriving from Fleck's philosophy.

individual” (Cohen, Schnelle 1986: xi). Thoughts permanently flow among scholars, however a scholar is not seen as a particular individual. Scientist could be perceived more as an element in the structure of flowing thoughts than as an active, creative, independent subject. Thereby one could bring up the idea of a ‘relationism’ that derives from the works of the author of *On the Crisis of Reality*. The major result of the circulation of thoughts is producing a knowledge. Knowledge is a result of social activity. Scientific facts are not discovered but constructed within scientific groups. Anti-individualistic approach framed us in a particular way of perceiving scientific activity: “There are no ‘solely objective features and conditions’ but only relations governed by a more or less arbitrary reference system” (Fleck 1979: 50). From a contemporary point of view we can say that Fleck’s account functions head to head with philosophers, beginning with Thomas Kuhn (1962) and his notion of paradigms, ending with Bruno Latour (1987) and his concepts of relationism.

ii. The truth

The notion of truth provides us the opportunity to get within the scope of pragmatist reflection. The definition of ‘truth’ from Fleck’s point of view states that: “[s]uch a stylized solution, and there is always only one, is called truth. Truth is not ‘relative’ and certainly not ‘subjective’ in the popular sense of the word. It is always, or almost always, completely determined within a thought style” (Fleck 1979: 100). Truth is strictly related to thought collectives. Moreover, speaking of truth is relevant exclusively when we are in a frame of particular thought collective. The truth outside collective does not matter, is not relevant because: “If A and B belong to the same thought collective, the thought will be either true or false for both. But if they belong to different thought collectives, it will just *not* be *the same* thought!” (Fleck 1979: 100). This implies that something could be true if we perceive it within particular thought collective. In other words, every existing thought collective contains some entities called truths. The term can be used by scientists that operate on the same thought frame or, as Kuhn would say, within the same paradigm. Fleck does not touch the matter of objectivity of truth. He claims that truth is neither relative nor subjective. That is why one may presume that there exists some truth scientists want to close to. The problem appears when a question of relation between truth and a goal of science will be asked. As long as in European culture dominates a deeply rooted judgment that the main goal of every science is to reach the truth one can assume that Fleck follows this rule as well. Although one has to remember that truth, being neither ‘relative’ nor ‘subjective’, not necessarily must be ‘objective’. Fleck does not explicitly declare objectivity of truth. He does not draw a final conclusion on this problem. From my point of view, as far as Fleck’s theory is concerned, it is unreasonable to think of truth as a main goal to achieve. Claiming ideas that: theories or thoughts might be true only within thought collectives, Fleck seems

to state that the truth is only a tool. We can use the concept of truth to build up some thought structures on it. Although it does not make any sense to treat truth as a vague idea lying somewhere in a scientific space and waiting for some scholars to reach it. The objectivity of truth can be debated from other points of view. Namely, when the notion of reality will be considered. Albeit in this case it is more accurate to say: notion of objective reality.

iii. The reality

As Fleck is not a totally professional philosopher, his statement on reality does not consist of complex philosophical surveys on this matter. Nevertheless for the aims of this essay it seems very appropriate to refer to Fleck's conceptions of reality. It has to be stressed, that being the last part of an introduction to Fleck's work, it will take us closer to philosophy of Rorty and Peirce.

I would like to start by depicting an ontological status of reality. It will place us in a comfortable, initial position before other aspects of this problem will arise. Fleck states that reality is an "absolute ideal". Although we are not able to reach it in any way. It constantly exists and is present in scholars' minds but "moves away from us at the same pace as we are advancing" (Cohen, Schnelle 1986: 55). Again, reality exists but it is impossible to touch it. Therefore it is reasonable to say that an ontological status of reality puts aside all possible assumptions of an objective reality as a verifiable entity. At the same time it prevents those who would like to perceive an objective reality as an ultimate instance and an ultimate goal to be achieved by a scientific investigation. To sum up, we do not have access to the objective reality. The only certain thing regarding ontological status is as follows: the objective reality does exist.

The next point in discussing aspects of reality will be related to the connection between reality and epistemology. It was partly mentioned above when I stated that, according to Fleck, reality is unreachable. Fleck himself claims that "syphilis as such does not exist" or "[t]here is no such a thing as *sea as such*. The area at the lowest level, the area where the waters actually collect, is merely *called* the sea" (Fleck 1979: 78). Denying accessibility of reality, Fleck puts himself in a particular epistemological paradigm. Namely, among all those thinkers who tie cognition with creation. He argues as follows: "*For cognition is neither passive contemplation nor acquisition of the only possible insight into something given. It is an active, live interrelationship, a reshaping and being reshaped, in short, an act of creation*" (Cohen, Schnelle 1986: 49). Therefore a scientist does not discover or uncover anything. Scientists shape an object of an investigation. The object is not given as such, is not waiting to be discovered. Hence the object of inquiry is not an objectively existing entity⁴. It

⁴ I am aware of a fact that the aspect of social factors is not enough stressed but it is not a purpose of this paper to develop this factor of Fleck's conception.

functions in relation to other objects and crucially they all are constructed by scholars. Scientific activity is based on those relations between objects.

Nevertheless an access to the objective reality is denied. Fleck does not sustain that one has to put this concept completely aside. “Therefore, – Fleck says – I believe one should highly esteem, even love, the ideal of an absolute reality as a vision of the next working day, but it must never be applied as a yardstick for the previous day” (Cohen, Schnelle 1986: 56). Thus it can be clearly seen that ‘absolute reality’ plays a role as a long run⁵ vision concept.

3. Richard Rorty, Charles Sanders Peirce and Ludwik Fleck

After this outline of some of Fleck’s ideas it is time to discuss some of the aspects concerning pragmatism. The way it is going to be done will be by comparison between Peirce and Fleck in the light of a Rortian version of pragmatism. Finally, the last part will point out some similarities between Fleck’s already depicted ideas and Rorty’s reflection on those notions. To give an insight into Rorty’s stand on pragmatism we need to focus on three different issues. Firstly epistemology, secondly his claims on language, and finally the shape of science.

i. The web of beliefs

On the basis of epistemology Rorty confronts pragmatism with realism. By realism he means a particular way of thinking which establishes as an aim of inquiry some entities ‘out there’. Realistic ontology presumes that ‘out there’ means an outer, independent space of objects. Rorty utilizes objects in an objective contextualization through which to discover findings (Rorty 1991: 96). In contrast, pragmatism, according to Rorty, removes all those problems. He claims that: “the pragmatist recognizes relations of *justification* holding between beliefs and desires, and relations of *causation* holding between these beliefs and desires and other items in the universe, but no relations of *representation*” (Rorty 1991: 97). This implies that the notion of representation is no longer valid in philosophical conduct. Pragmatism assumes that one has to focus on actions, relations lying “in the web of beliefs and desires” – to follow Rorty. To ensure clarity of this paper it is essential at this point to explain what “beliefs and desires” mean. To do so, we have to go back to Charles Sanders Peirce who first used those categories.

Peirce depicts the process of reasoning claiming that we need first an “irritation of doubt” to start off our actions. To put it in Peirce’s words: “the doubt may originate, it stimulates the mind to an activity which may be slight or energetic, calm or turbulent” (Peirce 1986: 262). An activity of a mind turns into an action

⁵ I mean by this a Peircian concept which I will elaborate later on.

and then produces beliefs. Beliefs are perceived as a rule of action, constant processes which steer our actions. Therefore Rorty speaks of a web of beliefs. This can be understood as a structure whereby beliefs are major players. To follow Mounce who highlights the Rortian conception: “Our beliefs are not true because they correspond to a world independent of themselves but in relation to our other beliefs” (Mounce 1997: 185). Moreover, in this case, the goal of an inquiry seems to be an analysis of actions within the web.

ii. Language

Rorty emphasizes that scientific descriptions do not mirror the world itself. One of his arguments is based on the feature of language: “Truth cannot be out there – cannot exist independently of the human mind – because sentences cannot so exist, or be out there. The world is out there, but descriptions of the world are not” (Rorty 1989: 5). Human vocabulary is human power. “The world does not speak” – as Rorty says. And furthermore: “Only we do. The world can, once we have programmed ourselves with a language, cause us to hold beliefs” (Rorty 1989: 6). Our descriptions can speak which means that a particular vocabulary used by us programs our world. One creates their own space dealing with a particular vocabulary. Shift of a vocabulary leads to a different creation. The world itself is not able to decide which vocabulary is closer to the truth or a more accurate description of reality. Rorty, ipso facto, refers to a notion of reference. Reference which has been considered for many years as a sole concept in regard to the relation between words and outer world. This American philosopher argues that reference is no longer a justified way to deal with reality. Scientists function within networks of descriptions. It is impossible to step out from this network and enter an independent world of objects.

iii. Scientific inquiry

Pragmatism, according to Rorty, rejects all distinctions between “hard facts and soft values, truth and pleasure, and objectivity and subjectivity” (Rorty 1991: 36). Rortian pragmatism makes an attempt to find a new way of carrying out scientific inquiry. It also tries to form new goals of such an inquiry. It supposes to be a way which leads scholars to the “attainment of an appropriate mixture of unforced agreement with tolerant disagreement” (Rorty 1991: 41). The inquiry itself has to become a desire for “unforced agreement with tolerant disagreement”. Rorty postulates a peculiar ethical model of science. Scientific debates would concentrate on discussing structures of beliefs instead of craving for an absolute truth. He even speaks of a therapeutic purpose of overcoming traditional philosophical dichotomies. Rejecting “the subject–object model of inquiry, the child parent model of moral obligation, and the correspondence theory of truth” human kind would

reach a point where only a polemics about some descriptions would be relevant and meaningful. Rorty names it “a pragmatist’s paradise”.

4. Peirce and Fleck

The three points previously discussed shed light on Rorty’s version of pragmatism. However, as it was mentioned, some interesting problems concerning Charles Sanders Peirce and Ludwik Fleck arise. It may be fruitful to pay some attention to those two. Especially in order to point out some similarities between them. Stating that: “The feeling of believing is a more or less sure indication of there being established in our nature some habit which will determine our actions” (Buchler 1940: 10), Peirce stresses some thought structures which determine our way of thinking. He names it beliefs. Once established, beliefs lead us to settle an opinion. For Peirce this is the core of an inquiry. More importantly: “as soon as a firm belief is reached we are entirely satisfied, whether the belief be true or false” (Buchler 1940: 10). This implies that there is a lucidity in regard to position of a truth in inquiry. Scientists do not focus on reaching truth, they are trying to formulate a firm conclusion on the basis of a belief structure. Fleck would say that such an attempt is a result of functioning in a particular thought collective. The main difference lies in a fact that Peirce concentrates on strictly philosophical aspects of scientific inquiry (manner of reasoning) whereas Fleck concentrates on a social (manner of establishing some scientific facts in society). This desire to attain beliefs transforms into an entire process of inquiry. Striving for a belief seems to be a synonym for carrying out scientific investigations. In the short run it means to draw conclusions but in the long run it means to remember some undefined truth which exists somewhere ‘out there’ (Peirce 1986: 284). Peirce refers to a future post-human race which justifies that truth is rather a vague goal for an inquiry. Fleck slightly differs on this point. He is not interested in showing how to reach an absolute truth. For him truth is relevant as long as it stays in the frame of some thought collective. Statements on debate about an objective truth inevitably guide us to a question about an objective reality. According to Fleck, as it was discussed before, objective reality is unreachable. It exists but it does not play a role in an investigation. For Peirce, a notion of objective reality has something to do with scientific activity. Namely, “on the one hand, reality is independent, not necessarily of thought in general, but only of what you or I or any finite number of men may think about it; and that, on the other hand, though the object of the final opinion depends on what that opinion is, yet what that opinion is does not depend on what you or I or any man thinks” (Peirce 1986: 274). Peirce argues, that a scientific inquiry is not completely independent from the influence of objective reality. To a certain extent, discussing notion is essential although one has to keep in mind that the “final opinion” has some impact on the “final object”. In other words, the “final object” is partly created, not only discovered.

5. Rorty and Fleck

The final part of the essay will elaborate on some points related to Fleck and Rorty's conception I sketched so far.

First of all I would like to confront their epistemological prepositions. Both object to the common opinion that objective reality is reachable. For Fleck cognition is a strictly social process. It is relevant only within a particular thought collective. Therefore objective reality does not play a role in cognition. As Fleck claims: "*Epistemology thus understood is a science of thought-styles*" (Cohen, Schnelle 1986: 98). In this case relations are fundamental to epistemology. Moreover, Fleck underlines that epistemology must take into account other aspects: psychological, historical and sociological (Cohen, Schnelle 1986: 98).

Richard Rorty's statements on epistemology are to a certain extent parallel to Fleck's. He argues that scientific inquiry has to deal with relations among webs of beliefs. The ideal of the objective reality is dropped. Rorty argues that "all objects are already contextualized". It implies that scientific investigation might only recontextualize an object. "Taking an object out of its old context and examining it, all by itself, to see what new context might suit it" (Rorty 1991: 98). Although Rorty's claims differ from that of Fleck, Rorty is not interested in perceiving an epistemology as a mainly social process. He does not rule out an individual approach. For Fleck it is not relevant to speak of an individual way of investigation. For Fleck an individual does not count because every individual speaks in the name and represents a thought collective which he belongs to. Furthermore, Rorty does not pay attention to historical aspects of epistemology. He focuses on distinguishing pragmatism from entirely misleading philosophical tradition.

Epistemological settlements have a strong impact on the way of perceiving language. Rorty puts himself in anti-representationism position. For him language descriptions do not represent a world "out there". There is no correspondence between descriptions and objects of descriptions. The correspondence theory of truth is no longer valid. Rorty takes up a notion of metaphor as a basis on which one may analyze language. Usefulness and multiplicity of metaphors is a focal point to start considering language. In Fleck's work language again is strictly related to the thought collective: "Words as such do not have fixed meanings. They acquire their most proper sense only in some context or field of thought" (Fleck 1979: 53). However, the fact that different thought collectives cross each other in a variety of ways indicates a concept of metaphor. Fleck states that no nationality marks a boundary between thought collectives. Language and particular definitions of words, established by a thought collective, marks those boundaries (Fleck 1979: 107).

The next aspect for consideration is a notion of truth. Although Fleck himself does not present a complex theory of this term one might find some interesting points due to Rorty's claims on this topic. As I mentioned before, Fleck concludes

that truth is in majority of cases determined by a thought collective. Two thoughts which derive from a different thought collective are not comparable which implies that it does not matter if they are true or not for the sake of comparison. Rorty represents a pluralistic view on this matter. For him a multitude of different scientific theories provides an opportunity for a more complex development of human kind. Diversity of theories plays a main role in functioning science in our society. Fleck does not pay so much attention to an ethical dimension of thought collectives. Being a member of a thought collective determines a way of perceiving the world. Rorty explicitly brings in ethical rules craving for “solidarity with community” (Rorty 1991: 39).

Conclusion

The main difficulty in comparing Fleck with pragmatism seemed to be the fact that Fleck is a theoretician of science, one of the founders of sociology of science. Pragmatism on the other hand is based on philosophical reflection. Although to a certain degree both of them attempt to overcome similar problems: primacy of view that science investigation has to reach an ultimate truth, notion of an objective reality as a verifiable entity or problem of language reference. It is worth emphasizing that Rorty is often called a neo-pragmatist. This indicates his attitude to pragmatism. He extends frames of traditional American pragmatism to make it useful in our society. Fleck’s claims, despite their age, still inspire and have an impact on relatively young disciplines like science and technology studies⁶.

Literature

- Cohen R.S., Schnelle Th. (eds.) (1986), *Cognition and Fact. Materials on Ludwik Fleck*, Dordrecht.
- Fleck L. (1929), *The Crisis of ‘Reality’*, [w:] *Cognition and Fact. Materials on Ludwik Fleck*, ed. R.S. Cohen, Th. Schnelle, Dordrecht 1986, 47–59.
- Fleck L. (1936), *The Problem of Epistemology*, [w:] *Cognition and Fact. Materials on Ludwik Fleck*, ed. R.S. Cohen, Th. Schnelle, Dordrecht 1986, 79–113.
- Fleck L. (1979), *Genesis and Development of Scientific Fact*, Chicago.
- Hedfors E. (2007), *Fleck in Context*, “Perspectives on Science”, vol. 15, no 1, 49–86.
- Heelan P.A. (1986), *Fleck’s Contribution to Epistemology*. [w:] *Cognition and Fact. Materials on Ludwik Fleck*, ed. R.S. Cohen, Th. Schnelle, Dordrecht, 287–309.
- Jacobs S. (1987), *Scientific Community: Formulations and Critique of a Social Motif*, “The British Journal of Sociology”, vol. 38, no 2, 266–276.

⁶ Cf. Sismondo 2004.

- Kuhn Th. (1962), *Structures of Scientific Revolutions*, Chicago.
- Latour B. (1987), *Science in Action: How to Follow Scientists and Engineers through Society*, Cambridge, MA.
- Mounce H.O. (1997), *The Two Pragmatisms*, London–New York.
- Peirce Ch.S. (1877), *The Fixation of Belief*, [w:] *The Philosophical Writings of Peirce*, ed. J. Buchler, New York 1940, 5–22.
- Peirce Ch.S. (1878), *How to Make Our Ideas Clear*, [w:] *Writings of Charles Sanders Peirce. A Chronological Edition*, Bloomington, IN 1986, vol. 3, 257–276.
- Rorty R. (1982), *Consequences of Pragmatism*, Minneapolis.
- Rorty R. (1989), *Contingency, Irony and Solidarity*, Cambridge.
- Rorty R. (1991), *Objectivity, Realism and Truth*, Cambridge.
- Sismondo S. (2004), *An Introduction to Science and Technology Studies*, Oxford.

Jerzy Biniewicz

Uniwersytet Wrocławski

Wikipedia – interfejs konwergencji

Kultura konwergencji jest przedmiotem zainteresowania praktyków i teoretyków mediów, badaczy komunikacji, psychologów społecznych, językoznawców, antropologów od ponad trzydziestu lat (Bauer 2009: 292–380). Rozważania dotyczące kwestii przenikania się technologii, rynków mediów i komunikacji, form i strategii narracji doczekały się ogromnej ilości publikacji. Zasadnicze znaczenie w badaniach poświęconych temu zjawisku ma książka *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów* Henry’ego Jenkinsa (2007), który konwergencję potraktował jako „przepływ treści pomiędzy różnymi platformami medialnymi, współpracę różnych przemysłów medialnych oraz migracyjne zachowania odbiorców mediów [...]”. Konwergencję – powiada Jenkins (2007: 9) – należy zatem utożsamiać z istotną „[...] zmianą kulturową, polegającą na zachęcaniu konsumentów do wyszukiwania nowych informacji i tworzenia połączeń pomiędzy treściami rozproszonymi w różnych środkach przekazu”.

Zasadnicze znaczenie w rozważaniach dotyczących sposobów ujęcia konwergencji ma stwierdzenie, że jest ona dynamicznym procesem społecznym implikowanym przez szybko przeobrażające się relacje (Drożdż 2007: 58–59; Gmitter 2008; Kopecka-Piech 2011: 11–25, 15–16; Beliczyński 2008: 68–69, Bauer 2009: 292–293):

- ▶ technologiczne (możność integrowania różnych form komunikacji za pomocą jednego urządzenia, dostępu do komunikacji realizowanej dzięki możliwościom nowej technologii, np. sieci mającej zdolność krzyżowania, tasowania form mediów oraz komunikacji),
- ▶ ekonomiczne (integrowanie technologii w ramach rynków mediów, telekomunikacji, korporacji).

Krzyżowanie się mediów, technologii, sposobów narracji prowadzi do daleko idącej entropii wytworzonych narracji, tasowania się form komunikacji. Mechanizm

konwergencji jest zatem impulsem derywującym hybrydowość form narracji medialnej, otwieranie się na siebie gatunków, tworzenie form pośrednich, pomniejszenie roli języków specjalistycznych w dyskursie publicznym na rzecz potoczności narracji.

O sile i dynamice mechanizmu konwergencji przesądza fakt, że jest ona procesem o niezwyklej dynamice, kształtowanym ogólnie przez przemysł medialny i jednocześnie sterowanym oddolnie przez uczestników komunikacji publicznej realizowanej na platformie Internetu. Konwergencja skutecznie zaciera granice między instytucjonalnymi nadawcami (zob. gazety, portale internetowe gazet realizowane przez profesjonalnych dziennikarzy, pracowników mediów) a amatorskimi twórcami mediów (o czym świadczą m.in. dynamicznie rozwijające się dziennikarstwo obywatelskie), blogerami czy uczestnikami portali społecznościowych. Istotne znaczenie ma fakt, że Internet jako platforma komunikacji stwarza możliwość generowania treści, a to oznacza, że sieć Web 2.0 skutecznie eliminuje podział na twórców i odbiorców; wszak internauta może być zarówno wytwórcą, jak i konsumentem treści w sieci. W dobie kultury konwergencji, uczestnictwa każdy może dzięki narzędziom Web 2.0 wcielić się (dzięki portalom, platformie dziennikarstwa obywatelskiego, blogosferze, wikisferze, forum) w różne role, np. być twórcą – komentatorem, ekspertem czy krytykiem – lub biernym odbiorcą, wiernym nawykcom komunikacyjnym wyniesionym z doby przedinternetowej, niechętnym aktywnym postawom komunikacyjnym w dyskursie publicznym. Warto przypomnieć, że Internet we wczesnej fazie swego rozwoju (Web 1.0) był zasadniczo przestrzenią komunikacji (a nie – tak jak obecnie – pr zede wszystkim środowiskiem społecznym, którego członkowie chcą partycypować na równych prawach w procesie definiowania kluczowych dla danego pola komunikacji pojęć, a jednocześnie pragną – jako równoprawni uczestnicy komunikacji – dostępu do zagr egowanego w nowej przestrzeni komunikacyjnej archiwum wiedzy zbiorowej), w której tylko nieliczni mieli władzę definiowania podstawowych dla danej domeny pojęć.

Wizja kultury uczestnictwa (zob. Jaskowska 2008) w dyskursie poddanym mechanizmowi konwergencji rodzi ożywioną dyskusję, pr owadzącą do zaistnienia wykluczających się tez, np. John Fiske (1987: 236) uważa, że nowa przestrzeń komunikacji pozwala zaistnieć „demokracji semiotycznej”, w której każdy ma takie samo prawo do konstr uowania swojej wizji świata, definiowania kluczowych dla jego istnienia pojęć. Innymi słowy, zdolność do definiowania obrazu świata zgodnie z własnymi przekonaniem i, wedle własnego systemu wartości autonomizuje jednostkę uczestniczącą w komunikacji.

Jednocześnie Internet jako przestrzeń komunikacji jest dobrym środowiskiem (Tafiłowski 2010) – z racji dogodnych warunków – do debaty na dużą skalę, do tworzenia nowych zasobów wiedzy. Pierre Lévy (1997: 20), mówiąc o mechanizmach pomnażania archiwum wiedzy dzięki zintegrowanej (w wyniku zaistnienia nowej technologii) pracy jednostek, używa pojęcia: „zbiorowa inteligencja”. Lévy twierdzi

zatem, że suma wszystkich informacji gromadzonych przez jednostki może się stać źródłem zbiorowej wiedzy.

Nadmiar informacji w sieci, jej niekontrolowany, strumieniowy przepływ, sprawia, że jednostka nie jest w stanie poddać wytwarzanych komunikatów procedurze interpretacji, scalania (Rychlik, Wiśniewski 2011: 74–80). Wspólnotowe działania komunikacyjne w sieci, których celem jest zdobywanie przydatnych dla danych społeczności informacji i przetwarzanie ich w celu wytworzenia względnie spójnego obrazu świata, są zatem koniecznością poznawczą i komunikacyjną (Jenkins 2007: 95).

Przykładem potwierdzającym zasadność myślenia Lévy’ego czy Jenkinsa dotyczącego zdolności łączenia się jednostek we wspólnoty agregujące wiedzę może być zjawisko indeksowania w Internecie, które należy postrzegać jako przejaw aktywności internautów dążących do opisania zgromadzonych zasobów, uczynienia z sieci przestrzeni życia społecznego. Indeksowanie (czyli tagowanie) pozwala wnikać do różnorodnych zasobów, dystrybuować idee, symbole, integrować obraz świata, wytwarzać względnie uporządkowane pola wiedzy, zapanować nad anarchią płynnej, niepoddanej żadnym moderującym zabiegom, narracji.

Wytworzona w wyniku zbiorowego wysiłku baza kognitywna może być we współczesnym świecie poważną alternatywą dla unikalnej, wysublimowanej wiedzy eksperckiej; wszak sieć jako pr zestrzeń komunikacji, w której zachodzi dynamiczny proces zdobywania, przetwarzania informacji i wytwarzania względnie homogenicznych obrazów świata (Jenkins 2007: 33), może być traktowana współcześnie jako archiwum wiedzy, metafora wiedzy: „Internet daje nam dostęp do quasi-organicznego środowiska milionów ludzkich umysłów pracujących jednocześnie na wszystkim, z którego wszystko jest potencjalnie ważne dla wszystkich. Tę nową kategorię poznawczą określam mianem *inteligencji otwartej*” (de Kerckhove 2001: 21).

Kultura partycypacji jest zatem przejawem globalizacji mechanizmów komunikacji, ustala ona nowe priorytety, podważa wartość dotychczasowych sposobów dochodzenia do wiedzy, dystrybuowania jej. Zbigniew Bauer (2009: 304) zauważa w związku z powyższym, że na konwergencję należy patrzeć jak na „proces transformujący całość kultury [...] Konwergencja nie jest jednak czymś samoistnym, dokonuje się w efekcie ludzkich działań, decyzji, określania celów, oceny faktów”. Jednocześnie potencjał komunikacji unuchomiony dzięki formatowi Web 2.0, zmieniający mapę kultury popularnej, stymulujący procesy kreowania obrazów świata, kumulowania wiedzy, rozpowszechniania jej, rodzi szereg pytań, wątpliwości. Przytoczyć warto w związku z powyższym wypowiedź Edwina Bendyka (2011), który koncentruje się na dwóch kwestiach:

1. Czy Wikipedia swoim sukcesem nie zagraża ekosystemowi wiedzy, podkopując ekonomiczne podstawy inicjatyw zajmujących się wytwarzaniem jakościowych zasobów treści w modelu profesjonalnym? Wikipedyści (podobnie zresztą, jak blogerzy) potrzebują wiarygodnych źródeł informacji, które wykorzystują przygotowując swoje hasła. Przykładem problemu jest los

National Science Digital Library, wysokiej jakości repozytorium wiedzy ufundowane[go] przez National Science Foundation kosztem blisko 200 mln USD. [...]

2. Czy brak hierarchii i całościowej redakcji w Wikipedii nie zagraża kulturze? Czy nie powinien niepokoić fakt, że hasła o mało istotnych zjawiskach i osobach zyskują większe zaangażowanie (i więcej uwagi) Wikipedystów, niż osoby i zjawiska kanoniczne? Co sobie pomyśli gimnazjalista o Immanuelu Kancie, gdy zobaczy, że poświęcono mu mniej uwagi, niż Britney Spears?

Wizja kultury uczestnictwa poddanej mechanizmowi demokratyzacji spotkała się nie tylko z opiniami pełnymi zatroskania co do sposobu kumulowania wiedzy, rozpowszechniania idei, symboli czy wartości, ale wręcz z głosami ostrej krytyki, głoszonymi przez obrońców tradycyjnie utrwalonych w kulturze (doby przedinternetowej) mechanizmów generowania obrazu świata, którego autorami są eksperci (a nie amatorzy odwołujący się do wiedzy potocznej, niejednokrotnie cechujący się niskim poziomem kompetencji komunikacyjnych), mający certyfikat dopuszczenia, bowiem przeszli pomyślnie testy kompetencji merytorycznej oraz komunikacyjnej. Kultowi amatora zdecydowanie przeciwstawił się m.in. A. Keen (2007: 26), który dobitnie stwierdził, że Internet jest przestrzenią, gdzie: „[...] miliony żywiołowych małp – z których większość nie jest bardziej twórcza niż nasi biologiczni kuzyni – tworzą nieskończony cyfrowy zbiór miernoty”. Jednocześnie dodał, że ocena efektów zbiorowej inteligencji nie może być pozytywna, bowiem mądrość kolektywna internautów, mająca często charakter anarchiczny, niepoddana taksonomizacji naukowej, nie jest równoznaczna z wiedzą naukową (zob. wprowadzenie do książki *Kult amatora* Keena: „Mądrość tłumów sieciowych czy zbiorowe nieuctwo?”).

Baczni obserwatorzy komunikacji w Internecie (z wykorzystaniem narzędzi Web.2.0), patrzący krytycznie na mechanizm wspólnotowego agregowania i dystrybuowania wiedzy, zwracają uwagę na znamieny fakt: kolektywny trud wytwarzania wiedzy i dzielenia się nią, zamiast pobudzać do głębszej refleksji, daje internautom wgląd w świat zbytnio uproszczony, nierodzący pogłębionej refleksji, zwalniający z trudu poszukiwań.

Zygmunt Bauman (2012) zauważa w związku z powyższym: „Ostatnio fascynuje mnie obserwowanie tempa, w jakim rośnie w przeglądarkach liczba odpowiedzi na proste hasła. Parę lat temu wyskakiwało ich kilka tysięcy – już bylem tym przerażony. Ale dzisiaj to się liczy w dziesiątkach milionów, a coraz częściej w miliardach. Mówi się, że internet upowszechnia i udostępnia wiedzę. Ja uważam, że wręcz przeciwnie – on ją uniedostępnia, unaocznia jej nieosiągalność”.

Potwierdzeniem zasadności uwag Keena i Baumana dotyczących dominacji narracji „tłumów sieciowych” jest algorytm wyszukiwarki Google, który pokazuje, że na wysokich pozycjach rankingowych są strony, które zaspokajając stosunkowo proste potrzeby poznawcze, niejednokrotnie przynosząc błahę treść, są dzięki temu bardzo popularne, często cytowane przez internautów. Jednocześnie firma Google w trosce o drożność komunikacji, podzielać po części obawy i sugestie recenzentów kultury

konwergencji, chcąc ograniczyć płynność, anarchię dyskursu publicznego, zapanaować nad chaosem krzyżujących się narracji, sprzecznych interesów, szuka sposobów, które instytucjonalnie (dzięki przycięciu określonych algorytmów) mogą oczyścić przestrzeń Internetu, poddać go moderacji (Golański 2011):

Miesiące walki z SEO-spamerami, dzięki którym staraniom witryny o miernej jakości zapełniały czołowe miejsca na listach wyników wyszukiwań w Google, zakończyły się eksperymentalnym wdrożeniem nowych algorytmów, które miały zaradzić problemowi publikujących tysiące artykułów dziennie „farm treści”. Aktualizacja działa na razie tylko na obszarze Stanów Zjednoczonych [...].

[...] Google wypracowało sobie koncepcję tego, czym jest „niska jakość”. „Wypracowaliśmy sobie wyznaczniki pozwalające powiedzieć – OK, Wikipedia czy New York Times są po tej stronie, a witryny niskiej jakości są po tamtej stronie. I możemy podać matematyczne powody takiego podziału” – stwierdził Cutts.

Reakcje użytkowników, zdaniem giganta z Mountain View, są entuzjastyczne. Cutts stwierdził, że otrzymał e-maila od jednej z internautek, piszącej, że kilka miesięcy temu martwiła się, że jej córka ma stwardnienie rozsiane, a farmy treści znajdowały się w wynikach wyszukiwań dla zapytania „stwardnienie rozsiane” wyżej, niż rządowe witryny medyczne. „Panda” zaradziła problemowi: „teraz witryny rządowe są wyżej. Chciałam więc napisać i podziękować Ci za to” – stwierdzić miała owa internautka w liście do Matta.

Komentując wypowiedź pracownika firmy Google, warto zwrócić uwagę na następujące stwierdzenie: „OK, Wikipedia czy New York Times są po tej stronie, a witryny niskiej jakości są po tamtej stronie”. Okazuje się zatem, że „New York Times” – jedna z najważniejszych gazet amerykańskich, wręcz symbol profesjonalnego, eksperckiego dziennikarstwa – został umieszczony w tym samym polu, co Wikipedia, czyli przedsięwzięcie zrealizowane na platformie Internetu przez amatorów, „tłum sieciowy”. Warto zatem bacznie przyjrzeć się Wikipedii (utożsamianej z fenomenem zbiorowej inteligencji), będącej efektem zbiorowej pracy internautów, zwłaszcza że w dyskursie medialnym, naukowym, medialnym opinie na jej temat są ostrzelone, głosy podzielone (Bauer 2009: 416–417). Owa niejednoznaczność projektu sieciowej encyklopedii czyni z niej zjawisko, które umiejscowić należy w planie kultury konwergencji. Można wręcz rzec, że Wikipedia z racji swych właściwości jest interfejsem konwergencji.

Wikipedia – jako projekt powstały dzięki mechanizmowi wiki, pozwalającemu współpracować wielu użytkownikom tworzącym treści w Internecie, umożliwiającemu pełen dostęp do poszczególnych edycji – rodzi wątpliwości wśród samych wikipedystów, wyrażających swoje wątpliwości co do jej jakości, np *Polimerek* (z wykształcenia chemik, mający za sobą staż naukowy w Anglii), przedstawiający się jako osoba prowadząca strony www Polskiego Towarzystwa Chemicznego, Katedry Technologii Chemicznej i Ochrony Środowiska Uniwersytetu Łódzkiego oraz Centrum Badań Molekularnych PAN (miejsce pracy wikipedysty), mający na swoim koncie kilkaset haseł, które zredagował lub w redakcji których aktywnie uczestniczył, na swojej stronie w Wikipedii zamieścił następujące uzasadnienie rezygnacji z pracy w projekcie:

Wikipedia ewoluuje w fatalnym kierunku – ze względu na dopuszczenie możliwości pisania haseł czysto słownikowych, na temat imion itp. Nie jest to już więc encyklopedia lecz tylko jeden wielki śmietnik. Potencjalny czytelnik dowie się tutaj, że „Leon to imię męskie”, albo że hejhołek to gra towarzyska, ale nie znajdzie dokładnej informacji o np. teorii względności.

1. W Wikipedii roi się od błędów, często mocno wprowadzających w błąd, zaś nie wytworzyła się tutaj wystarczająco liczna grupa fachowych z określonych dziedzin „korektorów”, którzy by swoją działalnością gwarantowali jaki taki poziom tego przedsięwzięcia.

2. Potencjalni, encyklopedycznie nastawieni autorzy będą stąd uciekali, gdyż w środowisku autorów większość jest nastawiona na pisanie kiepskich i zupełnie nie-encyklopedycznych haseł, co niestety wróży całemu przedsięwzięciu fiasko.

Na koniec pytanie: Co z tego, że będziemy tu mieli 100 000 haseł, skoro większość z nich będzie trywialna, czysto słownikowa, albo zawierać będzie mnóstwo nie poprawionych przez nikogo błędów?

Ostrzejszą w tonie wypowiedź podejmującą kwestię niewiarygodności Wikipedii odnaleźć można w artykule *Who's responsible for Wikipedia?* A. Orłowskiego (2005), znanego za oceanem krytyka kultury konwergencji, „zbiorowej wiedzy”:

Before we deal with each of these, and in all fairness, we must step over a small but important semantic whoopsy. If what we today know as „Wikipedia” had started life as something called, let's say – „Jimbo's Big Bag O'Trivia” – we doubt if it would be the problem it has become. Wikipedia is indeed, as its supporters claim, a phenomenal source of pop culture trivia. Maybe a „Big Bag O'Trivia” is all Jimbo ever wanted. Maybe not.

For sure a libel is a libel, but the outrage would have been far more muted if the Wikipedia project didn't make such grand claims for itself. The problem with this vanity exercise is one that it's largely created for itself. The public has a firm idea of what an „encyclopedia” is, and it's a place where information can generally be trusted, or at least slightly more trusted than what a labyrinthine, mysterious bureaucracy can agree upon, and surely more trustworthy than a piece of spontaneous graffiti – and Wikipedia is a king-sized cocktail of the two.

Swoistym uzupełnieniem, a zarazem rozwinięciem wypowiedzi zacytowanej powyżej jest bardzo rozbudowane hasło *Krytyka Wikipedii* (zob. strony angielskojęzycznej Wikipedii – *Wikipedia: Criticisms* oraz *Problems of Wikipedia*) zawarte na stronie Wikipedii, mające przeglądowy charakter (zawierające 144 przypisów oraz 38 linków zewnętrznych), ujawniające stan wiedzy na temat słabych stron otwartego, kolektywnego projektu. Należy w nim widzieć skrótowy zapis podstawowych argumentów (przytoczone są liczne wypowiedzi krytyków) dezawuujących lub podających w wątpliwość wartość Wikipedii. Jednocześnie można owo hasło potraktować jako zapis legitymizujący jej wartość, presuponujący myślenie następujące: skoro wikipedyści – jako autorzy artykułu – mają świadomość krytyki, wszak rzetelnie przytaczają argumenty krytyków podważające rzetelność projektu, to tym samym jako aktywni uczestnicy komunikacji w sieci, potrafiący efektywnie posługiwać się narzędziami Web 2.0, są w stanie zapobiec niedoskonałościom projektu, zaproponować rozwiązania zgodne w wielu punktach z postulatami krytyków.

Hasło przynosi zatem uwagę, że nie powinno się zawartości Wikipedii traktować jako wiarygodnego materiału referencyjnego (zasadniczą kwestią w związku z tym

wątkiem jest brak autorytetu, eksperta, który przyjrzałby się mechanizmowi edytowania i dystrybucji treści). Brak obecności autorytetów (gremiów eksperckich) czyni z przedsięwzięcia o charakterze otwartym projekt, który encyklopedią – jak jest zaznaczone – nie może być nazwany. Pojawiają się głosy, że Wikipedia krzewi pseudonaukę. Jeszcze ostrzej brzmią stwierdzenia, że brak autorytetów, kontroli w postaci recenzji eksperckiej (legitymizującej zawarty w hasłach obraz świata) jest w istocie rzeczą przejawem antyelitaryzmu, który należy uznać za wyraz pogardy wobec ekspertów. Wikipedii zarzuca się, że cechuje ją odchylenie systemowe (tzn. nie stosuje się do zasady proporcji w referowaniu treści, np. niejednokrotnie zjawiska kultury masowej, uważane za błahę – a Wikipedia buduje hasła z nią związane nader często – są opisywane zbyt szczegółowo w relacji do faktów czy zjawisk istotnych). Zauważa się przy tym, że Wikipedia nie tworzy siatek pojęciowych określonych dziedzin, tym samym hasła (niepoddane hierarchizacji) przynależne do określonych domen tworzone są przypadkowo. Zwraca się uwagę na fakt, że edytorzy zbyt często sięgają po wątpliwe źródła, są stronniczy w opisywaniu świata, nie przestrzegają zasady neutralności. Niejednokrotnie cechuje ich nieporadność językowa czy stylistyczna, mają kłopoty z poprawnym zakomponowaniem wypowiedzi. Zarzuca się im, że niechętnie poddają się weryfikacji, mają prawo do anonimowości, co niekiedy zwalnia ich z odpowiedzialności za słowo, toczą wojny edycyjne ze szkodą dla wiarygodności przekazywanych treści. Podkreśla się fakt, że Wikipedia jako otwarty projekt jest podatna na wandalizm, zarzuca się jej, że niekiedy narusza prywatność, prawa autorskie.

Wikipedyści świadomi głosów krytyki podejmują działania, których celem jest realizacja projektu edukacyjnego łączącego swobodę, spontaniczność, różny potencjał merytoryczny oraz komunikacyjny internautów, demokratyczny tryb ustalania reguł dyskursu z żelazną konsekwencją w redagowaniu haseł, dbaniem o wysoki poziom merytoryczny poszczególnych haseł (zob. zakładki na stronie Polska Wikipedia, które przynoszą zapis procedur niezbędnych przy uzgadnianiu treści artykułów). Łączenie sprzecznych tendencji nie zawsze kończy się sukcesem, niektóre hasła nadal nie są do końca wiarygodne (o czym lojalnie uprzedzają sami gospodarze projektu, umieszczając stosowne wpisy na poszczególnych stronach).

Jednocześnie fakt, że Wikipedia jest w ruchu, cechuje ją swoboda, którą niektórzy analitycy nazywają anarchią (Bajtlik 2009), bo każdy – niezależnie od przygotowania merytorycznego i kompetencji komunikacyjnych – może uczestniczyć w przedsięwzięciu (co – jak podkreślają krytycy Wikipedii – jest sprzeczne z zasadą encyklopedii, której celem jest swoiste „zamrożenie” obrazu świata, wytworzenie archiwum wiedzy obowiązującej w określonym czasie, potwierdzonej stemplem autorytetu nauki, z czytelnymi stabilnymi drogami docierania do informacji, pomieszczonej w określonych polach dyskursywnych), nie podważył jej wiarygodności, nie ograniczył jej ekspansji, bowiem nowe hasła przybywają wręcz lawinowo, a liczba odwiedzin wciąż rośnie.

Wystarczy przypomnieć, że w polskiej Wikipedii dziennie przybywa kilkaset haseł, a liczba zarejestrowanych artykułów we wrześniu 2011 wyniosła prawie 900 tysięcy. O popularności Wikipedii świadczy fakt, że w tym samym miesiącu miała ona w Polsce prawie 9,5 mln użytkowników. Warto w związku z powyższym zadać pytanie dotyczące przyczyn tak niesłychanej ekspansji i zdeprecjonowania, zepchnięcia na niższe miejsca rankingowe wiarygodnych projektów, np. Wielkiej Interaktywnej Encyklopedii Multimedialnej (WIEM) stworzonej na podstawie Popularnej Encyklopedii Powszechnej i Multimedialnej Encyklopedii Powszechnej (projekty realizowane przez gremia eksperckie), wydanej przez wydawnictwo „Fogra”, które specjalizuje się w wydawaniu pozycji o profilu naukowym.

Warto zatem przyjrzeć się wypowiedziom samych wikipedystów. Interesujący zapis odnaleźć można na stronie: „Czym Wikipedia nie jest”. Lektura hasła pozwala stwierdzić, że według wikipedystów o sile ich projektu przesądza kilka podstawowych wartości (niejednokrotnie wady Wikipedii w opinii jej redaktorów muszą być traktowane jako oczywiste zalety).

Wikipedia jest zatem – jak twierdzą jej autorzy – najpopularniejszym na świecie projektem agregującym wiedzę zbiorową („wolny zbiór wiedzy”), który łączy w sobie swobodę edycji stron, otwartość – każdy uczestnik przedsięwzięcia może po wejściu na platformę Wikipedii modyfikować treść haseł. Przyjęty schemat działania sprawia, że Wikipedię redaguje bardzo wiele osób, bowiem nie istnieją ograniczenia dotyczące ilości edytorów pracujących nad poszczególnymi hasłami. Wikipedię cechuje w związku z tym, że pracują nad nią liczni edytorzy, niezwykle dynamizm, ogromny przyrost nowych lub zmodyfikowanych haseł. Ponadto zaletą Wikipedii jest zdolność jej reagowania na bieżące wydarzenia – w planie jej referencji pojawiają się hasła żywe w kulturze popularnej, intrygujące i animujące publiczną uwagę. Warto jednocześnie podnieść jeszcze jedną kwestię – otóż Wikipedia promuje pracę kolektywną, w której na równych prawach mogą uczestniczyć eksperci i amatorzy, których obowiązuje rzetelność w prezentowaniu treści, co gwarantuje wiarygodność zarysowanego obrazu świata.

W sieci odnaleźć można wiele wypowiedzi internautów zafascynowanych Wikipedią, którą traktują nie tylko jako rzetelne źródło wiedzy, efekt kolektywnej pracy, ale także jako przykład pisarstwa wysokiej próby (zob. <http://www.webaudit.pl/blog/2008/jak-dbamy-o-jakosc-na-polskiej-wikipedii/>):

Od paru lat są już na polskiej Wikipedii Artykuły na medal. Ta trochę pompatyczna nazwa określa artykuły „wzorcowe”, które nie wymagają już poważnych zmian i zawierają wszystko, co powinny. Kilka przykładów takich artykułów:

1. Kornwalia – ten akurat podlega głosowaniu, ale na pewno medal zostanie. Doskonały przykład, jak można zrobić najlepsze hasło ze wszystkich wersji językowych Wikipedii, lepsze nawet niż to na Wikipedii anglojęzycznej.
2. Powstanie wielkopolskie i Józef Piłsudski – poważne teksty historyczne, wygrywające konkurencję z dowolnym podręcznikiem.
3. Eksperyment Milgrama – jak wyżej, jeśli chodzi o psychologię.

4. Zamieszki na Heysel – czyta się jak dobry reportaż, a jednocześnie nie przestajemy być w encyklopedii.

Wiele z artykułów medalowych powstawało przez długie miesiące, które ich autorzy spędzili z literaturą przedmiotu, słownikami oraz innymi wersjami językowymi Wikipedii. Mimo dużego nakładu pracy wymaganego do stworzenia takiego hasła, po wstało już prawie 350 artykułów wzorcowych, które w **cuglach biją każdą encyklopedię powszechną**. Od dwóch lat istnieją też Dobre Artykuły, czyli teksty, które mają już naprawdę niezły poziom, choć jeszcze nie są wzorcowe.

Warto podążyć tropem wypowiedzi mitologizującej Wikipedię (zob. „w cuglach biją każdą encyklopedię powszechną”) i przyjrzeć się próbie pisarskiej w hasle *Zamieszki na Heysel* (zob. „czyta się jak dobry reportaż, a jednocześnie nie przestajemy być w encyklopedii”). Poddamy analizie obszerny fragment hasła w jego aktualnej wersji (30 kwietnia 2012). Ów fragment zaistniał w jednej z pierwszych edycji hasła (31 lipca 2006), przy czym dopiero 30 maja 2007 wprowadzony został do niego przypis odsyłający m.in. do strony *20 rocznica tragedii na Heysel* (www.JuvePoland.com), a 1 czerwca 2007 – *To był wieczór hańby i tragedii* (www.wp.pl).

Porównanie zapisów pokazuje, że zasadnicza oś narracji dotycząca wydarzeń (tak chwalona przez internautę za reportażowy nerw) została zapożyczona (zob. plagiaty w Wikipedii: Bauer 2009, 266–267) z artykułu (zaczepniętego z „Gazety Wyborczej”) – zrealizowanego przez profesjonalnego dziennikarza – zawartego na stronie [JuvePoland.com](http://www.JuvePoland.com); zob. cytowane fragmenty tekstów w układzie następującym: 1. pozycja – [JuvePoland.com](http://www.JuvePoland.com), 2 – edycja Wikipedii z dn. 30 maja 2007, 3 – edycja Wikipedii z dn. 30 kwietnia 2012):

I akapit

- Kibice zajęli stadion Heysel na godzinę przed meczem. Napięcie rosło. Kibice drużyn przeciwnych, oddzieleni od siebie 3-metrową siatką ogrodzenia, zaczęli się obrzucać obraźliwymi epitetami. Wkrótce wrzaski i skandowania nasiliły się.
- Kibice zajęli stadion Heysel na godzinę przed meczem. Napięcie rosło. Kibice drużyn przeciwnych, oddzieleni od siebie 3-metrową siatką ogrodzenia, zaczęli się obrzucać obraźliwymi epitetami. Wkrótce wrzaski i skandowania nasiliły się.
- Około godziny 19 czasu lokalnego, na godzinę przed rozpoczęciem spotkania kibice zajęli stadion Heysel. Atmosfera na trybunach stawała się bardzo napięta. Kibice z sektorów przyległych, oddzieleni od siebie trzymetrową siatką ogrodzenia, zaczęli się obrzucać obraźliwymi epitetami.

II akapit

- O godz. 19.30, na 45 minut przed zaplanowanym rozpoczęciem meczu, rozwydrzeni, często pijani, brytyjscy fani z sektorów X i Y zaczęli rzucać butelkami i kawałkami betonu w grupę kibiców Juventus, zajmujących pobliski sektor Z. Gdy Włosi zaczęli się wycofywać, Brytyjczycy zniszczyli ogrodzenie...
- O godz. 19.30, na 45 minut przed zaplanowanym rozpoczęciem meczu, rozwydrzeni, często pijani, brytyjscy fani z sektorów X i Y zaczęli rzucać butelkami i kawałkami betonu w grupę kibiców Juventus, zajmujących pobliski sektor Z. Gdy Włosi zaczęli się wycofywać, Brytyjczycy zniszczyli ogrodzenie...

- O godzinie 19.30, na 45 minut przed zaplanowanym rozpoczęciem meczu, pijani brytyjscy fani z sektorów „X” i „Y” zaczęli rzucać butelkami i kawałkami betonu w kibiców Juventusu, stanowiących większość w sektorze „Z”. Gdy Włosi odpowiedzieli, kibice Liverpoolu zaczęli przedzierać przez ogrodzenie, które zostało później całkowicie zdemolowane.

Akapit III

- Chociaż fani Liverpoolu byli „uzbrojeni” w ponad metrowe pręty, resztki ogrodzenia, kilku kibiców Juve stawiało im opór. Reszta ratowała się paniczną ucieczką, przeskakując ogrodzenie i murek (ok 1,2 m) oddzielający trybuny od boiska.
- Chociaż fani Liverpoolu byli uzbrojeni kilku kibiców Juventusu stawiało im opór. Reszta ratowała się paniczną ucieczką, przeskakując ogrodzenie z siatki i murek (ok 1,2 m) oddzielający trybuny od boiska.
- Kilkunastu kibiców Juventusu próbowało stawiać opór pseudokibicom Liverpoolu, mimo iż ci byli uzbrojeni, ale zdecydowana większość widzów ratowała się paniczną ucieczką, przeskakując ogrodzenie złożone z siatki i murku wysokiego na półtora metra, który y oddzielał trybuny od boiska.

Wnikliwy czytelnik, zapoznając się ze wstępną partią hasła dotyczącego okoliczności meczu Liverpoolu i Juventusu, bez trudu odnajdzie w niej inny – niż w części poświęconej zdarzeniom na stadionie w Haysel – styl, inną kompozycję narracji, co nie dziwi, wszak u podstaw tej narracji – mającej charakter newsa – jest inny tekst bazowy (wskazany zresztą w przypisach: *Kennedy spot on for Liverpool*, www.uefa.com), zob. krótka informacja o zwycięstwie Liverpoolu nad Romą na stronie www.uefa.com oraz zapis w polskiej Wikipedii:

- 1983/84: Kennedy spot on for Liverpool. A return to the scene of their first European Champion Clubs' Cup triumph proved to be auspicious for Liverpool FC, though it took a penalty shootout for them to overcome AS Roma after a 1–1 draw at the Stadio Olimpico.
- W finale Pucharu Europy w 1984 Liverpool F.C. zagrał z AS Roma. Mecz odbywał się na rzymskim Stadio Olimpico, będącym zarazem stadionem Romy. Faworytami spotkania byli Włosi. Mimo to po zaciętej grze, po podstawowym czasie gry i dogrywce utrzymywał się wynik remisowy – 1:1. W rzutach karnych niespodziewanie zwyciężyli goście (4:2) i to oni na stadionie rywała cieszyli się ze zdobycia tytułu klubowych mistrzów Europy.

Analiza hasła na medal (rekomendowanego przez polską Wikipedię) ujawnia mechanizm kontaminowania gatunków mowy (news, artykuł), środków stylistycznych (news – przewaga zdań pojedynczych, język prosty, niefiguralny; artykuł – figury retoryczne, obecność wypowiedzi wielokrotnie złożonych), zob. figuralność języka artykułu:

1. Paralelizmy dynamizujące narrację, budujące świat pulsujący emocjami:

Okolo godziny 19 czasu lokalnego, **na godzinę przed** rozpoczęciem spotkania **kibice zapelnili** [...] **O godzinie 19.30, na 45 minut przed** zaplanowanym rozpoczęciem meczu, **pijani brytyjscy fani** z sektorów „X” i „Y” **zaczęli** [...].

2. Synonimy wartościujące zarysowany obraz świata, ale także ujawniające stosunek emocjonalny do przedstawianych zdarzeń:

O godzinie 19.30, na 45 minut przed zaplanowanym rozpoczęciem meczu, pijani brytyjscy **fani** z sektorów „X” i „Y” zaczęli rzucać butelkami i kawałkami betonu w **kibiców** Juventus, stanowiących większość w sektorze „Z”. Gdy **Włosi** odpowiedzieli, **kibice** Liverpoolu zaczęli przedzierać się przez ogrodzenie, które zostało później całkowicie zdemolowane. Pilnowane było ono zaledwie przez kilkunastu belgijskich policjantów. Nie mogli oni powstrzymać uzbrojonych w butelki, kije, kastety i części ogrodzenia angielskich **chuliganów**. Kilkunastu kibiców Juventus próbowało stawiać opór **pseudokibicom** Liverpoolu.

3. Enumeracje jako instrument hiperbolizacji, emocjonalizacji przekazu:

Nie mogli oni powstrzymać uzbrojonych w butelki, kije, kastety i części ogrodzenia angielskich huliganów.

5. Metafory jako znak pozwalający spojrzeć na rzeczywistość przez pryzmat emocji: „trzecia fala [...] huliganów, paniczna ucieczka, napięta atmosfera”;

6. Nacechowane słownictwo: *pijani fani, napięta atmosfera, zdemolowane ogrodzenie, napierający tłum*;

7. Zdania wielokrotnie złożone, rysujące skomplikowany obraz zdarzenia, precyzyjnie ujawniające złożone relacje między elementami świata pr zedstawionego (zob. wypowiedzenie wielokrotnie złożone: zdanie główne – zdanie okolicznikowe przyzwolenia – współrzędnie złożone przeciwstawne – imiesłowy równoważnik zdania współrzędnie złożonego łącznego – zdanie podrzędnie złożone przydawkowe): „Kilkunastu kibiców Juventus próbowało stawiać opór pseudokibicom Liverpoolu, mimo iż ci byli uzbrojeni, ale zdecydowana większość widzów ratowała się paniczną ucieczką, przeskakując ogrodzenie złożone z siatki i murku wysokiego na półtora metra, który oddzielał trybuny od boiska”.

Analiza hasła *Zamieszki na Heysel* pozwala ukazać mechanizm przenikania się w Wikipedii różnych form narracji, rejestrów leksykalnych, sięgania po różne style. Edytorzy hasła nie odczuwają konieczności (nie mają świadomości?) budowania homogenicznego obrazu świata, z czytelnie zarysowaną kompozycją, jednorodnym zestawem środków stylistycznych. Analiza historii edytowania hasła (zob. *metastrona: historia hasła Zamieszki na Heysel*) ujawnia procedurę sklejaną różnych narracji, zaczerpniętych ze źródeł dostępnych w Internecie, co zwalnia z konieczności krytycznej analizy źródeł i następnie budowania autonomicznej wypowiedzi.

Pragmatyka projektu, jakim jest Wikipedia (tryb wyłaniania haseł, zasady edytowania), utrudnia czy wręcz uniemożliwia mechanizm zbudowania w miarę komplementarnego pola pojęciowego określonej domeny, zrealizowanego za pomocą homogenicznych struktur, jednolitego stylu. Brak siatki pojęciowej określonych dziedzin wiedzy, co oczywiście jest naturalną konsekwencją faktu, że Wikipedia jest projektem oddolnym, kolektywnym (nieinstytucjonalnym), otwartym, niepoddanym mechanizmowi selekcji, systemowej organizacji, rodzi zjawisko – z czego wikipedyści zdają

sobie sprawę – różnej głębokości analizy, prezentacji treści. W celu zilustrowania owego mechanizmu przyjrzymy się hasłom, które opisują podstawowe działy gramatyki.

Terminy *syntaktyka* oraz *fleksja* mają w Wikipedii bardzo krótkie hasła, w których pojawiają się terminy naukowe, mogące być dla czytelnika nieobeznanego z metajęzykiem językoznawstwa barierą uniemożliwiającą właściwe zrozumienia przekazu (zob. terminy *wypowiedzenie*, *semiotyka logiczna*, *funkcje syntaktyczne*, *wyrażenia językowe* w pierwszym hasle oraz *forma wyrazowa* czy *fleksja imienna* w drugim). Autor hasła przewidział taką ewentualność i oznaczając poszczególne terminy kolorem czerwonym lub niebieskim, uczynił je operatorami nawigacji odsyłającymi do definicji pojęć (zob. nazwy będące operatorami nawigacji zapisane wytłuszczonym drukiem, przyp. autora):

SYNTAKTYKA

Nazwa tego hasła odnosi się do więcej niż jednego pojęcia.

syntaktyka zwana też składnią – dział gramatyki zajmujący się budową **wypowiedzeń**.

syntaktyka – gałąź semiotyki logicznej zajmująca się **funkcjami syntaktycznymi**, tj. relacjami między wyrażeniami językowymi a innymi wyrażeniami językowymi.

Fleksja (łac. *praeistoczenie* wyrazów, *przemiana*)

1. Dział **gramatyki** zajmujący się opisem form wyrazowych.
2. Odmiana wyrazów – wyróżnia się fleksję **imienną (deklinację)** oraz fleksję **czasownika (koniugację)**.

Znacznie obszerniejsze w Wikipedii jest hasło *słowotwórstwo*, w którym także zaistniały terminy jako element narracji, ale każdy z nich został zdefiniowany, np.:

Słowotwórstwo podzielić można na słowotwórstwo synchroniczne (funkcjonalne) – zajmujące się strukturą słownictwa i badaniem, w jaki sposób użytkownicy języka powiększają jego zasób, także derywacją oraz na słowotwórstwo diachroniczne (genetyczne, historyczne) – zajmujące się procesem historycznym w powstawaniu słów.

- wyraz podstawowy – wyraz, od którego utworzony został wyraz pochodny
- wyraz pochodny – wyraz utworzony od wyrazu podstawowego
- parafraza słowotwórcza – opis wyjaśniający znaczenie wyrazu pochodnego i zawierający wyraz podstawowy
- formant – słowotwórcza część wyrazu, dodana do jego rdzenia
- podstawa słowotwórcza – część wyrazu pochodnego, która zostaje po odcięciu formantu.

Względy pogładowe sprawiły, że autorzy sięgnęli także po przykłady, aby zilustrować teoretyczny wywód:

szkolić – **wy**szkolić – wyszkolone

– **prze**szkolić

– szkolenie

O wartości hasła *słowotwórstwo* decydują jeszcze dwa fakty:

- po pierwsze, link odsyłający do archiwum wiedzy: „Zobacz też. Analiza słowotwórcza wyrazu”,

- po drugie, funkcjonalna architektonika tekstu z wyraźnie wypunktowanymi eksponentami parcelacji, dzięki czemu wywód jest przejrzysty: zob. podtytuły segregujące treść: „Słowotwórstwo [...] Podstawowe pojęcia związane z rodziną wyrazów [...] Przykład rodziny wyrazów”.

Zupełnie inaczej zrealizowane jest hasło *Morfologia*. Ma ono postać zwięzłego pięcioakapitowego tekstu, w którym nie zastosowano żadnych graficznych operatorów delimitacji. Czytelnik nie dowie się jednak, skąd autozy hasła czerpali wiedzę, bowiem tekst nie jest uwiarygodniony żadnym źródłem (choć pośrednio, gdy poprzez system linków dotrze się do haseł niezbędnych w procesie definiowania terminu *morfologia*, na takową literaturę się natknie).

Układ tekstu nie budzi jednak zastrzeżeń, jest ona zrealizowany bardzo dobrze, operatorami spójności są środki leksykalne, składniowe. Warto, gdy poddaje się analizie architektonikę tekstu zamieszczonego w Wikipedii, przyjrzeć się zaleceniom adresowanym do wikipedystów (zob. metastrona: *Styl-poradnik dla autorów*) chcących redagować hasła:

Tekst artykułu należy podzielić na mniejsze, logiczne fragmenty.

Pisarskie standardy niektórych innych języków, zwłaszcza języka angielskiego, są w tej sprawie o wiele bardziej wymagające od polskich zwyczajów i wymagań, ale wydaje się, że w tej sprawie warto wzorować się na obcych standardach. Standard angielski jest następujący:

1. pierwszy akapit sumuje to, o czym całość tekstu będzie mówić;
2. środkowa część każdego akapitu rozwija myśl swojego pierwszego zdania;
3. ostatnie zdanie każdego akapitu oraz pierwsze zdanie następnego nawiązują wzajemnie do siebie;
4. ostatni akapit nawiązuje do pierwszego i podsumowuje całość.

Tak skonstruowany tekst jest bardziej komunikatywny i przekonujący od tekstów mniej wyraźnie rozplanowanych czy wręcz chaotycznych.

Tekst *Morfologia (słowotwórstwo)* jest zrealizowany zgodnie z zaleceniami instrukcji, zatem w pierwszym akapicie mamy do czynienia z zwięzłą zapowiedzią całości:

Morfologia to dziedzina lingwistyki zajmująca się formami odmiennych części mowy (fleksja) oraz słowotwórstwem. Istnieją dwa główne podejścia do morfologii, różniące się obiektem, któremu przypisywany jest status znaku językowego: podejście morfemiczne oraz leksemiczne.

Ostatni akapit spina klamrą kompozycyjną całość, podsumowuje wywód, przywołując hasła zarysowane we wstępie:

Podejście leksemiczne wywodzi się z tradycji antycznej – jako jego źródło wskazywana jest zwykle filozofia stoicka. Podejście morfemiczne w swojej początkowej formie pojawiło się w Europie już w XVI wieku w pismach Johanna Reuchlina, [...]. Pojęcie leksemu zostało przywrócone współczesnej lingwistyce w latach 60. niezależnie przez językoznawcę brytyjskiego Petera Matthews'a i amerykańskiego, Roberta Bearda. Obydwa podejścia reprezentowane są mniej więcej na równi przez współczesne szkoły morfologiczne.

O jakości pracy edytorów przesądza jeszcze jeden fakt. Dbają oni o zachowanie więzi semantycznej między poszczególnymi akapitami: operatorami więzi są powtórzenia

leksykalne (zob. powtórzenie dosłowne leksemów lub derywatów, lub paralelizmów składniowych; wykładniki spójności zaznaczono wytłuszczonym drukiem):

Istnieją dwa główne podejścia do morfologii, różniące się obiektem, któremu przypisywany jest status znaku językowego: **podejście morfemiczne** oraz **leksemiczne**.

W **podejściu morfemicznym** elementarną jednostką analizy morfologicznej jest abstrakcyjny morfem, charakteryzowany zwykle jako najmniejsza część wyrazu będąca nośnikiem znaczenia. Wyraz jest tu rozumiany jako znak prosty, jeśli złożony jest z jednego **morfemu**, albo **znak** złożony, jeśli można w nim wyróżnić więcej takich podstawowych jednostek. W **podejściach** opartych o pojęcie **morfemu** przyjmuje się zwykle, że wszystkie morfemy, zarówno słowotwórcze jak i fleksyjne, wchodzą w skład inwentarza leksykalnego użytkowników danego języka, zwanego zwykle **leksykonem**.

W **podejściu leksemicznym** podstawową jednostką analizy i elementem realizującym w sobie **znak** językowy jest abstrakcyjny **leksem**, spajający znaczenie, cechy gramatyczne oraz postać dźwiękową wyrazu (formę wyrazową).

Układ środków nawiązania w cytowanym fragmencie tekstu można zatem przedstawić następująco: podejście morfemiczne, leksemiczne (I akapit) – (w) podejściu morfemicznym, morfem, wyraz, morfemu, znak, morfemu, (w) podejściach, morfemu, morfemy, (w) podejściach, morfemu, leksykonem (II akapit) – (w) podejściu leksemicznym, leksem (III akapit).

Analiza hasła *morfologia (językoznawstwo)* rzuca ciekawe światło na sposób agregowania wiedzy w Wikipedii, ujawnia po prostu skomplikowany system połączeń treściowych pomiędzy poszczególnymi tekstami, co sprawia, że ułożenie ich w kolekcję, która dawałaby wgląd w komplementarny wykład dotyczący określonej domeny, jest mocno utrudnione. Otóż w hasle morfologia pojawia się zdanie: „W podejściu morfemicznym elementarną jednostką analizy morfologicznej jest abstrakcyjny morfem, charakteryzowany zwykle jako najmniejsza część wyrazu będąca nośnikiem znaczenia”. Wnikliwy czytelnik może mieć wątpliwości dotyczące wyrażenia *abstrakcyjny morfem*, bowiem gdy skorzysta z linka *morfem*, dowie się, że „Morfem to najmniejsza grupa fonemów, która niesie ze sobą określone znaczenie, której nie można więc podzielić na mniejsze jednostki znaczeniowe”.

Definicja ta nie przyniesie wyjaśnienia, skąd wzięło się wyrażenie *abstrakcyjny morfem*. W definicji terminu *morfem* wyraz *fonem* został zapisany niebieskim kolorem, a to może skłonić cierpliwego czytelnika do zapoznania się z definicją nowego terminu:

Fonem – najmniejsza jednostka mowy rozróżnialna dla użytkowników danego języka. Może mieć kilka reprezentacji dźwiękowych (alofonów), występujących w różnych kontekstach lub też zamiennie. Fonem nie ma własnego znaczenia i służy do odróżniania elementów znaczeniowych (morfemów). Każdy fonem jest zespołem cech dystynktywnych, pozwalających na odróżnienie go od pozostałych fonemów. Jest abstrakcyjną jednostką systemu fonologicznego, reprezentowaną w wypowiedzeniach przez głoskę.

Czytelnik znajdzie zatem w nowej definicji stwierdzenie: „Jest abstrakcyjną jednostką systemu fonologicznego, reprezentowaną w wypowiedzeniach przez głoskę”.

Może go ono skłonić do stwierdzenia, że skoro fonem jako jednostka abstrakcyjna jest reprezentowany w sferze parole przez głoskę, to zapewne morfem jako jednostka abstrakcyjna także jest reprezentowany przez niepusty zbiór realizacji. Ta konstatacja pozwoli mu bacznie przyrzeć się hasłu *morfem*, w którym odnajdzie zdanie: „Morfe-my mają często kilka postaci fonetycznych (wariantów) – tzw. allomorfów”. Jeśli zatem fonem, jako byt abstrakcyjny, ma kilka reprezentacji dźwiękowych (alofonów), to morfem musi być postrzegany jako jednostka abstrakcyjna systemu językowego, bowiem ma swoje reprezentacje tekstowe w postaci alomorfów. Trudniz poszukiwania odpowiedzi zostać może zwięźzony odnalezieniem hasła *morf*, w którym pada jednoznaczne stwierdzenie: „Morf to najmniejszy, dający się wyodrębnić w wyrażeniu element posiadający znaczenie. Każdy morf jest reprezentantem jakiegoś morfemu, morfem może mieć kilka morfów”.

Analiza hasła *Morfologia* ujawnia zatem niezwykle istotną cechę Wikipedii. Hasła określonej domeny nie powstają chronologicznie, nie układają się liniowo w spójny wykład (w układzie gradacyjnym: od kwestii mało skomplikowanych do zagadnień coraz bardziej złożonych). Brak jednej ręki edytora, zdecydowanej selekcji, koordynacji rodzi zatem sytuację następującą: nawet jeśli hasła są zredagowane poprawnie, cechuje je rzetelność poznawcza, to i tak budują one obraz świata, który wymaga od czytelnika żmudnej pracy dochodzenia do stwierdzeń jasnych, zrozumiałych.

Tasowanie w obrębie jednego hasła różnych gatunków mowy (np. newsa, artykułu czy definicji), stylów jest cechą znamioną narracji w Wikipedii. Ów fakt nie dziwi, wszak Internet jest przestrzenią przenikania się różnych języków, stylów, gatunków, kanałów przekazu narracji, łączenia różnych jej form. Jednocześnie ów brak rygoru stylistycznego czy gatunkowego (mimo oczywistych prób – podejmowanych przez wikipedystów – zapanowania nad żywiołem stylu, kompozycji, języka, gatunku) przesądza w dużej mierze o popularności, sile oddziaływania Wikipedii, która uprawia retorykę przezroczystości, bowiem pozwala, by płynęła przez nią narracja sieci – płynna, na swój sposób anarchiczna, bo niepoddająca się regule stosowności stylistycznej, sięgająca po różne formy wypowiedzi, nieuznająca moderującej ręki eksperta, który wie, jakimi środkami należy się posługiwać w określonej sytuacji komunikacyjnej.

Z drugiej jednak strony Wikipedia jako przedsięwzięcie kolektywne, organizujące się oddolnie, ma wyraźny schemat organizacyjny ustalone procedury budowania hasła, weryfikowania go, dochodzenia do wersji, na które jest ogólne przyzwolenie edytorów pracujących nad nim. Metawypowiedzi wikipedystów zawarte w różnych zakładkach (np. *Wikipedia: Konsensus*) mają za zadanie – jak już wspomniano – ustalić zasady działań edytorskich, są jednocześnie zapisem mającym legitymizować ich działania, uwiarygodnić tym samym hasła, np.:

Wikipedia działa w oparciu o konsensus. Osiąga się go prowadząc rzeczową dyskusję opartą o zasady Wikipedii i weryfikowalne źródła wiedzy. Gdy zwykła dyskusja nie wystarcza, można sięgnąć po głosowanie, ankiety lub – w przypadku sporów – po metody rozwiązywania konfliktów.

W codziennej praktyce Wikipedii, choćby w dyskusjach nad usuwaniem stron, pojęcie konsensus oznacza z grubsza *zdecydowaną większość*, czyli zwykle około dwóch trzecich. W dyskusjach nad artykułami *konsensus* rozumiany jest przez edytorów rozmaicie, poczynając od *rzeczywistego konsensusu po moją opinię*; daje się to dostrzeć podczas wojen edycyjnych, gdy obie strony domagają się konsensusu na rzecz własnej wersji.

Zauważmy, że konsensus działa tylko w sytuacji, gdy edytorzy działają w dobrej wierze dla dokładnego określenia różnic w spojrzeniu na zagadnienie.

Jednocześnie wikipedyści starający się ustalić zasady polskiej Wikipedii zdają sobie sprawę z faktu, że sieć jako przestrzeń przecinających się dyskursów, postaw poznawczych, systemów aksjologicznych, stylów nie jest dogodnym miejscem do ustalania jakiegokolwiek dyktatu, określenia głosu centralnego dla dyskursu, podporządkowywania się mu, co rzecz jasna utrudnia tworzenie haseł, pracę nad ich edycją:

Zauważmy, że konsensus działa tylko w sytuacji, gdy edytorzy działają w dobrej wierze dla dokładnego określenia różnic w spojrzeniu na zagadnienie. [...]

Dokładne określenie, co jest rozsądnym lub racjonalnym stanowiskiem, jest trudne. Niemal każdy skłonny jest uważać, że jego stanowisko jest rozsądne; dobry edytor dopuszcza jednak, że stanowisko przeciwne do jego własnego również jest rozsądne. Lecz praktyka konsensusu na Wikipedii nie usprawiedliwia upierania się przy skrajnych stanowiskach i niechęci do rozważenia odmiennych stanowisk w oparciu o dobrą wolę. Jeśli chodzi o dobrą wolę, to żadne zaklinanie się, że edytujesz zgodnie z zasadami NPW nie mogą (!) służyć jako przykrywka dla jednostronnych edycji.

Konsensus nie powinien przytłumiać neutralnego punktu widzenia (i innych oficjalnych zaleceń). Grupa edytorów broniąca pewnego punktu widzenia teoretycznie nie może łamać zasad opisanych w dokumencie *Czym Wikipedia nie jest* dotyczących propagandy. A jednak grupa edytorów może nie dopuścić pewnych faktów i punktów widzenia przez upór, liczbę i organizację. Taka grupa *nie powinna* godzić się na wersję artykułu naruszającą NPOV, a mimo to czasem może się to przytrafić. W powszechnym odczuciu jest to zła praktyka.

W dyskursie naukowym poświęconym Wikipedii jako projektowi o charakterze dydaktycznym, popularno-naukowym sporo jest analiz mocno ideologizujący ch problem. Odnaleźć zatem można prace, które mitologizują projekt internetowej encyklopedii, bowiem widzą w nim przede wszystkim zagrożenia dla tradycyjnych sposobów agregowania wiedzy, tworzenia jej archiwum (Kenn 2007). Warto jednak spojrzeć na Wikipedię jako na przedsięwzięcie, które podporządkowane jest logice Internetu, przyjmuje jego język, mechanizm tasowania gatunków, sposób negocjowania znaczeń, dochodzenia do konsensusu w przypadku wspólnotowych projektów. Triumf Wikipedii – wszak jest ona dla milionów internautów podstawowym źródłem informacji o kluczowych dla współczesnego świata pojęciach – jest właśnie dlatego bezdyskusyjny, że jest ona dla nich „przezroczyista”, bowiem będąc wyraziście zarysowana domeną, z czytelnym (mimo oczywistych prób anarchizowania, co jest naturalną konsekwencją otwartości projektu) schematem organizacji, jest jednocześnie otwartą komunikacyjnie przestrzenią, pozwalającą na swobodny przepływ informacji, podmiotowo traktującą uczestników komunikacji.

Bibliografia

- Bajtlik S. (2009), *Wikipedia, czyli jeszcze nigdy...*, „Tygodnik Pospieczny”, nr 45, dodatek „Książki w Tygodniku”, http://tygodnik.onet.pl/15,368,ksiazki_w_tygodniku_4509,temat.html (dostęp: 20.05.2012).
- Bauer Z. (2009), *Dziennikarstwo wobec nowych mediów. Historia, teoria, praktyka*, Kraków.
- Bauman Z. (2012), *W necie ludzie nie zabierają sobie cudzej muzyki*, http://wyborcza.pl/1,123455,11537145,W_necie_ludzie_nie_zabieraja_sobie_cudzej_muzyki_.html#ixzz1tjrQxnX1 (dostęp: 23.05.2012).
- Bendyk E. (2011), *10 lat polskiej sieci*, <http://bendyk.blog.polityka.pl/2011/09/24/10-lat-polskiej-wikipedii/> (dostęp: 21.05.2012).
- Beliczyński J. (2008), *Strategie działania organizacji radia i telewizji w warunkach konwergencji medialnej*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie”, nr 782.
- Drożdż M. (2007), *Różne wymiary konwergencji technologicznej*, „Tarnowskie Studia Teologiczne”, s. 58–59.
- Fiske J. (1987), *Television culture*, London.
- Gmiterek G. (2008), *Prasa w dobie konwergencji i nowych mediów*, „Biuletyn EBIB”, nr 1, <http://www.ebib.info/2008/92/a.php?gmiterek> (dostęp: 21.05.2012).
- Golański A. (2011), *Pandy nienawidzą farm: Google wyjawia sekrety modyfikacji algorytmów rankingowych*, <http://webhosting.pl/Pandy.nienawidza.farm.Google.wyjawia.sekrety.modyfikacji.algorytmow.rankingowych> (dostęp: 19.05.2012).
- Jaskowska B. (2008), *O kulturze konwergencji słów kilka*, <http://www.ebib.info/2008/92/a.php?> (dostęp: 17.05.2012).
- Jenkins H. (2007), *Kultura konwergencji – zderzenie starych i nowych mediów*, Warszawa.
- Keen A. (2007), *Kult amatora: jak Internet niszczy kulturę?*, Warszawa.
- de Kerckhove D. (2001), *Inteligencja otwarta. Narodziny społeczeństwa sieciowego*, Warszawa 2001.
- Kopecka-Piech K. (2011), *Koncepcje konwergencji mediów*, http://sm.id.uw.edu.pl/Numery/2011_3_46/pelny.pdf (dostęp: 15.05.2012).
- Lévy P. (1997), *Collective Intelligence: Mankind's Emerging World in Cyberspace*, Cambridge.
- Orlowski A. (2005), *Who's responsible for Wikipedia?*, http://www.theregister.co.uk/2005/12/12/wikipedia_no_responsibility/page2.html (dostęp: 16.05.2012).
- Rychlik A., Wiśniewski L. (2011), *Problematyka nowej tożsamości w kontekście partycypacji we wspólnotach wirtualnych*, „Interlinie”, nr 2 (3), s. 74–80, http://mish.amu.edu.pl/PDF/Interlinie_nr_3.pdf (dostęp: 14.05.2012).
- Tafiłowski P. (2010), *Etykietowanie treści w serwisie podaj.net*, <http://www.ebib.info/2010/113/a.php?tafilowski> (dostęp: 14.05.2012).

Źródła

20. *rocznica tragedii na Heysel – Juve Poland 2011/2012*, <http://www.juvepoland.com/text.php?id=360> (dostęp: 16.05.2012).
- Czym Wikipedia nie jest*, http://pl.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Czym_Wikipedia_nie_jest (dostęp: 16.05.2012).
- Fleksja*, <http://pl.wikipedia.org/wiki/Fleksja> (dostęp: 16.05.2012).
- Fonem*, <http://pl.wikipedia.org/wiki/Fonem> (dostęp: 19.05.2012).
- Jak dbamy o jakość na polskiej Wikipedii?*, <http://www.webaudit.pl/blog/2008/jak-dbamy-o-jakosc-na-polskiej-wikipedii/> (dostęp: 17.05.2012).
- Kennedy spot on for Liverpool*, <http://www.uefa.com/uefachampionsleague/history/season=1983/index.html> (dostęp: 18.05.2012).
- Krytyka Wikipedii*, http://pl.wikipedia.org/wiki/Krytyka_Wikipedii (dostęp: 17.05.2012).
- Morf*, <http://pl.wikipedia.org/wiki/Morf> (dostęp: 16.05.2012).
- Morfem*, <http://pl.wikipedia.org/wiki/Morfem> (dostęp: 16.05.2012).
- Morfologia*, <http://pl.wikipedia.org/wiki/Morfologia> (dostęp: 17.05.2012).
- Podział na akapity*, http://pl.wikipedia.org/wiki/Pomoc:Styl_%E2%80%93_poradnik_dla_autor%C3%B3w (dostęp: 16.05.2012).
- Słowotwórstwo*, <http://pl.wikipedia.org/wiki/S%C5%82owotw%C3%B3rstwo> (dostęp: 16.05.2012).
- Styl – poradnik dla autorów*, http://pl.wikipedia.org/wiki/Pomoc:Styl_%E2%80%93_poradnik_dla_autor%C3%B3w (dostęp: 19.05.2012).
- Syntaktyka*, <http://pl.wikipedia.org/wiki/Syntaktyka> (dostęp: 16.05.2012).
- To był wieczór hańby i tragedii*, <http://sport.wp.pl/kat,1752,title,To-byl-wieczor-hanby-i-tragedii,wid,7287751,wiadomosc.html> (dostęp: 16.05.2012).
- Wikipedia: Konsensus*, <http://pl.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Konsensus> (dostęp: 18.05.2012).
- Wikipedysta: Polimerek*, <http://ortografia4.appspot.com/wiki/Wikipedysta%3Polimerek> (dostęp: 17.05.2012).
- Zamieszki na Heysel*, http://pl.wikipedia.org/wiki/Zamieszki_na_Heysel (dostęp: 19.05.2012).

Magdalena Piechota

Wyższa Szkoła Przedsiębiorczości i Administracji, Lublin;
Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin

Talent show. Rozrywka sformatowana¹

Robert C. Allen nazwał telewizję podstawowym źródłem rozrywki, czyli relaksacji, przyjemności, atrakcji, również ucieczki od prawdziwych problemów (Allen 1998: 10). Polskie stacje komercyjne otwarcie deklarują taki cel oferty jako dominujący (Subbotko 2010), a publiczne, szczególnie TVP2, także wyraźnie podążają tą drogą. Konkurencja na rynku telewizyjnym sprawia, że producenci przekazów telewizyjnych, rywalizując o widzów, prześcigają się w wymyślaniu form, które jeszcze skuteczniej zapewnią spodziewaną porcję rozrywki i przyciągną przed ekrany miliony widzów. Z jednej strony te starania reprezentuje dzisiaj rozproszenie treści na wiele kanałów tematycznych (*narrowcasting*, telewizja wielokanałowa, czy *slivercasting*, niszowa; por. Bielak, Filiciak, Ptaszek 2011: 361–363), z drugiej, paradoksalnie, „globalizujące” procesy wypełniania podobną treścią części ramówki w różnych ogólnotematycznych kanałach telewizji narodowych, polegające na odsprowadzaniu licencji na sprawdzone formaty. Ten artykuł poświęcony będzie jednemu z najwyraźniejszych współcześnie trendów w tym zakresie, sformatowanej rozrywce w postaci programów typu talent show.

Gatunkowość telewizyjnej rozrywki, jak i samej telewizji, była już w refleksji medioznawczej wielokrotnie podkreślana (m.in. Fiske 1989, Godzic 2004, Ogonowska 2007). Medium kierowane do najbardziej różnorodnej grupy odbiorczej musiało zapewnić łatwe do odczytania konwencje, pozwalające po obrazie, ruchu i dźwięku rozpoznać, z czym mamy do czynienia². Gatunki i megatunki uznawane za rozrywkowe

¹ Artykuł został przygotowany w ramach projektu badawczego „Media i komunikacja społeczna a rozrywka” (nr 9/200/2009), finansowanego przez Wyższą Szkołę Przedsiębiorczości i Administracji w Lublinie w latach 2009–2011.

² Dzisiaj możemy zaobserwować działanie przeciwne, zacieranie granic między gatunkami i typami przekazów – na przykład fikcyjnych w postaci seriali, w których występują

(seriale, sitcomy, telenowele, opery mydlane, teleturnieje, teledyski, talk show, magazyny poranne, tzw. telewizja śniadaniowa), od czasu pojawienia się pierwszego słynnego formatu telewizyjnego w postaci reality show *Big Brother*, mają konkurencję w postaci „specjalnej jakości” produkcji, opatrywanych ogromnymi kampaniami reklamowymi i kreowanych na wydarzenia sezonu, bądź sezonów, bo niejedyn z nich miał lub ma kilka, a nawet kilkanaście kolejnych edycji. Pamiętając o strumieniowej naturze przekazu telewizyjnego, oferującego „rzekę spiętrzonych obrazów i dźwięków, nigdy nie dających się wydzielić z całości” (Allen 1998: 17), a także o możliwości tworzenia własnych strumyków treściowo-gatunkowych, wynikającej z wynalazku pilota telewizyjnego, warto zastanowić się, w jaki sposób talent show skupia na sobie uwagę widza i jak wyróżnia się w strumieniu, będąc jednocześnie jego częścią, określaną przez ramówkową pozycję (głównie *prime time*) i sąsiedztwo. Na czym polega fenomen formatu? Jak sformatować rozrywkę? Czy istnieje „przepis” na zabawienie współczesnego odbiorcy? Jakie znaczenia stara się zamieścić w tego typu programie jego zespół nadawczy? Jakie cele chce osiągnąć? W jaki sposób nasze odbiorcze zaangażowanie w telewizję w trakcie odbioru talent show tworzy znaczenia i z jakimi przyjemnościami się łączy? Na te pytania będzie próbował odpowiedzieć ten artykuł.

Tradycja popisowego występu i gatunkowy status talent show

Talent show wpisują się w model telewizji *reality* o tyle, że występują w nich „zwykli ludzie”, których prawem do zaistnienia w telewizyjnym przekazie okazuje się nie bycie ofiarą strasznej katastrofy, udział w ulicznej sondzie czy unikalna wiedza, ale coś tak trudno definiowalnego jak talent. Gdyby spróbować czysto słownikowego rozpoznania, okazuje się, że talent to ‘uzdolnienie w jakimś kierunku, predyspozycja, zdolności’. Przeglądając, nawet pobieżnie, ofertę emitowanych w Polsce talent show, zauważymy, że to właściwie może oznaczać wszystko: głównie śpiew i taniec, ale także opowiadanie dowcipów, umiejętności i cechy predestynujące do roli modelki czy cały zestaw sprawności, takich jak akrobatyka i gimnastyka, prestidigitatorstwo, lalkarstwo, pantomima, żonglerka i wiele innych „niezwykłych umiejętności”, które prezentują uczestnicy jednego z najbardziej znanych przykładów tego typu programów, jakim jest format *Mam talent*.

Czy to jednak główny warunek zaistnienia w programie? Oczywiście nie, zbyt wiele było sytuacji, że ktoś wybitnie w przekonaniu widzów uzdolniony odpadał na rzecz kogoś, kto ma większy, umownie mówiąc i posługując się nazwą jednego

aktorzy odgrywający role podobne do tych, w których pojawiają się w reklamach, choćby lekarzy, a także przenikanie się dziennikarstwa i rozrywki wskutek „obsługiwania” przez te same osoby przekazów o tym dwojakim charakterze, *vide* Jarosław Kuźniar jako prowadzący poranne pasmo informacyjno-publicystyczne w TVN24 i formatowy talent show *X Factor*.

z talent show, telewizyjny „x factor”, medialną osobowość. Składa się na nią w tego typu programach połączenie w różnych proporcjach: z jednej strony niezwykłości i kontrowersyjności, z drugiej banalności i reprezentatywności, dających możliwość identyfikacji emocjonalnej.

Na początku warto zastanowić się, czy można mówić o gatunkowym statusie programów typu talent show. Choć w telewizji są swoistą nowością, w przestrzeni i historii komunikacji społecznej takie konkursowe popisy znane są od dawna, ich konwencjonalna forma (ktoś staje przed publicznością i „okazuje”, na czym polega jego uzdolnienie) jest więc ugruntowana. Były jednym ze składników jarmarków i publicznych uroczystości, gdzie popisy stawały się okazją do zarobku występujących i przyjemności widzów. Trefnisie, kuglarze, akrobaci, śpiewacy, tancerze – ich społeczna rola, poza obiegiem czysto artystycznym, mieściła się i mieści w kategorii rozrywki. Oferowali od zawsze możliwość zabawowego wypełnienia czasu na dworach i „dla ludu”, nie tak wymagającą jak teatr czy koncert, nieraz rubaszną, bo połączoną z ostantacyjnymi wcieleniami humoru słownego i sytuacyjnego, a przy tym wzruszającą wysiłkiem, niezwykłością uzdolnień czy kreowaną narracją.

Dzisiaj, gdy życie społeczne realizuje się głównie w mediach i poprzez nie, dawna tradycja zyskała nowe wcielenie w postaci telewizyjnych widowisk opartych na prezentowaniu uzdolnień przez zwykłych ludzi wpisujących się w poetykę *reality*. Do tego, oprócz programów z nieznanymi szerzej utalentowanymi uczestnikami, telewizja zaproponowała już kilka „celebryckich” talent show, w których występujące w nich publiczne osoby (najczęściej artyści, ale też na przykład sportowcy) zdecydowały się chwalić umiejętnościami niezwiązanymi z ich zawodowymi czynnościami (np. śpiewem, tańcem, jazdą na łyżwach czy tresowaniem dzikich zwierząt). Tyle że dzisiaj to już za mało, aby zapełnić show, stąd struktury narracyjne sytuujące bohaterów programów na tle rodzinnych i życiowych uwarunkowań, podział ról w jury i wśród prowadzących, publiczność w studiu czy wreszcie wizualna i dźwiękowa oprawa. Dlatego można mówić o strukturze megagatunku lub kolekcji gatunków, zróżnicowanej treściowo, formalnie i stylistycznie, ale spojonej tematyką, wyróżnionym miejscem w ramówce i rozpoznawalnymi sygnałami początku i końca, oraz prowadzącymi, łączącymi różne wątki i następujące po sobie montażowe przeskoki. Wśród gatunków składających się na megagatunkowość można zaś wymienić: zapowiedzi, minireportaże, wywiady i wreszcie same występy (tu poetyka gatunkowa zależy od prezentowanego uzdolnienia).

Czym jest format?

Definicja formatu może brzmieć następująco: „format to pewien pomysł na utwór – czy to serial, czy program telewizyjny czy też teleturniej. Format to pewna konstrukcja, szkielet takiego utworu, w oparciu o który dopiero utwór może powstać.

Bardziej obrazowo – format można porównać do formy, do której wlewa się płynne tworzywo, które po zastygnięciu i wypełnieniu dokładnie kształtu formy, stworzy ostateczny utwór. To płynne tworzywo może mieć różną konsystencję i barwę, ale po zastygnięciu zawsze będzie w ten sam lub bardzo podobny sposób wypełniać formę, do której zostało wlane” (Czyżewski 2008). Na początku każdego formatu jest zatem pomysł. Idea nowego typu programu zostaje opracowana w postaci *paper format*, „biblii produkcyjnej”, bardzo szczegółowego zapisu scenariuszowego, obejmującego sposoby pozyskiwania uczestników, organizowanie publiczności, elementy realizacji (np. scenografia, muzyka, typy ujęć, gotowe dialogi) i porządek struktury. Realizacja wprowadza ów pomysł w czyn, ucieleśnia strukturę, typ zawartości, styl realizacji, a emisja staje się momentem upublicznienia nowej idei w pierwszej konkretnej postaci. Tak zrealizowanym formatem można handlować – sprzedaje się licencję na niego wraz ze wskazówkami realizacyjnymi, które muszą zostać uwzględnione, oraz marginesem dowolności, dzięki któremu wersje narodowe mogą się nieznacznie różnić, jak bowiem zauważył Paweł Fedczyszyn: „precyzyjne opisanie formatu i przedstawienie go w postaci tzw. paper format [stanowiącego załączniki do umów licencyjnych na formaty telewizyjne – przyp. M.P.] nie oznacza wbrew pozorom, że takie opracowanie zagwarantuje pomysłom w nim zawartym skuteczną ochronę. Samo opracowanie będzie podlegało ochronie jak dzieło literackie, jednak treści w nim zawarte, czyli pomysły i zasady, które z tekstu można wyinterpretować, dalej pozostają elementami wolnymi, z których każdy może zrobić użytek” (Fedczyszyn 2008). Przy okazji sprzedaży licencji na format pojawiają się zjawiska: zarządzania marką (rejestrowanie znaków handlowych, lokalizacja marki, promocja), gospodarowania *know-how* oraz dystrybucji.

W postaci licencji na formaty handluje się serialami (np. *Dallas* czy polskie *M jak miłość*), operami mydlanymi (np. *Coronation Street*), teleturniejami (np. *Milionerzy*, *Najstarsze ogniwo*, kontrowersyjny *Moment prawdy*), reality show (np. *Big Brother*, *Kawaler do wzięcia*) czy talent show (np. *Idol*, *Top model*, *You can dance*). Ich droga może wyglądać także w ten sposób, że najpierw pomysł zostaje zrealizowany i wyemitowany, a dopiero później opracowany w postaci „biblii realizacyjnej” i sprzedany jako format, gdy zyskuje odpowiednio dużą popularność w czasie emisji. Współcześnie formaty telewizyjne stały się ważną częścią codziennej ramówki wielu nadawców, a jednocześnie charakterystycznym obliczem telewizji na całym świecie. O biznesowej i kulturowej roli tego zjawiska mogą świadczyć dwa fakty: już w 1999 roku BBC Worldwide, komercyjna odnoga BBC, utworzyła *Format Factory* (Fabrykę Formatów), a w roku 2008 brytyjskie formaty telewizyjne zarobiły blisko miliard funtów. Nie można jednocześnie wykluczyć, że inspiracje do przyszłych formatów rozrywkowych czerpane są z uważnego przyglądania się programom telewizji w poszczególnych krajach, szczególnie tych spoza zachodnioeuropejskiego kręgu. Zastanawiające jest choćby podobieństwo idei *Szansy na sukces*, obecnej na antenie polskiej telewizji od kilkunastu lat, do muzycznych talent show, oprawionych w scenariuszowe ozdobniki i realizowanych z nieporównanie większym rozmachem, ale dużo późniejszych.

Telewizyjne widowisko

Telewizyjne widowisko współtworzy kilka czynników – atrakcyjna oprawa wizualna i dźwiękowa, scenariuszowa dramaturgia, napięcie i rywalizacja między uczestnikami, wciąganie widzów w emocjonalne zaangażowanie. Talent show spełnia te kryteria w typowy dla formatu sposób, nic nie wydaje się tu żywołowe i niezaplanowane. Przynosząca krociowe zyski machina produkcyjna nie przewiduje marginesu na eksperymenty, zbyt byłoby to ryzykowne, by naruszać wypróbowane mechanizmy.

Skoro programy tego typu nadawane są (przynajmniej na razie) w czasie największej oglądalności, wypada nawiązać do roli „świętego czasu przyjemności” jako odpowiedzi na rolę obowiązku i pracy. Przywołuje to podział na czas „zwykły”, czas profanum, i czas „święteczny”, czas rytuału, w którym społecznie ustalone normy podlegają weryfikacji poprzez cały zespół zachowań i reakcji wobec owych norm. Czas przyjemności, poświęcany w sobotni czy niedzielny wieczór na odbiór telewizyjnego widowiska, jest czasem potwierdzania więzi społecznych, wchodzenia w relacje z innymi ludźmi, najbliższym otoczeniem i odsłanianymi w swej podmiotowości w przemyślanych scenariuszowo krokach telewizyjnymi bohaterami, weryfikowania społecznych punktów odniesienia co do „wartościowości” i „właściwości” ludzkich zachowań. Rytualizacja rozrywki przyjmuje dzisiaj postać zadziwiająco ponadnarodową, okazujemy się tu tak zgodni w oczekiwaniach i tak podobni w reakcjach. Od strony realizatorsko-producencyjnej zyskuje to postać formatu.

Jerzy Uszyński, rysując *Telewizyjny pejzaż genologiczny*, wymienił pięć podstawowych strategii komunikacyjnych tego medium, określając owe strategie na wzór taksonomii literackiej mianem rodzajów: narracje, rejestracje, widowiska, przekazy retoryczne i przekazy perswazyjne. Do każdego z nich przypisał trzy perspektywy: producenta, regulatora rynku i widza, pozwalające uchwycić jego zdaniem cechy specyficzne tych strategii, a w każdym z rodzajów umieścić gatunki i odmiany gatunkowe, nazwane przez niego podgatunkami (Uszyński 2004: 27). Do gatunków w rodzaju widowisk zaliczył: talk show, psychozwierzenie, teleturniej, ukrytą kamerę, reality show i widowiska rozrywkowe, wśród tych ostatnich wydzielając *varieté*, benefisy, kabarety, rewie, koncerty i transmisje z festiwali, widowiska muzyczne, gale, pikniki i widowiska kameralne (Uszyński 2004: 111–131). Te różne wcielenia rodzajowe zdaniem autora łączy żywioł interakcji, bo głównym przedmiotem zainteresowania okazują się międzyludzkie relacje z elementami psychologicznej gry jako bazy dramaturgii. Jeśli zgodzić się z tym ujęciem, to zobaczymy wówczas talent show nie jako konkurs talentów, ale jako zderzenie osobowości uczestników, jury i prowadzących, owocujące najróżniejszymi emocjonalnymi napięciami, z którymi empatycznie może utożsamić się widz. To w prosty sposób tłumaczyłoby, dlaczego w tego typu programach wygrywają na przykład dzieci, uliczni samoucy czy porzuczone żony – ich historie i zachowanie w czasie programu wywołują lawinę emocjonalnych reakcji i odniesień, łatwą do potwierdzenia na przykład na fanowskich

forach internetowych stron tematycznych, poświęconych poszczególnym programom. Widzowie kibicują pokrzywdzonym przez los czy wzr uszającym talentem większym niż wzrost. Emocjonalizacja przekazu dominuje nad deklarowaną intencją poszukiwania tych, którzy mają talent, o czym przekonują losy zwycięzców.

Zbudowanie widowiskowości przekazu telewizyjnego wydaje się łatwym zadaniem ze względu na wizualność medium, poza tym wystarczy zaoferować dostatecznie oszałamiające kolory, kształty, ruch i dźwięk, czyli feerię obrazów. Tyle że rozrywkowe kino przyzwyczało odbiorców do tak widowiskowych rozwiązań, że telewizja wydaje się w tym zakresie zawsze wtórna i, co oczywiste choćby z powodu rozmiarów ekranu, na mniejszą skalę. Fakt, że jest w naszej domowej przestrzeni stałym elementem składowym, umożliwia jej jednak innego typu oddziaływanie i inaczej rozumiane uatrakcyjnianie przekazu, polegające na kreowaniu pozornej spontaniczności, prowokującej emocjonalne reakcje widzów, traktujących występujących w talent show jako „gości w swoich domach” (w kinie to widzowie są gośćmi w odświetnej przestrzeni). Jako gospodarze przywiązują się emocjonalnie do odwiedzających ich zwykłych-niezwykłych ludzi, którzy okazują się posiadaczami uzdolnień, usprawiedliwiających fakt, że w ogóle zajęli nam czas. Rytualne ujawnienie i oswojenie emocji związanych z międzyludzkimi interakcjami prowadzi do ich swoistego plemiennego uznania przez reprezentującą odbiorcę wirtualnego realną publiczność w studiu, której reakcje sankcjonują jednostkowe zachowania, a tym samym potwierdzają ich społeczną istotność. Publiczność niejednokrotnie wchodzi w pozorny spór z jury, doceniając oklaskami i innymi sygnałami parawerbalnymi i werbalnymi uczestników, którzy przez „wroga” w postaci zespołu oceniającego zostają wykluczeni czy choćby skrytykowani. Napięcia na tej linii, czyli publiczność–jury, choć scenariuszowo okiełznywane i redukowane przez narzędzia realizacyjne (wyciszenie, montaż, przeskok obrazowy), stanowią ważny aspekt „emocjonalnego teatru”, który oto rozgrywa się na oczach widzów. I oni, widzowie, mają jednak swoje miejsce w strukturze widowiska, jako współdecydujący (a nawet decydujący) o losach uczestników poprzez głosowanie. Każdy zyskuje więc swoją emocjonalną korzyść: bohaterowie z wystąpienia, pokazania się, wykreowania swoich paru minut, jury z budowania medialnego wizerunku, publiczność w studiu z roli arbitra-reprezentanta i społecznego sankcjonatora, a publiczność przed telewizorami z empatii i poczucia potencjalnej władzy nad losami bohaterów i przebiegiem widowiska.

Wcielenia widowiska typu talent show

Najstarszym programem tego typu w polskiej telewizji jest, wspomniana już, *Szansa na sukces*, autorski program Elżbiety Skrętkowskiej, nadawany od 1993 roku przez publiczną Dwójkę. Nie jest zakupionym formatem, nie ma widowiskowej oprawy, wyróżnia się kameralnością i stonowaniem, a jednak wciąż przyciąga zarówno uczestników, jak

i około trzymilionową widownię. Pomógł zaistnieć w muzycznym świecie kilkorgu laureatom (m.in. Justynie Steczkowskiej, Kasi Stankiewicz, Kasi Cerekwickiej, Tomkowi Makowieckiemu, Andrzejowi Lampertowi, Annie Frątczak, Annie Józefinie Lubienieckiej), wciąż oferuje widzom różnorodne doznania: od śmiechu, przez zachwyt, po wzruszenie. Startują w nim uczestnicy w najróżniejszym wieku (ale nie dzieci), wykonując w studiu piosenkę wylosowaną przez gospodarza programu. Program ma edycje specjalne, pozbawione konkursowych zmagani, najczęściej związane ze świętami (np. byli laureaci *Szansy* lub ich dzieci śpiewają kolędy) lub rocznicami istnienia.

Prowadzony przez Wojciecha Manna, wyróżnia się statyczną realizacją i oszczędną scenografią, zmieniającym się jury (w każdym odcinku są nimi jego muzyczni bohaterowie – wokaliści lub z espoły, których utwory są wykonywane), brakiem SMS-owego głosowania, niegdysiejszą kulturą słowa i zachowania. Pozostaje enklawą skupienia na talencie wokalnym, a nie życiu prywatnym, telegeniczności czy umiejętności szokowania lub „oczarowania” jury. Pokazuje tym samym, że jest „coś poza formatem” i że można ocalić przez lata styl nieulegający pośpiecho wi, powierzchownej efektywności i zgiełkowi wielogłosu, sytuujący uczestników odcinka w centrum uwagi i nietraktujący ich instrumentalnie. Wyjściem idei programu w przestrzeń społeczną staje się comocny koncert i jednocześnie finał zmagani laureatów poszczególnych odcinków, odbywający się w Sali Kongresowej Pałacu Kultury i Nauki, konsekwentnie utrzymany w tonie życzliwej rywalizacji i autoironicznego poczucia humoru Wojciecha Manna. Występ przed zgromadzoną w Kongresowej publicznością jest, obok możliwości zaśpiewania z muzycznym bohaterem lub bohaterami, formą nagrody dla laureata. Zwycięzca finałowego koncertu dostaje szansę wystąpienia w Koncercie Debiutów Festiwalu Polskiej Piosenki w Opolu. Droga początkującego wokalisty wydaje się więc kreowana dość ostrożnie, od szansy pokazania się w programie, przez ewentualne zwycięstwo w konkursie przed liczną publicznością, po występ na festiwalu. Wszystko odbywa się bez natrętnej maszyny promocyjnej, marketingowo obliczonej obecności startujących i jurorów w kolorowej prasie, telewizji śniadaniowej czy portalach plotkarskich. Program sytuuje się poprzez atmosferę, typ realizacji i zaplanowaną dramaturgię w kontrze wobec międzynarodowych sposobów na poszukiwanie talentów.

Tych oczywiście nie brakuje w naszej telewizji, zarówno publicznej, jak i komercyjnej. Pierwszym sformatowanym talent show w polskiej telewizji był *Idol*, wzorowany na brytyjskim *Pop Idol*, w polskiej wersji nadawany w *prime time*, czyli najlepszym czasie antenowym, przez Polsat (licencję na format posiada firma Fremantle Media) w latach 2002–2005. Ten format, stworzony przez Simona Fullera, zrobił ogromną karierę na całym świecie, miał narodowe edycje w kilkudziesięciu krajach, oprócz europejskich także w tak odmiennych kulturowo jak Pakistan, Indie, Singapur, Wietnam (powstała też wersja dla świata arabskiego, obejmująca połączone przesłuchania m.in. w Egipcie, Maroku, Zjednoczonych Emiratach Arabskich, Kuwejcie, Libii). Zupełnie ponad kulturowymi, obyczajowymi i narodowymi

odmiennościami zadziałała formuła poszukiwania śpie wającego idola, stworzona z przesłuchań uczestników i występów przed jury, w której na finał decydujący wpływ ma jednak głosząca SMS-ami telewizyjna widownia.

Schemat, jaki został zaproponowany w *Idolu*, jest powtarzany do dzisiaj: seria zaczynała się od nagrywanych w różnych miastach odcinków castingowych, w których obok faktycznie utalentowanych uczestników, zakwalifikowanych do następnych odcinków studyjnych, pojawiali się tzw. „kosmici”, niejednokrotnie zupełnie pozbawieni talentu, uroczo nieporadni lub celowo epatujący brakiem możliwości, którzy wnosili do linii dramaturgicznej element humoru sytuacyjnego i słownego, ponieważ jury często rozmawiało z nimi w sposób zabawny, a nawet kpiący. Ich występy i prowadzone z nimi przez jury rozmowy przenosiły w inną sferę emocji niż występy prawdziwie utalentowanych. Tworzyła się wskutek tego dramaturgicznie zaplanowana emocjonalna sinusoida, na której rozmieszczone były śmiech, zdziwienie czy zażenowanie przeplecione ze wzruszeniem, podziwem i estetyczną satysfakcją. Obrazy castingowych przesłuchań dopełniały krótkie materiały, prezentujące bliżej wybranych uczestników na tle ich rodzinnych okolic, a także poprzez wypowiedzi rodziny i znajomych. Zasady wyboru tak wyróżnionych uczestników (wyłonionych portretowo) celowo nie były jasne – niektórzy z nich okazywali się wybranymi do dalszego etapu, inni odpadali już na tym piętym. Kolejnym składnikiem wypełniającym dramaturgicznie i treściowo scenariusz odcinka były rozmowy prowadzącego wszystkie serie Macieja Rocka z uczestnikami w sali oczekiwania na występy.

Jury w talent show zawsze składa się z osób znanych, najczęściej mających związek z talentem, który jest przedmiotem show (w *Idolu* byli to specjalistka od emisji głosu Elżbieta Zapendowska, autor tekstów piosenek Jacek Cygan, dziennikarze muzyczni Kuba Wojewódzki i Robert Leszczyński, wokalista i muzyk Maciej Maleńczuk; spoza muzycznej branży był jeden z jurorów *Idola*, Marcin Prokop, który jednak pracował przez pewien czas jako redaktor naczelny miesięcznika muzycznego *Machina*). Już w trakcie pierwszych castingowych odcinków zostaje zbudowany wizerunek członków jury, podzielonych na „dobrych i złych”, czyli tych odnoszących się do uczestników miło i wyrozumiale, i tych, którzy kąśliwie krytykują i nie wahają się odrzucać. Do tych drugich w kilku już polskich realizacjach formatowych talent show należał lub należy Kuba Wojewódzki (*Idol*, *Mam talent*, *X Factor*), który dzięki *Idolowi* stał się powszechnie znany i osiągnął status medialnej osobowości, a także zaczął prowadzić własny talk show. Wypowiedzi jury o uczestnikach, a także żartobliwe dialogowanie jego członków między sobą, stanowią istotny element konstrukcyjny każdego odcinka, sprawiają też, że widzowie traktują tę część przekazu jako, przynajmniej czasami, bardziej interesującą niż występy uczestników, ponieważ jest stałym dramaturgicznie elementem i zapewnia sporą porcję rozrywki, wynikającą z tego, co i jak jury mówi i jak odnosi się do siebie.

Po odcinkach castingowych następują te, które można nazwać drugoetapowymi, ponieważ służą wyłonieniu uczestników odcinka finałowego. Te odbywają się już

z udziałem publiczności w klubie, teatrze lub specjalnym studio. Ponieważ występują w nich wybrani przez jury, istotnie utalentowani uczestnicy, są okazją do prawdziwych popisów, przynoszących widzom możliwość estetycznych doznań. Show przyjmuje inną postać poprzez bardziej widowiskową oprawę scenograficzną, efektowne stylizacje wyglądu członków jury i uczestników (odcinki castingowe są pod tym względem celowo „surowe”, mają sprawiać wrażenie roboczych) i reakcje publiczności obecnej przy występach. Kumulacja show następuje w ostatnim odcinku, w którym wybrany SMS-ami widzów zwycięzca otrzymuje nagrodę (w przypadku *Idola* było to nagranie płyty w sponsorującej widowisko wytwórni muzycznej).

Na tej samej zasadzie scenariusz owej, z niewielkimi modyfikacjami związanymi z ich specyfiką, oparte zostały takie późniejsze formaty talent show jak *You Can Dance*, *Mam talent!*, *Bitwa na głosy*, *Must Be the Music (Tylko muzyka)*, *Top model*, *X Factor*, *The Voice of Poland*. Nieco inne w charakterze są celebryckie talent show: *Taniec z Gwiazdami* czy *Gwiazdy tańczą na lodzie*, ponieważ nie ma w nich odcinków castingowych, a rywalizacja „gwiazd” jest przede wszystkim okazją do budowania ich wizerunku.

Henry Jenkins, odnosząc się do amerykańskiej wersji formatu *Pop Idol*, nadawanej jako *American Idol*, zauważył, że jak każda seria typu *reality* zbudowany był on z atrakcyjnych fragmentów, silnie nacechowanych emocjonalnie, pozwalających na odbiór w sekwencji, ale także poza nią. Miało to na celu wspieranie i podtrzymywanie wielu poziomów zaangażowania, do których zapraszany był każdy potencjalny widz. Powtarzanie sekwencji (np. streszczanie poprzedniego odcinka, odtwarzanie wizytówek uczestników, przytaczanie kontrowersyjnych ocen jurorów) obliczone było na zachowanie przystępności dla widza, który dopiero włączył się w przekaz, a u lojalnego wytwarzało wrażenie ciągłości. Dzięki *cliffhangerowi* (czyli znanemu zabiegowi narracyjnemu – przerwaniu akcji w kluczowym momencie, prowokującemu do śledzenia wydarzeń z ciekawości, „jak to się skończy”), przypadkowi widzowie byli zachęceni do nawiązania relacji, a stali widzowie podtrzymywani w emocjonalnym zaangażowaniu. Taka konstrukcja umożliwiała, jak nazwał to Jenkins, „satysfakcjonujące doświadczenie rozrywkowe” (Jenkins 2007: 78). Stopniowy rozwój rywalizacji w trakcie sezonu, coraz bardziej prywatne wizerunki jej aktorów, postępująca familiaryzacja relacji między jurorami i uczestnikami składają się na coraz bardziej złożony system odwołań do historii serii, zapewniający przyjemność polegającą na poczuciu kompetencji odbioru zbudowanej na lojalności. Motywacja się zapętla – nie chodzi już tylko o przyjemność czerpaną z każdego odcinka, ale też o przyjemność zrozumienia wszystkich odcinków w serii, do czego niezbędne jest ich wierne oglądanie z tygodnia na tydzień.

Aktorzy widowiska

Na początku lat dziewięćdziesiątych Sarah Kozloff nazwała telewizję głównym gawędziarzem we współczesnym społeczeństwie amerykańskim (Kozloff 1998: 66).

Po dwudziestu latach polska telewizja stara się także pełnić tę rolę. Każdy odcinek talent show z osobną i cały zestaw odcinków sezonowych kreują sieć interakcji w niedostępnej widzom realnej przestrzeni, oferowaną im jako widowisko o skończonej dramaturgii i zamkniętym zestawie obrazów, układające się w ich umysłach w opowieść pod tytułem „co się wydarzyło” (czyli narrację). Warto teraz zastanowić się, na ile aktorzy tego widowiska, czyli uczestnicy, jury, prowadzący, publiczność i prezentowani w materiałach filmowych lub w kulisach studia rodzina i przyjaciele uczestników, reprezentują powtarzalny repertuar ról, dający się ująć w postaci symbolicznego układu narracji. Sieć interakcji jest przede wszystkim wewnętrzna, choć prowadzący, a także uczestnicy uzewnętrzniają ją w stronę widzów, zwracając się wprost do nich i kreując wrażenie „bezpośredniości” relacji wbrew jej oczywistej pośredniości (przypomina to zwracanie się narratora wprost do czytelników). Rywalizacja między uczestnikami, ściśle podlegająca regułom danego formatu, przypomina bajkowe sięganie po skarb, w tym przypadku w postaci nagrody pieniężnej czy możliwości nagrania płyty. Bajka „Jak zostałem/zostałam zwycięzcą” rozgrywa się w czasie sezonu w następujących po sobie odcinkach. Rozpoznany niegdyś przez Władimira Proppa zestaw ośmiu bajkowych powtarzalnych dramatycznych typów (bohater, przeciwnik, donator, pośrednik, fałszywy bohater, pomocnik, księżniczka, jej ojciec (Propp 1976: 57)), uproszczony przez Algirdasa Greimasa do zestawu podmiot, przedmiot, nadawca, pomocnik, odbiorca, oponent, okazuje się pomocny w rozpoznaniu powtarzającego się w formatach talent show zaplanowanego układu relacji. Podmiotami (przynajmniej pozornie) są uczestnicy, przedmiotem zwycięstwo, nadawcami/donatorami producenci programu, oferujący nagrodę, i jurorzy namaszczający zwycięzcę, pośrednikami dopingujący do udziału rodzina i przyjaciele, fałszywym bohaterem cała grupa uczestników, których talent okazuje się zbyt mały, by wygrali, pomocnikiem nierzadko obok wspierających bliskich okazuje się prowadzący program w roli pocieszyciela i motywującego, a przeciwnikiem znów jury, którego wyroki mogą stanąć na drodze do wygranej.

Wpisani w ten układ ról uczestnicy muszą jednak zawalczyć o swoją tożsamość, o ile naprawdę chcą pozostać na publicznej scenie dłużej, niż potrwa program. Jak zauważa Henry Jenkins: „wraz z procesem selekcji, pewne postaci staną się ulubieńcami widzów – a dobry producent przewiduje to zainteresowanie i nagradza lubiane postaci, dając im więcej czasu na ekranie. Widzowie przestają myśleć o postaciach jako przedstawicielach określonych typów i zaczynają postrzegać je jako indywidualności. Widzowie poznają uczestników konkursu, uczą się ich charakterów, motywów, dla których biorą udział w programie, ich biografii, a czasem nawet informacji o innych członkach ich rodziny. W *Amerykańskim idolu* widzowie obserwują, jak uczestnicy robią postępy lub spadają na samo dno. Dlatego program stał się tak potężnym narzędziem marketingowym pomagającym rozpocząć karierę młodym wykonawcom – znacznie potężniejszym, niż wcześniejsze telewizyjne konkursy talentów” (Jenkins 2007: 79). Po popularności, jaką cieszą się poszczególni uczestnicy,

producenci i sponsorzy oceniają prawdopodobieństwo sprzedania ich płyty, nawet jeśli nie zostaną zwycięzcami (co przytrafiło się na przykład w *Mam talent!*, gdzie Kamil Bednarek, który zajął drugie miejsce, cieszył się ogromną sympatią znacznej części widzów i internautów).

Odbiorcy – potrójny adresat

Zespół nadawczy, przygotowujący program pod wodzą reżysera widowiska, kieruje swój przekaz do „jak najszerszej grupy widzów”, którzy zapewniając odpowiedni poziom oglądalności, przyczynią się do ceny czasu reklamowego. Stosuje więc zasadę „dla każdego coś miłego”, różnicując choćby wiek wykonawców (od wzruszających dzieci po zadziwiających odwagą i determinacją najstarszych uczestników zmagają) czy rodzaj humoru (od sytuacyjnego po słowny).

Ciekawsze w talent show jest adresowanie uprawiane przez uczestników-aktorów widowiska. Kierują swój przekaz do trzech różnych odbiorców. Po pierwsze w bezpośredniej interakcji castingowej i w każdym późniejszym odcinku odbiorcą starań głównych aktorów widowiska jest jury, wobec którego realizowana jest oczywista funkcja perswazyjna (przekonać do siebie, zaintrygować, zyskać głos „na tak”). Zdarzają się uczestnicy, którzy już na etapie castingu nie biorą pod uwagę wpłynięcia na jur y w inny sposób niż samą obecnością, ponieważ chodzi im przede wszystkim o możliwość pokazania się w telewizji. Należą do opisanej wyżej kategorii „kosmitów”, czyli zadziwiających zarówno jury, jak i widzów tupetem, który skłania ich do wzięcia udziału w eliminacjach pomimo braku uzdolnień. Ponieważ *Idol* ustanowił zasadę włączania występów tego typu uczestników w odcinki castingowe jako kontrapunktu, w każdym późniejszym talent show pojawiają się tacy występujący, którzy pomijają niejako relację z jury, lub przynajmniej ją minimalizują, bo ich celem jest nawiązanie kontaktu z widzami. O popularności tej kategorii uczestników świadczy obecność na popularnych portalach internetowych z multimediami materiałów z ich występów, które cieszą się znaczną liczbą odsłon, co dowodzi oczywistości, że rozrywkowa może być równie dobrze możliwość podziwiania uzdolnionych (przyjemność estetyczna), jak i śmiania się z pozbawionych talentu (przyjemność psychologiczna, kompensacja).

Drugim adresatem starań uczestników jest publiczność w studiu – ponieważ funkcjonuje jako obecny bezpośrednio reprezentant widzów, uczestnicy nawiązują z nią kontakt niejako „ponad” jury. Reakcje w postaci oklasków, buczenia w czasie wypowiedzi jury, wykrzykiwania imion uczestników budują wizerunek występujących tak w oczach jury (nawiązuje kontakt z publicznością, więc ma sceniczną osobowość), jak i widzów przed ekranami.

Trzecim, i z punktu widzenia dramaturgii widowiska i jego komercyjnego charakteru najbardziej pożądanym, odbiorcą starań występujących pozostaje widownia przed telewizorami, zachęcana w najróżniejszy sposób do głosowania nie tylko przez samych

uczestników, ale także przez producentów programu, chcących zarobić na wysyłanych SMS-ach. Dlatego prowadzący talent show przypominają o zasadach głosowania i nagrodach, które mogą trafić do tych, którzy wysłali SMS-y, a występujący proszą o głosy.

Należy zauważyć, że pomimo zwielokrotnienia liczby odbiorników telewizyjnych w polskich domach, oglądanie wieczornego pasma wciąż często łączy się ze skupieniem w jednym pomieszczeniu przynajmniej części domowników. Oglądanie nie tyle absorbuje bez reszty uwagę, ile staje się doświadczeniem społecznym (Allen 1998: 18), także w tym sensie, że przerwy reklamowe przenoszą widzów w świat społeczny (idź, kup), ale też sprzyjają czysto fizycznemu oderwaniu się od odbiornika w celu podjęcia rozmaitych chwilowych czynności i interakcji w realnej przestrzeni mieszkalnej. Widzowie czują się zupełnie swobodnie, nie są zobligowani do reakcji na występy w taki sposób, jak to było w sytuacji bezpośredniego kontaktu na jarmarkach i festynach, a jednocześnie podlegają rozmaitym zabiegom, mającym na celu zatarcie granicy między światem telewizyjnym i niatelewizyjnym. Według badań Nielsen Audience Measurement, przeciętny Polak na przełomie października i listopada 2011 roku oglądał telewizję przez około cztery godziny dziennie, co jest nadal znaczącą ilością czasu wobec rosnącej popularności surfowania w sieci internetowej³. Tak duża ilość czasu poświęcanego na odbiór treści telewizyjnych wciąż uaktualnia sens badań nad tym, w jaki sposób ludzie czerpią przyjemność z oglądania telewizji i jak nadają jej znaczenie (por. Halawa 2008).

Skala reakcji na różne odsłony talent show, od wysyłania SMS-ów z głosami na uczestników, po wypowiedzi w Internecie i włączanie tej tematyki w codzienne rozmowy, a nawet życiowe plany („skoro innym się udaje, to i ja spróbuję”), dowodzi, że tego typu programy są w stanie wywołać względnie trwałe pobudzenie emocjonalne odbiorców, a także dostarczyć im elementów obrazu świata i motywacji do działań. W innego typu teleturniejach, w których uczestnicy rywalizują wiedzą, widzowie mogą włączać się w rywalizację poprzez próby odpowiedzi na pytania wraz ze startującymi (identyfikacja zachodzi oczywiście w bezpiecznej domowej przestrzeni). W przypadku talent show tego typu identyfikacja nie jest możliwa – widzowie nie mogą „współgrać” z uczestnikami, mogą ich tylko podziwiać lub ktykować, a najogólniej czerpać przyjemność z ich popisów, jakby były czynione specjalnie dla nich (przyjemność może pojawić się nie tylko przy wyjątkowo udanych występach, ale też przy wyjątkowo nieudanych, wywołujących śmiech, politowanie czy nawet oburzenie, w każdym razie emocjonalne pobudzenie). Jeśli przyjemność jest wyjątkowa, w widzach może pojawić się przekonanie, że „on/ona/oni powinni wygrać”, które bywa podsycane aurą stwarzaną wokół uczestnika przez budowanie jego wizerunku

³ W okresie 30.10–6.11.2011 było to 264 minuty; za [http://www .agbnielsen.pl/2011-11-06,1675.html](http://www.agbnielsen.pl/2011-11-06,1675.html); według TNS OBOP w czasie wakacji 2011 statystyczny widz spędził przed ekranem średnio trzy godziny i pięć minut; za http://www.tnsglobal.pl/biuro_prasowe/informacje_prasowe/2011/2001-08/wid/6800 (dostęp: 10.10.2011).

materiałami prezentującymi go w prywatności i w czasie prób. Przestrzeń identyfikacji, wynikająca z mentalnego wchodzenia w grę czy rywalizację, zostaje zastąpiona postawą „fana”, „wielbiciela”, „kibica”, który usatysfakcjonowany przyjemnością z oferowanego widowiska, czuje emocjonalną więź z tym, kto tej przyjemności dostarczył. Przy tym tematyka talent show pozwala mu stać się rozrywką rodzinną, bo to, co proponuje, może trafić zarówno do dorosłych, jak i młodzieży, a nawet dzieci. Każde z pokoleń może wykazać się kompetencjami eksperckimi wobec proponowanych treści i konwencji (od historii muzyki, stylów tańca czy znajomości dokonania jurora, po konwergencyjne transpozycje w Internecie i poza nim).

Problem autorstwa w formacie

Techniczna złożoność produkcji telewizyjnej, przypominającej w przypadku talent show produkcję przemysłową (podział i organizacja pracy), uniemożliwia mówienie o piętnie autorskim. Formaty są idealnie wypreparowane z tak rozumianej autorstwa (która okazywała się tak istotna w przypadku dokonania stanowiących historię polskiej telewizyjnej rozrywki, jak na przykład *Kabaretu Starszych Panów*, *Kabaretu Olgi Lipińskiej* czy *Spotkań z Balladą*), w jej miejsce natomiast pojawia się narodowa specyfika. Talent show produkowane są w wielu krajach na świecie, oferują możliwość wypełnienia ich w sposób dopasowany do kontekstów kulturowych danego kraju, pomimo ujętego w licencji opisu stałych i koniecznych elementów. Może to obejmować tak trudno definiowalne właściwości jak cechy narodowe – na przykład polską edycję brytyjskiego formatu na licencji BBC O ne o tytule *Strictly Come Dancing*, czyli *Taniec z Gwiazdami*, cechuje większy poziom rywalizacji i tanecznej sprawności osiąganey morderczymi treningami niż na przykład edycję brytyjską, co według opinii publicystów wiąże się z naszą narodową skłonnością do wygrywania kosztem dobrej zabawy. Brytyjska edycja jest znacznie mniej „profesjonalna”, za to bezpieczniejsza dla startujących (w jednym z polskich sezonów biorący w nim udział Robert Janowski doprowadził do kontuzji kolan i występował ze specjalnymi ochraniaczami). Wytłumianie autorstwa należy uznać w talent show za cechę widowiska, w którym na pierwszym planie są jego bohaterowie, a nie twórcy koncepcji. Prowadzący programy tego typu czasem spontanicznie ujawniają kontakty z „reżyserką” (np. „mamy sygnały, że musimy już wrócić do *green roomu*”), co tylko potwierdza, że za kolorową feerią stoją anonimowi demiurgowie, ustalający zgodnie z zasadami licencji, co może wydarzyć się na wizji.

Ideologia formatów. Cele i efekty talent show

Podsumowując zjawisko formatu, warto podkreślić, że wydaje się on pojęciem szerszym od gatunku, nie określa bowiem tylko konwencji, ale też całą machinę

produkcyjno-realizatorsko-odbiorczą, wraz z konwergencyjnymi efektami w postaci stron internetowych każdego z tego typu programów, skupiających zarówno fanów, jak i chcących wypowiedzieć się krytycznie, a także tematyki obecnej w prasie kolorowej, radiu i innych programach telewizyjnych.

W tym miejscu warto zwrócić uwagę, że Denis McQuail jeszcze inaczej, niż było to zaprezentowane powyżej, przedstawił pojęcie formatu w opracowaniu *Teoria komunikowania masowego*, porównując je do ram poznawczych, specyficznej logiki mediów czy stereotypowych ujęć. Za Davidem Altheidem zauważył, że treść jest dostosowywana do formatów (a nie odwrotnie, czyli forma dobierana do treści), a formaty z kolei do preferencji i zakładanego poziomu słuchaczy lub widzów: „Formaty są zasadniczo bardziej szczegółowymi rutynami traktowania określonych wątków w ramach danego gatunku” (McQuail 2008: 369). Stąd więc na przykład „format kryzysu” w telewizyjnych programach informacyjnych, działający ponad specyfiką jednostkowych zdarzeń i narzucający jednolity sposób ich pokazywania w postaci ciągłej relacji opartej na: dostępie do informacji lub miejsca z zdarzeń, wizualnej jakości filmów i jednorodności tematycznej. McQuail ma tu na myśli oczywiście pojęcie daleko szersze, rodzaj skryptów komunikacyjnych, związanych z dziennikarstwem raczej niż z rozrywką. Jedno się tu wszakże powtarza – jednolity sposób pokazywania.

Skoro format okazuje się tak wyraźnie obecny w mechanizmach produkcji przekazów telewizyjnych, także poza światem rozrywki, podsumowaniem niech będzie wskazanie na propagowany obraz świata i typ postaw w jego wcieleniu w postaci talent show.

Ze względu na zasady gospodarki liberalnej w talent show obecne jest propagowanie rywalizacji i kariery (wizji sukcesu) jako pozytywnych wartości, osiągalnych dzięki talentowi, ale też pracowitości i gotowości na dopasowanie do oczekiwań, zgodę na ewolucję wizerunku i wejście w zaplanowaną rolę. Reguły ekonomii rynkowej wskazują na zarabianie jako cel osiągnąć przez sprzedawanie licencji na format i „sprzedawanie” widzów reklamodawcom. Wszeloboczny współcześnie marketing, rola autopromocji podpowiadają jako cele kreowanie wizerunku stacji, jury, uczestników i kolejne sposoby czerpania z tego zysków (objazdowe występy uczestników finałowych odcinków po *Mam talent!* jako dyskutowanie ich popularności i zaciekawienia możliwością zobaczenia ich na żywo; strony internetowe poszczególnych programów; zatrudnianie niektórych uczestników, na przykład Katarzyny Krupy, tancerki z *Tańca z Gwiazdami*, jako pogodyni w telewizji śniadaniowej stacji; zapraszanie uczestników talent show danej stacji do jej różnych produkcji – telewizji śniadaniowej, talk show, seriali i serii; podnoszenie oglądalności programów z udziałem jury, na przykład talk show *Kuba Wojewódzki*, promowanie seriali produkowanych przez poszczególne stacje poprzez udział aktorów w talent show, na przykład Marty Źmudy Trzebiatowskiej czy Julii Kamińskiej itd.). Proponowana wizja muzyczna, zamknięta w kręgu praw do utworów, zazwyczaj niemal wyłącznie

popowych, ogranicza wyobrażenia o różnorodności muzyki, stąd w obrazie świata i celach można wskazać na zawężone kształtowanie gustów, a nawet wpływanie na rynek muzyczny, oceniane raczej negatywnie. Spotykają się tu obyczaje współżycia społecznego, zasady marketingu i reguły ekonomii, ze wskazaniem na tryumf dwóch ostatnich, choć warto podkreślić, że brytyjska społeczność internetowa, sprzeciwiająca się kreowaniu na gwiazdy i zwycięzców *box office* uczestników *Idola* czy *X Factor*, była w stanie zablokować ich uplasowanie się na pierwszym miejscu listy przebojów poprzez głosowanie na ambitniejsze propozycje.

Ciekawą perspektywę wnoszą spostrzeżenia Pierre'a Bourdieu, pozwalające na jeszcze jedną diagnozę wpływu. Francuski socjolog tak wypowiedział się o „polu dziennikarskim”: „Pole dziennikarskie, jako pole, wywiera wpływ na inne pola [np edukacyjne – przyp. M.P.]. Inaczej mówiąc, pole dziennikarskie, coraz bardziej zdominowane przez logikę komercyjną, narzuca coraz silniej innym uniwersom ograniczenia, którym samo podlega. Za pomocą wskaźnika oglądalności brzemień ekonomiczne wpływa na telewizję, ta z kolei dzięki swemu znaczeniu wywiera nacisk na dziennikarstwo, na dzienniki, nawet te najbardziej «czyste», i na dziennikarzy, którzy coraz częściej pozwalają narzucać sobie tematykę telewizyjną. Podobnie całe pole dziennikarskie, ze względu na swoje znaczenie, obciąża tym brzemieniem wszystkie pola produkcji kulturowej” (Bourdieu 2009: 89). Gdyby spróbować poszerzenia pojęcia *pola dziennikarskiego* na *pole medialne*, w myśl teorii Bourdieu programy typu talent show nie są „tylko igrzywką”, ale terenem produkcji znaczeń społecznych i tworzenia „osobowości”, które umacniają (jury) lub wypracowują (uczestnicy) swoją rolę wobec opinii publicznej. Można ją określić mianem roli „rzeczników”, według publicystów, niejednokrotnie złego gustu (zniweczenie wpływu pola edukacyjnego). Tyle że, jak słusznie zauważa Małgorzata Jacyno: „Teza [Bourdieu – przyp. M.P.] o zapośredniczonym wpływie mediów pozwala choćby zrewidować przekonania dotyczące roli mediów w promocji «złego gustu». Tego rodzaju oskarżenie jest w istocie domaganiem się od mediów, żeby wypełniały lub uzupełniły funkcję edukacyjną, której nie sprostały inne instytucje – edukacyjne i kulturalne. «Zły gust» i «brak smaku» nie są specjalnością mediów, a nawet, jeśli po części media sprzyjają ich rozpowszechnieniu, to trafiają do odbiorcy, którego «zły gust» (czyli inaczej gust ludowy) ma charakter «wrodzony», czyli zdeterminowany przez całość kształtu kultury. Innymi słowy, to wcale nie siła aktualnej pręsi, ale raczej uprzednie, niezależne od wpływu mediów, przywileje i nierówności społeczne tworzą podstawę skuteczności aktualnego ich wpływu” (Jacyno 2009: 31). Abstrahując więc od oceny estetycznego wpływu talent show na ich widzów, socjologowie pozwalają nam zrozumieć, że wpływ ów nie jest, jak dowodzą, jednostronny (telewizja–widzowie), lecz jest relacją zwrotną. Jak pokazały wcześniejsze analizy, formaty rozrywkowe są pod przemożnym wpływem logiki rynku, dlatego póki osiągają swoje komercyjne cele, nikt z producentów nie będzie walczył z tą logiką i zaprzestawał ich produkcji tylko dlatego, że spotyka się z krytyką ze strony nielicznych, podczas gdy liczni bawią

się tym, co jest im oferowane, chcą i potrafią nadać temu znaczenie, choćby „tylko” przyjemnościowe.

Odwołanie do tworzenia znaczeń i poszukiwania przyjemności kieruje w stronę spostrzeżeń Johna Fiske’a o dwóch „ekonomiach” telewizji: politycznej i kulturowej (por. Fiske 1989). Pierwsza tworzy publiczność, którą można sprzedawać reklamodawcom w formie towaru, ale zderza się z drugą, z drugiej strony ekranu. Ekonomia kulturowa pozwala zobaczyć widzów jako „uczuciowe, myślące towary”, których pragnienie „konsumowania” programów stwarza rację bytu komercyjnej telewizji, ale konsumowanie przez widzów to jednocześnie produkowanie znaczeń i przyjemności, i to różnych przez różne grupy odbiorców, często daleko odbiegających od tych znaczeń i przyjemności, które zaprojektowali producenci programu.

Ludyczne, ustrukturyzowane jak taśmowy produkt talent show pokazują naszą kulturę popularną w konwergencyjnym wymiarze, o którym Henry Jenkins wypowiedział się jako o kulminacji styku mocy starych i nowych mediów, przynoszącej „marki transmedialne” (Jenkins 2007: 60–61). Uproszczenia, jakie niesie ze sobą idea formatu, doskonale pasują do ekonomii afektywnej, czyli takiej, która polega na wzbudzaniu potrzeb, a potem ich zaspokajaniu. Jak zauważa Zbigniew Bauer, formatowanie raczej umożliwi konwergencję (we wszystkich jej przejawach), niż jest jej rezultatem (Bauer 2009: 345). O pierając się na fragmentaryzacji, format proponuje nam zatem pewien zbiór znaków i ich wielorakich możliwych znaczeń (co najmniej ze sfery teleturnieju, filmu dokumentalnego i opery mydlanej), których „uczmy się potrzebować” do społecznej komunikacji i komunikacyjnych intertekstualnych gier poprzez kolejne media i poza nimi.

Bibliografia

- Allen R.C. (1998), *Porozmawiajmy jeszcze o telewizji*, [w:] *Teledyskursy. Telewizja w badaniach współczesnych*, red. R.C. Allen, pr zeł. E. Stawowczyk, red. wyd. pol. A. Gwóźdź, Kielce.
- Bauer Z. (2009), *Dziennikarstwo wobec nowych mediów. Historia, teoria, praktyka*, Kraków.
- Bielak T., Filiciak M., Ptaszek G. (red.) (2011), *Zmierzch telewizji? Przemiany medium. Antologia*, Warszawa.
- Bourdieu P. (2009), *O telewizji. Panowanie dziennikarstwa*, przeł. K. Sztandar-Sztanderska, A. Ziółkowska, red. M. Jacyno, Warszawa.
- Czyżewski K. (2008), *Format telewizyjny – tylko pomysł czy już utwór?* <http://wiadomosci.mediarun.pl/artukul/media-telewizja,format-telewizyjny-tylko-pomysl-czy-juz-utwor,27979,2,1,1.html> (dostęp: 19.10.2011).
- Fedczyszyn P. (2008), *Formaty telewizyjne*, Towarzystwo Biblioteki Słuchaczy Pra-
wa UJ, Warsztaty z prawa własności intelektualnej i konkurencji, <http://www.ipstudent.tbsp.pl/?link=artykuł111> (dostęp: 19.10.2011).

- Fiske J. (1989), *Popular Television and Commercial Culture: Beyond Political Economy*, [w:] *Television Studies: Textual Analysis*, ed. G. Burns, R.J. Thomson, New York, s. 21–40.
- Godzic W. (2004), *Telewizja i jej gatunki. Po „Wielkim Bracie”*, Kraków.
- Jenkins H. (2007), *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, przeł. M. Bernatowicz, M. Filiciak, Warszawa.
- Kozloff S. (1998), *Teoria narracji a telewizja*, [w:] *Teledyskursy. Telewizja w badaniach współczesnych*, red. R.C. Allen, przeł. E. Stawowczyk, red. wyd. pol. A. Gwóźdź, Kielce, s. 66–96.
- McQuail D. (2008), *Teoria komunikowania masowego*, przeł. M. Bucholc, A. Szulżycka, Warszawa.
- Ogonowska A. (2007), *Telewizja*, [w:] *Słownik wiedzy o mediach*, red. E. Chudziński, Bielsko-Biała.
- Propp W. (1976), *Morfologia bajki*, przeł. W. Wojtyła-Zagórska, Warszawa.
- Subbotko D. (2010), *TVN bez publicystyki. Rozmowa z Edwardem Miszczakiem, dyrektorem programowym TVN*, „Gazeta Wyborcza”, 11.08 (http://wyborcza.pl/1,76842,8236557,TVN_bez_publicystyki.html; dostęp: 13.09.2011).
- Uszyński J. (2004), *Telewizyjny pejzaż genologiczny*, Warszawa.

Paweł Nowak

Katolicki Uniwersytet Lubelski

Komunikacja odbiorcy, komunikacja z odbiorcą i komunikacja odbiorcą w przestrzeni widowisk

Pojęcie przestrzeni w teoriach komunikacji i mediów uzyskało wielostronne i różnorodne znaczenia. Po pierwsze, jest to *przestrzeń komunikacji*, obszar, w którym swoje funkcje wypełniają nadawcy i odbiorcy komunikatów; umowny, po trochu abstrakcyjny, teren, w którym znajdują się wszelkie przekazy i komunikaty nadane przez ich autorów oraz poznawane i interpretowane przez ich odbiorców. Współczesna *przestrzeń komunikacji* charakteryzuje się nadmiarowością, przepełnieniem i nieuporządkowaniem. Szczególnie wyraźnie widoczne są dwa zjawiska obecne w tej przestrzeni – *nadinformacyjność* i *nadkomunikacyjność*. Oba terminy pojawiają się czasem w pracach naukowych i popularno-naukowych oraz w tekstach publicystycznych, ale trudno jest znaleźć konkretne i zaakceptowane przez wszystkich definicje tych pojęć. Z perspektywy teorii komunikacji, medioznawstwa i lingwistyki można przyjąć, że *nadinformacyjność* to: 1. nadmiar informacji wysyłanych do odbiorcy z różnych źródeł; 2. obecność w przestrzeni komunikacyjnej takiej ilości informacji, której ani społeczeństwo, ani pojedynczy odbiorca nie są w stanie poznać i wykorzystać; nadmiar informacji. Z kolei *nadkomunikacyjność* można zdefiniować analogicznie jako: 1. nadmiar komunikatów przyjmowanych przez odbiorcę od różnych nadawców; 2. obecność w przestrzeni komunikacyjnej takiej liczby komunikatów, której ani społeczeństwo, ani pojedynczy odbiorca nie jest w stanie przyjąć i wyinterpretować; nadmiar komunikatów (Nowak 2010). Skutkiem nadmiarowości *przestrzeni komunikacji* jest konieczność wyróżnienia komunikatu, odróżnienia go od innych, uczynienia go nieprzezroczystym/nietransparentnym¹, bo tylko taki

¹ Każdy komunikat werbalny, pozawerbalny i parawerbalny może być przezroczysty/transparentny (odbiorca zwraca uwagę jedynie na sens i intencję przekazu, a zupełnie nie interesuje go forma komunikatu, bo po prostu jej nie zauważa, gdyż jest zwyczajna/codzienna/

komunikat zauważy odbiorca i zechce go poznać, zrozumieć, wyinterpretować oraz jakoś na niego zareagować (Hirsch 1977).

Po drugie, badacze mediów i komunikacji społecznej (McQuail 2007; Dobek-Ostrowska 2006; Fiske 1999) używają bardzo często określenia *przestrzeń/sfera publiczna*: „przestrzeń/forum demokratycznej debaty publicznej; przestrzeń, w której toczy się debata publiczna i gdzie kształtuje się opinia publiczna”. Wierząc w liberalno-demokratyczny model dobrego społeczeństwa, uznając za podstawowe wartości: wolność słowa, przestrzeganie prawa, demokrację i tolerancję, można założyć, że w tej przestrzeni i jednocześnie w przestrzeni komunikacji² toczy się równorzędna i transakcyjna dyskusja o najważniejszych sprawach dla danej grupy ludzi (formalnej i nieformalnej). Najważniejsze w przestrzeni publicznej jest to, o czym się dyskutuje – temat podporządkowuje sobie formę i intencję przekazu, racjonalność ustępuje irracjonalności, a „chłodny” ogląd przegrywa z emocjonalnością.

Po trzecie, w obrębie *przestrzeni komunikacji*, na styku z *przestrzenią publiczną* lub w części przecinając się z nią, istnieje *przestrzeń społeczna* inna niż fizyczna przestrzeń zbiorowości, konstruowana przez działania jednostek i grup, zaspokajających swoje potrzeby i aspiracje. Tym razem granice i charakterystyka przestrzeni nie zależą ani od formy, ani od tematu komunikacji, ponieważ to jednostki i stworzone przez nie grupy określają, z jaką przestrzenią i czemu służącą ma do czynienia zarówno odbiorca, jak i nadawca przekazu. W przestrzeni społecznej widać wyraźnie, że aspiracje i potrzeby ludzi mogą być zaspokajane w różnych konfiguracjach i relacjach nadawczo-odbiorczych. Wbrew powszechnemu przekonaniu i potocznym wyobrażeniom najważniejszą relacją komunikacyjną w społeczeństwie nie jest komunikacja akcyjna czy reakcyjna, ale komunikacja interakcyjna i transakcyjna/synergiczna (Stewart 2005; Covey 2005) z coraz większym udziałem publiczności i z zyskującym coraz większe znaczenie odbiorcą jako głównym twórcą, sprawcą i prowadzącym komunikację.

W każdej z tych odmian i rodzajów przestrzeni znajduje się oczywiście miejsce dla komunikacji medialnej, komunikacji marketingowej czy komunikacji politycznej, a główną zasadą organizującą w ostatnich latach te przestrzenie, a zwłaszcza przestrzeń społeczną staje się w coraz bardziej naturalny sposób ludyczność tekstów kultury³ ją wypełniających. Jednym z rodzajów rozrywkowej przestrzeni społecznej

redundantna) albo nieprzezroczysty/nietransparentny (odbiorca zauważa sens i intencję przekazu, ale przede wszystkim dostrzega jego formę, ponieważ jest ona niezwykła/niecodzienna/entropiczna).

² Przestrzenie te nie są rozłączne, a wręcz przeciwnie – przestrzeń publiczna zawiera się w przestrzeni komunikacji; jest jej hiperonimem.

³ *Tekst kultury* oznacza każdy wytwór kultury stworzony w oparciu o określone zasady. Tekstem kultury może być jakieś dzieło muzyczne, plastyczne, architektoniczne, literackie, teatralne czy filmowe, a także rozmaite wytwory kultury składające się na otaczającą człowieka rzeczywistość (Barthes 1999).

jest *przestrzeń widowisk*⁴, do których można z pewnością zaliczyć koncerty, festiwale rockowe czy zawody sportowe.

Widowisko jest jedną z form komunikacji, a także jednym z najlepszych przykładów tekstu kultury. Ma zatem dynamiczny i złożony charakter, a jego znaczenie jest polisemiczne, czyli zawiera w sobie wiele sensów, można je interpretować na wiele sposobów, nie ma jednego, „jedynie słusznego” odczytania. Widowisko bardzo często odwołuje się do innych tekstów i komunikatów (jest intertekstualne⁵ i interkomunikacyjne⁶), oparte jest na wykorzystywanych już wcześniej niejednokrotnie i z sukcesem scenariuszach/skryptach (*frames*) komunikacyjnych (van Dijk 1989). Intencje i treści widowiska są kodowane w bardzo różny sposób, mają często swoją oryginalną dramaturgię oraz realizują różne schematy narracyjne. Niewątpliwie współczesne spektakle, „teatr życia codziennego i świątecznego”⁷, powstają w stałej interakcji z odbiorcami/publicznością/widownią i również z tego względu są heterogenicznym tekstem kultury.

Ze względu na złożoność i wielowarstwowość widowiska trudno opisać w prosty sposób jego zasady i określić znaczenie ludyczności dla skuteczności działań nadawców i odbiorców tej formy tekstów kultury. Z pewnością nie można, opisując ludyczność w przestrzeni społecznej, odwoływać się jedynie do jednej koncepcji czy teorii komunikacji, ponieważ nadmiarowość liczby przekazów, *chaosmos* komunikacyjny powstaje w tej przestrzeni z komunikacyjnego „materii pomieszania”. Wydaje się, że na pierwszy plan wysuwają się w tego rodzaju zdarzeniach komunikacyjnych trzy znane i uznane teorie porozumiewania się – rytualna, rozgłosu i recepcji.

Teoria rytualna Jamesa Careya (Carey 2009) zakłada, że komunikacja opiera się na wspólnocie nadawczo-odbiorczej rozumienia komunikatu i emocji przeżywanych w trakcie komunikowania, bo tylko wtedy rytuał zostanie w pełni zrealizowany.

⁴ Przestrzeń widowisk/widowiska to, z jednej strony, konkretna, fizykalna czaso-przestrzeń, w której odbywa się spektakl kulturowy (mecz, koncert, piknik, pokaz sztucznych ogni itp.), a z drugiej strony, to podobnie jak *przestrzeń komunikacji* ‘abstrakcyjny obszar, w którym znajdują się wszystkie formy i rodzaje widowisk, po które może sięgnąć i które może wybrać odbiorca, a następnie uczestniczyć w nich w zróżnicowany poznawczy, afektywny i wolitywny sposób’.

⁵ Według Julii Kristevej intertekstualność polega na tym, że: „każdy tekst jest «mozaiką» składającą się z innych tekstów; jego intertekstualność polega na tym, iż czerpie ze wszystkich tekstów przed nim napisanych, jak również i tych, które zostaną napisane w przyszłości” (Kristeva 1986: 37).

⁶ Interkomunikacyjność to ‘powiązanie pomiędzy różnymi formami i aktami komunikacji, budowanie w tekście kultury połączeń między składnikami różnych aktów komunikacji (nadawcami, odbiorcami, komunikatami, kontekstem, kodem i kontaktem)’ (por. Nowak 2004).

⁷ Parafraza tytułu książki Ervinga Goffmana *Człowiek w teatrze życia codziennego* (Goffman 2008).

Istotna dla tego spojrzenia na komunikację jest także celebracja, „świętowanie” poszczególnych aktów komunikacji, nadawanie im urzeczywistnienia i wyjątkowego charakteru. Udział w komunikacji rytualnej jest, zwłaszcza dla odbiorców, jedynym celem uczestnictwa w niej, a dodatkowo ważna jest także przyjemność odbioru, zaspokojenie potrzeb hedonistycznych publiczności/widowni.

Teoria rozgłosu Philipa Elliota i Petera Goldinga (Elliot, Golding 1974: 229–248) wyrosła z przekonania, że za każdym widowiskiem i komunikatem medialnym czy społecznym stoi marketing i ekonomia. Zatem najważniejsze staje się osiągnięcie zysku z uwagi odbiorców, a więc jedynym celem nadawców jest zainteresowanie widowni/publiczności pokazem, który właśnie rozgrywa się w przestrzeni społecznej, komunikacyjnej czy publicznej. Komunikacja jest bardziej „oglądaniem” niż „odbieraniem”, a widownia częściej tworzy zbiór widzów-oglądaczy niż uczestników czy odbiorców informacji. W efekcie liczy się przede wszystkim sam fakt uczestnictwa, a nie jego jakość, a zdobycie rozgłosu dowolnej jakości jest miarą sukcesu widowiska (brak rozgłosu jest oczywiście synonimem porażki komunikacyjnej).

Teoria recepcji Stuarta Halla (Hall 1987: 58–71) analizuje zasady kodowania i dekodowania komunikatu masowego. Zgodnie z tą teorią głównym odpowiedzialnym za znaczenie przekazu staje się odbiorca komunikatu, bo to on interpretuje sens komunikacji, w której uczestniczy. Podobnie jak we wcześniejszych teoriach, zwłaszcza w teorii rytualnej, komunikaty społeczne i teksty kultury są otwarte i polisemiczne, a ich interpretacja zależy od kontekstu i kultury odbiorców. Znaczenie kontekstu wynika z faktu, że tekst kultury jest znaczącym dyskursem, który jest zakodowany zgodnie ze strukturą znaczeń organizacji produkcji różnego typu komunikatów, obecnych w przestrzeni komunikacji, przestrzeni publicznej i przestrzeni społecznej, a poza tym komunikaty są często zakodowane w formie ustalonych gatunków przekazu (np. koncertu czy meczu). Z kulturą odbiorców wiąże się różnorodne *konsumowanie* przez nich tekstu kultury. Każdy z odbiorców podchodzi do komunikatu jako do „struktury znaczeniowej”, której początków należy szukać w ideach i doświadczeniu odbiorcy. W związku z tym dekodowane przez odbiorcę znaczenie niekoniecznie (albo rzadko) odpowiada znaczeniu zakodowanemu w komunikacie przez nadawcę.

Patrząc na przywołane powyżej teorie komunikacyjne oraz przyjmując jako istotną perspektywę analizy ludyczność widowisk, za najważniejszą kwestię należy uznać określenie roli odbiorców w tych spektaklach, która zależy od stopnia rytualności i rozgłosu komunikatu oraz aktywności interpretacyjnej ludzi, tworzących wspólnotę/publiczność/neoplemię (Maffesoli 2008) czy, po prostu, masę.

Jeśli zatem połączyć ze sobą teorię rytualną komunikacji społecznej, teorię rozgłosu oraz teorię recepcji Stuarta Halla, istnieje możliwość trójakiego określenia udziału odbiorcy w konstruowaniu i przebiegu oraz skutkach ludycznego przekazu społecznego – komunikacja odbiorcy, komunikacja z odbiorcą oraz komunikacja odbiorcą.

Komunikacja odbiorcy

Widowiska masowe należą zgodnie z tą koncepcją do znaków otwartych i polisemicznych, a ich interpretacja zależy od kontekstu i kultury odbiorców. Kontekst koncertu i zawodów sportowych tworzą ustalone i zaaprobowane przez kulturę scenariusze/skrypty tych widowisk. Znaczenie koncertu czy zawodów sportowych jest zakodowane najczęściej zgodnie ze strukturą znaczeń organizacji odpowiadających za te widowiska. Odbiorca-widz, wybierając się na tego rodzaju imprezę i uczestnicząc w niej, wydobywa to widowisko z całej masy podobnych wydarzeń, przypisuje mu określone znaczenie, które nie zawsze albo bardzo rzadko pokrywa się ze znaczeniem nadawanym mu przez organizatora/wykonawcę/sportowców. Większość osób, które uczestniczą w takim widowisku, to adresaci komunikatu – w pełni świadomi tego, w czym uczestniczą i dlaczego tu się znaleźli. Trudno mówić w takim wypadku o odbiorcach przypadkowych, bo znalezienie się na koncercie czy na zawodach sportowych wymaga odpowiedniego zorganizowania sobie na nie czasu, przygotowania, polegającego na podjęciu różnorodnych działań – zakupu biletu, z organizowania transportu, a czasami także noclegu, często również odpowiedniego stroju i atrybutów, świadczących o związkach i przynależności do wspólnoty, która będzie obserwować widowisko. Właśnie, *obserwować* to w przypadku percepcyjnej/interpretacyjnej teorii koncertów i widowisk termin zdecydowanie nie najwłaściwszy. Odbiorca, wyławiając to konkretne wydarzenie spośród całej masy innych o podobnym charakterze i będąc w konsekwencji w TU i TERAZ spektaklu, nie jest *obserwatorem* koncertu czy meczu, tylko w nim *uczestniczy* i chciałby stać się pełnoprawnym/równorzędnym nadawcy podmiotem komunikacyjnym.

George Lakoff i Mark Johnson (Lakoff, Johnson 1988) podkreślają, że jedną z podstawowych metafor pojęciowych objaśniających i oswajających rzeczywistość jest wyidealizowany model kognitywny X TO RELIGIA, który ze względu na swoją uniwersalność i popularność może przekształcać się w tekstach językowych i w tekstach kultury w metaforę strukturalną⁸. Taki sposób interpretacji świata znakomicie oddaje istotę uczestnictwa odbiorcy w koncertach i w zawodach sportowych, ale w przypadku modelu interpretacyjnego jest to religijność agnostyczna, a w zasadzie teizm agnostyczny. Wymodelowany przez teorię percepcji odbiorca wierzy w istnienie „boga”, którym jest wykonawca czy sportowiec/drużyna sportowa, ale nie oddaje mu bałwochwalczej czci, nie poddaje się religijnemu transowi, bo racjonalizuje i kontroluje swoje emocje i doznania podczas widowiska.

⁸ Metafory strukturalne dają nadawcy możliwość używania wszystkich określeń związanych z pojęciem, które posłużyło za podstawę konstrukcji metaforycznej. W przypadku metafory X TO RELIGIA znaczenie przenośne mają zarówno sprawujący obrządek (*kapłan, ksiądz, papież, szaman, czarownik*), rytuał religijny (*msza, obrządek, procesja, odczynianie uroków*), jak i uczestniczący w ceremonii (*wyznawcy, wierzący*) oraz pozostałe zjawiska związane z religią (*modlić się, pokuta, rozgrzeszenie*).

Komunikacja odbiorcy mimo tych ograniczeń i zastrzeżeń jest oczywiście ludzka. Odbiorca idzie na koncert czy na zawody sportowe, ponieważ jest to dla niego rodzaj nagrody, przyjemności i rozrywki. W przypadku odbiorcy percepcyjnego trudno jednak mówić o jakimś konkretnym rodzaju gry, w której uczestniczy on podczas widowiska. Z całą pewnością jego zachowanie i sposób nadawania sensu tekstowi kultury, którego jest odbiorcą, świadczy o tym, że w widowisku widzi rodzaj *ludus*, a nie *paidii* (Huizinga 2010), ponieważ zna obowiązujące reguły, analizuje i interpretuje je krytycznie, a często także sam je tworzy. Wykluczyć więc można możliwość traktowania przez niego widowiska jako *alei*, bo nie o „uśmiech losu” mu chodzi. Nie będzie to dla niego także *ilinks*, ponieważ tego rodzaju odbiorca nie daje się wprowadzić w trans. Przez cały czas trwania widowiska zachowuje umiar i kieruje się racjonalizmem, kontrolując swoje emocje. Głównym celem uczestnictwa jest bowiem dla niego poznanie, a nie afekt, a najważniejsze dla niego są wrażenia estetyczne oraz rezultat rywalizacji między uczestnikami rozgrywek lub między nim a wykonawcą podczas koncertu. Wydaje się zatem, że dla tego rodzaju odbiorcy widowisko to przede wszystkim *agon*, bo rywalizacja sportowa lub zaspokojenie jego potrzeb i oczekiwań przez wykonawcę albo też rozczarowanie samym spektaklem to najistotniejsze dla niego skutki uczestnictwa w komunikacji. Z pozoru taka postawa kieruje odbiorcę komunikującego się z nadawcami tekstu kultury w stronę innej formy gry – *mimicry*. Wszak najprościej rzecz ujmując, *mimicry* to *agon*, który ma „uwieść” publiczność, dostarczyć jej niezapomnianych wrażeń, dać satysfakcję emocjonalną i estetyczną. Odbiorca komunikujący się/percepcyjny jest jednak nieufny, racjonalizując widowisko opiera się działaniu spektaklu, którego jest świadkiem. Za Bertrandem Russellem można go określić jako *odpornego na elokwencję* (Russell 2002: 138), ponieważ zamiast poddawać się komunikacyjnym zabiegom organizatorów, wykonawców czy sportowców analizuje i interpretuje ciągle semantykę, logikę i pragmatykę widowiska. Ocenia jego jakość w edług własnych kryteriów i norm, a nie sugeruje się strategią, kontekstem, ekskluzywnością, wyjątkowością oraz innymi „świecidełkami”, kryjącymi się w słowach i zachowaniach nadawców spektaklu i innych efektach przygotowanych przez jego organizatorów.

Komunikacja z odbiorcą

Przestrzeń współczesnych widowisk muzycznych i sportowych jest wypełniona nie tylko nadawcami, komunikatami i odbiorcami racjonalnymi, ale również innymi rodzajami odbiorców. Jednym z tych pozostałych typów publiczności są odbiorcy, z którymi komunikują się organizatorzy, muzycy i sportowcy po to, aby przekonać ich do pełniejszego uczestnictwa w odbywającym się właśnie ludycznym rytuale, nakłonić ich do zrealizowania w pełni zakładanego przez nadawców scenariusza wydarzenia komunikacyjnego. Opisany powyżej odbiorca interpretujący traktuje

komunikację widowiskową jedynie jako percepcję, racjonalizuje swój udział w tym akcie, odbiorca identyfikujący się z ludycznym widowiskiem ewoluuje, stopniowo coraz bardziej ulega rytuałowi, w który jest wciągany przez jego twórców.

Zarówno koncerty, jak i zawody sportowe są, co oczywiste, rodzajem gry komunikacyjnej o różnych celach i zadaniach. Gdy nadawcy tych widowisk stawiają na stopniowe przekonywanie odbiorcy, najważniejsza nie jest komunikacja odbiorcy, tylko komunikacja z odbiorcą, zmienia się charakter tej gry w stosunku do opisanej w poprzednim punkcie relacji nadawczo-odbiorczej.

Po raz kolejny nieistotna jest *alea* i niemożliwy do pełnej realizacji staje się *ilinks*, ponieważ ewolucyjny charakter uczestnictwa odbiorcy w widowisku uniemożliwia pełne oszołomienie odbiorcy i całkowite zniszczenie jego racjonalności. Działania ludyczne nadawców są przesuwane w tej sytuacji na osi *agon–mimicry*, a charakter samej gry i udziału w niej odbiorców jest zmienny i dynamiczny (rozciąga się od *ludus* aż do *paidii*). Początek koncertu czy zawodów sportowych to dla odbiorcy poddanego identyfikowaniu się prezentacja uczestników rytualnego *agonu*, którzy za chwilę będą toczyli jeden z dwóch rodzajów pojedynku. Za prototypowy *agon* można uznać w tej sytuacji zawody sportowe, np. mecz siatkarski, bo na boisku pojawiają się dwie drużyny, które zgodnie z regułami tej formy gry mają, przynajmniej teoretycznie, równe szanse, a rezultat ich rywalizacji zależy przede wszystkim od umiejętności gry w siatkówkę. Zupełnie innymi typem *agonu*, który można byłoby określić mianem *nieprototypowego/zmodyfikowanego agonu*, jest koncert rockowy. Rozgrywa się on bowiem w nietypowy sposób i jest wielopłaszczyznowy.

Większość koncertów rozpoczyna się od występu tzw. *supportu*, a w przypadku festiwalu – od pojawienia się na scenie mniej znanych lub uznawanych za gorszych od „gwiazdy wieczoru” wykonawców. Rywalizacja między tymi muzykami a głównymi wykonawcami to pierwszy wymiar nietypowego, nieprototypowego *agonu*. W pewnym sensie to *agon zdegradowany*, ponieważ „supportujący” muzycy nie mają możliwości doznania równości szans już „na wjeściu”. Ta gra jest grą poz orowaną, zupełnie niezgodną z zasadami prawdziwego *agonu*. Organizatorzy widowisk muzycznych używają wielu środków, które mają zagwarantować najważniejszemu muzykowi tego wieczoru pokonanie *supportu*. Z reguły w inny sposób nagłośnienia występ grupy wprowadzającej niż „gwiazdy” – siła dźwięku jest mniejsza, audytywna jakość muzyki niższa od tej, którą odbiorca usłyszy później. Niekorzystna dla *supportu* jest również sama konsytuacja/kontekst, w której odbywa się jego występ – światła są tylko lekko przygaszone, na scenie nie ma dekoracji ani pokazów multimedialnych, publiczność bardzo często dopiero się zbiera lub w oczekiwaniu na „bohatera wieczoru” przesiaduje w barach, wychodzi na papierosa, prowadzi towarzyskie rozmowy, czyli na pewno nie koncentruje się jedynie na występie aktualnie grającego zespołu czy wokalisty/wokalistki. I nnym dowodem nierówności szans jest ograniczenie czasowe występu *supportu* (z reguły 30–45 minut). Jeśli *support* przedłuża swój występ, odbiorcy bardzo często sygnalizują swoje niezadowolone

z tego powodu gwiazdami lub okrzykami, bo dla nich prawdziwa gra jeszcze się nie zaczęła. I na koniec warto wspomnieć o kolejnej cesze występu „wprowadzacza”, która w jawny sposób przekonuje odbiorców o jego przegranej. Ze sceny pada mnóstwo słów uznania dla oczekiwanego przez publiczność wykonawcy, podziękowania za możliwość wystąpienia przed jego koncertem, zapowiedź, że już niedługo będzie słycać tego najważniejszego dla odbiorców muzyka/muzyków, a często przeprosiny, że zabiera się cenny czas publiczności swoimi utworami. Wynik tego wymiaru agonu jest z góry przesądzony – *support* musi przegrać.

Druga płaszczyzna koncertowego i festiwalowego *agonu* to rywalizacja między głównym wykonawcą a odbiorcami recepcyjnymi i, przede wszystkim, identyfikującymi się. Jak pisze Karol Walczak:

Przebieg współczesnego koncertu rockowego, oś, wokół której jest on zbudowany, nie różni się zapewne od dramaturgii koncertu sprzed trzech dekad: tłum z wolna zapełnia zarezerwowaną dla niego przestrzeń (salę, piłkarskie boisko, podmiejskie błonia itp.) – pierwsze grupki najbardziej zagorzałych fanów przybywają na długo przed planowaną godziną rozpoczęcia imprezy. Atmosfera gęstnieje wraz z gasnącymi światłami i coraz głośniejszymi strojącymi swe instrumenty muzykami. Jest mieszaniną ekscytacji i oczekiwania przeobrażającego się powoli w zniecierpliwienie graniczące z irracjonalnym zdenerwowaniem. Napięcie osiąga apogeum, gdy zbliża się oficjalny czas rozpoczęcia koncertu, mija... a na scenie i wokół niej nic się nie zmienia. Coraz częstsze (i głośniejsze) gwizdy, niczym wentyl bezpieczeństwa, ratują tłum przed eksplozją. Wreszcie gwiazdy (lub gwiazda) zjawiają się na scenie (Walczak 2003: 127).

Opóźnienie rozpoczęcia widowiska, niemożliwe w przypadku zawodów sportowych, jest próbą sił przed zasadniczym „starciem”, które nastąpi, gdy artysta wyjdzie na scenę. Próbną wygaszenie świateł, pojawianie się już po wyznaczonym na początek koncertu czasie na scenie techników, którzy podnoszą gitary lub podchodzą do mikrofonu i przez część nieznającej muzyków widowni są pomyłkowo owacyjnie witani, to stopniowanie napięcia i małe zwycięstwa⁹ w *agonie*, który za chwilę znacznie przekształcać się w *mimicry*.

Większość koncertów, jak pisze dalej K. Walczak, rozpoczyna się od najpopularniejszych piosenek artysty:

Zaczyna się zwykle od znanego publiczności szlagietu, którego wykonanie zapewnia artystom „zapas mocy” zdolny podtrzymać emocje do kolejnego przeboju. Według klasycznego schematu impreza „dobiega” do wielkiego finału stanowiącego rodzaj specyficznej kody opartej na jednym z największych przebojów grupy, w której odbija się, ulegając wzmocnieniu, atmosfera całego koncertu. Na zakończenie bisy przygotowujące publiczność do powrotu do domu, do rzeczywistości (Walczak 2003: 127).

⁹ Żaden widz pomimo tych „zmyłek” i zniecierpliwienia związanego z oczekiwaniem na koncert nie opuści przecież sali, choć „poślizgi” występów muzyków rockowych są czasami absurdalnie długie (najpunktualniejszym spośród znanych mi zespołów jest The National, a najmniej punktualni są członkowie czeskiego XIII. Stoletia, które gra muzykę gotycką. Ich ostatni koncert w Polsce w 2009 r. rozpoczął się z prawie trzygodzinnym opóźnieniem).

W ten sposób artysta komunikuje odbiorcom, że rozpoczyna z nimi grę, w której będzie przyjmował różne role, zmieniał dekoracje, wprowadzi ich w inny, nieznanym im do tej pory, fikcyjny świat. Często znana prawie wszystkim odbiorcom piosenka ma na początku nietypową, prowadzącą ich kompetencję na manowce percepcyjne i poznawcze, aranżację, ale to jeszcze bardziej wyostre ich uwagę, powoduje, że stają się aktywną publicznością. Muzyce i tekstom wykonywanym przez gwiazdę towarzyszy najczęściej oprawa wizualna (dekoracje, światła, efekty laserowe, pokaz multimedialny lub film), która angażuje odbiorcę identyfikującego się w toczący się spektakl i rytuał. Być może z tego względu widać w tym działaniu nawet elementy trzeciej teorii komunikacyjnej – rozgłosu. Wzrost uwagi i zaangażowania odbiorcy przekształca spektakl w rytuał, a sam koncert przybiera coraz bardziej charakter obrzędu z jasno zarysowanymi turami, których składnikami są brawa publiczności i podziękowania za nie artyści, w których ukierunkowane na odbiorcę identyfikującego się są zapewnienia muzyków typu: *Jesteście najlepszą publicznością na świecie! Zapamiętamy ten wieczór na zawsze! Dobrze być tu z Wami! Kocham Was!* itp., zapowiedź kolejnej piosenki lub po prostu jej rozpoczęcie, brawa na początku utworu, jego dalsze słuchanie i brawa na koniec. Tak zbudowane tury obrzędowe mają charakter cykliczny, a ich granicę stanowi ostatni utwór części zasadniczej i *mimicrowe* pożegnanie z widownią. Jeśli publiczność/odbiorcy ulegli Russellowskiej *elokwencji* wykonawcy, nastąpiła identyfikacja z rolą przypisaną im przez reguły *mimicry*, mają teraz za zadanie dopełnić rytuału przez domaganie się bisu. Trwające krócej lub dłużej oklaski, okrzyki, skandowanie nazwy muzyka/muzyków muszą zakończyć się przynajmniej krótkotrwałym sukcesem – artysta wraca na scenę i w najgorszym razie jeszcze raz dziękuje odbiorcom, ale z reguły kontynuuje koncert, wykonując kolejne piosenki.

Odbiorca identyfikujący się zanurzył się już w rytuał, kognitywny obraz koncertu jako spektaklu/widowiska mógł zostać zastąpiony w jego umyśle przez konstrukcję poznawczą X TO RELIGIA i w odróżnieniu od odbiorcy percepcyjnego¹⁰ odbiorca identyfikujący się nie jest teistycznym agnostykiem, tylko staje się opanowanym wyznawcą. Komunikacja z odbiorcą osiągnęła zamierzony efekt, a działania muzyka „uczyniły świat”.

W podobny sposób, choć nie aż tak wyraźnie i efektownie, zmienia się odbiorca identyfikujący podczas zawodów sportowych. Granica pomiędzy prototypowym *agonem* i kunsztowną *mimicry* jest tutaj trudniejsza do sforsowania, a jednocześnie w zależności od rozwoju sytuacji na arenie sportowej ewolucja postawy odbiorcy w kierunku *mimicry* może, wbrew prawom biologii, zostać zatrzymana lub cofnięta ponownie do punktu wyjścia – czyli *agonu*. Sportowcy nie wyznaczają sami zasad toczącej się gry, a w zależności od reprezentowanego przez siebie poziomu nie zawsze

¹⁰ Odbiorca percepcyjny często podczas bisów przesuwają się w kierunku wyjścia lub idzie do szatni po wierzchnie okrycie. Jego racjonalizm i „odporność na elokwencję” nakazuje mu podjęcie w takich chwilach działań *stricte* pragmatycznych.

są także w stanie zrealizować elokwentną *mimicry* (zdarza się to także, choć rzadziej, podczas koncertów, gdy występują „artyści” nieumiejący śpiewać i grać). Elementy obrzędu sportowego nie są także cykliczne i z pewnością mniej uporządkowane. Brawa i skandowanie nazwisk zawodników nie jest tak obligatoryjne i spontaniczne, jak w przypadku koncertów, znacznie częściej pojawiają się gwizdy niezadowolenia i zapada cisza na trybunach. Może to wynikać z faktu, iż odbiorcy identyfikujący się są w mniejszym stopniu w trakcie zawodów sportowych¹¹ uczestnikiem *mimicry*, a w znacznie większym obserwatorem *agonu*, bo na boisku walczą ze sobą dwa podmioty, a na koncercie *agon* toczy się między wykonawcą i publicznością. Nie bez znaczenia jest również zapewne to, że kontekst i konsytuacja meczu nie mają tak rytualnego i „religijnego” charakteru. Ze względu na brak dodatkowych efektów wizualnych i akustycznych, nieprzyciemnianie światła, brak aktorskiego przebijania się w coraz to inne stroje oraz indywidualnych, dodatkowych pokazów i popisów, które są naturalnym elementem większości koncertów, zawody sportowe i uczestnictwo w nich odbiorców jest bliższe koncepcji rozgłosu jako teorii komunikacji, a nie uczestnictwa w rytuale.

Odbiorca identyfikujący się również z tego powodu traktuje zawody sportowe znacznie bardziej powierzchownie niż koncerty i znacznie trudniej przekonać go do aktywnego uczestnictwa w tym rytuale-grze, który wydaje mu się jedynie godny obserwacji, a nie uczestnictwa i podzielenia tworzonych przez jego nadawców znaczeń i emocji.

Komunikowanie odbiorcą

Przekroczenie granicy teorii percepcji i rozgłosu, a w konsekwencji przejście na stronę teorii rytuału, dostrzegalne w niektórych przypadkach komunikacji z odbiorcą, staje się oczywiste i obligatoryjne, gdy koncert i zawody sportowe przybierają formę komunikacji odbiorcą.

W widowiskach o takim charakterze pozornie podmiotowy odbiorca staje się przedmiotem, narzędziem w rękach organizatorów, wykonawców i sportowców, a komunikacyjny rytuał przeradza się we wzorcowy religijny obrzęd, prawdziwe komunikacyjne misterium rozrywki.

Kognitywna struktura X TO RELIGIA znajduje w takim wypadku swoją pełną realizację i po raz kolejny wyraźniej widać tę misteryjność w czasie koncertu rockowego niż podczas zawodów sportowych. Znane z prac Denisa McQuaila (McQuail 2007) „spętanie emocjonalne” oraz z prac Michela Maffesoliego (Maffesoli 2008) „mgławica uczuciowa” wiążą się z poddaniem przez odbiorców podporządkowanych wszechogarniającej *paidii*, która zwycięża racjonalny *ludus*:

¹¹ Oczywiście, zależy to od rodzaju dyscypliny sportowej, którą obserwuje odbiorca.

Koncert jest jedną z tych szczególnych chwil, które powołują do życia te wspólnoty. Jako zbiorowe doświadczenie energii krążącej między publicznością i występującymi artystami, koncert konstytuuje społeczność „chwilową”, opartą na emocjach, ale nieprzypadkową. Autonomiczne jednostki integrują się, wspólnie czekając na ulubione dźwięki i słowa, a potem razem je przeżywając. Empatyczną wspólnotę jednoczy gust muzyczny, kompetencje w zakresie wiedzy o jej ulubionej odmianie, a także coś, co Michel Maffesoli nazywa „mgławicą uczuciową” (Burszta 2003: 13–20).

[...] przynależność do wspólnoty rocka najintensywniej, niemal fizycznie, odczuwana jest właśnie podczas koncertu. Wszak zazwyczaj jest to jedyna chwila, gdy opisane tu trybalne plemię lub któraś z jego części spotyka się w jednej przestrzeni. Z chwilą przygaśnięcia światła, a może już nieco wcześniej, zwykły profaniczny czas adwokata, lekaarki, strażaka, ludzi najtóżniejszych zawodów ulega zawieszeniu. Liczy się tylko bycie tu razem, liczy się muzyka i wspólnie dzięki niej przeżywane uniesienia. Wyłączona z realnego świata, odgradzona od niego magiczną zasłoną widownia koncertu przypomina uczestników obrzędu, który spaja i konsoliduje grupę (nowoplemię), ale zarazem – poprzez świadomość tego wyłączenia – kontestowaną chwilowo rzeczywistość de facto sankcjonuje. Przecież wraz z końcem koncertu jego uczestnicy, w magiczny sposób „doładowani” płynącą z muzyki energią, powracają do swoich poprzednich zajęć. Kończy się święto, powraca codzienność (Walczak 2003: 136).

Skoro jest to zwycięstwo *paidii* nad *ludus*, jedyną grą, do której włączony zostaje podporządkowany nadawcy odbiorca, może być tylko *ilinks*. Co prawda, zmiana tożsamości, oderwanie się od swoich ról społecznych, zapomnienie o rzeczywistości, znajdującej się poza miejscem koncertu, przypomina po trosze *mimicry*, jednak komunikacja odbiorcą nie pozwala mu ograniczyć się jedynie do doświadczenia przyjemności, płynącej z uczestnictwa w muzycznym spektaklu. Podkreślone zostało powyżej, że koncert staje się dla tych odbiorców prawdziwym misterium, a metaforyczne wyrażenia D. McQuaila i M. Maffesoliego jednoznacznie wskazują na zapamiętanie się w zabawie, pokonanie racjonalności przez emocje i uczucia, czyli popadnięcie przez odbiorcę podporządkowanego w *ilinksowy* trans. Uczestnicy koncertu o takiej charakterystyce tworzą neoplemię, oddzielone od neoplemion odbiorców komunikujących się i odbiorców identyfikujących się. Ich trybalizm wyróżnia się na tle pozostałych grup przez symboliczną identyfikację (fanowskie koszulki, upodobnianie się do muzyka występującego na scenie (sobo wtóryzm), pojawianie się na wiele godzin przed koncertem w jego miejscu, czyhanie na wykonawcę, próba zdobycia autografu). Tworzą grupę „upojonych” wyznawców, są pośrednikami między kapłanem/bogiem-muzykiem a teistycznymi agnostykami i praktykującymi wierzącymi. Ich trans, upojenie, spętanie manifestuje się w różny sposób – jedni od pierwszych dźwięków zastygają bez ruchu i w skupieniu chłoną całym sobą wielkie misterium, inni z radością, malującą się na twarzy, śmieją się ze szczęścia, biją brawo aż do „obrzęknięcia prawic”, rozsadza ich pozytywna energia, pozostali za wszelką cenę chcą być jak najbliżej ich kapłana/boga, więc przepychają się pod scenę, nie zważając na nic ani na nikogo, czy wykonują klasy czne *moby* (rzucają się w tłum, który niesie ich nad swoimi głowami na swoich wyciągniętych rękach). Wykonawca

może ich kształtować jak plastelinę, bo zatracają się w pełni w atmosferze koncertu, upajają się toczącym się właśnie *ilinksem*.

Zawody sportowe wypadają na tle *ilinksowych* koncertów zupełnie inaczej, choć zapewne nie gorzej. Pominąć należy kwestię tzw. *kiboli*, ponieważ ich udział w meczu ma bardziej agresywny niż ludyczny charakter. W trakcie finału Ligi Światowej Gdańsk 2011 odbiorcami podporządkowanymi rządził przede wszystkim spiker zawodów i współpracujący z nim ludzie. Sportowy *agon*, który tylko chwilami przypominał *mimicry*, nie był w stanie wywołać *ilinksowego* transu, tym bardziej że w trakcie meczu pojawiają się przerwy techniczne, przerwy oddzielające poszczególne sety oraz inne wydarzenia, które zakłócają albo uniemożliwiają skuteczne wprowadzenie w „mgławicę uczuciową” i „emocjonalne spętanie” odbiorców. Spiker próbuje zatem połączyć ze sobą dwa współistniejące w jednej przestrzeni i w jednym czasie światy – sportowych herosów i publiczności. Ogromną rolę w tworzeniu pozorów *ilinksu* odgrywa w tym wypadku dyrygowanie dopingiem („meksykańska fala”, dialog z publicznością, zachęcanie do okrzyków i oklasków), a swoistym *curiosum* są melodie odtwarzane przez didżeja w trakcie przerw. Irracjonalny z perspektywy logiki, ale racjonalny w *ilinksowej* przestrzeni jest ich dobór. Większość kibiców zaakceptowała już chyba fakt, że hymnem publiczności podczas meczów polskich siatkarki stała się piosenka z *Pana Wołodyjowskiego* (*W stepie szerokim...*), a zatem na pokrętniej, ale jednak logice, oparte jest odtwarzanie kolejnych tematów serialowych z *Czarnych chmur*, *Czterech pancernych i psa* czy *Przygód psa Cywila*. Trudno z kolei wytłumaczyć poza próbą komunikacji odbiorcą rozleganie się w sytuacji, gdy polska drużyna przegrywa, piosenki Marka Grechuty *Niepewność*, a zwłaszcza refrenu: „Czy to jest przyjaźń? Czy to jest kochanie?”. Tak samo o grze zwanej *ilinksem* świadczą inne tematy muzyczne, „dopasowane” do pozostałych reprezentacji biorących udział w turnieju. Zwycięzcy zawodów Rosjanie mogli wysłuchać dźwięków *Katiuszy*, *Kalink* lub tematu muzycznego z filmu *Polowanie na „Czerwony Październik”*, a Brazylijczycy do znudzenia słyszeli *Samba de Janeiro* (notabene kompozycję Włocha Vincenzo Belliniego). Pozostałe próby podporządkowania widzów sportowemu rytuałowi – pokazy grup tanecznych, konkursy dla widzów, rozrzucanie koszulek i piłek itp. – mają już jedynie uzupełniający charakter dla tego niezbyt w sumie udanego paidycznego *ilinksu*.

Koncerty i zawody sportowe – między *ludus* a *paidią* oraz od *agonu* przez *mimicry* do *ilinksu*

Współczesna przestrzeń społeczna jest podporządkowana ludyczności w bardzo wielu formach komunikacji. Należą do nich także koncerty i zawody sportowe. Charakter proponowanej przez nadawców rozrywki, rodzaj gry, w której bierze udział publiczność/widownia zależy w dużej mierze od sposobu ucz estnictwa odbiorcy

w przygotowanym przez nadawców widowisku. W zależności od kompetencji komunikacyjnych odbiorców oraz ewoluowania ich zaangażowania w toczącą się grę koncerty i zawody sportowe są rozciągnięte pomiędzy *ludus* i *paidia*.

Najbardziej kompetentni poznawczo, najbardziej racjonalni i agnostycznie teistyczni odbiorcy traktują widowiska w przestrzeni społecznej w kategoriach *ludus*¹², bo to oni wybierają je spośród innych, sami wyznaczają sobie ramy uczestnictwa w grze i oceniają jej wartość. Jest to zatem klasyczna, *ludusowa* i ludyczna komunikacja odbiorcy.

Dla części odbiorców udana zabawa i rozrywka oznacza zwiększenie elementu afektywnego w odbiorze widowiska kosztem elementu racjonalnego i kognitywnego. Ich uczestnictwo w spektaklach realizowanych w przestrzeni społecznej jest połączeniem *ludus* i *paidii*¹³, a zaangażowanie w widowisko i charakterystyka uczestnictwa odbiorcy ewoluuje w trakcie trwania koncertu czy meczu i może się pogłębiać, zbliżając do *paidii*, lub spłycać przez racjonalizację i nastawienie na poznanie, przeżycie intelektualne, czyli pozostanie w strefie wpływu *ludus*. Tym razem jest to więc *ludusowo-paidyczna* komunikacja z odbiorcą.

I wreszcie grupa odbiorców pragnąca afektu, afektu i jeszcze raz afektu. Uczestnictwo w widowisku oznacza dla nich zatracenie się w zabawie, którą oferuje im nadawca, zapomnienie w przeżywanych emocjach, trans i „spętanie emocjonalne”, znalezienie się w „mgławicy uczuciowej”. W ich świecie i przestrzeni widowisk nie ma *ludus*, jest tylko *paidia*, w przypadku koncertów bardzo często doprowadzona do skrajności, ocierająca się o granice szaleństwa. Uczestnicy gier i zabaw tego rodzaju zrobią wszystko dla dobrej rozrywki, w związku z czym nadawca rządzi publicznością/widownią. To *paidyczna* komunikacja odbiorcą.

Zgodnie z poglądami Johanna Huizingi (Huizinga 2010), a współcześnie chociażby teoriami społecznymi i kultury Zygmunta Baumana (Bauman 2011; Bauman 2010), koniec jednej epoki, krzys, a nawet kres dotychczasowej formacji kulturowej, klęska dotychczasowych autorytetów i w konsekwencji znajdowanie się społeczeństwa i kultury POMIĘDZY, bez możliwości określenia, co będzie dalej, popycha ludzkość w niczym niepohamowany „pęd ludyczny”. Brak autorytetowych norm i reguł, zwiększanie się *chaosmosu* komunikacyjnego zaowocowało chyba w ostatnich latach zwycięstwem *paidii* nad *ludus*. Nic zatem dziwnego, iż najpopularniejszymi grami w przestrzeni społecznej stały się *mimicry* i *ilinks*. A skoro

¹² *Ludus* to podporządkowanie zabawy arbitralnym konwencjom, ściśle ustalonym regułom, zasadom wyznaczającym kolejne etapy działań zabawowych. W konsekwencji *ludus* charakteryzuje się przewidywalnym biegiem działań, natomiast nieprzewidywalnym efektem końcowym. Często tego rodzaju gra prowadzi do uzyskania jakiejś sprawności, mistrzostwa przez jej uczestników (Caillois 1997).

¹³ *Paidia* to swoboda ludycznej improwizacji, nastawienie na żywiołowość i spontaniczność uczestników. Opracowane wcześniej reguły zabawy mają tymczasowy i marginalny charakter, a ani przebieg, ani końcowy wynik gry nie jest przewidywalny (Caillois 1997).

ilinks to trans, zatracenie, oszołomienie i upojenie, dominującą formą komunikacji w przestrzeni społecznej jest komunikacja misteryjno-rytualna z uprzedmiotawiającą komunikacją odbiorcą.

Bibliografia

- Barthes R. (1999), *Mitologie*, Warszawa.
- Bauman Z. (2010), *Żyjąc w czasie pożyczonym*, Kraków.
- Bauman Z. (2011), *Kultura w płynnej nowoczesności*, Warszawa.
- Burszta W.J. (2003), *Kultura rocka: styl życia – styl pamięci*, [w:] *A po co nam rock? Między duszą a ciałem*, red. W.J. Burszta, M. Rychlewski, Warszawa.
- Caillois R. (1997), *Ludzie i gry*, Warszawa.
- Carey J.W. (2009), *Communication as Culture: Essays on Media and Society*, London–New York.
- Covey S.R. (2005), *Komunikacja synergiczna*, [w:] *Mosty zamiast murów. O komunikowaniu między ludźmi*, red. J. Stewart, Warszawa.
- Dobek-Ostrowska B. (2006), *Komunikowanie polityczne i publiczne*, Warszawa.
- Elliot Ph., Golding P. (1974), *Mass Communication and Social Change: The Imagery of Development and the Development of Imagery*, [w:] *Sociology and development*, ed. E.J. De Kadt, G. Williams, London.
- Fiske J. (1999), *Wprowadzenie do badań nad komunikowaniem*, Wrocław.
- Goffman E. (2008), *Człowiek w teatrze życia codziennego*, Warszawa.
- Hall S. (1987), *Kodowanie i dekodowanie*, „Przekazy i Opinie”, nr 1–2.
- Hirsch E.D. (1977), *Rozumienie, interpretacja i krytyka*, [w:] *Znak, styl, konwencja*, red. M. Głowiński, Warszawa.
- Huizinga J. (2010), *Homo ludens. Zabawa jako źródło kultury*, Warszawa.
- Kristeva J., Moi T. (1986), *Word, Dialogue, and the Novel*, [w:] *The Kristeva Reader*, New York.
- Lakoff G., Johnson M. (1988), *Metafory w naszym życiu*, Warszawa.
- Maffesoli M. (2008), *Czas plemion. Schyłek indywidualizmu w społeczeństwach postnowoczesnych*, Warszawa.
- McQuail D. (2007), *Teoria komunikowania masowego*, Warszawa.
- Nowak P. (2004), *Świadomość komunikacji w audycjach radiowych*, [w:] R. Dybalska, D. Kępa-Figura, P. Nowak, *Przemoc w języku mediów? Analiza semantyczna i pragmatyczna audycji radiowych*, Lublin.
- Nowak P. (2010), *Archetypy marketingowe jako zasada retorycznej organizacji tekstów medialnych i reklamowych*, [w:] *Teorie komunikacji i mediów 3*, red. M. Graszewicz, J. Jastrzębski, Wrocław.
- Stewart J. (2005), *Komunikacja interpersonalna: kontakt między osobami*, [w:] *Mosty zamiast murów. O komunikowaniu między ludźmi*, red. J. Stewart, Warszawa.

Russell B. (2002), *Zagadnienia filozofii*, Warszawa.

Van Dijk T.A. (1989), *Język, poznanie, komunikacja. Sbornik rabot*, Moskwa.

Walczak K. (2003), *Zjednoczeni w rocku. Muzyka rockowa jako alternatywne źródło tożsamości*, [w:] *A po co nam rock? Między duszą a ciałem*, red. W.J. Burszta, M. Rychlewski, Warszawa.

Karina Stasiuk-Krajewska

Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej, Wrocław

Public Relations jako system ekspercki późnej nowoczesności – tożsamość i samorefleksja

Jesteśmy nie tym, czym jesteśmy,
ale tym, co z siebie zrobimy.

Anthony Giddens

Wprowadzenie – tożsamość i wizerunek Public Relations

Praktyka Public Relations w Polsce ma już sporą tradycję, zarówno jeśli chodzi o działalność firm, agencji czy PR-owskich *freelancerów* na rynku, jak i o instytucjonalne wyrazy swoistej spójności branży (kongresy, konferencje, portale branżowe, fora dyskusyjne, relacje towarzyskie itp.). Podobnie rzecz ma się z (przyrastającą ostatnio w znacznym tempie) literaturą dotyczącą komunikacji wizerunkowej. W przypadku tej ostatniej zauważamy ciekawą tendencję: coraz więcej jest publikacji szczegółowych, dotyczących poszczególnych sfer zadaniowych Public Relations (zwłaszcza media relations), poszczególnych obszarów działań tego rodzaju (PR instytucji publicznych, edukacyjnych, samorządowych itp.) czy też swoistych kontekstów PR (etyka, demokracja itd.). Stosunkowo niewiele pojawia się ostatnio natomiast tekstów o Public Relations „w ogóle”, dominujących przecież w przedmiotowej literaturze w końcówce wieku XX i w pierwszych latach wieku XXI. Jak się wydaje, tendencja ta może być interpretowana jako wyraz przeświadczenia, że PR (ogólnie: jako taki) został już w pełni i właściwie scharakteryzowany, że nic nowego i oryginalnego w tej ogólnej kwestii powiedzieć nie można. Wiadomo nie tylko, czym jest, a czym nie jest PR (na poziome podręcznikowych definicji, klasyfikacji, dyferencjacji itp.). Co więcej: wiadomo, jakie są oczekiwania rynku wobec specjalistów z tego zakresu, a co za tym idzie – jakimi kompetencjami owi specjaliści

powinni dysponować, jaką wiedzę i umiejętności w swej profesjonalnej aktywności reprezentować, wreszcie – co teoretycznie wynikać powinno z poprzednich – jak i czego ich (owych potencjalnych specjalistów od wizerunku) uczyć¹. Czy jednak rzeczywiście?

Abstrahując od analizowanych przeze mnie w innych miejscach², dyskursywnych („teoretycznych”) trudności z ujęciem zarówno Public Relations jako takiego, jak i poszczególnych jego sfer zadaniowych czy kontekstów, zwróćmy uwagę na praktykę życia społecznego. A tutaj zwłaszcza, oczywiście, na fatalny wizerunek Public Relations. Dominującym elementem owego wizerunku jest, co pokazuje nie tylko wielokrotnie pod tym kątem prowadzony monitoring mediów czy rozmaite studia przypadków, ale na co wskazywać zdają się wyniki wielu badań empirycznych³, cecha swoistej nieetyczności, manipulatoreskości, mataczenia, egoistycznej interesowności i społecznej szkodliwości działań tego typu (zwróćmy uwagę, że takie są właśnie komponenty semantyczne kategorii „czarny PR”). Fakt ów dowodzi z pewnością jednego: nawet jeśli przedstawiciele branży PR wiedzą, czym jest, a czym nie jest ich praca (lub raczej: czym być powinna, a czym nie powinna – o czym za chwilę), z pewnością świadomości takiej nie posiadają „niewtajemniczeni” aktorzy społeczni. Ma to, nawet na poziomie refleksji zdroworozsądkowej, rozmaite negatywne konsekwencje, wszak spośród owej „reszty” wywodzą się nie tylko potencjalni klienci, ale także dziennikarze, którzy – jak pokazują np. obserwacje studentów dziennikarstwa – wchodzi na rynek pracy już z określonymi (negatywnymi) nastawieniami do PR-owców, z którymi wszak zmuszeni będą współpracować. Owe negatywne nastawienia personelu mediów stanowią także, w pewnym zakresie, efekt negatywnych nastawień publiczności mediów (jak wiadomo, działając na rynku komercyjnym, media, przyznając się do tego lub nie, oczekiwania odbiorców biorą i muszą brać pod uwagę). Jeśli zatem dziennikarka ważnego telewizyjnego kanału informacyjnego rozmawia z rzecznikiem prasowym poważnej instytucji z wyraźną intencją wytknięcia temu ostatniemu jego niekompetencji i błędów (także błędów instytucji, którą reprezentuje), nie zaś uzyskania informacji na temat danej sprawy (i taki też materiał, ewidentnie pod tym kątem „skrojony”, idzie na wizji), wynika to najpewniej zarówno z jej negatywnego nastawienia do tego, kto „będzie chciał coś przed nią ukryć”, jak i – niekoniecznie uświadamianej – wiedzy dotyczącej tego, czego oczekują odbiorcy; wreszcie – co szczególnie interesujące i dogmagające się dalszych badań – najpewniej także z tego, jak postrzega ona profesjonalizm dziennikarski⁴.

¹ Dyplomy „PR-owskie” wydaje się przecież na kilkudziesięciu uczelniach w Polsce!

² Por. np. *Polityczne public relations – o trudnościach pojęciowych*, [w:] *Media a komunikowanie polityczne*, red. M. Sokołowski, Toruń 2009.

³ Por. np. W.Ł. Macierzyński, *Public Relations w opinii Polaków. Perspektywa czasu niepewności*, Radom 2008.

⁴ W tym miejscu poczynić trzeba ważne zastrzeżenie: oczywiście negatywne nastawienia/postawy owej dziennikarski mogą też wynikać z jej indywidualnych doświadczeń, które

Jednak trudności wizerunkowe branży są znaczące nie tylko z powodu, wspomnianych powyżej, negatywnych konsekwencji pragmatycznych (zwłaszcza wszak dla tych, którzy operują na poziomie postaw i zaufania społecznego), ale także dlatego, że – co jest oczywiste dla każdego, kto teoretycznie lub praktycznie wizerunkiem się zajmuje – sygnalizują poważne trudności tożsamościowe Public Relations i profesjonalistów z tego zakresu.

Etyka a PR

Niewątpliwie trudności te dobitnie sygnalizują i dyskursywnie reprezentują debaty dotyczące etyki i aksjologii Public Relations, które (obok problemów mierzalności efektów PR) teoretyków i praktyków ostatnio szczególnie zajmują. Wobec wspomnianych wcześniej trudności tożsamościowych i wizerunkowych zjawisko to nie dziwi. Wszak to właśnie sfera wartości odróżnia profesję od (po prostu) zawodu, definiuje społeczną rolę jej przedstawicieli (jako dla społeczeństwa szczególnie – z jakiegoś powodu – istotnych, a co za tym idzie – społecznie odpowiedzialnych), wyznacza „wartość dodaną” do technicznych (w szerokim rozumieniu tego słowa) kompetencji (lekarz jest lekarzem nie tylko dlatego, że umie leczyć, ale także dlatego, że ceni zdrowie i życie pacjentów bardziej niż swoje własne koniunkturalne interesy: jeśli tak nie czyni, nie jest prawdziwym lekarzem). Nie dziwi więc, że do wyznaczników profesjonalizacji literatura przedmiotu⁵ zalicza między innymi istnienie (i praktyczną funkcjonalność) kodeksów etyki zawodowej, oprócz tego zaś wiele innych kwestii, które – w istocie – odsyłają do sfery norm i wartości etycznych lub też do swoistej samoświadomości praktyków, dotyczącej specyfiki ich własnej działalności (która to świadomość, zwłaszcza w przypadku Public Relations, ma w istocie także wymiar aksjologiczny⁶). Istnieje więc już, przynajmniej w świadomości teoretyków i praktyków, owa baza poznawcza: zasób wiedzy, do którego mogą odwoływać się profesjonalści (odwołania te jednak nie zawsze są łatwe, ponieważ – jak wspomniałam – znaczna część owego zasobu wiedzy ma charakter aksjologiczny, wręcz ideologiczny). Istnieją organizacje zawodowe, kanały komunikacji branżowej, zwerbalizowana samorefleksja – zdominowana, ponownie, przez dyskusje dotyczące etyki. W ramach owej samorefleksji podkreśla się, tak jak w przypadku innych profesji (na przykład dziennikarskiej), poczucie społecznej odpowiedzialności, konieczność

wzmacniają stereotypizacje wynikające z potocznych mniemań dotyczących Public Relations. Powiedzmy więc wyraźnie – tego rodzaju nastawienia wzmacniane są także przez rzeczywiste błędy i „nieprofesjonalizmy” rzeczników prasowych/PR-owców.

⁵ Por. np. *The Public Relations Handbook*, ed. A. Theaker, London–New York 2006, s. 52–53.

⁶ Zauważmy, aksjologia owa obecna jest w zdecydowanej większości definicji PR, w klasycznym ujęciu Gruning i Hunta, w strategii negatywnej dywersyfikacji stosowanej w celu odróżnienia PR od tego, co PR nie jest – reklamy, propagandy, spin-doctoringu itp.

wprowadzenia standardów kształcenia profesjonalnego (licencjonowania – wszak systemy takie działają w niektórych krajach odnośnie do profesji dziennikarskiej⁷), także, motywującego do właściwego (zgodnego z normami profesji) działania, systemu kar i nagród dla przedstawicieli profesji oraz metod ewaluacji działań profesjonalnych (w tym także ich oceny pod względem standardów etycznych).

Profesjonalizacja i samoopis w Public Relations

Można więc postawić tezę, że etyka, wciąż i od wielu lat, stoi w centrum debat dotyczących Public Relations w Polsce, samoopisu (jako etycznej) i opisu (wręcz przeciwnie – jako z gruntu nieetycznej) profesji PR-owskiej. Fakt ten nie dziwi, ponieważ – przypomnijmy – to właśnie aksjologia definiuje zawód jako profesję. Takie przesunięcie zaś w społecznej świadomości (od zawodu do profesji) byłoby (jest?) dla przedstawicieli branży (także z powodów praktycznych) zdecydowanie pożądane. Bycie bowiem przedstawicielem profesji (a nie zawodu) to nie tylko wyższy prestiż społeczny i wyższe zarobki, to nie tylko względna niezależność wobec systemu regulacji prawnych (spójrzmy na sytuację dziennikarzy przede wszystkim w USA, ale także w Polsce – sądy często odmawiają/unikają rozstrzygnięcia sporów, które w istocie odnoszą się do tego, co jest przedmiotem samoregulacji profesji dziennikarskiej – np. wolności słowa, przekraczania granic prywatności itp.). Bycie przedstawicielem profesji to jednak przede wszystkim – potencjalnie – wyższe społeczne zaufanie. Oczywiście, w praktyce społecznej obserwować możemy fluktuacje zaufania np. do dziennikarzy czy lekarzy, zauważmy jednak, że potoczne myślenie jest tu następujące: nie ufamy lekarzom, ponieważ nie zachowują się jak prawdziwi Lekarze. Gdyby realizowali wymogi swej profesji, byłiby godni zaufania. Bardzo symptomatyczne są tu często przywoływane wyniki badań: dziennikarstwo jako profesja lokuje się wysoko w kategorii społecznego zaufania, zupełnie przeciwnie jednak rzecz ma się z konkretnymi dziennikarzami. Nie podważa to jednak tezy o wzajemnym współzależnieniu profesjonalizacji i społecznego zaufania, wręcz przeciwnie – zdaje się ostatecznie tezę tę potwierdzać (nie ufamy lekarzom/dziennikarzom, którzy NIE SĄ PROFESJONALNI).

Teza ta zresztą znajduje potwierdzenie w refleksjach dotyczących funkcji kodeksów etyki, szerzej zaś – systemów samoregulacji profesjonalnych⁸. Niewątpliwie, obok funkcji oczywistych (eliminowania zachowań niewłaściwych czy generowania solidarności grupowej), rozmaite dokumenty i wypowiedzi (teoretyków

⁷ Na przykład we Włoszech lub w USA (por. J. Jastrzębski, *Na rynku wartości. O mediach i etyce dziennikarskiej*, Wrocław 2009).

⁸ Por. J. Jastrzębski, *Kodeksy etyki dziennikarskiej jako narzędzie promowania własnego środowiska*, [w:] *W lustrze. Wizerunek mediów własny*, red. I. Borkowski, A. Woźny, Wrocław 2002, s. 213.

i praktyków) odnoszące się do systemów w samoregulacji (na przykład, społecznie już ustabilizowanej, profesji dziennikarskiej) realizują też funkcje bardziej złożone, które w istocie swej odnoszą się do społecznej tożsamości przedstawicieli branży, której niezbywalnym elementem jest przekonanie wyróżnionej pozycji w systemie społecznym. Są to przede wszystkim:

- dawanie przedstawicielom profesji poczucia bezpieczeństwa, kolektywizmu, siły;
- demonstrowanie, czego od profesjonalistów mogą i powinni oczekiwać klienci i pracodawcy;
- ochrona przed naciskami ze strony pracodawców czy klientów oraz ingerencją ze strony państwa;
- podnoszenie prestiżu i wiarygodności;
- wzmocnienie zaufania i lojalności odbiorców⁹.

Ostatecznie więc teksty generowane i funkcjonujące w ramach dyskursu profesjonalizacji uznać należy za jedno z podstawowych narzędzi samoopisu branży – samookreślenia i negatywnej delimitacji wobec branż/zawodów/profesji potencjalnie pokrewnych (jak na przykład reklamy), tym samym więc za podstawowy instrument budowania tożsamości jej przedstawicieli. Wobec wspomnianych wcześniej trudności wizerunkowych i – w związku z tym – także tożsamościowych, nacisk kładziony na samoregulację (i dokumenty, wypowiedzi, dyskusje itp. z nią związane) nie dziwi.

Jak się jednak wydaje, owe wysiłki samodeskrypcyjne, ich nasilenie i temperatura dyskusji z nimi związanych, warte są bliższej analizy – poza stwierdzeniem ich funkcjonalnego uzasadnienia i, ostatecznie (prawdopodobnie), ich użyteczności. Na czym w istocie polega – należałoby zapytać – rola samodeskrypcji we współczesnych społeczeństwach? Dlaczego „profesje” cieszą się większym społecznym zaufaniem niż „zawody”? Dlaczego wreszcie o owo zaufanie warto zabiegać, zwłaszcza w przypadku profesjonalistów komunikujących w sferze publicznej? Można oczywiście w tym kontekście odwołać się na przykład do utopijnych w swej istocie teorii komunikacji w rodzaju koncepcji komunikacyjnie zapośredniczonej sfery publicznej Habermasa (gdzie kategoria zaufania jest immanentnie wpisana w działanie komunikacyjne, a co za tym idzie – w niezaburzoną sferę publiczną¹⁰). Jednak tego rodzaju teorie, ze względu na swe aksjologiczne w istocie podstawy, zdają się nie ujmować istoty problemu. Dużo bardziej interesujący wydaje się kontekst takich rozważań, w ramach których bierze się pod uwagę specyfikę – zwłaszcza komunikacyjną – funkcjonowania społeczeństw (w ogóle lub też społeczeństw współczesnych). W takim ujęciu tworzenie tożsamości (samoopisu) danych grup społecznych (w kontekście ich społecznego statusu i konsekwencji w zakresie władzy symbolicznej z owego statusu

⁹ Por. np. C.-J. Bertrand, *Media Ethics and Accountability Systems*, New Brunswick-London 2002, s. 42.

¹⁰ Por. np. *Habermas and the Public Sphere*, ed. C. Calhoun, 1999.

wynikającej) rozpatrywać można np. w ramach teorii dystynkcji Pierre'a Bourdieu¹¹, teorii dyskursu Michela Foucaulta¹² czy też teorii systemów Niklasa Luhmanna¹³. Jednak perspektywa, którą chciałabym przyjąć w niniejszym szkicu, to perspektywa rozważań inspirowanych teorią nowoczesności i tożsamości Anthony'ego Giddensa.

Nieciągłości późnej epoki późnej nowoczesności

Polemizując z zdecydowaniem z projektem ciągłości historycznej i społecznej, Giddens wskazuje trzy podstawowe nieciągłości nowoczesności, rodzaj przesunięć radykalnych, wnoszących całkowicie nową jakość w funkcjonowanie nowoczesnych społeczeństw. Nieciągłości owe są w istocie zewnętrzne wobec zmian charakteryzowanych poniżej, stanowią ich swoiste ramy i decydują o tym, że ukonkretnione zjawiska nowoczesności (o czym za chwilę), choć przecież pojawiały się już w społeczeństwach tradycyjnych, obecnie kulminują, definiując ową nowoczesność i czyniąc ją, wbrew wielu optymistycznym projektom, ostatecznie „kulturą ryzyka”¹⁴.

Nieciągłości te, swoiste ramy społecznego doświadczania nowoczesności, to przede wszystkim niespotykane dotąd tempo zmian, zasięg owych zmian oraz specyficzna natura nowoczesnych instytucji społecznych¹⁵. Z mojego punktu widzenia najistotniejsza będzie nieciągłość trzecia, zauważmy jednak już na wstępie, że owo życie instytucji (w konsekwencji czy w związku z tym także życie i tożsamość jednostek) powstaje w kontekście i, w jakimś zakresie, jako odpowiedź na nasilenie tempa i zasięgu zmian społecznych. To właśnie te intensyfikacje, inaczej niż w społeczeństwach tradycyjnych, wymuszają nowe formy zapośredniczenia doświadczenia (np. media masowe) oraz nowe (refleksyjne) formy budowania tożsamości jednostek. Bowiern wyrwanie z systemów odniesień, budujących poczucie ontologicznego (a więc tożsamościowego) bezpieczeństwa w społeczeństwach tradycyjnych (z rodziny, religii, miejsca czy natury), powoduje konieczność „zakorzenienia na nowo”: ponownego „zawłaszczenia lub przetworzenia wykorzenionych stosunków społecznych”¹⁶. Zakorzenienia, które

¹¹ Por. P. Bourdieu, *Dystynkcja: społeczna krytyka władzy sądowniczej*, przeł. P. Biłos, Warszawa 2005.

¹² Por. zwłaszcza M. Foucault, *Nadzorować i karać. Narodziny więzienia*, przeł. T. Komendant, Warszawa 1998; idem, *Archeologia wiedzy*, przeł. A., Siemek, Warszawa 2002 oraz idem, *Trzeba bronić społeczeństwa. Wykłady w Collège de France*, przeł. M. Kowalska, Warszawa 1998.

¹³ Por. N. Luhmann, *Realność mediów masowych*, przeł. J. Barbacka, Wrocław 2010 oraz A. Wagner, *Zaufać mediom? Analiza mechanizmów samoopisu prasy w sytuacjach kryzysowych*, Kraków 2010.

¹⁴ A. Giddens, *Nowoczesność i tożsamość. „Ja” i społeczeństwo w epoce późnej nowoczesności*, przeł. A. Szulżycka, Warszawa 2010, s. 14.

¹⁵ Por. A. Giddens, *Konsekwencje nowoczesności*, przeł. E. Klekot, Kraków 2008, s. 4 i n.

¹⁶ Ibidem, s. 57.

w społeczeństwach regulowanych przez ekspansję rynków kapitalistycznych zachodzi – o czym szczegółowo za chwilę – przede wszystkim na poziomie tożsamości branżowej czy profesjonalnej. Co więcej, wobec tempa i zasięgu zmian, zakorzenie owo musi być, w jakimś stopniu, elastyczne, musi poddawać się redefinicji w zależności od zewnętrznych wobec jednostki warunków społecznych. Dlatego też nie może być tak stałe, tak totalizujące, jak bywało w społeczeństwach tradycyjnych (zakorzenie religijne, narodowościowe itp.), musi charakteryzować się zarówno pewną elastycznością (np. zmiana zawodu), jak i ograniczeniami kontekstowymi (wszak etyki zawodowe to nie moralność jako taka – regulują bowiem tylko względnie ściśle określone pola aktywności zawodowych/profesjonalnych). W ten sposób grupy zawodowe stają się rodzajem nowoplemion¹⁷, w ramach których i w odniesieniu do których jednostka buduje swą refleksyjną (i względnie zmienną) tożsamość. To, co dla niniejszych rozważań najistotniejsze, to właśnie wydobycie wzajemnych powiązań między strukturalnymi zmianami systemów społecznych, generowanymi przez nieciągłości nowoczesności, a codziennym życiem ludzi owe systemy społeczne zamieszkujących. „Nowoczesność – pisze Giddens – radykalnie przekształca charakter życia codziennego i zmienia najbardziej osobiste doświadczenia człowieka”¹⁸.

Konsekwencje nowoczesności – oddzielenie czasu i przestrzeni

Tym, co warunkuje dalsze „konsekwencje nowoczesności”, jest oddzielenie czasu i przestrzeni. Nie wchodząc tutaj w szczegółowe analizy tego zjawiska, zauważmy tylko, że pozostaje ono w bezpośrednim związku z rozwojem profesjonalnego komunikowania w sferze publicznej. Relacja jest tu dwukierunkowa: z jednej strony oddzielenie czasu i przestrzeni umożliwia wykształcenie się profesjonalnej komunikacji publicznej (dziennikarskiej, wizerunkowej itp.), być może także wykształcenie się sfery publicznej jako takiej. Z drugiej zaś strony – specjaliści zajmujący się ową komunikacją profesjonalną intensyfikują, wzmacniają tendencje do separacji czasu i przestrzeni (czym bowiem innym jest na przykład porządek dzienny informacji, jeśli nie ustanawianiem hierarchii całkowicie poza jednością czasu i przestrzeni). Generalnie, wzrastająca rola mediów masowych, ujmowana w ramach wielu teorii i potwierdzana rozmaitymi badaniami, powoduje, jak się wydaje, wzrost społecznej roli owej relacji „z nieobecnym innym”, kiedy to „miejsce akcji nie ma nic wspólnego z interakcją twarzą w twarz”¹⁹. Zjawisko to zdaje się nieodwołalnie powiązane

¹⁷ Por. M. Maffesoli, *Czas plemion. Schyłek indywidualizmu w społeczeństwach ponowoczesnych*, przeł. M. Bucholc, Warszawa 2011.

¹⁸ A. Giddens, *Nowoczesność i tożsamość*, op. cit., s. 11.

¹⁹ A. Giddens, *Konsekwencje nowoczesności*, op. cit., s. 13.

z tym, co John B. Thompson nazywa niebezpośrednią quasi-interakcją²⁰, a więc z komunikacją zapośredniczoną przez media, zwłaszcza zaś media masowe, które całkowicie rozdzielają kontekst nadawczy i odbiorczy, a przede wszystkim nadają komunikaty, których odbiorca (w intencji i świadomości nadawcy) jest nie tyle anonimowy czy nieznan, ile raczej nieukonkretniony i niedookreślony jako jednostka. Tak właśnie realizowane jest, kluczowe dla refleksji Giddensa, wykorzenienie, czyli „wyrwanie» stosunków społecznych z konkretnych kontekstów interakcji oraz ich ponowne skonturowanie na nieokreślonych obszarach czasoprzestrzeni”²¹. Wykorzenienie to, z jednej strony, nie byłoby możliwe bez mediów komunikacji masowej, z drugiej zaś – paradoksalnie – stanowi warunek *sine qua non* wykształcenia się branż profesjonalnej komunikacji publicznej.

Public Relations jest więc, podobnie jak dziennikarstwo i zapewne inne nowoczesne profesje *image makerów*²², nieodrodnym dzieckiem nowoczesnego wykorzenienia. Jednak, jak już wspomniałam, wykorzenienie pociąga za sobą w sposób konieczny ponowne zakorzenienie: „wszystkie mechanizmy wykorzenienia wchodzi w interakcję z zakorzenionymi na nowo kontekstami działania, które albo je wspierają, albo podważają”²³ – pisze Giddens. Instrumentami owego ponownego zakorzenienia wydają się właśnie systemy samoopisu profesji, których podstawowym narzędziem są szeroko rozumiane systemy samoregulacji.

Konsekwencje nowoczesności – środki symboliczne

Do podstawowych konsekwencji nowoczesności należy także pojawienie się środków symbolicznych, które mogą przechodzić „z rąk do rąk bez względu na specyficzne cechy posługujących się nimi”²⁴. Dla Giddensa środki symboliczne to przede wszystkim pieniądze. Ten aspekt wykorzenienia jest w kontekście niniejszych rozważań mniej interesujący, zauważmy jednak na marginesie, że przy szerszej interpretacji pieniądza (np. jako tzw. *circulating medium*) istnieje możliwość poszerzenia kategorii środków symbolicznych poprzez włączenie tu władzy, języka, a także zapewne informacji²⁵. Tak szerokie rozumienie kategorii środków symbolicznych pozwala na powiązanie ich z Foucaultowskimi rozważaniami dotyczącymi dyskursu i władzy-wiedzy, a co za tym idzie – z tezami konstatującymi społeczne istnienie

²⁰ Por. J.B. Thompson, *Media i nowoczesność. Społeczna teoria mediów*, przeł. I. Mielnik, Wrocław 2001.

²¹ A. Giddens, *Konsekwencje nowoczesności*, op. cit., s. 15.

²² Por. R. Jackall, J.M. Hirota, *Image Makers. Advertising, Public Relations, and the Ethos of Advocacy*, Chicago–London 2000.

²³ A. Giddens, *Konsekwencje nowoczesności*, op. cit. s. 57.

²⁴ Ibidem, s. 16.

²⁵ Por. G. Simmel, *Filozofia pieniądza*, przeł. A. Przyłębski, Poznań 1997.

władzy symbolicznej, która wszak realizowana jest także poprzez status społeczny i społeczną „słyszalność” danych grup w komunikacji publicznej (np. dziennikarzy i PR-owców). Także zresztą dla Giddensa pieniądź zdaje się nie być kategorią neutralną – wiąże się bowiem bezpośrednio z ekspansją nie tylko nowoczesności, ale także rynków kapitalistycznych, ekspansją będącą, samą w sobie, postacią wykorzenienia. W tym sensie można mówić o Habermasowsko rozumianej ekspansji medium pieniądza w media komunikacyjne i o związanych z tym, przynajmniej według Habermasa, negatywnych konsekwencjach dla sfery publicznej²⁶.

Konsekwencje nowoczesności – systemy eksperckie

Jednak z punktu widzenia niniejszych rozważań dużo bardziej interesująca jest inna konsekwencja działania mechanizmów wykorzenienia – mianowicie wytworzenie i ekspansja systemów eksperckich. Niewątpliwie jednym z takich systemów eksperckich jest właśnie PR. Niewątpliwie też, PR-owcy, jako reprezentacji owego systemu eksperckiego, podlegają typowym dla tego rodzaju systemów mechanizmom i zależnościom.

Wykształcenie się i ekspansja systemów eksperckich są podstawową konsekwencją nowoczesności. Podtrzymują one i warunkują oddzielenie stosunków społecznych od ich bezpośrednich (czasowo-przestrzennych) kontekstów, jednocześnie „dostarczają «poręczycieli» gwarantujących zaspokojenie oczekiwań²⁷ w społeczeństwach poddanych procesowi wykorzenienia. Nie da się żyć w systemie nowoczesnym unikając z jednej strony – uczestniczenia w systemach eksperckich (na tym w istocie polega definiowanie swojej zawodowej lub profesjonalnej tożsamości), z drugiej zaś – nie zawierając rozmaitym systemom eksperckim (czynimy to wchodząc do budynku z przekonaniem, że ten się nie zawali, lecąc samolotem lub jadąc samochodem z wiarą, że nie ulegniemy wypadkowi czy katastrofie).

Systemy eksperckie, jako „systemy wykonawstwa technicznego lub profesjonalnego znawstwa²⁸”, nie tylko organizują środowiska materialne społeczeństw ponowoczesnych, stanowiąc podstawę ich instytucjonalnej reorganizacji, stają się także (jako systemy abstrakcje) – co z punktu widzenia niniejszych rozważań szczególnie istotne – zasadnicze dla formowania się i ciągłości tożsamości ludzkiej. Nie tylko bowiem korzystamy z usług ekspertów, ale w społeczeństwach kapitalistycznych, w których aktywność zawodowa staje się aktywnością podstawową (spójrzmy na – oparte na rozmaitych mechanizmach – wykluczenie bezrobotnych), myślimy o sobie jako o reprezentantach systemów eksperckich. Posiadamy bowiem techniczne kompetencje lub profesjonalne znawstwo, które definiują naszą przydatność

²⁶ Por. np. J. Habermas, *Strukturalne przeobrażenia sfery publicznej*, przeł. W. Lipnik, Warszawa 2007.

²⁷ A. Giddens, *Konsekwencje nowoczesności*, op. cit., s. 20.

²⁸ Ibidem.

(i tożsamość) społeczną (a co za tym idzie status i prestiż). Nasza pozycja społeczna w mniejszym stopniu wynika z tego, co definiowało ludzi w społeczeństwach tradycyjnych (np. urodzenie), w większym zaś stopniu z tego, co zyskujemy (materialnie i niematerialnie), wykonując dany zawód lub realizując profesję: jako przedstawiciele abstrakcyjnych systemów wiedzy eksperckiej.

Dlatego też tak ważne jest, by tożsamość przedstawicieli danego systemu eksperckiego zbieżna była z tym, jak postrzegani są oni przez korzystających z owego systemu. Jest to bowiem warunkiem ponownego zakorzenienia, koniecznego dla funkcjonowania systemów społecznych nowoczesności po rozbiciu jedności czasu i przestrzeni, a także – zwrotnie – właściwego funkcjonowania mechanizmów refleksyjnej tożsamości człowieka nowoczesnego. Mówiąc wprost – warunkiem tego, by Public Relations funkcjonował jako system ekspercki o specyficznych granicach (co z kolei daje podstawy do refleksyjnego budowania tożsamości przedstawicielom branży) jest to, by jako taki był społecznie dekodowany.

Refleksyjność nowoczesności a systemy samoregulacji PR

I tu pojawia się zasadnicza trudność, którą świetnie ujmuje, cytuje już, rozróżnienie wykonawstwa technicznego i profesjonalnego zawstwa. Zanim przyjrzymy się konsekwencjom tego rozróżnienia, zwróćmy jeszcze uwagę na kategorię refleksyjności, zasadniczą dla dalszych rozważań. Refleksyjność („utrzymywanie kontaktu» z podstawami, na których opiera się nasze działanie”²⁹) jest definicyjną cechą nowoczesnych społeczeństw, stoi u samych podstaw reprodukcji systemów nowoczesnych oraz budowania jednostkowej tożsamości członków owych społeczeństw. „Znaleźliśmy się, pisze Giddens, w świecie w całości skonstruowanym na refleksyjnie stosowanej wiedzy, lecz jednocześnie nigdy nie dającym nam pewności co do tego, czy któryś z elementów tej wiedzy nie zostanie skorygowany”³⁰. Poddane refleksyjności praktyki społeczne (w tym zwłaszcza systemy eksperckie) muszą więc nieustannie potwierdzać swą eksperckość, gdyż nie ma tu stabilnej relacji między wiedzą specjalistów a wiedzą potoczną, dostępną dla tych, którzy (w danym systemie) nie są społecznie konstruowani jako eksperci. „Praktyki nie sankcjonuje to, że jest tradycyjna; tradycja zyskuje usprawiedliwienie jedynie w świetle wiedzy, która sama nie podlega autentyzacji przez tradycję”³¹ – podkreśla Giddens. Systemy eksperckie, w swej istocie, muszą być więc wciąż na nowo społecznie konstruowane, bowiem wstrzymanie tego procesu pociąga za sobą rozpad systemu eksperckiego jako takiego, a co za tym idzie – rozpad społecznej tożsamości uczestników tego systemu. Stąd, co podkreśla się zawsze w rozważaniach o profesjonalizacji, podstawowa rola

²⁹ Ibidem, s. 26.

³⁰ Ibidem, s. 28.

³¹ Ibidem, s. 27.

wiedzy konstruowanej jako wiedza tajemna, niedostępna dla tych, którzy w ramach danego systemu eksperckiego nie funkcjonują. Stąd także oczywiście inne elementy definiujące profesję (czyli system ekspercki), w tym zwłaszcza:

- zespół praktyków (odróżnialny) i kanały komunikacyjne między nimi;
- organizacje zawodowe;
- zasady wprowadzania, szkolenia, ewentualnie licencjonowania przedstawicieli profesji;
- kary i nagrody dla przedstawicieli profesji;
- werbalizowana samorefleksja, prowadząca (w samoopisie) do doskonalenia sposobów działania;
- narzędzia ewaluacji profesjonalnej;
- kod etycznej odpowiedzialności;
- poczucie zbiorowej odpowiedzialności wobec społeczeństwa;
- gwarancje jakości działań przedstawicieli profesji;
- zdolność zapewnienia wysokich standardów wynagrodzenia³².

Wszystkie wymienione powyżej cechy konstruować mogą dany system społeczny jako system ekspercki. Jednak nie są one reprezentowane na równi w ramach wszystkich systemów eksperckich, występowanie części z nich (na przykład werbalizowana samorefleksja, prowadząca, w ramach samoopisu, do doskonalenia sposobów działania kodeksów etycznych czy poczucie zbiorowej odpowiedzialności wobec społeczeństwa) ograniczone jest do systemów eksperckich określonego typu. Jak się wydaje, są to te elementy, które realizowane są za pośrednictwem narzędzi stosowanych w ramach systemów samoregulacji, a więc:

- kodeksy, stanowiska, regulacje, statuty;
- podręczniki;
- wypowiedzi teoretyków/praktyków;
- media branżowe;
- spotkania branżowe;
- edukacja/standardy kształcenia;
- kampanie;
- certyfikowanie;
- nagrody;
- organizacje.

Samoregulacja jest bowiem swoistą emanacją samorefleksyjności, realizowanej w tym przypadku jako samoopis, będący ostatecznie narzędziem tworzenia samowiedzy w refleksyjnej nowoczesności.

„Wiedza, którą dysponują eksperci, łączy się [...] ze swym przedmiotem i w ten sposób go zmienia (z założenia, lecz także na ogół w praktyce)”³³ – podkreśla Giddens

³² A. Theaker, op. cit.

³³ A. Giddens, *Konsekwencje nowoczesności*, op. cit., s. 17.

dens. Jak się wydaje, cechą charakterystyczną samowiedzy konstruowanej w ramach eksperckiego systemu PR (także dziennikarstwa) jest szczególny nacisk na to, co nazywa się standardami etycznymi (a co najczęściej interpretowane jest w istocie jako wzięcie pod uwagę szeroko rozumianych społecznych konsekwencji swoich działań oraz, ostatecznie, przyjęcie na siebie uświadomionej odpowiedzialności za owe konsekwencje). Wartościowanie (etyczne) pojawia się na przykład przecież w takich formach budowania PR-owskiej samowiedzy, jak:

- definicje (przez kategorie prawdy, dialogiczności, zaufania itp.);
- dyferencjacje negatywne (np. wobec reklamy czy spin-doctoringu);
- wyznaczanie granic (np. wobec marketingu: opozycja zysk–zaufanie);
- inkluzja i ekskluzja innych systemów/aktorów (gdzie „kończy się PR?”);
- system norm i wartości (kodeksy, stanowiska, spory, dyskusje);
- zakres kompetencji (standardy kształcenia i rola w nich etyki);
- ustalanie relacji (np. z dziennikarzami – na bazie kategorii przejrzystości relacji).

Nie znaczy to oczywiście, że (powiedzmy) mechanicy samochodowi nie odnoszą się w swej profesjonalnej tożsamości do określonych standardów działania czy kompetencji, nie szkolą (uczą) się czy nie poddają jakiemuś rodzajowi licencjonowania. Rzecz jednak polega na roli elementów etycznych dla refleksyjnej tożsamości przedstawicieli danych systemów eksperckich. Wydaje się otóż, że w przypadku systemów eksperckich związanych z komunikowaniem w sferze publicznej rola ta (przyznawana w ramach samoopisu, a nie rekonstruowana obiektywnie) jest szczególnie istotna. By nie wchodzić tu w szczegóły, powiedzmy tylko, że w samoopisie zarówno PR, jak i dziennikarstwa tym, co definiuje oba te systemy eksperckie są właśnie wartości i normy o charakterze etycznym (a precyzyjnej: określone, etyczne w swej istocie, zobowiązania wobec jednostek i społeczeństw). Dziennikarz jest prawdziwym dziennikarzem wtedy, kiedy niezależnie i obiektywnie informuje, działając na rzecz dobra społecznego (wszak koniec dziennikarstwa mainstreamowego ogłaszany przez tzw. dziennikarzy obywatelskich polegać ma właśnie na odejściu od tych standardów), PR-owiec zaś jest prawdziwym PR-owcem (a nie spin-doktorem na przykład) wtedy, kiedy w swej pracy realizuje standardy prawdomówności i uczciwości (jeśli nie – uprawia „czarny PR”, a więc „nie-PR”).

Wykonawstwo techniczne i profesjonalne znanstwo a system PR

W tym właśnie momencie warto przypomnieć rozróżnienie systemów wykonawstwa technicznego i profesjonalnego znanstwa. Otóż PR (a także dziennikarstwo) to właśnie systemy profesjonalnego znanstwa. Jaka jest podstawowa różnica? Dotyczy ona społecznego konstruowania specyfiki wiedzy profesjonalnej (nie technicznej!),

która tego typu systemy konstytuuje. Jest to mianowicie wiedza, która konstruowana jest jako niebezpiecznie bliska wiedzy potocznej. Wiedza w społeczeństwach nowoczesnych jest w ogóle, oczywiście, mniej stabilna i oczywista (bezpieczna?) niż w społeczeństwach tradycyjnych; jest to raczej „pretendowanie do wiedzy”³⁴. Jednak wiedza dziennikarzy czy PR-owców jest tu szczególnie podejrzana. „Zawody, takie jak prawnicy czy socjologowie, których specjalistyczna wiedza postrzegana jest głównie jako legitymizacja przynależności do ekskluzywnej grupy, posługującej się specjalistyczną terminologią wymyśloną wszak po to, by laika zbić trópu, bywają więc przedmiotem złych spojrzeń” – pisze Giddens³⁵. Jak się wydaje, jeszcze trudniejsza jest sytuacja dziennikarzy czy PR-owców. Wszak, jak wiadomo, „pisać każdy może” – wspomniany już, często ostatnio dyskutowany kryzys dziennikarstwa mainstreamowego w kontekście dziennikarstwa obywatelskiego jest w istocie zaburzeniem refleksyjnego konstruowania i rekonstruowania systemu eksperckiego dziennikarstwa. Każdy także przecież „ma wizerunek”, dba o niego i nim zarządza, każdy komunikuje z otoczeniem i zabiega o dobre relacje z jego podmiotami. „Socjolog – pisze Giddens – o krok wyprzedza oświeconych laików, parających się tą dyscypliną nauki niezawodowo”³⁶, PR-owiec zdaje się (przynajmniej w świadomości owych laików) nie wyprzedzać ich wcale. Być może stąd społeczne odrzucenie profesjonalnej autodeskrypcji PR – trudno bowiem uznać za profesjonalistę (któremu przysługuje odpowiedni status społeczny!) kogoś, czyje kompetencje są poównywalne z moimi (w mojej własnej opinii oczywiście). Co zatem robią PR-owcy? Kłamią, manipulują i w dodatku zarabiają na tym duże pieniądze. I niewiele pomagają tutaj próby teoretyzowania Public Relations w ramach dyskursu nauk społecznych – sam bowiem ten dyskurs traktowany jest (jako system ekspercki) podejrzliwie (podobnie, dodajmy na marginesie, rzecz ma się z medioznawstwem)³⁷.

Wobec powyższego, wyraźnie widać pragmatyczną rolę konstruowania samopisu – wszystkimi możliwymi narzędziami i z uwzględnieniem treści, które zostały wskazane wcześniej. Należy więc, w dobrze pojętym interesie samych PR-owców jako ekspertów nowoczesności, definiować PR, odróżniać go od reklamy, dyskutować na temat jego roli społecznej i standardów etycznych, propagować „standardy kształcenia” i „karty kompetencji” – wszystko to po to, by legitymizować status Public Relations jako abstrakcyjnego systemu profesjonalnego. Ponieważ, jeśli pisać każdy może i każdy zarządza swoim wizerunkiem, tym, co odróżniać może profesjonalnego dziennikarza czy PR-owca od „każdego” (a więc tym, co konstruuje abstrakcyjne systemy eksperckie jako takie), pozostają już („zamiast” technicznych

³⁴ Ibidem, s. 38.

³⁵ Ibidem, s. 64.

³⁶ Ibidem, s. 31.

³⁷ Za jeden z przejawów owej społecznie konstruowanej podejrzliwości może być z pewnością uznana głośno ostatnio tocząca się debata medialna dotycząca „sensowności wykształcenia humanistycznego”.

kompetencji) „tyko” standardy profesjonalne innego rodzaju – związane z etyką: społeczną rolą i odpowiedzialnością za konsekwencje swoich czynów. W tym miejscu podkreślić trzeba konieczność kwestię następującą: rzecz nie w tym, czy wykonywanie zawodu PR-owca (czy dziennikarza) faktycznie wymaga jakichś szczególnych kompetencji (np. z zakresu metodologii badawczych, marketingu czy innych dyscyplin naukowych), ale w tym, jak owa wiedza jest społecznie definiowana: czy przyznaje jej się status wiedzy ekskluzywnej, co najczęściej wiąże się z kojarzeniem owej wiedzy z zespołem czysto technicznych kompetencji (jakim dysponuje, na przykład, wspomniany już mechanik samochodowy)³⁸. Jeśli bowiem tak nie jest, w sukurs przychodzi aksjologia, zwłaszcza zaś kodeksy etyczne służące, jak pisał e Giddens, „pilotowaniu wiarygodności od wewnątrz”, a zachowanie (etyczne!) profesjonalistów staje się „ważnym środkiem łagodzącym skutki braku umiejętności”³⁹, czy precyzyjniej – braku jednoznacznej legitymizacji systemu jako systemu eksperckiego.

Tożsamość PR-owca w kontekście systemu eksperckiego

Mechanizmy scharakteryzowane powyżej odgrywają zasadniczą rolę dla procesów formowania tożsamości jednostki w społeczeństwach nowoczesnych, procesów, które stanowią podstawę swoistego ontologicznego poczucia bezpieczeństwa jednostki, którego z kolei istotą jest samorefleksja i związana z nią kontrola przebiegu swego życia: samo rozumienie, leżące u podstaw tożsamości późnej nowoczesności. Konstruowanie tożsamości jako projekt refleksyjny (wobec izolacji egzystencjalnej wymuszonej przez procesy charakterystyczne dla społeczeństw nowoczesnych) polega na tym właśnie, że „jednostka musi znaleźć swoją tożsamość pośród strategii i możliwości wyboru, jakich dostarczają systemy abstrakcyjne”⁴⁰, wdrażając przy tym, w kontekście systemów eksperckich, do których przynależy, „program samorealizacji i samodoskonalenia”⁴¹. Jednak budowanie tożsamości w odniesieniu do systemu eksperckiego możliwe jest tylko wtedy, gdy nie istnieją wątpliwości dotyczące legitymizowania „eksperckości” owego systemu. Z punktu widzenia bezpieczeństwa

³⁸ Interesującym przykładem jest tu ekspercki system medycyny. Lekarze dysponują zarówno kompetencjami z zakresu wykonawstwa technicznego, jak i profesjonalnego z zawodu. Wobec wyraźnego społecznego konstruowania tych pierwszych, drugie mogłyby wydawać się, strukturalnie, zbędne. Zwróćmy jednak uwagę, że rola aksjologicznych elementów profesjonalnego samoopisu wydaje się wprost proporcjonalna do tego, w jakim stopniu dane kompetencje wykonawcze uznawane są za ekskluzywne. By przekonać się, że sytuacja wiedzy medycznej (a ściślej lekarskiej) nie jest tu jednoznaczna, wystarczy zajrzeć do Internetu: nieporównanie więcej tam wpisów dotyczących samodzielnych diagnoz i samodzielnego leczenia niż np. odnoszących się do samodzielnych napraw lub konstruowania samochodów.

³⁹ A. Giddens, *Konsekwencje nowoczesności*, op. cit. s. 62.

⁴⁰ Ibidem, s. 87.

⁴¹ A. Giddens, *Nowoczesność i tożsamość*, op. cit. s. 21.

(już nie tylko zawodowego, ale wręcz ontologicznego) PR-owca czy dziennikarza, zdecydowanie pożądane jest, by, po pierwsze, konstruować swój zawód jak system ekspercki (tożsamość), po drugie – by tak też ten zawód był rekonstruowany społecznie (wizerunek).

Zaufanie a system ekspercki PR

Specyficzna sytuacja systemu eksperckiego, jakim jest (chce być?) PR, wynika z jeszcze jednego faktu: PR, jak wiadomo, jest aktywnością ~~po~~zostającą w bliskim związku z zaufaniem. Jeśli próbujemy na przykład rozstrzygnąć kwestie relacji między PR a marketingiem, często wskazuje się (w teorii, wypowiedziach praktyków itp.), że cele marketingu pozostają sprzedażowe, PR zaś wiąże się z dążeniem do zdobycia zaufania grup docelowych. Kategoria zaufania jest tu więc kategorią kluczową, i to w podwójnym znaczeniu. Bowiem w nowoczesnym społeczeństwie ryzyka to właśnie zaufanie stanowi swoistą siłę konstruującą relacje społeczne: „natura instytucji nowoczesnych jest mocno związana z mechanizmami zaufania do systemów abstrakcyjnych” – podkreśla Giddens⁴². W społeczeństwach nowoczesnych, ze względu na pierwotne wykorzenie, wiarygodność relacji między dobrze znającymi się (z bezpośrednich interakcji) jednostkami została, w znacznym stopniu, zastąpiona wiarygodnością systemów eksperckich, która ma – w istocie – całkowicie inną naturę. Wiarygodność ta nie wiąże się już bowiem ze zobowiązaniem imiennym (zawierzeniem w sytuacjach współobecności), ale z zaufaniem w systemy abstrakcyjne⁴³, w środki symboliczne lub systemy eksperckie⁴⁴. Zaufanie, będące zawsze „zawierzeniem wiarygodności człowieka czy systemu w odniesieniu do danej sytuacji czy wydarzenia”, jest, według Giddensa, wiarą w „prawość lub miłość drugiej osoby” (w społeczeństwach tradycyjnych) lub też „w poprawność abstrakcyjnych założeń (wiedzę techniczną)”⁴⁵ (w społeczeństwach później nowoczesności).

Z definicji systemów eksperckich, jako odnoszących się do zespołu „wiedzy tajemnej”, wynika wprost, że relacja między jednostką a owymi systemami może polegać tylko i wyłącznie na zaufaniu, którego istotą jest świadomość potencjalnego ryzyka, połączona jednak z głębokim przekonaniem, że system będzie funkcjonował jak należy (taki akt zaufania realizujemy każdorazowo wsiadając do samochodu lub samolotu). Podstawami tak rozumianego zaufania jest słaba wiedza indukcyjna

⁴² A. Giddens, *Konsekwencje nowoczesności*, op. cit. s. 60.

⁴³ Rozróżnienie zawierzenia i zaufania nie jest przez Giddensa stosowane konsekwentnie. Ponieważ jednak zaufanie uznawane jest za zjawisko definiujące późną nowoczesność, kategorii tej używam właśnie w odniesieniu do tego typu formacji społecznych. Zawierzenie wiąże więc ze społeczeństwami tradycyjnymi.

⁴⁴ A. Giddens, *Konsekwencje nowoczesności*, op. cit., s. 57.

⁴⁵ Ibidem, s. 25.

(w zasadzie mniej więcej wiemy, dlaczego samolot nie spada, a samochód trzyma się drogi) oraz elementy pragmatycznego doświadczenia (wypadki samochodowe, tym bardziej lotnicze, zdarzają się stosunkowo rzadko), przede wszystkim jednak, powtórzmy: zaufanie, że systemy działają jak po winny. Skąd to wiadomo? Ano stąd właśnie, że samoloty raczej nie spadają, a samochody raczej trzymają się dróg. Jak jednak zweryfikować właściwe działanie systemów profesjonalnych, takich jak dziennikarstwo czy PR? Nie można tego zaobserwować tak, jak sprawnego działania urządzeń technicznych (samochód nie działa, a po interwencji systemu profesjonalnego w postaci mechanika działać zaczyna), nie można uogólnić też na podstawie własnych doświadczeń. Oczywiście istnieją (teoretycznie) w jakimś stopniu zestandaryzowane narzędzia badania efektywności PR czy, dajmy na to, wpływu wolnych mediów na świadomość obywateli, narzędzia te są jednak całkowicie nieadaptowalne do myślenia potocznego. Skąd może więc brać się, potencjalnie, zaufanie do tego typu systemów eksperckich? Być może właśnie z przekonania, że działają one według i w imię zasad moralnych: dobra społecznego i dobra jednostki; że istnieje system samoregulacji, który te standardy wymusza; że profesjonaliści są do realizowania tych standardów, w jakiś sposób, obligowani. Czym więc różni się „dziennikarz” od „nie-dziennikarza”? Tym, że ten pierwszy jest niezależny i pisze prawdę dla dobra społecznego. Czym różni się PR-owiec od spin-doktora? Tym, że ten pierwszy działa uczciwie, z poszanowaniem godności osoby i oczywiście prawdy, ten drugi zaś manipuluje odbiorcą i oczernia konkurencję. Zauważmy, jest to w istocie mechanizm przeniesiony ze społeczeństw przednowoczesnych, w których mieliśmy do czynienia z zawierzeniem prawości jednostek. Niestety, taka transpozycja musi odbijać się na funkcjonalności mechanizmu. Bo wiem, przypomnijmy, cechą deficytową zaufania, jako tworu w istocie nowoczesnego, jest to właśnie, że odnosi się do tego, czemu nie możemy zawierzyć, zaufanie zawsze niesie ze sobą świadomość tego, że nie możemy w każdej chwili sprawdzić danego systemu (właśnie dlatego, że jest to system ekspercki – gdybyśmy mogli go sprawdzić, przestałby w naszej opinii takim być). Natomiast wszyscy czujemy się przecież ekspertami od moralności – nie jest to wiedza/kompetencja techniczna (nieдоступna laikom) czy tajemnicza. Krótko mówiąc – można zawierzyć PR-owcowi X, ale PR, jako systemowi eksperckiemu, można tylko zaufać. Akt zawierzenia przekreśla bowiem możliwość konstruowania systemu jako eksperckiego. „Zaufanie, pisze Giddens, zawsze jest w pewnym sensie ślepe”⁴⁶, realizuje się bowiem wyłącznie na bazie przekonania, że nie posiadam wystarczających kompetencji, by skontrolować (i ewentualnie samemu zrealizować) działanie reprezentantów systemu, który uważam za ekspercki. Różnicę między zawierzeniem a zaufaniem, tak jak rozumiem ją w niniejszym tekście, dobrze ilustrują wyniki badań dotyczących społecznego zaufania (w sensie potocznym) do dziennikarzy: nie zawierzam konkretnym dziennikarzom (nie znam ich!), ale ufam

⁴⁶ Ibidem, s. 24.

dziennikarstwu jako takiemu (przyznając tej profesji ważną rolę w społeczeństwach demokratycznych). Zaufanie jest więc wiarą w poprawność nieznanych nam zasad i wiedzy tajemnej („zaufanie potrzebne jest bowiem tylko wówczas, gdy mamy do czynienia z niewiedzą”⁴⁷); zawierzenie zaś to wiara w moralną uczciwość, zbudowana na bazie bezpośredniej interakcji⁴⁸.

Zaufanie, jako „środowisko interakcji z systemami abstrakcyjnymi”⁴⁹, dotyczy zarówno środków symbolicznych (pieniądz, władza itp.), jak i – co istotniejsze – systemów eksperckich. Jeśli rekonstruując swoją relację z systemem nie jako relację zaufania, ale zawierzenia (wiem, że są uczciwi PR-owcy, spotkałem ich w życiu), podaję jednocześnie w wątpliwość legitymizację owego systemu jako systemu eksperckiego. Stąd właśnie rola samoregulacji, która konstruuje jako etycznych nie tyle pojedynczych PR-owców, ile PR jak taki – czyniąc z niego jednocześnie potencjalny przedmiot relacji zaufania, tym samym zaś – legitymizując go jako system ekspercki.

Bibliografia

- Bertrand C-J., *Media Ethics and Accountability Systems*, New Brunswick–London 2002.
- Bourdieu P., *Dystynkcja: społeczna krytyka władzy sądowniczej*, przeł. P. Biłos, Warszawa 2005.
- Foucault M., *Archeologia wiedzy*, przeł. A. Siemek, Warszawa 2002.
- Foucault M., *Nadzorować i karać. Narodziny więzienia*, przeł. T. Komendant, Warszawa 1998.
- Foucault M., *Trzeba bronić społeczeństwa. Wykłady w Collège de France*, przeł. M. Kowalska, Warszawa 1998.
- Giddens A., *Konsekwencje nowoczesności*, przeł. E. Klekot, Kraków 2008.
- Giddens A., *Nowoczesność i tożsamość. „Ja” i społeczeństwo w epoce późnej nowoczesności*, przeł. A. Szulżycka, Warszawa 2010.
- Habermas J., *Strukturalne przeobrażenia sfery publicznej*, przeł. W. Lipnik, Warszawa 2007.
- Habermas and the Public Sphere*, ed. C. Calhoun, 1999.
- Jackall R., Hirota J.M., *Image Makers. Advertising, Public Relations, and the Ethos of Advocacy*, Chicago–London 2000.
- Jastrzębski J., *Kodeksy etyki dziennikarskiej jako narzędzie promowania własnego środowiska*, [w:] *W lustrze. Wizerunek mediów własny*, red. I. Borkowski, A. Woźny, Wrocław 2002.
- Jastrzębski J., *Na rynku wartości. O mediach i etyce dziennikarskiej*, Wrocław 2009.

⁴⁷ Ibidem, s. 64.

⁴⁸ Ibidem, s. 24.

⁴⁹ A. Giddens, *Nowoczesność i tożsamość*, op. cit. s. 14.

- Luhmann N., *Realność mediów masowych*, przeł. J. Barbacka, Wrocław 2010.
- Macierzyński W.Ł., *Public Relations w opinii Polaków. Perspektywa czasu niepewności*, Radom 2008.
- Maffesoli M., *Czas plemion. Schyłek indywidualizmu w społeczeństwach ponowoczesnych*, przeł. M. Bucholc, Warszawa 2011.
- Simmel G., *Filozofia pieniądza*, przeł. A. Przyłębski, Poznań 1997.
- Stasiuk-Krajewska K., *Polityczne public relations – o trudnościach pojęciowych*, [w:] *Media a komunikowanie polityczne*, red. M. Sokołowski, Toruń 2009.
- The Public Relations Handbook*, ed. A. Theaker, London–New York 2006.
- Thompson J.B., *Media i nowoczesność. Społeczna teoria mediów*, przeł. I. Mielnik, Wrocław 2001.
- Wagner A., *Zaufać mediom? Analiza mechanizmów samoopisu prasy w sytuacjach kryzysowych*, Kraków 2010.

Marek Jeziński

Uniwersytet Mikołaja Kopernika, Toruń

Tekst w działaniu – tekst w badaniu. O wielokodowości przekazu w teledysku *Mamona* „Republiki”

Problematyka badań tekstów kulturowych obejmuje refleksję nad różnorodnymi aspektami funkcjonowania przekazów w kulturze. Odnosi się ona do podejść skupiających się na wybranych aspektach działalności człowieka, ogólnych ramach funkcjonowania kultury i jej oddziaływaniu na jednostki oraz grupy ludzkie. Badania te oddają zróżnicowanie strukturalne, genetyczne i funkcjonalne aspektów kultury jako pewnej usystematyzowanej i kompletnej całości, determinującej w substancjalny sposób jakość życia całych społeczeństw i ich przedstawicieli. Elementy i aspekty kultury, manifestowane jako teksty, poddawane badaniom ujawniają z jednej strony znaczenia nakładane na tekst w momencie jego wytworzenia, z drugiej zaś – znaczenia tworzone przez odbiorcę podczas percypowania i dekodowania przekazu.

W niniejszym artykule skupimy się na wytworach artystycznej działalności, jakimi są piosenka i towarzysząca jej forma promocji pod postacią teledysku. Muzyczne wideo jest w tym kontekście pewnego typu tekstem, który przybiera postać krótkiego filmu ilustrującego utwór muzyczny. Może on być dopełnieniem fabularnym piosenki lub też jedynie przenieść niezwiązane z treścią utworu sceny czy obrazy. Za pomocą podejścia do zjawisk kulturowych, jakim jest sejsmologia mitologiczna, można dekodować znaczenia, jakie generuje dany tekst, w tym przypadku teledysk muzyczny, w układzie nadawca–odbiorca. Cechą konstytutywną wideoklipu jest jego ilustracyjny charakter, jednak od danego artysty zależy, w jaki sposób cechy te oraz związane z nimi funkcje określony teledysk będzie wypełniał. Jako przykład zastosowania tego podejścia wybrano teledysk do utworu *Mamona* zespołu „Republika”. Jest on interesujący z niniejszej perspektywy między innymi dlatego, że w *Mamonie* grupa przedstawiła widzowi oryginalny obraz, odwołujący

się w warstwie fabularnej do wielu kodów, które wymagają od widza-słuchacza określonych kompetencji kulturowych.

1. Sejsmologia mitologiczna a sztuki wizualne

Sejsmologia mitologiczna jako podejście w badaniach kulturowych skupia się na analizie tekstów, najczęściej związanych z materialnymi wytworami kultury¹. W tym podejściu teksty ujmowane są jako wszelkiego rodzaju komunikaty oraz manifestacje ludzkich działań. Należą do nich:

- (a) teksty posiadające pewną materialność – rozumianą w sposób fizyczny, związaną z nośnikiem, za pomocą którego są rozpowszechniane, oraz
- (b) teksty pozbawione fizycznie rozumianej materialności, bo wbrew istniejącej jedynie w określonych warunkach ich kontekstowej manifestacji.

Do pierwszej grupy należeć będzie, przykładowo, wiersz, artykuł w czasopiśmie, książka, teledysk, płyta czy film nagrany i zapisany na taśmie filmowej, twardym dysku czy płycie DVD, zaś do drugiej kategorii oglądany przez badacza występ, koncert na żywo czy przedstawienie teatralne lub baletowe. Materialność będzie wiązała się tu z pewnym typem zapisu, w jakim istnieje dany tekst – w pierwszym przypadku związane jest to z fizycznym nośnikiem, takim jak płyta CD/DVD, papier, dysk, w drugim – świadectwem, jakie daje badacz lub obserwator, oglądający i relacjonujący istniejący do pewnego stopnia niematerialnie przekaz kulturowy, który manifestuje się jedynie w momencie jego wykonywania przez jednostki i grupy ludzkie. Co naturalne, powyższa kategoria tekstów odnosi się nie tylko do przekazów artystycznych, ale ma także zastosowanie w przypadku przekazów związanych z życiem codziennym, pracą zawodową czy rutynowymi praktykami, które są aspektami ludzkiej działalności.

Istotną grupę tekstów w podejściu sejsmologii mitologicznej stanowią przekazy wizualne – często istniejące materialnie w postaci zapisu określonego typu. Należą do nich teledyski, filmy, zapisy nagrań z życia codziennego etc. Materialność związana jest tu z istnieniem fizycznego nośnika, jakim jest taśma filmowa czy – współcześnie częstsze – plik wideo. To, co wyróżnia tę kategorię tekstów, to konieczność dekodowania jej w pierwszym rzędzie za pomocą wzroku – do tej grupy tekstów należeć będzie teledysk będący przedmiotem niniejszego studium.

W zakresie analizy materiałów wizualnych, a za takie muszą zostać uznane teledyski muzyczne ilustrujące piosenki jakiegoś wykonawcy, uwagę należy zwrócić na kwestie związane z takimi wyznacznikami formalnymi tekstu jak figury, postaci, ramy tekstu, perspektywa oraz materialność przekazu wizualnego (to, co jest obserwowane, jest w jakimś sensie reprezentacją rzeczywistości, a to z kolei oznacza

¹ Szerzej na temat krytycznego podejścia do zjawisk kulturowych związanego z paradygmatem studiów kulturowych zob., między innymi, Barker 2005, Hall 1992.

fizyczne istnienie – w krajobrazie/terenie, na zdjęciu, na filmowej taśmie czy współcześnie na nośniku cyfrowym) (Banks 2009; Rose 2010).

Osobne miejsce w tak prowadzonych badaniach zajmuje kategoria narracji połączona z tendencją określaną mianem wzrokocentryzmu, a więc nastawienia istot ludzkich na odbieranie bodźców typu wzrokowego jako tych, które są uprzywilejowane wobec innych bodźców, i skupiania się na tym, co zostaje przez człowieka percypowane za pomocą oczu. Jak zaobserwował Marcus Banks (2009: 39):

łatwo dostrzegalne jest uprzywilejowanie wzroku kosztem innych zmysłów we współczesnych społeczeństwach Zachodu. Szczególne znaczenie wzrokowego sposobu poznawania świata łączy się z nadejściem nowoczesności, a następnie ponowoczesności, po części ze względu na wysyp otaczających nas obrazów (w prasie, telewizji, na billboardach, itp.), który nastąpił w tych epokach, a po części dlatego, że – jak zauważył francuski socjolog Michel Foucault – spojrzenie stało się narzędziem i środkiem sprawowania władzy.

Treść obrazu filmowego, zdjęć, programów telewizyjnych to jedna z najważniejszych dostępnych obserwacji wzrokowej i interpretacji warstw wyrażania treści w jakimś dziele. Równie istotne są, i na to zwracają uwagę badacze z zakresu studiów kulturowych, także uwarunkowania kontekstowe, które sprzyjają kodowaniu i dekodowaniu znaczeń ukrytych, odwołujących się do szerszego obiegu kultury i jej definiowania zachowań ludzkich i ich reprezentacji w sztuce. Zwracam tym samym w niniejszej pracy uwagę na holistyczny charakter specyficznego aktu komunikacji, jakim jest teledysk, płyta, plakat promocyjny w ich kontekstowym sposobie funkcjonowania kulturowego.

Wzrokocentryzm prowadzi jednak do wystąpienia określonego typu zakłóceń, związanych z dekodowaniem i rejestrowaniem przekazu, który oglądany jest przez badacza. Uprzywilejowana pozycja wzroku pośród zmysłów, jakimi dysponuje człowiek, prowadzić może do nadmiernej ufności w doświadczenie wzrokowe, co wiąże się z możliwością nadinterpretowania symboli i znaków występujących w przekazach. Dodać do tego należy problemy, jakie mogą wystąpić na etapie kodowania materiału zgromadzonego przez badacza, czy sam fakt prowadzenia badań w grupie – i przez to możliwość kodowania materiału przez różne osoby: problemy kodowania, interpretowania i przypisywania określonych znaków elementom kodowanym nakładają się na możliwości percepcyjne badaczy, związane z niedoskonałością ich zmysłów.

2. Teledysk muzyczny jako forma artystyczna

Sztuka muzyczna i uprawiane działania promocyjne to część aktywności zawodowej artystów, którzy pragną ze swoją ofertą dotrzeć do określonej publiczności. Teledysk jest jedną z najpopularniejszych form transmitowania znaczeń przez wykonawcę do oczekującej na jego przekaź publiczności. Oznacza to, że wraz z rozwojem sztuki

przekaz słowny uzupełniano o kolejne elementy, które łącząc się, dawały nowe jakości – zarówno w kwestii przekazywania muzycznej treści owego przekazu, jak i jego odbioru. Piosenka stała się komercyjnym produktem, który należało odpowiednio opakować, zareklamować i sprzedać, co zaowocowało tym, że wykonawcy i ich managerowie zmuszeni byli poszerzać ofertę w rynkowym sensie – za utworem sprzedawanym początkowo jako nuty poszedł wynalazek płyty gramofonowej i jej następcy (taśma magnetofonowa, płyta CD i DVD) oraz coraz bardziej złożone strategie promocyjne, obejmujące trasy koncertowe, materiały promocyjne (zdjęcia, plakaty, reklamówki radiowe, prasowe i telewizyjne) oraz teledyski. Filmy ilustrujące piosenki stały się w krótkim czasie formami artystycznymi i niejednokrotnie same w sobie stanowiły i stanowią manifesty artystycznej estetyki, gustu czy idei, pokazując wizję twórczą nie tylko artysty, który dany wideoklip promuje, lecz także twórcy samego filmu.

Istotne z dzisiejszej perspektywy jest to, że muzyczne wideo jest elementem promocji na stałe niejako wpisanym w funkcjonowanie rynkowe danego wykonawcy – należy do arsenału środków artystycznych i komercyjnych, które mają podnieść sprzedaż płyt i biletów na koncerty, a więc mają generować zyski dla wykonawcy i jego wytwórni płytowej. Oznacza to nie tylko fakt, że artysta powinien posiadać odpowiedni budżet na zrealizowanie wideoklipu, zarezerwować sobie czas na podjęcie decyzji co do jego charakteru i ewentualnie wziąć udział w nagrywaniu, lecz także i to, że teledysk stał się elementem kreacji wizerunkowej muzyków tak samo ważnym jak płyta czy koncert. Innymi słowy, współczesny wykonawca muzyki popularnej to artysta, który przedstawia widzom ofertę złożoną również z odpowiednio dobranych ruchomych obrazów ilustrujących jego poczynania twórcze. Istotne jest także to, że wraz z rozwojem technologii (ogólnodostępne programy komputerowe do obróbki obrazu i dźwięku) i pojawieniem się nowych mediów (Internet) jako kanału dystrybucyjnego kosztu promocji i realizacji wideoklipów znacząco spadły – ilustrację filmową piosenki można wykonać w zasadzie w domu, stosując aparat cyfrowy, kamerę internetową lub telefon komórkowy, a następnie umieścić w internetowych portalach muzycznych lub filmowych w celach promocji artystycznej.

W publikacji dotyczącej muzyki popularnej i jej związków z ideologią (Jeziński 2011) zwracałem uwagę, że teledyski muzyczne zazwyczaj, po pierwsze, przybierają postać realistycznego odzwierciedlenia sytuacji, która ma/miała miejsce w rzeczywistości (np. jako relacja z koncertu jakiegoś wykonawcy albo filmowy zapis pracy w studio, np. „Dire Straits”, *Sultans of Swing*), po drugie, stanowią przedstawienie fikcyjnej sytuacji, która naśladuje rzeczywistość, co oznacza, że teledysk ma postać krótkiego filmu opowiadającego jakąś realistyczną historię, rozgrywającą się według określonego scenariusza (film o narracyjnej formie, zawierający wydarzenia, postaci, relacje między nimi etc. – np. *Paradise* oraz *Talk* zespołu „Coldplay” czy *Don't Phunk With My Heart* „Black Eyed Peas”), po trzecie, są ilustracjami narracyjnymi o formie realistycznej lub nie, przybierającymi często formę animacji pozostającej w poetyce realizmu definiowanego przez autora filmu, i wreszcie po czwarte, nie stanowią

mimetycznej rejestracji rzeczywistości, lecz – nie posługując się formą narracyjną ani linearną – ciąg abstrakcyjnych ujęć, obrazów, pełniąc jedynie funkcje estetyczne („Agressiva 69”, *Poranna wiadomość*; „Tales of Nod”, *Chambers in Green*, no. 50). Podział ten nie stano wi, z założenia, klasyfikacji rozłącznej – możliwe są formy teledysków mieszające dwie lub kilka wysz szczególnionych konwencji ilustrowania piosenek (jak ma to miejsce choćby w wideoklipie *Let’s Get It Started* „Black Eyed Peas”). Można uznać, że zależnie od wyobraźni i możliwości technicznych artystów kreujących znaczenia w teledyskach realistycznego potraktowania konwencji teledysku można spodziewać się w równym stopniu, co chęci ucieczki od owego realizmu – treści i znaczenia zawarte w teledyskach ograniczone są jedynie wyobraźnią autorów scenariusza i reżysera całego projektu, a więc ludzi, którzy posiadają określoną wizję artystyczną i próbują wcielać ją w życie za pomocą ilustracji do muzycznego utworu. Światy realizmu i tego, co nierealistyczne, łączą się ze sobą w twórczej interakcji, generując znaczenia i tworząc przestrzeń dla znaczeń zawartych w treści słownej i formie muzycznej utworu, który ilustrują.

Zwróćmy ponadto uwagę na złożoność komunikatu, jakim jest wideoklip: angażuje on zasadniczo dwa podstawowe zmysły ludzkie, jakimi są wzrok i słuch. Przez ucho dociera do odbiorcy nie tylko warstwa muzyczna i tekstowa – zawarta zazwyczaj w utworze, do którego produkowany jest teledysk – ale także dodatkowe dźwięki występujące i teksty wypowiedzane w samym filmie ilustrującym utwór. Takie dźwiękowe dodatki mogą być typowe dla wideoklipów – warstwa przedstawieniowa związana z obrazem nadbudowuje także dodatkowe dźwiękowe znaczenia. Z kolei zmysł wzroku obserwuje sam obraz, a więc odwzorowanie rzeczywistości, jej deformację i przekształcanie, czy też negowanie rzeczywistości na filmie oraz symbole, które mogą się pojawiać w obrazie, będące częścią portretowanej sceny (jak choćby napis na budynku, przy którym przechodzi aktor w teledysku) lub będące wynikiem nałożenia symboli na film w trakcie postprodukcji dzieła. Obejmują więc one jakiegokolwiek treści, napisy, symbole, znaki, grafiki, a więc wszelkiego rodzaju kody symboliczne służące ludziom do komunikowania się, do generowania znaczeń i do przenoszenia treści pomiędzy nadawcą a odbiorcą. W omawianym tu kontekście ta ostatnia kwestia zdaje się problemem o fundamentalnym znaczeniu – teledysk produkowany jest niemal zawsze po to, by przekazywać zdefiniowane przez nadawcę znaczenia, w związku z czym obie sfery zmysłowe angażowane do dekodowania przekazu wideo (wzrok i słuch) używane są jako kanały percepcyjne do odbierania znaczeń.

Konstytutywnymi cechami teledysku muzycznego, na których skupimy się w pierwszym rzędzie w niniejszym szkicu, są przede wszystkim:

- (a) ilustracyjny charakter wideo;
- (b) narracyjność;
- (c) założenie o istnieniu wirtualnego odbiorcy, który będzie dekodował i rozumiał przekaz nawiązujący do definiowanych społecznie realiów sytuacji odbiorczej; oraz

- (d) generowanie znaczeń związanych z korespondencją sztuk akustycznych i wizualnych. Wszystkie te aspekty funkcjonowania wideoklipów muzycznych sprawiają, że ich aspekt funkcjonalno-strukturalny oddziałuje na słuchacza.

3. Wielokodowość w działaniu – *Mamona* „Republiki”

Spróbujmy spojrzenie sejsmografii mitologicznej zastosować na przykładzie tekstu, który niesie ze sobą znaczenia nie tylko jawne, ale i ukryte, gdzie obok siebie funkcjonuje kilka poziomów odniesień, a tym samym – kilka możliwych układów interpretacyjnych tekstu. Odwołajmy się do wydanego na płycie dzieła muzycznego, które zyskało dzięki inicjatywie twórców oprawę wizualną, mianowicie do piosenki *Mamona* grupy „Republika” i towarzyszącego jej teledysku. Ujęcie tematu badania odwoływać się będzie do tekstu mającego kilka warstw kodowania. Jest on złożony z:

- słów piosenki;
- muzyki czy szerzej – warstwy dźwiękowej utworu;
- motywów kulturowych umieszczonych w innych utworach, znanych z kultury popularnej, a podobnych do tego, co zamieściła w swej piosence „Republika” (funkcjonujące jako tematyka piosenek, ich tytuły oraz motywy wykorzystane w tekstach); oraz
- obrazu filmowego (teledysku).

Każda z tych warstw pełni inne role w procesie dekodowania i interpretowania dzieła i składa się z innych wyznaczników formalnych ją definiujących, co dla niniejszego studium oznacza, że zwrócenie uwagi na aspekty konatywne i emocyjne w aspektach funkcjonalnym i strukturalnym tworzy pola semantyczno-semiotyczne generujące dodatkowe znaczenia. Nie mniej istotną kwestią będzie tu ukazanie problematyki funkcjonowania dzieła w przestrzeni publicznej – wszystkie wskazane wyżej warstwy mogą być publikowane i dystrybuowane oddzielnie jako osobne elementy kulturowe, niezależnie od faktu, że wspólnie składają się one na całość dzieła docierającego do odbiorcy. Osobność ta oznacza, że tekst utworu może zostać opublikowany jako zapis na papierze (gazeta) czy w formie elektronicznej (na stronie internetowej zbierającej teksty piosenek) – można z nim obcować niezależnie od samej piosenki. Podobnie muzyka – piosenka może być przez odbiorcę wysłuchana, jednak nie zawsze będzie on w stanie dekodować przekaz tekstowy, można bowiem usłyszeć piosenkę jedynie fragmentarycznie (choćby jako urywek audycji radiowej) czy też w warunkach uniemożliwiających oddzielenie i zrozumienie warstwy słownej – zależne jest to od możliwości percepcyjnych odbiorcy w danym momencie (przykładowo: to sytuacja, w której zbyt duże szумы ze środowiska pozwolą na zarejestrowanie aranżacji czy melodii utworu, ale z kolei uniemożliwią rozpoznanie całości tekstu czy jego fragmentów). Wreszcie teledysk – można go obejrzeć jako całość (ścieżka dźwiękowa plus obraz), ale także jedynie jako obraz pozbawiony ścieżki

dźwiękowej jako element programu telewizyjnego czy za pośrednictwem stron internetowych. Także i tu możliwe są zakłócenia, uniemożliwiające percepcję dzieła artystycznego: fragmentaryczność przekazu, jego niepełność, szumy z otoczenia etc. Wszystko to sprawia, że holistyczne potraktowanie jakiegoś dzieła powinno zostać ukazane w kontekście elementów na nie się składających i jego funkcjonowania w kontekstach kulturowych.

Dodajmy, że z punktu widzenia tematu niniejszego artykułu takie elementy jak tekst utworu, jego warstwa muzyczna, odniesienia do innych utworów muzyki popularnej zawierającej motywy, które są obecne w *Mamonié*², czy kontekst występowania na płycie zostaną pominięte, skupimy się zaś na warstwie wizualnej towarzyszącego piosence teledysku, emitowanego w stacjach telewizyjnych, dostępnego obecnie w Internecie.

Zauważmy, że w wideoklipie *Mamona* do czynienia mamy z ograniczoną ilością elementów symbolicznych, które jednak generują bardzo wiele skojarzeń i otwierają szerokie pola konotacyjne. Mamy tu zatem cztery elementy, które w teledysku stanowią grupę odniesień symbolicznych, czyli:

- złoto,
- monety/pieniądze,
- człowiek/ludzie,
- deformacja ciała ludzkiego.

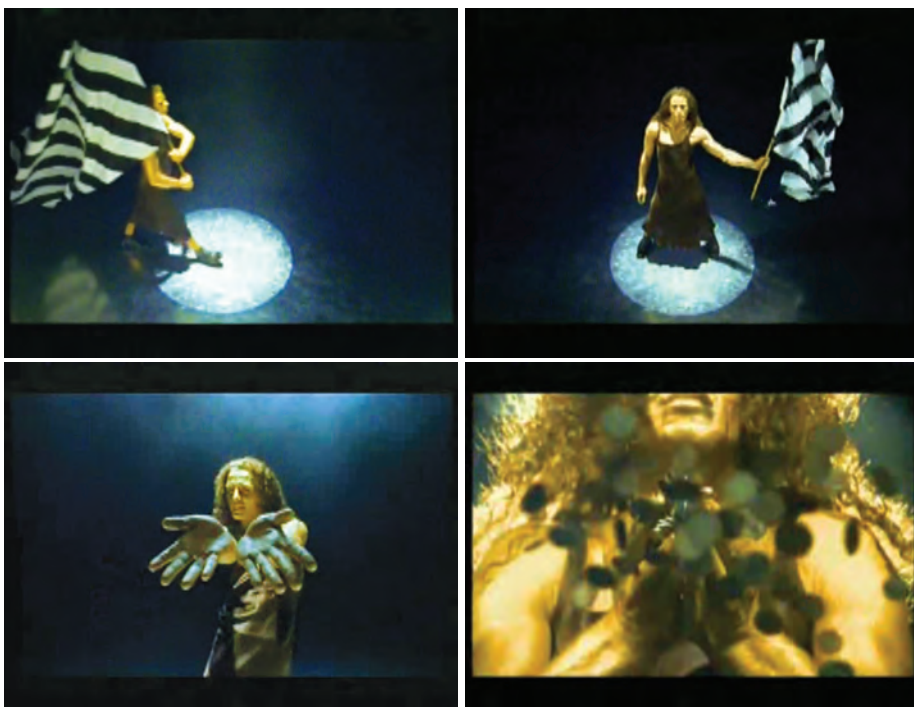
Dodatkowym elementem konstrukcyjnym jest udział muzyków zespołu, którzy – ubrani całkowicie na czarno – poruszają się w tak muzyki, wokalista zaś śpiewa tekst piosenki.

² Motywy złota i pieniędzy występują relatywnie często w popkulturze – muzyka popularna nie jest tu wyjątkiem. Jest to bowiem popularny temat piosenek, uwieczniany w tytułach oraz w tekstach. Poprzez użycie takiego tytułu nadawca zwraca uwagę na pewien program literacko-artystyczny, używając symbolicznych konotacji związanych z symboliką złota i pieniędzy, utrwalonych w kulturze Zachodu. Przykładowo konotacje ze „złotem” występują w takich utworach, jak: *Gold* – „Spandau Ballet”, *Hart of Gold* – Neila Younga, *Fool’s Gold* – „Thin Lizzy”, by wymienić tylko nieliczne. Z kolei „pieniądze” występują w *Money’s Too Tight to Mention* – „Simply Red”, *Money’s not Our God* – „Killing Joke”, *Money Talks* – „AC/DC”. Uznać należy, że najpopularniejsze piosenki opowiadające o naświetlanym tu problemie to *Money, Money, Money* „Abby”, *The Money Song* (znana też jako *Money Makes that World Goes Round*) z filmu i musicalu *Kabaret* Boba Fossa oraz – co szczególnie istotne w kontekście piosenek rockowych – *Money* grupy „Pink Floyd” z płyty *The Dark Side of the Moon*. Zestawienie to uzupełnić należy o utwór *Money (That’s What I Want)* – śpiewany przez niezliczone rzesze wykonawców, głównie w latach sześćdziesiątych XX wieku, jednak warto zwrócić tu uwagę na dwa wykonania – „The Doors” (zawarte na bootlegowym zapisie koncertu z Kopenhagi z 1968: *Apocalypse Now*) oraz „The Beatles”, z wiodącym wokalem Johna Lennona (znane z drugiej płyty grupy – *With the Beatles*). Można zatem założyć, że właśnie ta ostatnia trójka wykonawców – „Pink Floyd”, „The Beatles”, „The Doors” – jest w omawianym kontekście utworu „Republiki” najistotniejsza: archetypowy temat kulturowy został tu bowiem sportretowany przez jedne z najbardziej wpływowych rockowych grup w historii.

Mamy tym samym w teledysku do *Mamony* dwa przenikające się plany:

- (a) quasi-realistyczną filmową ilustrację piosenki, zazwyczaj zawartą w teledyskach, a więc zespół wykonujący swój utwór (na scenie, na koncercie, w zaaranżowanych wnętrzach, w wymyślonych sytuacjach tworzących konkretną konstrukcję fabularną). Jest to typowa ilustracja piosenek – znana z dosłownie tysięcy wideoklipów, powielająca pewien schemat konstrukcyjny. Nietypowość teledysku „Republiki” polega tu na nietypowej sytuacji, w jakiej sportretowany jest zespół – muzycy zgrupowani zostali na małej przestrzeni w niezidentyfikowanym malowanym na czarno pokoju lub scenie teatralnej/w studio. Na stojących blisko siebie członków Republiki spadają z góry banknoty dolarowe – dosłownie ich zasypując; w konsekwencji muzycy toną w pieniądzu.
- (b) scenkę aktorską, w której bierze udział dwóch mężczyzn: (1) pomalowany na złoto długowłosego tancerza ubranego w damską sukienkę i męskie buty oraz (2) ubranego w formalny strój – jednorzędowy garnitur i czarne okulary, którego wygląd może budzić skojarzenia ze statusem polityka czy może przestępcy w stylu znanym z filmów Quentina Tarantino.

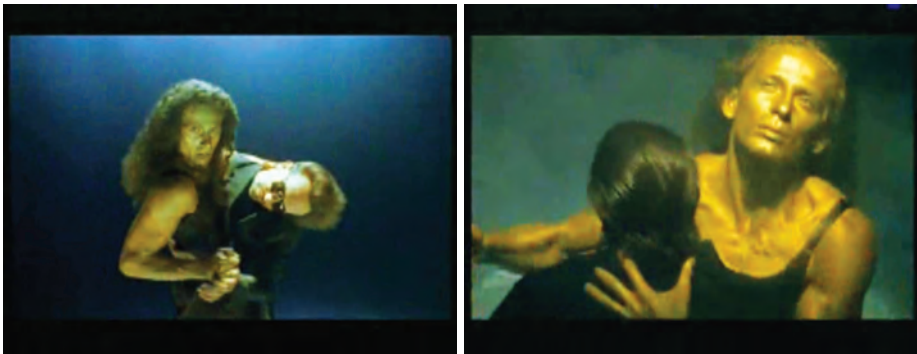
Główną postacią całego teledysku jest Złoty C złowiek – tańczy on częściowo samotnie proste układy choreograficzne, wykonuje gesty w stronę widza, patrzy



Fot. 1–4

w obiektyw, pokazując widzom dłonie, kręcąc głową i włosami, przesypuje pomiędzy palcami złote monety, które w innych scenach sypią się także na jego czarne buty. Pojawia się on w pierwszej scenie wideoklipu niosąc biało-czarną flagę – symbol zespołu „Republika”, obecną – jak można zauważyć – chociażby w drugim teledysku grupy *Poranna wiadomość* (towarzyszącemu płycie *Nieustanne tango*). [Fot. 1–4]

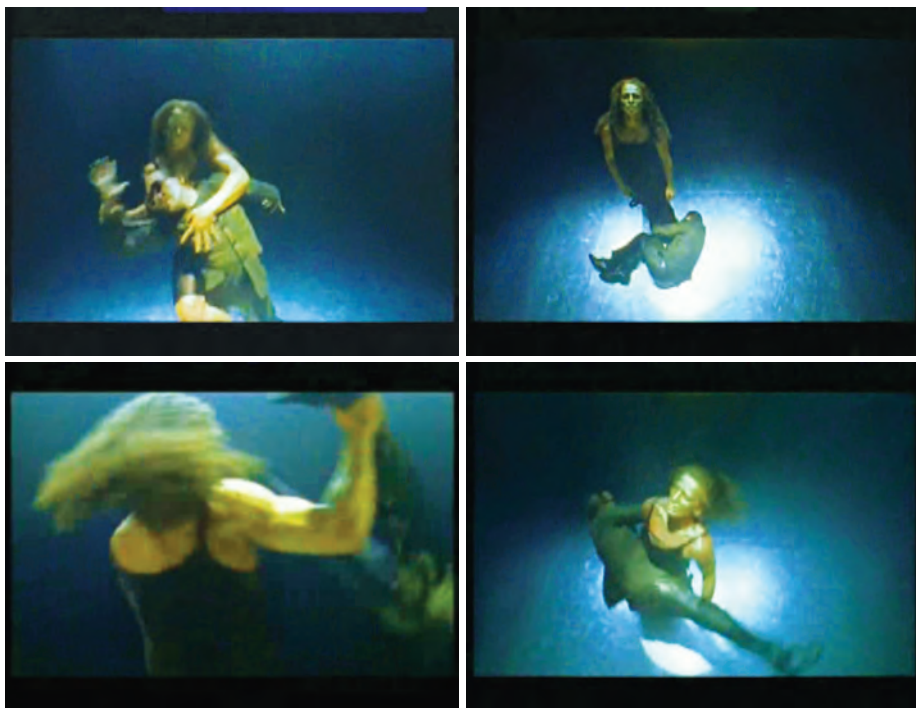
Aktorzy tańczą ze sobą układy tanga – co stanowi konkretne odniesienie muzyczne w warstwie kulturowej. Chodzi bowiem nie tylko o tango jako popularny taniec towarzyski, ale także o dwojakie odniesienia do polskiej kultury popularnej. Jest to, z jednej strony, bezpośrednie odwołanie się do historii zespołu – druga płyta „Republiki” nosiła, przypomniany powyżej, tytuł *Nieustanne tango*, a wielkim przebojem stał się tytułowy utwór z tego albumu, z drugiej strony natomiast, jest to przywołanie największego polskiego przeboju lat dziewięćdziesiątych XX wieku – *Takie tango* „Budki Suflera”. Ten ostatni trop odczytywać należy także w warstwie symbolicznej – zakorzenione w historii polskiego rocka lat siedemdziesiątych i osiemdziesiątych grupy wróciły na szczyty popularności właśnie dzięki odniesieniu się do tanga – muzycznemu („Budka Suflera”) lub ikonicznemu („Republika”). [Fot. 5–6]



Fot. 5–6

Sportretowany w wideoklipie taniec kończy się tragicznie dla czło wieka ubranego w garnitur – coraz szybsze i bardziej wymagające układy taneczne powodują, że człowiek ten traci grunt pod nogami, ślania się, upada, wrzecz – zamienia się w manekina, którego Złoty Człowiek obraca wokół siebie i ostatecznie odrzuca od siebie, kręcąc się wokół własnej osi [Fot. 7–10]. Pożądanie złota i bogactwa kończy się śmiercią z rąk Złotego Człowieka, co jest kolejnym odniesieniem do *Nieustannego tanga* – w tekście tego utworu padają wszak słowa:

Oto piękna fordanserka,
Która dawno zmarła w moich rękach, w moich rękach
Tańczę z nią, bo taniec trwa
Dalej tańczmy tango
Nieustanne tango



Fot. 7–10

Najistotniejszym elementem teledysku „Republiki” jest odwołanie symboliczne do występujących tam symbolicznych elementów: złota i monet. Budują one podstawowe ramy odniesienia dla działań postaci przestawionych w filmie oraz dla widza. Oba te elementy są w kulturze Zachodu nacechowane symbolicznie, a ich waga jest poświadczona licznymi świadectwami obecnymi w źródłach oraz odniesieniach kulturowych.

I tak złoto jest symbolem królów, monarchów, doskonałości, sukcesu, bogactwa, słońca, ale też boskości, niezniszczalności i wieczności – ze złota robione były korony królewskie, z niego sporządza się małżeńskie obrączki mające symbolizować nierozdzielny związek dwojga poślubionych. Osoby zasobne w złoto cieszą się społecznym prestiżem, a ich bogactwa są obiektem pożądania i zazdrości współobywateli. Kulturową rolę złota poświadczają mity greckie oraz starotestamentowe i chrześcijańskie. W tych pierwszych mamy do czynienia z wyprawą Jazona i Argonautów po złote runo, motywem boskości Zeusa, który jako złoty deszcz zszedł na ziemię i uwiódł zamkniętą w wieży Danae i wreszcie, co w teledysku „Republiki” najbardziej widoczne – motywem króla Frygii Midasa, który pożądaną złota otrzymał unikalny dar zamieniania w ów kruszec wszystkiego, czego dotknął, co niemal doprowadziło go do śmierci.

Jak podaje Pierre Grimal (2008: 235–236), motyw Midasa funkcjonował w greckiej mitologii w kilku opowieściach różniących się wymową – były to historie o utraconych złudzeniach, pogoni za bogactwem, podejmowaniu niewłaściwych decyzji, które kończą się gniewem bogów (za krzywdzący Apolla werdykt wydany przez Midasa w sporze Apolla z Marsjaszem król ów został ukarany oślimi uszami), czy symbolicznym utożsamieniu złota z najbardziej pożądanym przez człowieka w danym momencie dobrem (woda na pustyni). Niezależnie od fabularnej warstwy opowieści³, Midas to przykład połączenia pragnienia życia z pożądaniem śmierci, dojścia do ostatecznej granicy, którą miało mu zapewnić nieprzebrane bogactwo.

Innym niezwykle istotnym elementem mitologii starożytnych Greków była wiara w istnienie mitu Złotego Wieku – na początku czasów historycznych, za panowania Kronosa. Był to okres, który charakteryzował się dobrobytem, doskonałością, całkowitą harmonią i brakiem podziałów w społeczeństwach ludzkich, Ziemia bowiem rodziła samorzutnie wszelkie dobra, do których wypracowania konieczne jest obecnie użycie sił człowieka. Ludzie żyli wówczas wolni od trosk, pracy i zmartwień. Innymi słowy, mit Złotego Wieku jest projekcją marzenia o idealnym stanie społecznym, gdzie wszystko istnieje w całkowitym porządku i gdzie – używając socjologicznego języka związanego z teorią funkcjonalizmu – osiągnięto całkowitą systemową homeostazę, a więc stan pożądanego ładu społecznego (w rzeczywistości społeczeństwo dąży do takowego stanu homeostazy, jednak jego osiągnięcie nigdy nie jest możliwe, bowiem w każdym społeczeństwie zdarzają się dysfunkcjonalne stany patologiczne).

Również Stary Testament potwierdza rolę złota w życiu codziennym elit politycznych i religijnych oraz patriarchów Izraela – odwołania do tego kuszcza symbolizującego bogactwo pojawiają się przy dziejach tak ważnych dla starotestamentowej historii postaci, jak Salomon czy Abraham. Dodajmy, że w Biblii złoto pojawia się bardzo wcześnie, bowiem wymienione zostało po raz pierwszy w drugim rozdziale Księgi Rodzaju (2, 10–12) – topograficznym opisie terenów Edenu:

A rzeka wychodziła z Eden dla odwilżenia sadu; i stamtąd dzieliła się na cztery główne rzeki:
Imię jednej Fyson; ta okrąża całą ziemię Hewila, gdzie się rodzi złoto.
A złoto ziemi onej jest wyborne.

Podobnie w chrześcijańskich mitach mamy do czynienia z szczególną rolą złota – jest to jeden z trzech darów ofiarowanych przez Mędrców ze Wschodu nowo narodzonemu Jezusowi (przynieśli Mu w darze złoto, kadzidło i mirrę), zaś sam Jezus, Maryja i święci przedstawiani są w ikonografii chrześcijańskiej ze złotymi aureolami wokół głów – był to jeden z najważniejszych kolorów używanych w malarstwie

³ Grimal (2009) podaje, że historie (znacząco zróżnicowane pod względem treści), których bohaterem był Midas, znaleźć można u wielkich starożytnych historyków i poetów: Plutarcha, Owidiusza, Klaudiusza Eliana, Hygjanusa, Pliniusza Starszego czy Cyncerona. Wynika z tego, że opowieści o jego perypetiach powstawały w różnych okresach historycznych, były przekazywane w różnych formach i cieszyły się w świecie starożytnym popularnością.

sakralnym. Z tego też skojarzenia wywodzą się złote zdobienia kościołów i cerkwi – mające symbolizować, z jednej strony, chwałę Chrystusa – największego z królów, a z drugiej strony – potęgę Kościoła jako instytucji religijnej, społecznej i politycznej. Ponadto, pieniądze odegrały kluczową rolę w historii odkupienia, jako nagroda dla Judasza za wskazanie Jezusa – nowotestamentowe srebrniki stały się symbolem wszelkiej zdrady dokonywanej za pieniądze.

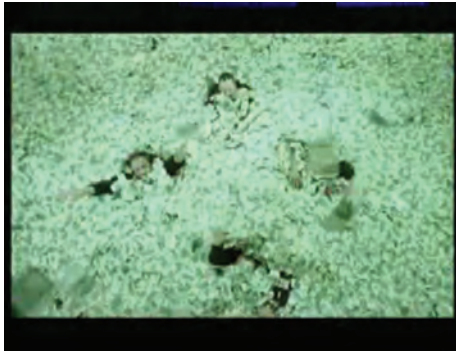
Na podobnych zasadach złoto funkcjonuje w kulturze współczesnej – czego przykładami są działania banków oferujących złote konto czy złotą kartę kredytową. Złoto jest obecne także na co dzień w językowych wypowiedziach i związkach frazeologicznych: „złota młodzież”, „złoty człowiek”, „złote gody”, „złoty środek”, „złote góry”, „złoty interes”, „żyła złota”, „złoty podział odcinka” oraz w przysłowiach: „nie wszystko złoto, co się świeci” czy „mowa jest srebrem, milczenie złotem”.

Z kolei sypiące się monety i banknoty uosabiają siłę pieniądza, niezależnie od systemu społeczno-politycznego, w jakim żyje jednostka. Podobnie jak w przypadku złota, konotacje związane z pieniędzmi odzwierciedlone są w języku codziennym, powiedzeniach i przysłowiach: „prawdziwe/fałszywe pieniądze”, „pieniądz rodzi pieniądze”, „pieniądze szczęścia nie dają”, „spać na pieniądzach”, „pieniądze nie rosną na drzewach” czy „pieniądze nie spadają z nieba”. Pieniądze są popularnym motywem występującym w sennikach – pojawiając się w marzeniach sennych, są oznaką wyczekiwania na bogactwo, zmianę losu, czy też są marzeniem o dobrobycie.

W teledysku pośród sypiących się pieniędzy stoją muzycy zespołu – zabarwione na zielono dosłownie spadają na nich z nieba, jednak efektem nadmiaru banknotów jest powolna śmierć pod stosami pieniędzy. Scena ta uosabia marzenia wielu ludzi – o posiadaniu niezliczonej ilości banknotów (co oznaczać ma władzę i bogactwo), jednak w konsekwencji sytuacja zamienia się w antytezę owego marzenia. Ludzie toną w banknotach, brodząc w nich – kolejno – po kolana, po pas, po szyję, wreszcie – znad morza pieniędzy wystają już tylko głowy i usta. Z jednej strony, muzycy zostają zasypani dolarami, z drugiej – widać, że machający rękoma ludzie, tonąc, starają się wydobyć na powierzchnię, co rodzić musi skojarzenia z bagnem. Pieniądze wciągają zatem postaci, które umierają niczym pochłaniane przez bagienne mokradła, mając świadomość procesu powolnej śmierci. Jest to ostatnia scena teledysku, stawiająca znak równości pomiędzy bagnem a pieniędzmi, naznaczonymi w tym kontekście jednoznacznie negatywnie, co stanowi tym samym kodę filmu o zdecydowanej symbolicznej wymowie [Fot. 11–17].

Równie istotnym symbolicznym elementem teledysku jest czło wiek pomalowany na złoty kolor, dekodowanie którego należy przeprowadzić w oparciu o dwa tropy, związane z odniesieniami kulturowymi, którymi są:

- (a) legenda o złotym człowieku występująca w Ameryce Południowej w okresie konkwisty i później – aż do czasów współczesnych, oraz
- (b) podejmowana świadomie transformacja ciała ludzkiego – manifestowana jako pomalowanie twarzy, rąk i torsu na określony kolor.



Fot. 11–17

Wyszczególnione tu konotacje należy rozszerzyć o kwestie związane z funkcjonowaniem ciała w kulturach Zachodu, społecznego konstruowania ciała oraz użycia go w praktykach kulturowych. Używając języka Michela Foucault, odnoszącego się do ciała, w teledysku widzimy zderzenie ciała produktywnego – mężczyzna ubrany w garnitur – z ciałem nieproduktywnym – Złoty Człowiek związane z subwersją dyscyplinarną natury funkcjonalnej: Złoty Człowiek jest funkcjonalny dla systemu jako całości, odnosząc się do sfery symbolicznej. Na konotacje z tym związane nałożona jest metaforyka płci i odwrócenia ról z niej wynikających: mężczyzna przebrany jest za kobietę, funkcjonuje w tańcu na zasadach przypisanych społecznie kobiecie, jednak dominuje on w kontakcie z jednostką, której cechy męskie nie ulegają podważeniu. Role te są powiązane z atrybutami męskości i kobiecości w kulturach Zachodu, jednak opozycyjna para: mężczyzna–kobieta uprzywilejowuje w teledysku „Republiki” ten drugi człon, inaczej niż dzieje się to w polskich warunkach kulturowych [Fot. 18–19].



Fot. 18–19

Warto tu jednak zwrócić uwagę, że mężczyzna – Złoty Człowiek – to kreacja ciężająca raczej w stronę rytualnego transwestytyzmu niż w stronę zaprzeczenia cech męskich poprzez strój i atrybuty płci (długie kręcone włosy). W związku z powyższym w miejsce opozycji: męskie–żeńskie pojawić się powinna opozycja męskie–kobieco-męskie, a więc o nieustalanej kategoryzacji płciowej. Zakładamy bowiem, że sportretowany w wideoklipie mężczyzna ubrany w sukienkę to kreacja nacechowana płciowo – nie jest on reprezentantem kategorii nie-męskie/nie-kobiece, co kierowałoby interpretację tej postaci w stronę androginizmu i aseksualności. W teledysku Republiki jest odwrotnie – złoto, pieniądze, bogactwo mają się kojarzyć z płcią, seksualnością, atrakcyjnością erotyczną (której atrybutem mają być długie włosy aktora), budząc u widza skojarzenia: pieniądze – seksualność oraz pożądanie bogactwa i władzy – pożądanie seksualne. To bowiem rola męska (człowiek w garniturze) cały czas dąży do kontaktu z rolą kobiecą – pragnie tańczyć, obejmuje rękoma partnera/partnerkę oraz dąży do fizycznej bliskości, jest jednak odpychana, wreszcie – umiera.

Paralelnie do tego wizualnego skojarzenia pada w tekście słowo „ prostytutka”, co przenosić może interpretację w stronę nacechowania erotycznego użytych w filmie symboli, zaś fakt, że w tańcu spotykają się dwaj mężczyźni, z których jeden może okazać się osobą o skłonnościach do transwestytyzmu, wzbogaca warstwę symboliczną o element perwersji (sukienka, pomalowana twarz, włosy, płynne ruchy).

Złoty Człowiek występujący w teledysku *Mamona* jest częścią legend południowoamerykańskich okresu poprzedzającego konkwistę. Jedno z indiańskich plemion – Czibczowie znad położonego wysoko w Andach jeziora Guatavita – podczas ceremonii intronizacji nowego władcy mieli zwyczaj obсыпать złotym proszkiem pomalowanego uprzednio klejącą masą kauczukową nagiego wodza, który przybierał postać człowieka ze złota (Besala, Lis, Krawiec 2008: 552; Haughton 2008: 105). W relacjach konkwistadorów funkcjonował on pod wziętą z języka hiszpańskiego nazwą – *el hombre dorado*, czyli właśnie „człowiek ze złota”. Opowieść ta przyczyniła się do powstania podań na temat mitycznego indiańskiego miejsca – Eldorado, krainy lub miasta ze złota. Legendarne skarby pobudzały do działania poszukiwaczy niemal od samego początku konkwisty – od połowy XVI wieku: starania Hermana Peresa de Quesada, Gonzala Jimeneza de Quesady, Antonia de Sepulveda czy relacje angielskiego poszukiwacza sir Waltera Raleigha zawarte w poczytnej książce *The Discovery of the Large Rich and Beautiful Empire of Guyana with a Relation of the Great Golden City of Manoa* (gdzie informacja o istnieniu złotego miasta zawarta została już na poziomie tytułu dzieła) przyczyniły się w istotny sposób do rozpowszechnienia się informacji i podań o tym, że w sercu dżungli nadal istnieją nieprzebrane złote skarby. Podejmowano w związku z tym kolejne wyprawy (również w XX i XXI wieku), które miały na celu odnalezienie o wego miejsca, jednak jak pisał Brian Haughton (2008: 106–107):

Mimo że poszukiwania trwają już od 450 lat, odkrycie Eldorado wcale nie wydaje się bliższe niż w połowie XVI wieku. Określenie samo w sobie stało się metaforą pełnej determinacji pogoni za bogactwem, które nieustannie wymyka się szukającym [...]. Bez wątpienia znajdziemy jeszcze wiele miast w bezmiarze amazońskiej dżungli, ale Eldorado, czy Złoty Człowiek albo Złote Miasto, istnieją raczej tylko w umysłach ludzi opętanych obsesją łatwego wzbogacenia się.

Samo poszukiwanie Eldorado stało się w ciągu wieków symbolicznym dążeniem nie tylko do bogactwa, ale także spełnienia, szczęścia i, podobnie jak Święty Graal, osiągnięcia czegoś, co trudno osiągalne. Znalazło także liczne reprezentacje w kulturze popularnej, wchodząc do kanonu najpopularniejszych wątków tematycznych i zagadek cywilizacyjnych, których rozwiązania ludzkość bezskutecznie poszukuje.

Wątek ten zaczął funkcjonować jako popularny topos literacki (choćby wiersz Edgara Alana Poe *Eldorado* czy opowiadanie Philipa K. Dicka *Złoty Człowiek*) i znalazł odzwierciedlenie w licznych dziełach w sztuce, również w sztuce popularnej – nie tylko literaturze, ale funkcjonuje on także jako słowo w tytułach piosenek i płyt (choćby piosenka *Eldorado* Kanadyjczyka Neila Younga czy płyta o tym samym

tytule nagrana przez brytyjską grupę „Electric Light Orchestra”) oraz jako temat w sztuce filmowej. Przykłady pochodzące z tej ostatniej dziedziny są bardzo liczne, zakorzenione już w kulturze popularnej – jak choćby *Goldfinger* w reżyserii Guya Hamiltona (z 1964 roku) z serii filmów o agencie Jamesie Bondzie, wymieńmy jednak dodatkowe dwie przypuszczalnie najbardziej zapadające w pamięć kreacje artystyczne – *Eldorado* w reżyserii Carlosa Saury (z 1988 roku) oraz *Aguirre, Gniew Boży* w reżyserii Wernera Herzoga (z 1972 roku) z niezwykle sugestywną kreacją Klausa Kinskiego i nastrojową muzyką zespołu „Popol Vuh” (wydaną także na płycie pod tytułem: *Aguirre* z 1975 roku), doskonale podkreślającą niepokojący klimat całego obrazu niemieckiego reżysera⁴. Ten ostatni film jest o tyle interesujący, że sam stał się podstawą do kolejnych trawestacji, substancjalnie oddziałując na wyobraźnię innych twórców – czego dowodem piosenka grupy „Armia” *Aguirre* pochodząca z pierwszej płyty zespołu *Anti-Armia* (z 1988 roku).

Z kolei podejmowana świadomie transformacja ciała ludzkiego, a więc malowanie części ciała na różne kolory, wiąże się z różnorodnymi funkcjami, jakie pełni w społeczeństwach maska i jej warianty (zasłanianie czy zmienianie koloru części ciała ludzkiego, tatuowanie się). Inspiracje pochodzą tu ze świata natury, gdzie niektóre zwierzęta opanowały sztukę mimetycznego upodobniania się do elementów środowiska poprzez zmianę kolorów (przykładowo – kameleon) lub ich maskujące użycie (tygrys, lew, papugi). Człowiek wykorzystuje ten trop, malując części ciała lub nakładając maski i przebrania, przy czym zmiany takie mają zastosowanie w różnych aspektach działalności ludzkiej. Do najważniejszych należą tu funkcje militarne (maskujący mundur i malowanie twarzy i ciała mające przerazić przeciwnika), religijne (kapłani w rytualnych maskach i zdobieniach ciała), związane z sytuacją społeczną jednostki (tatuowanie więźniów, przestępców, wykonawców określonych zawodów), artystyczne (sceniczny makijaż aktora czy piosenkacza) czy te związane z zdobyciem partnera (makijaż, różne sposoby podkreślania atrakcyjności jednostki). Ciało poddawane jest transformacjom, które w symboliczny sposób mają podkreślić status jednostki występującej w kontekstach społecznych w zmienionej postaci i używającej maskowania dla określonych celów.

W takich też kontekstach pojawia się Złoty Człowiek w teledysku „Republiki”. Odwołując się do legendy o *el hombre dorado* oraz rytualnego malowania ciała, stanowi on symboliczne ucieleśnienie obu tych tropów. Przedstawia bowiem pożądanie złota jako drogiego kruszcu – człowiek w garniturze cały czas dąży do fizycznej bliskości, chcąc osiąść upersonifikowane bogactwo i złoto. Jednocześnie pomalowanie ciała na złoto staje się kostiumem scenicznym – ludzie w wideoklipie

⁴ Warto tu przypomnieć, że „Popol Vuh” zadbał o sugestywną oprawę muzyczną także innych filmów Wernera Herzoga z lat siedemdziesiątych i osiemdziesiątych XX wieku – takich jak *Szklane serce* (1976), *Nosferatu wampir* (1979), *Fitzcarraldo* (1982), *Cobra Verde* (1988) czy *Zagadka Kasparsa Hauzera* (1974), zaś lider grupy Florian Fricke zagrał jedną z ról (postaci imieniem Florian) w ostatnim z wymienionych filmów.

wykonują taniec – i równoległe rytualnym, bowiem scena tańca przywodzić może na myśl adorowanie starotestamentowego złotego cielca przez prowadzony przez Mojżesza lud Izraela. Zacytujmy odpowiednie fragmenty Księgi Wyjścia (32: 1–4; oraz 32: 19–20), dotyczące sporządzenia przez Izraelitów figurki ze złota i reakcji Mojżesza na ów kult:

A widząc lud, iż omieszkiwał M ojzesz zejść z góry, tedy zebrał się lud pr zeciw Aaronowi, i mówili do niego: Wstań, uczyn nam bogi, którzyby szli przed nami. Tedy im rzekł Aaron: Odejmijcie nausznicze złote, które są na uszach żon waszych, synów waszych, i córek waszych, a przynieście do mnie. [...] [Aar on] odebrał z ręku ich, wykształtował je rylcem i uczynił z nich cielca odlewane. [...]

I stało się, gdy się przybliżył do obozu, że ujrział cielca i tańce [...]. Wziął też cielca, którego byli uczynili, i spalił go w ogniu, i skruszył go aż na proch [...].

Z takim też przedstawieniem sytuacji mamy do czynienia w teledysku – człowiek w garniturze tańczy i przytula Złotego Człowieka, kładzie się u jego nóg i wreszcie zostaje przezeń odrzucony – i symbolicznie, i fizycznie, bowiem ponosi śmierć z jego rąk. Biblijny złoty cielec oznaczał świadome zejście przez lud z drogi wskazanej przez Jahwe, oddawana mu cześć kłóciła się z nowo wszczepianą wiarą. Dla postaci z wideoklipu najwyraźniej pożądanie złota jest



Fot. 20

jedyną prawdziwą religią, dla której jednostka ta gotowa jest na najwyższe poświęcenie i największą ofiarę. Oprócz owej realnej śmierci, w filmie widz ogląda też jej symbolizację – w jednej ze scen Złoty Człowiek ma położone na oczach monety, co jest przywołaniem starożytnych rytuałów pogrzebowych, gdzie zmarłemu zamknięte oczy zasłaniano monetami, które miały być pomocne w zaświatach, by przywołać jedynie znany z mitów greckich wąż o zapłacie w obolach dla przewoźnika Charona za przepłynięcie łodzią przez Styks do krainy umarłych [Fot. 20].

Warto wskazać binarne opozycje, które wyznaczają oś akcji teledysku oraz do pewnego stopnia dookreślają postaci w nim występujące:

życie – śmierć
 ruch – stagnacja
 człowiek – manekin
 męczyzna – nie-męczyzna
 męskie – kobiece
 grupa ludzi – osamotniony człowiek
 posiadanie pieniędzy – brak pieniędzy
 puste – pełne
 kolor złoty – kolor czarny

Opozycje te zazwyczaj współwystępują w kadrach wideoklipu, tworząc uzupełniające się symboliczne układy odniesienia; co istotne, dzieje się tak także wówczas, gdy w kadrze obecny jest tylko jeden z wymienionych elementów. Są one bowiem na tyle silnie nacechowane symbolicznie, że wzbudzają motywowane kulturowo skojarzenia, odnoszące się bezpośrednio do elementu, który zostaje sportretowany w kadrze, oraz pośrednio (właśnie poprzez symboliczne nacechowanie) do elementu, który stanowi jego opozycję – wywołaną skojarzeniowo. Przykładowo scena, w której Żłoty Człowiek ma na oczach złote monety, odwołuje się do rytuałów pogrzebowych, co oznacza, że obraz w teledysku oznaczający śmierć (reprezentowany jako ciało zmarłego z monetami na oczach) odnosi się do jej opozycji, jaką jest kategoria 'życia' – wspólnie tworzą uzupełniające się społeczne odniesienie, zakorzenione we wszystkich w zasadzie kulturach świata. Zawierają one takie aspekty jak lęk każdej jednostki przed śmiercią, pożądanie życia, odbywanie przez żywych rytuałów pogrzebowych wobec zmarłego oraz antropomorfizacja śmierci.

Wszystkie plany symboliczne ujęte w teledysku przenikają się, dążąc do rozwiązania, jakim jest śmierć poszczególnych postaci – aktorów oraz muzyków. Śmierć przybiera tu postać realną lub symboliczną. Ta pierwsza odnosi się do czło wieka w garniturze oraz zespołu – są oni uśmierceni fizycznie: aktor poprzez działania Żłotego Człowieka, zaś członkowie „Republiki” zostają zasypani przez syjące się z góry banknoty – tonąc w pieniądzech. Z kolei wymiar symboliczny dotyczy pomalowanego złotą farbą aktora, który – jak wskazano powyżej – pojawia się w jednej ze scen ze złotymi monetami na oczach, grając rolę symbolicznego zmarłego. Całość akcji filmu we wszystkich planach prowadzona jest do dramatycznego rozwiązania, jakim jest uśmiercenie występujących w nim postaci, co ma przywołać zakorzenione w kulturze europejskiej obrazy śmierci, jako naturalnego elementu cyklu życia każdej jednostki. Sportretowane tu dążenie ku śmierci wraz z rozwojem akcji teledysku nabiera przyspieszenia w obu planach fabularnych. Ruchy członków zespołu są coraz bardziej rozpaczliwe (w końcówce filmu widać tylko wystające ponad banknoty ruce członków grupy i usta Ciechowskiego – do końca śpiewającego refren utworu), zaś ruchy aktorów – coraz bardziej gwałtowne i nacechowane dramatyzmem. Dodać trzeba, że „Republika” odwołuje się tu w warstwie wizualnej do jednego z pierwszych swoich teledysków *Śmierci w bikini* z 1983 roku, gdzie bohater umiera na oszczędnie wyposażonej sali szpitalnej i wędruje w zaświaty – ku światłu, zaś śmierć wyłania się z mgły pod postacią kobiecego manekina. Tak jak odwoływania do średnio-wiecznych przedstawień śmierci dominowały w *Śmierci w bikini*, tak w *Mamonie* głównym punktem odniesienia stały się motywy wzięte z Antyku – poprzez czytelnie nawiązanie do legend i mitów greckich, staro- i nowotestamentowych. Mamy tym samym w wideoklipie sportretowany ludzki pęd ku śmierci – w tym przypadku szczególnie, bowiem stymulowany przez społecznie pożądane dobra, jakimi są złoto i pieniądze.

Uwagi końcowe

W teledysku do *Mamony* „Republika” zaprezentowała widzom interesujący i oryginalny obraz, który generuje liczne kody i uaktywnia konotacje symboliczne, odwołując się do kompetencji kulturowych odbiorcy. W warstwie fabularnej za pomocą nielicznych symboli (ludzie, pieniądze, złoto) nawiązano do wielu kodów konotacyjnych, które – z założenia – w znaczącym stopniu angażują widza jako aktywnego twórcę znaczeń, wynikających bezpośrednio z treści przedstawionej przez zespół w filmie. Będący ilustracją filmową piosenki teledysk nadbudowuje liczne znaczenia wizualne, które – stojąc w opozycji do tekstu piosenki – uzupełniają jego wymowę oraz, co już właściwe jedynie wideoklipowi, dodają nowe tropy interpretacyjne. Co istotne jednak, zarówno tekst utworu, jak i teledysk zakorzenione są w symbolice kulturowej, do której bezpośrednio się odnoszą, wzbogacając w znaczący sposób interpretację utworu. Nawiązania do kultury Antyku oraz symboliki złota i pieniędzy nie są bowiem obecne w słowach utworu, opowiadających o rozterkach twórcy, pragnącego poprzez pisanie piosenek pozyskać środki materialne do życia (podmiot liryczny przez tworzenie stara się zarobić pieniądze). Warstwa wizualna zaprezentowana w filmie przez „Republikę” poszerza pole skojarzeniowe poprzez liczne odniesienia (wskazane w artykule), nadając konotacjom uniwersalny charakter – odwołując się do silnych emocji doświadczanych przez ludzi pod wpływem pieniędzy czy złota i wywołujących w nich niepożądane ze społecznego punktu widzenia cechy.

Bibliografia

- Banks M. (2009), *Materiały wizualne w badaniach jakościowych*, Warszawa.
- Barker Ch. (2005), *Studia kulturowe. Teoria i praktyka*, Kraków.
- Besala J., Lis D., Krawiec A. (2008), *Tajemnice historii*, Poznań.
- Biblia to jest całe pismo święte starego i nowego testamentu*, Warszawa bdw.
- Grimal P. (2008), *Słownik mitologii greckiej i rzymskiej*, Wrocław–Warszawa–Kraków.
- Hall S. (1992), *Cultural Studies and its Theoretical Legacies*, [w:] *Cultural Studies*, ed. L. Grossberg i in., London.
- Haughton B. (2008), *Ukryta historia*, Poznań.
- Jeziński M. (2011), *Muzyka popularna jako wehikuł ideologiczny*, Toruń.
- Rose G. (2010), *Interpretacja materiałów wizualnych. Krytyczna metodologia badań nad wizualnością*, Warszawa.

Jan Pleszczyński

Uniwersytet Marii Curie Skłodowskiej, Lublin

Status epistemologiczny autorytetu

Autorytet to – także – pojęcie epistemologiczne. Powoływanie się na autorytety jest powszechnie stosowanym i akceptowanym sposobem uzasadniania przekonań i wzmacniania wspólnotowych obrazów świata. Autorytety traktowane są jako jedno z najbardziej wiarygodnych źródeł wiedzy; stanowią drogowskazy indywidualnych wyborów, wskazują na to, co wartościowe, chronią przed popełnieniem błędu. Autorytety nie tylko oszczędzają zwykłym ludziom wysiłku samodzielnie zdobywania wielu bardzo istotnych doświadczeń życiowych, ale też redukują ryzyko związane z tego typu samodzielnością poznawczą. Autorytety są nie tylko mocnym gwarantem jakości epistemicznej wiedzy, którą im przypisujemy, ale przede wszystkim gwarantem wartości i postaw, które sobą reprezentują.

Nieustannie mówi się o kryzysie autorytetów; dzisiaj też. Jednak „kryzys” to pojęcie diagnostyczne – wskazuje na jakiś stan przesilenia, którego ostateczny wynik jest jeszcze niepewny. Natomiast, jak się wydaje, obecnie nie można już mówić o autorytetach w takim sensie, jaki przypisywaliśmy im jeszcze kilkanaście, a nawet kilka lat temu. Powinniśmy więc raczej mówić o rewolucji, a nie o kryzysie. Rewolucję tę wywołała i podtrzymuje – bo ma ona charakter ewolucji permanentnej – dynamika przemian w sferze komunikacji; prowadzi to do radykalnej zmiany statusu autorytetu. W artykule próbuję zatem określić ów nowy status, rozpatrując tę problematykę w kontekście epistemologicznym. W tym celu bardzo szkicowo prezentuję model, w którym komunikacja jest kluczową relacją epistemiczną. Autorytety bowiem formują się i są dekonstruowane w procesach komunikacji¹.

¹ Szersze omówienie tej problematyki znajdzie się w książce pt. *Epistemologia komunikacji medialnej*, która – mam nadzieję – ukaże się w 2013 roku w Wydawnictwie UMCS w Lublinie. Zob. też: J. Pleszczyński, *Wartości epistemiczne mediów tradycyjnych i nowych*, [w:] *Komunikowanie (się) w mediach elektronicznych*, red. M. Filiciak, G. Ptaszek, Warszawa 2009, s. 257–271.

Komunikacja – wyróżniona relacja poznawcza

Współczesna teoria poznania przywróciła rangę epistemologiczną wielu terminom, które klasyczna filozofia marginalizowała bądź z których nie korzystała w ogóle. Takie pojęcia jak komunikacja, media, społeczeństwo, autorytet, władza, zaufanie, konformizm itd. – kojarzące się bardziej z socjologią niż filozofią – wchodzą dziś w zakres podstawowej aparatury pojęciowej epistemologii. Niekoniecznie trzeba w tym widzieć jakiś kolejny zwrot w filozofii, rezygnację z jej autonomii czy przesunięcie ku socjologii. Przywoływane tu terminy zawsze przecież posiadały odniesienia i znaczenie epistemologiczne, tyle tylko, że w tradycyjnej teorii poznania znajdowały się w cieniu takich pojęć, jak wiedza, prawda, realizm itp. Jednak to, że czegoś nie dostrzegamy czy coś marginalizujemy, nie oznacza przecież, że to coś nie istnieje albo nie jest ważne. Dzisiaj, za sprawą mediów opartych na nowoczesnych technologiach, ranga epistemologiczna tych niedocenianych wcześniej terminów nie tylko jest już zauważana i podnoszona, ale też niebywale wzrosła w sensie obiektywnym – niezależnym od naszych subiektywnych zainteresowań teoriopoznawczych. Dzisiejsza komunikacja, tak różna od tej, z jaką mieliśmy do czynienia kilkadziesiąt czy więcej kilka lat temu, sprawia, że komunikacja i media – narzędzia komunikacji – stają się jednym z najważniejszych problemów nauki – także humanistyki i filozofii². Ludzka wiedza tworzy się wszak w komunikacji i bez żadnej przesady można dziś twierdzić, że współczesny człowiek prawie wszystko, co wie – wie z mediów³. Z mediów wiemy, jak wygląda sytuacja ekonomiczna nie tylko odległej Grecji, ale i miasta, w którym mieszkamy, na podstawie doniesień medialnych wybieramy radnych i posłów, kształtujemy sobie opinię o katastrofie smoleńskiej, z mediów dowiadujemy się o postępach medycyny i kosmologii, media mówią nam, kto jest wielkim poetą i kto jest autentycznym, a kto pozornym autorytetem. Od wiedzy medialnej nie ma ucieczki. Ludzie, którzy odcinają się od Internetu, telewizora i gazet, licząc na inne źródła poznania, tylko pozornie się od niej uwalniają; media infekują także inne źródła wiedzy, są pośrednio obecne nawet w komunikacji interpersonalnej, która w dynamicznych procesach poznawczych odgrywa rolę kluczową. To, że ja nie oglądam telewizji, nie ma znaczenia – moi rozmówcy oglądają.

Współczesne media ujawniły w całej doniosłości fundamentalną rolę, jaką komunikacja odgrywa w całości ludzkich procesów poznawczych; wykazały tym samym nieadekwatność kartezyjańskiego modelu epistemologicznego, bazującego na diadzie: podmiot – przedmiot. Według Kartezjusza relacje poznawcze są dwuargumentowe: z jednej strony jest aktywny podmiot-człowiek, z drugiej bierny przedmiot-świat.

² Zob. np. B. Skarga, *Innego końca świata nie będzie*, Kraków 2007, s. 320.

³ Gdy piszę tu o mediach, mam na myśli tzw. media masowe, tradycyjne i nowe. „Tzw.”, bo termin „masowe” można co najmniej dwójako rozumieć; odnosi się zarówno do „wielkiej liczby” uczestników komunikacji, jak i jej adresu. Komunikacja w bardzo małym gronie, a nawet pomiędzy dwiema osobami może przybierać formę komunikacji masowej.

Kartezjusz, a za nim główny nurt nowożytnej filozofii, nie dostrzegł (albo nie doceenił; nie mamy dostatecznych podstaw do rozstrzygnięcia, czy było to przeoczenie, czy świadoma decyzja) tego, że człowiek jest „zanurzony” nie tylko w świat fizyczny, ale też w świat społeczny, nie mniej realny od rzeczywistości materialnej. Nieuwzględnienie roli, jaką w procesach poznawczych odgrywa rzeczywistość społeczna, na kilka wieków ustaliło paradygmat epistemologiczny i skutkowało fałszywym opisem wyjściowej sytuacji poznawczej człowieka. Logicznym następstwem przyjęcia kartezjańskiej diady epistemologicznej była konieczność odwołania się do Boga jako instancji uprawomocniającej poznanie i szereg innych trudności, z którymi zwolennicy kartezjanizmu zmagają się do dziś – stojąc w istocie w tym samym punkcie, w którym pozostawił ich Kartezjusz⁴.

Antykartezjańsko ukierunkowana nowa epistemologia, której podstawowe idee sformułował jeszcze przed drugą wojną światową polski mikrobiolog i filozof Ludwik Fleck, a dopiero ćwierć wieku później rozwinął i upowszechnił Thomas Kuhn, podnosi, że ludzkie poznanie to relacja co najmniej trójargumentowa⁵. Relacje poznawcze zachodzą cyklicznie w „trójkącie epistemologicznym” wyznaczonym przez podmiot jednostkowy, podmiot zbiorowy i świat, a nie na osi: podmiot – przedmiot. W trójczłonowym modelu poznawczym wszystkie elementy epistemologiczne są współzależne i aktywne, wzajemnie na siebie działają i oddziałują; pole poznawcze człowieka jest więc dynamiczne.

Akceptacja idei nowej epistemologii może budzić i budzi opory choćby ze względu na niejasny status ontyczny podmiotu zbiorowego. W zachodnim kręgu kulturowym jesteśmy przyzwyczajeni do postrzegania świata w kategoriach substancji i rzeczy, zaś realność – pomimo całej tradycji wywodzącej się od Platona – przypisujemy raczej temu, co konkretne, a nie abstrakcyjnemu. Jednak abstrakcyjny charakter podmiotu zbiorowego – w pewnym uproszczeniu można go utożsamiać z szeroko rozumianą kulturą – nie odbiera mu realności; podmiot zbiorowy dysponuje realną mocą sprawczą, a jego działania i oddziaływania są równie rzeczywiste jak działania i oddziaływania innych materialnych i niematerialnych obiektów. Dziś wiemy, że struktura ontologiczna świata jest heteronomiczna; różnym jego elementom przysługuje różny stopień konkretności i abstrakcyjności, który współdecyduje o ich statusie ontologicznym, ale nie przesądza o ich realności⁶.

W trójczłonowym modelu epistemologicznym pole poznawcze wypełniają różnorakie relacje epistemiczne. Wyróżniona przez Kartezjusza relacja podmiot

⁴ Gwoli sprawiedliwości należy jednak dodać, że za paradygmatem kartezjańskim przemawiały (i nadal w znacznym stopniu przemawiają) sukcesy nauk przyrodniczych.

⁵ Zob. np. S. Magierska, E. Tuszkievicz, *Ludwik Fleck (1896–1961)*, „Biuletyn Informacyjny PAN/ Oddział w Lublinie” 1998, nr 2.

⁶ Zob. np. K.R. Popper, J.C. Eccles John, *The Self and Its Brain. An Argument for Interactionism*, London–New York 1983, s. 10. To, co uznajemy za rzeczywiste, zawsze obciążone jest wyborem o charakterze metafizycznym.

jednostkowy – świat jawi się w tej perspektywie tylko jako jedna z wzajemnie współzależnych relacji poznawczych: podmiot jednostkowy – świat, podmiot jednostkowy – podmiot zbiorowy i podmiot zbiorowy – świat. Model poznawczy nowej epistemologii odróżnia od modelu kartezjańskiego także to, że wszystkie relacje pola poznawczego mają charakter dwustronny, działają i oddziałują, tak więc zamiast z jedną mamy do czynienia z co najmniej sześcioma relacjami epistemicznymi.

Wśród tych różnorodnych relacji poznawczych jedna ma charakter szczególny; jest nią komunikacja⁷. Komunikacja jest – także, choć nie tylko – relacją epistemiczną. Wyjątkowość komunikacji jako relacji poznawczej polega na tym, że wszelka ludzka wiedza wytwarzana jest w procesach komunikacji. Bez komunikacji nie byłoby możliwe zontologizowanie się podmiotu zbiorowego – nazywanego kulturą, Popperowskim Trzecim Światem⁸, eksteligencją czy jeszcze jakoś inaczej⁹; człowiek pozostałby uwięziony w zwierzęcych formach poznawania – takich, do jakich można odnosić kartezjański model podmiot – przedmiot.

Właśnie ze względu na tę wyjątkową rolę komunikacji w procesach poznawczych tak wielkie znaczenie przypisuje się we współczesnej epistemologii mediom – narzędziom komunikacji. Dziś nie jesteśmy jeszcze w stanie określić, jaką rangę epistemologiczną należy przyznać nowym mediom opartym na nowoczesnych technologiach; wydaje się, że nie potrafimy ich nawet należycie sproblematyzować¹⁰. Niemniej jednak właśnie nowe media związane z Internetem w całej rozciągłości ukazały znaczenie komunikacji w procesach poznawania i powstawania wiedzy. Należy przy tym stale pamiętać, że media są czym innym niż komunikacja. Komunikacja, choć nie może istnieć bez nadawcy i odbiorcy, nie jest ani nadawcą, ani odbiorcą, ani żadnym materialnym obiektem¹¹. Jest relacją (epistemiczną, ale nie tylko), media natomiast są aktywnym uczestnikiem tej relacji. Rzecz jasna, różnym mediom przysługuje różna ranga epistemologiczna. Niewątpliwie największe znaczenie miał ewolucyjny wynalazek umożliwiający wykształcenie się zdolności mówienia. Język jest warunkiem *sine qua non* powstania kultury – podmiotu zbiorowego – i zarazem jej katalizatorem.

⁷ W perspektywie ontologicznej komunikacja jest relacją, ale rozpatrywana w kontekście pragmatycznym jest procesem; proces można traktować jako pochodną relacji.

⁸ Przypomnę, że Trzeci Świat według Poppera to świat wiedzy obiektywnej, obejmującej zapisane na różnorodnych nośnikach dziedzictwo kultury, oraz świat systemów teoretycznych, metod argumentacji itp. Zob. K.R. Popper, *Wiedza obiektywna. Ewolucyjna teoria epistemologiczna*, przeł. A. Chmielewski, Warszawa 1992.

⁹ Zob. I. Stewart, J. Cohen, *Wytwory rzeczywistości*, przeł. W. Stępień-Rudzka, Warszawa 2003.

¹⁰ Na niedostateczne sproblematyzowanie nowych mediów – mimo obfitości literatury na ich temat – zwracali dwa lata temu uwagę m.in. Marek Graszewicz i Dominik Lewiński w krótkim, acz ważnym (i kontrowersyjnym, ale taki był chyba zamiar autorów) artykule pt. *Co to jest społeczeństwo sieciowe i dlaczego ono nie istnieje?*, „Nowe Media” 2010, nr 1, s. 13–21.

¹¹ Zob. np. M. Fleischer, *Communication design czyli Projektowanie komunikacji*, Łódź 2010, s. 166.

Media: mowa, pismo, książka, telefon, gazeta, radio, telewizja, Internet itd., posiadają różny status ontyczny. Przez analogię do naturalnych aparatów światobrazu, które pośredniczą i uczestniczą w relacjach poznawczych człowieka ze światem, nieznanne w świecie zwierząt kulturowe i techniczne środki komunikacji można uznać za nie-naturalne aparaty światobrazu. Zabieg ten wydaje się pożyteczny, bowiem nie tylko podkreśla heterogeniczność i złożoność relacji epistemicznych typowych dla ludzi, ale zwraca też uwagę na to, że wszelkie formy komunikacji są zakorzenione w naturze. Skoro ludzkie poznanie to dynamiczna sieć wielu sprzężonych elementów o różnorodnych statusach ontycznych, w badaniach komunikacji konieczne są odwołania do nauk przyrodniczych, przede wszystkim do biologii¹². W wyjaśnianiu statusu epistemologicznego autorów wytytułów odwołania te są wręcz nieodzowne.

Autorytet – aprioryczny wzór osobowy

Słowo „autorytet” – bez względu na to, czy wypo wiadane z myślą o jakiejś konkretnej osobie albo jakiejś konkretnej instytucji, czy też po prostu z intencją zdefiniowania – stwarza kłopoty. Paul Ricoeur dopatrywał się źródeł tych trudności w samej idei autorytetu, prowadzącej do paradoksów i aporii; głównym problemem jest niemożność ostatecznego uprawomocnienia autorytetu¹³. To jest jednak spojrzenie filozofa analizującego pojęcia i poszukującego istoty czy znaczenia pojęć. W swojej codziennej praktyce życiowej zwykły człowiek ani nie potrzebuje, ani nie oczekuje żadnych ostatecznych uprawomocnień dla swoich przekonań; zadowala się uzasadnieniami, które uznaje za dostatecznie wiarygodne i które podziela dostatecznie duża liczba ludzi we wspólnocie, w której człowiek żyje. Wystarczający gwarant tego, że autorytet jest autentyczny, a nie pozorny, stanowi jego ugruntowana obecność w świadomości zbiorowej.

Analogicznie do biologicznego a priori, które wyznacza gatunkowe ramy ludzkiego poznania, istnieje także a priori kulturowe, również dyktujące epistemologiczne imperatywy. Innymi słowy, kultura określa pewne sposoby postrzegania świata i wymusza pewne zachowania. Każdy człowiek jest bardzo mocno zakorzeniony we własnej kulturze i niezwykle trudno mu (o ile w ogóle to możliwe) uwolnić się od narzuconego przez kulturę wspólnego obrazu świata. Indywidualne światobrazy, na które składają się przekonania, wiedza, uprzedzenia, wartości i ich hierarchie etc., zakotwiczone są w podmiocie zbiorowym, będącym efektem wielopokoleniowego doświadczenia wspólnoty. Kulturowe a priori na równi z biologicznym poprzedza

¹² Zob. J. Pleszczyński, *Komunikacja: natura i kultura*, „Roczniki Filozoficzne”, t. 59 (2011), nr 2, s. 257–276.

¹³ P. Ricoeur, *Paradoks autorytetu*, przeł. J. Migasiński, [w:] *Rozmowy w Castel Gandolfo*, t. 2, red. K. Michalski, Centrum Myśli Jana Pawła II, Warszawa–Kraków 2010, s. 298.

wszelkie indywidualne doświadczenie¹⁴. Tak więc kultura w nie mniejszym stopniu niż natura określa obraz świata każdego człowieka. Łącznikiem między jednostką a kulturą jest komunikacja i media komunikacyjne¹⁵.

Lokujące się w świadomości zbiorowej autorytety są autorytetami innego rodzaju niż te, z jakimi każdy człowiek przy różnych okazjach spotyka się face-to-face. Wiele osób, z jakimi mamy do czynienia na co dzień, to autorytety tylko w pewnej określonej dziedzinie. Tego typu autorytety mają wyraźnie określony zakres kompetencji, poza którym ich autorytet nie działa. Bycie autorytetem w jednej dziedzinie nie gwarantuje przecież ani wiedzy, ani umiejętności dokonywania właściwych wyborów w innej dziedzinie (jednak złudzenia, że np. każdy wybitny filozof ma odpowiednie kompetencje do zarządzania – mimo że groźne dla wspólnoty – są dość rozpowszechnione). Status tego typu autorytetów – w ramach ich ograniczonej kompetencji – osiągają niektórzy lekarze, naukowcy, arcymistrzowie szachowi, trenerzy sportowi, przewodnicy alpejscy itd. Uprawomocnieniem ich autorytetu są dyplomy, certyfikaty, rozmaite licencje i doświadczenie poparte zawodowymi sukcesami. Autorytety tego rodzaju są przypisane do granic: od – do; granice wyznaczają dziedziny, w których konkretny człowiek-autorytet się sprawdził. Niemniej jednak bardzo często mamy do czynienia z sytuacją, w której autorytet ma wpływ na obszary spoza granic jego kompetencji. Nie zawsze jest to związane z celowym nadużyciem; ludzie wykazują bowiem tendencję do ufania „sławom” – głos jakiegokolwiek autorytetu, także ograniczonego, zawsze brzmi bardziej wiarygodnie od głosu zwykłego człowieka. Takie nieracjonalne zaufanie jest pierwszym stopniem do kreowania złudzeń – jednostkowych i zbiorowych. Niebezpieczeństwo złudzeń polega na tym, że są one bliskie prawdziwości; co najmniej od czasów Franciszka Bacona wiemy, że złudzenia bywają koherentne i potrafią oferować spójny obraz świata – trudniej rozróżnić prawdę i złudzenie niż prawdę i fałsz. Odkrycie, że istnieją trzy podstawowe wartości epistemologiczne: prawda, fałsz i złudzenia, a nie, jak chce logika formalna, tylko prawda i fałsz, jest dziełem Kartezjusza.

Gdy mówimy o autorytetach uniwersalnych, których status nie wiąże się bezpośrednio z ich wyjątkowymi kompetencjami w jakiejś konkretnej dziedzinie, mamy na myśli zupełnie inny rodzaj autorytetów; stanowią one wzory osobowe we wspólnocie. Taki autorytet jest konkretnym człowiekiem, aktualnie żyjącym w jakimś społeczeństwie albo żyjącym w nim kiedyś. Z jednej strony lokuje się więc w świecie ludzi i obiektów fizycznych – Popperowskim Pierwszym Świecie, z drugiej jednak należy także do Świata Trzeciego – podmiotu zbiorowego, umiejscowiony jest

¹⁴ Ewolucyjni epistemologowie, tacy jak Konrad Lorenz, Rupert Riedl czy Gerhard Vollmer, mówią o wiedzy wrodzonej, ontogenetycznie apriorycznej. Jest to wiedza genetyczna, będąca skumulowanym ewolucyjnym doświadczeniem gatunku. Dlatego wiedza ontogenety cznie a priori jest zarazem filogenetycznie a posteriori.

¹⁵ Media komunikacyjne, bo nie każde medium jest medium komunikacyjnym. Np. młotek jest pewnego rodzaju medium, ale nie jest to medium komunikacyjne.

w świadomości społecznej. Fenomen tego typu autorytetu polega głównie na tym, że jednostki podporządkowują się jego woli, chociaż nie dysponuje on żadnymi materialnymi środkami przymuszającymi do podporządkowania. Pomimo to taki autorytet posiada autentyczną władzę – realną moc sprawczą, choć o nią nie zabiega; wynika ona jedynie z samego faktu bycia autorytetem, z jego statusu ontycznego. W tym właśnie m.in. można dostrzec aprioryczność epistemologiczną wspólnej kultury, która za pośrednictwem autorytetów narzuca jednostkom zbiorowe obrazy świata. W takim ujęciu autorytety pełnią rolę medium pomiędzy kulturą a zwykłym człowiekiem.

Dla etosu życia publicznego kategoria autorytetu jest niezwykle ważna i nie trzeba się nad tym specjalnie rozwodzić. W perspektywie pragmatycznej doniosłość istnienia wspólnych autorytetów wiąże się przede wszystkim z tym, że zawierzenie autorytetom skraca czas jednostkowego doświadczenia w dochodzeniu do właściwych rozstrzygnięć poznawczych; autorytet zwalnia człowieka z konieczności dokonywania wielu istotnych indywidualnych wyborów.

Przez ponad dwa tysiąclecia status autorytetów rozumianych jako fundamentalne wektory epistemologiczne jednostkowej i wspólnej wiedzy był niepodważalny. Jej pozyskiwanie zawsze łączyło się z mozolną i długotrwałą edukacją, wieloletnim procesem wychowawczym, w którym pierwszoplanową rolę odgrywał autorytet i relacja mistrz–uczeń. Relacja ta nie miała wyłącznie komunikacyjnego i epistemicznego charakteru; jej status ontyczny znacznie lepiej oddaje słowo „więź”. W więzi kryje się pewna nadwyżka, nie można jej edukować do relacji komunikacyjno-poznawczych¹⁶. Dla wyrażenia tych złożonych procesów starożytni Grecy ukuli termin „paideia”.

We współczesnych społeczeństwach dominują relacje poznawcze i komunikacyjne zupełnie innego rodzaju; ich charakter wyznaczają środki komunikacji oparte na nowoczesnych technologiach, w których formują się więzi zupełnie odmienne od tych, które przez wieki łączyły poszczególne osoby i spajały społeczeństwo. Tak bliskie starożytnej kulturze greckiej wartości republikańskie odwołujące się do dobra wspólnego są, przynajmniej w naszym kręgu cywilizacyjnym, w odwrocie. Dzięki technice i mediom mamy dziś do czynienia z epistemologicznym i aksjologicznym wolnym rynkiem, nieprzebraną ofertą wzajemnie wykluczających się wartości połączoną z ich natychmiastową dostawą do domu i równie szybką konsumpcją. Z a sprawą technicznych i globalnych mediów dystans poznawczy dzielący jednostkę od świata i od kultury niebywale się skrócił; świat i podmiot zbiorowy są – w sensie dosłownym – w zasięgu ręki w postaci pilota do telewizora i komputerowej myszki. Ów skrót poznawczy skutkuje radykalnym przemeblowaniem jednostkowego i wspólnego pola poznawczego, a zatem także jednostkowych i zbiorowych obrazów świata.

¹⁶ Więż jest szczególnym rodzajem relacji komunikacyjnych – szczegółowo rozwijam to w książce, o której mowa w przyp. 1.

Pojawiają się więc pytania, czy w tej zupełnie nowej i jeszcze nawet niedostatecznie sproblematyzowanej sytuacji epistemologicznej, w jakiej funkcjonuje współczesny człowiek, mówienie o autorytetach uniwersalnych jest jeszcze możliwe i czy w ogóle ma sens – a jeśli tak, to jaki; czy współczesna komunikacja, której formy wyznaczają nowoczesne technologie medialne, pozostawia przestrzeń i czas dla wyłonienia się i ugruntowania w świadomości zbiorowej autorytetów. Autorytety naśladujemy albo przynajmniej chcielibyśmy naśladować dlatego, że mamy do nich zaufanie. Należy więc zapytać: komu dziś ufamy? dlaczego ufamy? i po co ufamy?

Autorytet zawsze ma charakter osobowy. Jeśli nawet za autorytet uznajemy jakieś instytucje czy organizacje, np. kościoły, parlamenty, uniwersytety, stowarzyszenia itp., to traktujemy ja osobowo, a nie rzeczowo; rzecz nie może być autorytetem.

Etymologia słowa „autorytet” odsyła do władzy; władza zaś do hierarchii. Hierarchizacja we współczesnych społeczeństwach liberalnych osłabia wybujały indywidualizm; służy przede wszystkim temu, aby jednostki realizowały nie tylko własne cele, ale też cele uznane przez autorytet-władzę za dobre dla całej wspólnoty, aby dobro wspólne nie zostało wyparte przez wzajemnie sprzeczne interesy indywidualne. Każda władza zawsze wiąże się z pewnym zawłaszczaniem jakiejś części wolności jednostek; jeśli zawłaszcza indywidualną wolność w całości lub w bardzo znacznej części, mówimy o władzy autorytarnej; władzy nie tylko nieznoszącej żadnego sprzeciwu, ale i niepozwalającej na żaden sprzeciw. Tego typu władza nie uwzględnia zasady wzajemności w relacjach komunikacyjnych i wymaga pełnego posłuszeństwa. W tyraniach i totalitaryzmie autorytet ma więc charakter wymuszony, co jest sprzeczne z ideą autentycznego autorytetu; tego typu autorytety, dysponujące instytucjonalnymi środkami przymusu, są autorytetami pozornymi.

Władza autentycznych autorytetów – czyli wzorców osobowych we wspólnocie – ma charakter aksjologiczno-epistemologiczny, dotyczy moralności i wiedzy. Jak każda władza, tak i ta skłania albo nawet przymusza – ale tylko moralnie – do robienia czegoś i nierobienia czegoś innego; czasem robienia tego, na co człowiek nie ma ochoty. Jednak w odróżnieniu od władzy, za którą stoi moc instytucjonalnego aparatu przymusu i w której posiadaniu są różnorakie sankcje za nieposłuszeństwo, prawdziwy autorytet nie dysponuje żadnymi fizycznymi sankcjami. Jedyne sankcje, jakich może doświadczyć jednostka za sprzeciw wobec autorytetu, mają charakter subiektywny; niepodporządkowanie się skutkuje wyrzutami sumienia, poczuciem niesmaku, a czasem wręcz obrzydzenia do samego siebie. Idea tak rozumianego autorytetu odwołuje się do kategorii doskonałości. Zakłada się bowiem, że wszyscy ludzie nie tylko dążą do doskonałości, ale też uznają, że w społeczeństwie są osoby wybitne, które daleko ich na tej dr odze wyprzedziły. Innymi słowy, autorytet to mistrz i nauczyciel, ktoś, o kim można racjonalnie powiedzieć, że jest znacznie mądrzejszy i znacznie doskonalszy pod względem etycznym od nas, ktoś, kto ustanawia hierarchię wartości samą swoją obecnością, a nie wymuszeniem. Wspólnotowa rola autorytetów polega więc na tym, że samą swoją obecnością przyczyniają się do

zachowania społecznej obowiązywalności tak ważnych regulatorów życia społecznego jak etyka czy obyczaje.

Naśladownictwo – racjomorficzne kopiowanie i racjonalny konformizm

Kulturowe zapotrzebowanie na istnienie w społeczeństwie wzorców osobowych wyznaczających kierunki i sensy jednostkowych i wspólnych działań jest potrzebą bardzo mocną, zakorzenioną w biologicznej ludzkiej naturze. Na przed- i wczesnokulturowych etapach ewolucji człowieczeństwa miała ona charakter racjomorficzny – quasi-racjonalny¹⁷. Ogólnoludzka skłonność do podporządkowywania się wspólnotowym autorytetom jest efektem naśladownictwa – racjomorficznej strategii poznawczej; istnienie autorytetów jest korzystne dla poszczególnych ludzi i dla całej wspólnoty; nadaje jej spójność i tym samym zwiększa jej bezpieczeństwo i szanse na przetrwanie.

Naśladownictwo to przetestowana biologicznie, a w przypadku ludzi także kulturowo skuteczna strategia poznawcza. Na poziomie społecznym jest odpowiadaniem kopiowaniem, z którym mamy do czynienia na poziomie molekularnym¹⁸. Ludzie naśladują tych, którym się w życiu powiodło, którzy mają znacznie większe od nich doświadczenie i którzy mieli szczęście nie popełnić znaczących życiowych błędów. Mówienie o szczęściu jest nieprzypadkowe; „moral luck” to jedno z kluczowych pojęć współczesnej etyki, bez którego w refleksji o autorytetach nie sposób się obejść. Szczęście – a więc traf – jest niezbędne, ab y w indywidualnym życiu uniknąć pomyłek przekreślających możliwość uzyskania statusu wzorca osobowego we wspólnocie¹⁹.

Naśladownictwo można traktować jako racjomorficzny odpowiednik konformizmu epistemologicznego, będącego już racjonalną strategią poznawczą. Pożytki z konformizmu wiążą się z tym, że dzięki takiej postawie w komunikacji międzyludzkiej, której efektem jest wspólna wiedza, zwykle ostatecznie zwięzają elementy racjonalne²⁰. Ludzie wykazują bowiem tendencję do zgadzania się z autorytetami,

¹⁷ Racjomorficzność oznacza warunkowane genetycznie, teleonomicznie ukierunkowane na przetrwanie zdolności poznawcze organizmów. Teleonomia to quasi-celowość. Przyrodnicy często wykorzystują to pojęcie dla uniknięcia kłopotliwej w *science* kategorii celowości. Z pojęcia racjomorficzności, czyli quasi-racjonalności, korzystają często ewolucyjni epistemologowie.

¹⁸ Zob. np. D.C. Dennett, *Odczarowanie. Religia jako zjawisko naturalne*, przeł. B. Stanosz, Warszawa 2008, s. 104–127.

¹⁹ Zob. B. Williams, *Trafmoralny*, przeł. M. Szczubiałka, [w:] *Ile wolności powinna mieć wola?*, przeł. T. Baszniak, T. Duliński, M. Szczubiałka, Warszawa 1999.

²⁰ Szkodliwą odmianą konformizmu poznawczego jest natomiast oportunizm.

a więc z osobami mądrzejszymi, bardziej doświadczonymi, obdarzonymi właściwą busolą moralną i na tyle silnymi, że potrafią kierować się jej wskazaniem. Naśladowanie i podporządkowanie się autorytetom jest gwarantem wartościowego i skutecznego działania, przy czym akcent położony jest na wartości, a nie na skuteczność, jak to ma miejsce w przypadku autorytetów ograniczonych do jednej dziedziny. To odmienne rozłożenie akcentów jest bardzo istotne: autorytety o kompetencjach ograniczonych do jednej dziedziny są dla pomyślnego trwania i rozwoju społeczeństwa niezbędne; ich kompetencje wzajemnie dopełniają się, tworząc wspólną wartość dodaną. Wartość ta jest jednak dziełem wielu osób. W przypadku autorytetów – wzorców osobowych – związana z ich obecnością wartość dodana ma wymiar jednoosobowy.

Poważnym zagrożeniem dla wspólnoty są autorytety pozorne – ludzie zabiegający o to, by być uznawanymi za autorytety. Autorytety pozorne pozbawione są składowej moralnej; zdominowane są przez przerośnięte ego. Ich relacje ze społeczeństwem są jednostronne: są podziwiani, ale brakuje im poczucia odpowiedzialności za dobro wspólne. Bycie autorytetem traktują jako środek do celu – sławy, pieniędzy itp. Cele te nie są oczywiście moralnie złe; złe stają się wówczas, gdy realizowane są pod pozorem dbałości o wspólnotę i dobro wspólne. W przypadku autorytetów szczególna ranga epistemologiczna przypada więc intencjom, co jest jednym z argumentów na rzecz płynnych granic pomiędzy epistemologią i etyką²¹. Aby można było mówić o autentycznym autorytecie, intencja musi być podporządkowana wartościom życia społecznego.

Niezbędnym warunkiem tego, aby we współczesnej praktyce społecznej naśladownictwo właściwie spełniało swoją epistemologiczną rolę, jest istnienie autentycznych autorytetów, a nie wyłącznie autorytetów cząstkowych i pozornych. Autentyczny autorytet wskazuje to, co wartościowe, czemu należy poświęcić uwagę, za czym podążać, a czego unikać. Nie chodzi o jego specjalistyczne umiejętności; chodzi o umiejętność życia. Zwykły człowiek poszukuje kogoś, kto zagospodaruje jego wolność, bo sam jej zagospodarować nie potrafi. Dobrowolnie podporządkowuje się więc osobom, które nie doświadczyły wielkich porażek z powodu własnych złych wyborów.

Z tak rozumianym autorytetem nierozzerwalnie wiąże się zaufanie. Tam, gdzie brakuje zaufania, autorytetów być nie może. Zaufanie polega na tym, że rezygnujemy z części własnej wolności uznając, że ktoś jest od nas mądrzejszy, wie lepiej i ma odpowiednie kwalifikacje moralne, aby powierzona mu wolność dobrze spożytkować. Autorytet ma więc wymiar epistemologiczny i aksjologiczny. Istotą relacji jednostki i autorytetu najlepiej oddaje słowo „ufność”. W osobie-autorytecie pokłada się ufność: przyjmuje się, że jest wiarygodny. Jednak pełna i bezkrytyczna ufność,

²¹ Ścisłe związki między epistemologią i etyką podkreślają liczni filozofowie. Zob. np. A. Morton, *Przewodnik po teorii poznania*, przeł. T. Baszniak, Warszawa 2002, s. 21–22.

„wiara wprost”, z zawieszeniem albo odrzuceniem wszelkich wątpliwości stwarza pole dla kreowania autorytetów pozornych²². Także pełne zaufanie do kultury i jej autorytetów bywa zgubne, czego dobitnym przykładem jest kazus Heideggera i wielu innych wybitnych postaci.

Epistemologiczny efekt mediów – nowe kulturowe a priori

Współczesna komunikacja medialna stawia pod znakiem zapytania samą możliwość istnienia powszechnie akceptowanych i trwałych autentycznych autorytetów. Nowe media i skonwergowane z nimi media tradycyjne radykalnie przewartościowały pole poznawcze – przede wszystkim zdevaluowały rangę podmiotu zbiorowego, a to właśnie kultura jest naturalnym miejscem odnajdywania przez jednostki autorytetów rozumianych jako wzorce reprezentujące wspólne wartości.

W epoce globalnej komunikacji medialnej rolę podmiotu zbiorowego przejęły media; za ich sprawą współczesna kultura oferuje nieprzebrany pluralizm propozycji, zmuszając każdego człowieka do dokonywania nieustannych wyborów. Towarzyszy temu coraz większe ryzyko popełnienia błędu, a wraz z nim groźba porażki, narażenia się na śmieszność, wykluczenie. Wydaje się więc, że obiektywna potrzeba istnienia autentycznych autorytetów jest dziś znacznie większa niż wó wczas, gdy nowe technologie nie z dominowały w takim stopniu jak obecnie komunikacji, a podmiot zbiorowy nie miał tak medialnego charakteru. Aksjologiczny chaos domaga się autorytetów, które podpowiedzą właściwy wybór i wskażą właściwą drogę postępowania.

Zaspokojenie tej niezwykle ważnej dla jednostek i ogółu potrzeby zdaje się jednak coraz mniej możliwe. Skoro bowiem autorytety rodzą się i ujawniają w świadomości zbiorowej wyłącznie w procesach komunikacji, są one takie, jaka jest komunikacja; współczesna komunikacja sprzyja zaś kreowaniu autorytetów medialnych. W potocznym rozumieniu autorytet medialny to określenie pejoratywne, sugeruje nieautentyczność i pozór. W perspektywie epistemologicznej ma jednak charakter czysto opisowy, jest aksjologicznie neutralne. Chodzi miano wicie o to, że dziś nie jest po prostu możliwe ujawnienie się autorytetów w takim znaczeniu, z jakim mieliśmy do czynienia jeszcze kilka czy kilkanaście lat temu. Rewolucja, jaka dokonała się w komunikacji za sprawą Internetu, ma więc przede wszystkim wymiar epistemologiczny: eliminuje, a co najmniej ogranicza moc autorytetów – będących jednym z fundamentalnych źródeł wiedzy dla jednostek.

Jednym z wyróżników opartej na nowoczesnych technologiach komunikacji medialnej jest jej szybkość i zmienność. „Tym, co odróżnia cyberprzestrzeń od wszystkich starszych technologii informacyjnych – pisze James Gleick – jest mieszanie

²² Zob. np. B. Skarga, *Kilka słów o autorytecie*, [w:] *Człowiek to nie jest piękne zwierzę*, Kraków 2007, s. 93–100.

tego, co wielkie, z tym, co drobne, i to bez żadnych uprzedzeń, docieranie do milionów ludzi, tak zwany *narr owcasting* (angażowanie do wyspecjalizowanych pod względem zainteresowań grup), możliwość naty chmiastowego, indywidualnego komunikowania się²³. Parafrazując Gleicka, można powiedzieć, że media mieszają autentyczne autorytety z autorytetami pozornymi, czyniąc je nieodr óżnialnymi. Wszelkie autorytety – prawdziwe i pozorne wzorce osobowe – mogą zostać bardzo szybko wykreowane i ujawnić się w pełniących funkcję podmiotu zbiorowego mediach, ale też równie szybko zostać unieważnione.

Współczesne media komunikacyjne stały się prawie doskonale pr zezrocyste. Dokąd medium pozostaje w stanie przynajmniej częściowej nieprzezroczystości – czyli jest postrzegane jako medium, dotąd mniej czy bar dziej wyraźnie zaznacza swoją odrębność w relacjach poznawczych i podlega kontroli ze strony użytkowników. Nowoczesne technologie sprawiły, że obecność mediów w polu poznawczym staje się niedostrzegalna. Współczesny człowiek już nie zauważa, że e komunikuje się za pośrednictwem mediów masowych o globalnym zasięgu; stały się one naturalną częścią wszystkich jego r elacji komunikacyjnych, przestają być traktowane jako pośrednik w komunikacji. To oczywiście powoduje radykalną zmianę statusu epistemologicznego – ale i ontologicznego – mediów. Co najmniej od czasów Platona wiadomo bowiem, że każde medium nie tylko pośredniczy, ale i uczestniczy w relacjach komunikacyjnych. We współczesnych mediach ich aspekt pośrednictwa zdaje się mało istotny; w perspektywie epistemologicznej znacznie ważniejszy stał się aspekt uczestnictwa. W relacjach poznawczych media zastępują zarówno podmiot zbiorowy, jak i świat. Na tym polega współczesny efekt mediów. Nie chodzi już o to – jak w czasach McLuhana – że „media są przekazem”, ale przede wszystkim o to, że dramatycznie zawęża się obszar poznawania pozamedialnego i wiedzy pozamedialnej. W efekcie epistemologiczną triadę: podmiot jednostkowy – podmiot zbiorowy – świat zastępuje diada: człowiek – media. Oznacza to powrót do kartezjańskiego dwuczłonowego modelu poznania, jednak z zasadniczą różnicą: media się upodmiotowiają, stanowią aktywny element relacji poznawczej, nie są czymś biernym, jak przedmiot w paradygmacie kartezjańskim. Media zastępują świat i podmiot zbiorowy, a tym samym to w mediach, a nie w podmiocie zbiorowym lokują się autorytety; powstają zaś nie w bezpośredniej komunikacji, lecz w komunikacji medialnej. W ten sposób media zyskują autonomię i zarazem nowy status ontyczny, trudny dziś jeszcze do uchwycenia. Epistemologiczny efekt współczesnych mediów wskazuje jednoznacznie na to, że technika zyskała status jednego z najważniejszych regulatorów życia społecznego, dołączając tym samym do tradycyjnych i zweryfikowanych przez historię i ludzkie doświadczenie regulatorów: obyczajów, etyki i prawa.

Współczesne media zyskały status nowego a priori człowieka. Kulturowe a priori zostało wyparte przez a priori medialne. Masowość mediów wymusza poznawcze

²³ J. Gleick, *Informacja. Bit, wszechświat, rewolucja*, przeł. G. Siwek, Kraków 2012, s. 76.

uproszczenia – bo skierowane są one do bardzo licznej i bardzo zróżnicowanej grupy ludzi. Skutkuje to koniecznością coraz po wszechniejszego odwoływania się przez media do racjomorficzności, a nie racjonalności; mechanizmy racjomorficzne, takie jak strach, wstręt, pożądanie itp., są właściwe wszystkim ludziom, zaś racjonalność nie jest cechą powszechną i masową. Ludzie oglądają, słuchają, czytają – ale niekoniecznie myślą. Komunikacja medialna sprawia więc, że współczesne autorytety są – i muszą być – fundowane raczej na racjomorficznych emocjach niż na racjonalności.

Zastępowanie kultury przez media niesie poważne zagrożenia cywilizacyjne – kultura jest bowiem gwarantem zachowania tego, co dla spójności społecznej musi być zachowane, a jednocześnie określa, co może zostać indywidualnie odrzucone bez uszczerbku dobra wspólnego. Autorytety odgrywały jedną z kluczowych ról w przekazywaniu tych niezwykle ważnych kulturowych komunikatów. Epoka nowych nośników pozwala zaś łatwo odrzucić to, co musi być zachowane – bo we współczesnych mediach wszystko jest tak samo ważne.

Autorytet jako efekt pozycjonowania w mediach

Autorytet to kwestia osobowa; autorytety tworzą się – choć lepiej powiedzieć: ontologizują, uzyskując moc sprawczą – w komunikacji, zaś kultura i media są ich środowiskiem. Trwałość autorytetów jest taka, jaka jest stabilność kultury. W sytuacji, gdy media stają się substytutem kultury, status autorytetów staje się chwiejny. Efektem przesunięcia umiejscowienia autorytetów z kultury do mediów jest nie tylko trudność odróżnienia autorytetów pozornych od autentycznych, ale przede wszystkim zmiana reguł uzyskiwania statusu autorytetu. To, że we współczesnym świecie o tym, kto jest, a kto nie jest autorytetem, decydują i wyrokują media, wykorzystują ludzie, którzy statusu autorytetu chcą użyć nie dla dobra wspólnego, ale osobistej korzyści – z reguły korzyścią tą jest władza. Technologie komunikacyjne sprzyjają mimikrze – podszywaniu się pod kryteria, które spełniają autorytety autentyczne.

Tradycyjny sposób uzyskiwania statusu autorytetu był długotrwałym i niedostrzegalnym procesem. W pewnym momencie swojego życia ktoś po prostu stawał się autorytetem, wcale o to nie zabiegając; natomiast przy współczesnych formach komunikacji autorytet zdobywa się walką. Skutecznym orężem jest deprecjonowanie autorytetów autentycznych i walka z tymi, których uważa się za rywali do roli autorytetu. W walce z autentycznymi autorytetami wydobywa się lub kręje wszystko to, co właściwe dla negatywu autorytetu. Przykładem takiej strategii może być niszczenie autorytetu Lecha Wałęsy, Ryszarda Kapuścińskiego, Adama Michnika, abp. Józefa Życińskiego i wielu innych; w polskiej praktyce społecznej dotknęło to wszystkich, którzy uzyskali status autentycznych autorytetów. Niszczenie autorytetów odbywa się w imię prawdy; jest to jednak ten typ w eredyzmu, który nie uwzględnia żadnych innych – poza prawdą – wartości epistemologicznych,

etycznych i społecznych. Istotą tej metody walki z autentycznymi autorytetami jest negacja; jej skutkiem podważenie wiarygodności autorytetu i zwolnienie miejsca, które można zająć. Współczesne media są doskonałym narzędziem do zdobywania pozycji zwolnionych przez podważone autorytety. Człowiek, który podejmuje walkę z uznanymi autorytetami, stwarza pozory, że jest człowiekiem odważnym; to z kolei stanowi fundament dla budowania autorytetu własnego. Z tego powodu we współczesnym świecie za autorytety uchodzi tak wielu dziennikarzy i publicystów; oni zwykle są tymi, którzy drogą negacji dezawuuują autorytety.

Możliwość tego typu walki z autorytetami stwarzają współczesne technicyzowane media, umożliwiające grę figurą i tłem przekazu. W każdym przekazie medialnym wykorzystującym nowoczesne technologie tło jest bardzo bogate; można więc bez trudu wybrać z niego dowolny element i przedstawić go jako figurę – czyli to, co jest istotne. W ten sposób w centrum przekazu zostaje umieszczony fragment tła. Podnosi się i wskazuje na wszelkie wątpliwości i niejednoznaczności związane z życiem autorytetu, rozstrzygając je zawsze na jego niekorzyść; ze słabości czyni się zdradę, z rozsądku pięknoduchostwo, z literatury grafomaństwo. Herbert był wielkim poetą, ale pijakiem; Piłsudski to wielki strateg, ale rozwodnik; Kuroń i Michnik walczyli z komunizmem, ale chodziło im tylko o rząd dusz. Ci, którzy podważają autorytety, zawsze poszukują w nich braku jakiejś cnoty, jakiejś słabości charakteru, czyniąc z tej ułomności podstawową charakterystykę człowieka. W tego typu walce z autentycznymi autorytetami zestawia się ze sobą niewspółmierne wartości i projektuje w przeszłość wadliwe stany obecne. To, że współczesna Polska wielu ludzi rozczarowuje, ma być dowodem na złe intencje ludzi zaangażowanych w opozycję demokratyczną w PRL; to, że Kościół przeżywa potężny kryzys, jest efektem braku lustracji wśród księży – itd. Choć intencje takich zabiegów powinny wydawać się oczywiste, są one skuteczne i status autorytetów zostaje podważony. Jednak ich destrukcja zawsze wiąże się ze szkodą społeczną, nieodwracalną lub niezwykle trudno odwracalną. Tego typu walka zawsze przeorganizowuje wspólnotę i myślenie społeczne.

Wydaje się, że w obecnej fazie cywilizacyjnej nie ma możliwości budowania autorytetów w taki sposób i w takiej postaci, jaka była znana dotychczas – jako trwałych wzorców osobowych posiadających legitymizację społeczną. Autorytetem jest się wyłącznie tu i teraz. Skończyła się epoka pomnikowych czy portretowych autorytetów; dziś ktoś jest autorytetem, jutro już nim nie jest, jego miejsce zajmuje ktoś inny. W tej sytuacji odpowiedzialność za wybór autorytetu spada na jednostkę; człowiek sam musi zdecydować, którą ofertę medialną wybierze. Kultura przestała przymuszać do uznania za wzorce osobowe konkretnych ludzi; można wybrać innych. Wobec nieprzebranej oferty medialnych autorytetów i niemożności jej weryfikacji przez odbiorcę współczesne autorytety muszą zostać zredefiniowane: autorytet jako wzór osobowy zostaje zastąpiony autorytetem jako pozycją w mediach.

Sprzężona z nowymi formami komunikacji zmiana statusu autorytetu ma doniosłe znaczenie epistemologiczne. Wartości, których gwarant stanowiła dotychczas

kultura, zostają przeniesione na poziom medialny; hierarchia wartości, która wydała się uniwersalna, okazuje się jedną z wielu hierarchii; w obrębie jednego społeczeństwa zaczynają funkcjonować diametralnie odmienne obrazy świata. Współczesne media i komunikacja medialna bardzo ostro wydobywają procesualny charakter rzeczywistości: to, co było prawdą wczoraj, nie musi być nią dziś, to, co jest prawdą dziś, nie będzie nią jutro. W tej sytuacji wiązana z autorytetami wiarygodność zostaje przeniesiona na poziom medialny, zaś ufność pokładana w kulturze zostaje – ewentualnie – zastąpiona zaufaniem do konkretnych mediów, co prowadzi do powstawania zamkniętych medialnych wspólnot epistemicznych. Jest to jeszcze jeden z przejawów epistemologicznego efektu współczesnych mediów, zakorzenionego w technologicznej rewolucji komunikacyjnej.

Bibliografia

- Dennett D.C., *Odczarowanie. Religia jako zjawisko naturalne*, przeł. B. Stanosz, Warszawa 2008.
- Fleischer M., *Communication design czyli Projektowanie komunikacji*, Łódź 2010.
- Gleick J., *Informacja. Bit, wszechświat, rewolucja*, przeł. G. Siwek, Kraków 2012.
- Graszewicz M., Lewiński D., *Co to jest społeczeństwo sieciowe i dlaczego ono nie istnieje?*, „Nowe media” 2010, nr 1, s. 13–21.
- Magierska S., Tuskiewicz E., *Ludwik Fleck (1896–1961)*, „Biuletyn Informacyjny PAN/ Oddział w Lublinie” 1998, nr 2.
- Morton A., *Przewodnik po teorii poznania*, przeł. T. Baszniak, Warszawa 2002.
- Pleszczyński J., *Wartości epistemiczne mediów tradycyjnych i nowych*, [w:] *Komunikowanie (się) w mediach elektronicznych*, red. M. Filiciak, G. Ptaszek, Warszawa 2009.
- Pleszczyński J., *Komunikacja: natura i kultura*, „Roczniki Filozoficzne”, t. 59 (2011), nr 2, s. 257–276.
- Popper K.R., Eccles J.C., *The Self and Its Brain. An Argument for Interactionism*, London–New York 1983.
- Popper K.R., *Wiedza obiektywna. Ewolucyjna teoria epistemologiczna*, przeł. A. Chmielewski, Warszawa 1992.
- Ricoeur P., *Paradoks autorytetu*, przeł. J. Migasiński, [w:] *Rozmowy w Castel Gandolfo*, t. 2, red. K. Michalski, Warszawa–Kraków 2010.
- Skarga B., *Innego końca świata nie będzie*, Kraków 2007.
- Skarga B., *Kilka słów o autorytecie*, [w:] *Człowiek to nie jest piękne zwierzę*, Kraków 2007.
- Stewart I., Cohen J., *Wytwory rzeczywistości*, przeł. W. Stępień-Rudzka, Warszawa 2003.
- Williams B., *Traf moralny*, przeł. M. Szczubiałka, [w:] *Ile wolności powinna mieć wola?*, przeł. T. Baszniak, T. Duliński, M. Szczubiałka, Warszawa 1999.

Grażyna Stachyra

Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin

Rytualna konstrukcja autorytetu radiowego. Analiza przypadku

Wprowadzenie

Niniejszy tekst stanowi próbę ujęcia opisanego w tytule procesu kształtowania się autorytetu medialnego w jego społeczno-kulturowych ramach, wyznaczonych poprzez zjawisko rytuału. Przedstawiciele studiów kulturoznawczych wskazują na rolę kultury popularnej w kształtowaniu się tożsamości społecznej pod wpływem środków masowego przekazu. Antropolodzy wyodrębniający antropologię mediów jako oddzielny przedmiot badań akcentują stałą obecność elementów tajemnicy i rytuału w relacji człowiek–świat. Ponieważ media są kulturowymi systemami konstruowania rzeczywistości, wiele z jej ujęć może być symbolicznych (Stępnik, Rajewski 2008: 36). To symboliczne oddziaływanie jest natomiast podobne do takich zjawisk będących przedmiotem tradycyjnych badań antropologów, jak mit, ceremoniał, rytuał.

Celem mojej obserwacji jest wskazanie symbolicznych wymiarów komunikacji w radiu, będących efektem zakorzenienia człowieka w pierwotnej sferze sacrum. Odwołuję się do koncepcji rumuńskiego badacza Mihai Comana, który proponuje interpretację zjawisk medialnych w kontekście nurtów antropologicznych, stawiających sobie za cel poznanie „procesów rytualizacji rzeczywistości przez dyskurs medialny” (Coman, Rothenbuhler 2005: 46–55). Ten proces obejmuje symbole rytualne jako „elementy w działaniu społecznym” (Turner 2005: 32). Interpretuję je w odniesieniu do kluczowych dla rozwoju antropologii doświadczenia stwierdzeń amerykańskiego antropologa Victora Turnera, iż symbole „mają [...] charakter dynamicznego systemu semantycznego zyskującego i tracącego znaczenia – a znaczenie w kontekście społecznym ma zawsze swój emocjonalny i wolicjonalny wymiar – podróżują w obrębie pojedynczego rytu czy dzieła sztuki, a tym bardziej przez wieki

przedstawień kulturowych, mają na celu wywieranie wpływu na stany psychiczne i zachowania tych, których dotyczą albo zobowiązują ich do używania siebie w komunikacji z innymi ludźmi” (Turner 2005: 32–33).

Antropolodzy aplikowali teorie magiczności i religii do komunikacji masowej od dłuższego czasu. Główne ich założenia znalazły rodzaj syntezy w pracy Erica Rothenbuhlera z 1998 roku *Komunikacja rytualna. Od rozmowy codziennej do ceremonii medialnej*, zawierającej funkcjonalną perspektywę ujęcia rytualnego spojrzenia na komunikację. Teoria magiczności i religii była w latach siedemdziesiątych ubiegłego stulecia stosowana przez naukowców w analizie mediów masowych w społeczeństwie przemysłowym. Antropolodzy potwierdzili tę perspektywę w latach osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych. Jedni i drudzy przyjęli, że nie ma konieczności modyfikowania teorii tylko dlatego, że powstała na podstawie obserwacji społeczności tubylczych. Ujawnia przecież mechanizmy powodujące rozwój społeczeństwa (Osorio 2005: 38–39). Wdrażanie aspektów antropologicznych do teorii masowej komunikacji miało charakter procesualny. Same mass media można bo wiem obserwować z perspektywy antropologicznej jako instytucje, miejsca pracy, praktyki komunikacyjne, produkty kulturowe czy formy estetyczne (Spitulnik 1993: 293).

Pojawia się tu sporna koncepcja zwyczajowego korzystania z mediów, określonego przez niektórych antropologów jako zrytualizowane wykorzystanie mediów (G. Gerbner, L. Gross, M. Morgan, N. Signorielli). Prace tych badaczy odnosiły się do telewizji, a główny wywód opierał się na zaobserwowaniu prowokowanego zwyczajem oglądania bezmyślnego, niejako odruchowego. Zwyczaje nie są jednak rytuałem, brakuje im ożywczego celu, jakim jest symboliczny wpływ na życie poważne (Rothenbuhler 2003: 47).

Przypadek, który chcę opisać, stanowi wyraźny przykład rytualizacji, nie zaś bezrefleksyjnego, zwyczajowego wykorzystania radia. Zajmuję się bowiem gatunkiem radiowym określanym jako „muzyczna audycja autorska”, którego istotnym wyróżnikiem jest specyficzne, świadome i nieprzypadkowe grono słuchaczy. Jak powie Rothenbuhler: „pewne przypadki wykorzystania mediów są wyraźnymi przykładami rytualizacji, a mianowicie, gdy widzowie przygotowują się i ‘celebrują’ oglądanie telewizji, słuchanie płyt [...] czy podejmują jakieś inne działania w sposób, który w pełni wyczerpuje definicję rytuału jako odpowiednio uwzorowanego zachowania w celu symbolicznego uczestnictwa w prawdziwym życiu” (Rothenbuhler 2003: 99–100).

Analiza form rytualizacji rzeczywistości przez radio w ramach niniejszego tekstu dotyczy formuły audycji autorskiej prowadzonej przez dziennikarza Polskiego Radia Tomasza Beksińskiego. Skoncentruję się na procesach, dzięki którym medium wprowadza zrytualizowaną perspektywę do prezentowanego obrazu rzeczywistości. Przedmiot mojego wywodu stanowi dekodowanie elementów rytuału zarówno w formułach komunikacyjnych samej audycji, elementach współtworzących (prowadzący, muzyka), jak też kontekstach pozaantenowych związanych z dziennikarską kreacją. Istotne jest, że rozpatruję tę kwestię cofając się do lat dzie więćdziesiątych

XX wieku, by śledzić antenową działalność dziennikarza, której komunikacyjne następstwa sięgają współczesności.

Czym jest sam rytuał w kontekście komunikacji? Niewątpliwie jest to działanie rozgrywające się w określonej przestrzeni społeczno-kulturowej (Rothenbuhler 2003). Do jego istotnych elementów zaliczają się:

- obecność **mistrza ceremonii**, przewodzącego rytuałowi,
- **komunikacyjny charakter** aktów rytualnych,
- **systemy znaków i znaczeń**, poprzez które wyraża się ekspresja rytualna,
- **słowa oraz gesty** jako właściwości komunikacyjne rytuału dające mu moc,
- istotna **rola świadka**, będącego świadomym uczestnikiem, który dobrowolnie włącza się w porządek znaczeń.

Poniższe rozważania są próbą prześledzenia tych wymiarów radiowego komunikowania rytualnego, gdzie mistrzem ceremonii jest dziennikarz muzyczny – osobowość ciesząca się niekwestionowanym autorytetem wśród słuchaczy.

Mistrz ceremonii

Tomasz Beksiński, syn słynnego malarza Zdzisława Beksińskiego, rozpoczął swoją pracę jako radiowy prezenter w 1983 roku. Trwała ona do 1999, kiedy to w Wigilię Bożego Narodzenia popełnił samobójstwo. Jego profesjonalna kariera związana była z Polskim Radiem: najpierw Programem Pierwszym, potem Drugim, ostatecznie Trzecim. Jego aktywność obejmowała także tłumaczenia filmowych list dialogowych; interpretacje *Monty Pythona*, *Jamesa Bondy* i *Brudnego Harry'ego* jego autorstwa są uważane za klasyki. W pamięci słuchaczy pozostał jednak przede wszystkim jako radiowy DJ, którego audycje zyskały „kultowy” status. Niewątpliwie sprzyjał temu specyficzny charakter autorskiej, radiowej narracji.

Beksiński był jednym z pierwszych DJ-ów, którzy wykorzystywali swój własny muzyczny gust oraz cechy osobowościowe, by stworzyć wyjątkową atmosferę wspólnoty ze słuchaczami, opartej na konfesyjnym modelu komunikacji. Co ciekawe, jego program nie zawierał formuły „phone-in” (telefony do studia), a jego osobiste opory skłaniały go do unikania kontaktu e-mailowego. Zatem wspólnota ze słuchaczami powstawała na bazie jego konfesyjnych wynurzeń oraz listów od fanów, przesyłanych tradycyjną pocztą, które odczytywał na antenie.

Komunikacyjny charakter rytuału

Interakcja zgodna z formą rytualną (Goffman 1959, 1967) zakłada, że aktor inicjujący interakcję wybiera nie tylko rolę dla siebie, lecz także dla innych. Dla stylu interakcji rytualnej charakterystyczne są wybory: akceptacji i korekty tożsamości. Już formuła powitania wskazuje na to, kim ktoś zamierza być.

Można było odnieść wrażenie, że *entourage* audycji Beksińskiego był dość dziecinny, dzisiaj rodzący skojarzenia z subkulturą „emo”¹, chociaż w tym czasie termin ten nie obowiązywał. Nadmierny melodramatyzm, emocjonalna ekspresja typowe dla „emo” były także obecne w programach Beksińskiego. Niewątpliwie miało to związek z muzycznymi upodobaniami autora, gustującego w rocku gotyckim, progresywnym czy art-rocku oraz często sięgającego po własne tłumaczenia tekstów piosenek nasyconych obrazami rozpacz, dekadencji czy scenami grozy. Z drugiej strony właśnie takie działania zjednywały mu licznych słuchaczy: „Tomka dość szybko zacząłem wyróżniać wśród innych prezenterów radiowych, był bardzo elokwentny i charakterystyczny. [...] Jako jeden z niewielu tłumaczył i czytał na antenie teksty utworów. Tomasz był osobowością bardzo barwną, niesłuchanie inteligentny, erudyta. Wiele audycji miało osobisty charakter i niosło spory ładunek emocjonalny – były bardzo poruszające”².

Potrafił stworzyć pewną atmosferę budowaną poprzez słowa, które stają się początkiem konstruowanego w relacji spiker–słuchacz kontekstu wyznania. Jednocześnie jego osobowość antenowa stanowiła rękojmię szczerości ujawnianych przeżyć, wspomnień:

Na powitanie zagrał Andy Latimer i znów był to *Stationary Traveller*, utwór, który powraca w chwilach szczególnych. [...] Proszę państwa, tak sobie słuchałem tej płyty mniej więcej półtora tygodnia temu, kiedy się wreszcie pojawiła. Moja mama zrobiła wtedy placek śliwkowy, który kojarzył mi się bardzo z tym, jak słuchałem tej płyty pierwszy raz, było to w Programie Trzecim oczywiście, na wakacjach w 1972 roku. Wtedy też ten placek właściwie był zjawiskiem codziennym i wtedy mama zrobiła ten placek, ale, niestety, nie zrobi go już nigdy więcej i dzisiaj dlatego chciałbym jej zadedykować to nasze spotkanie³.

W tym „wejściu” antenowym odnajdujemy splot różnych funkcji komunikowania w radiu: pierwsza to formuła otwarcia audycji, DJ-skie powitanie ze słuchaczami, druga to uzasadnienie muzycznego wyboru, co jest przedmiotem audycji, kolejna to odwołanie do wydarzeń z codzienności dziennikarza, które umieszczone w kontekście osobistego dramatu nabierają wyjątkowych znaczeń (Scannell 1996: 94). Istotna dla formuły konfesyjnej Beksińskiego jest aluzyjność, domaganie się od odbiorcy zaangażowania w meandry wypowiedzi, by wysupłać jej istotę. Przekaz Beksińskiego, którego głównym motywem było poinformowanie słuchaczy o śmierci matki, staje się jednocześnie opisem wewnętrznego stanu. Tak osobiste uzasadnienie skłania słuchaczy do *przeżywania* kontaktu z dziennikarzem. Abstrahując

¹ Mianem tym określa się osobę „bardzo emocjonalną, wrażliwą, nieśmiałą, zamkniętą w sobie, ponurą i cichą. Muzyka i poezja emo zawiera wiele odniesień do nieodwzajemnionej miłości i problemów emocjonalnych w związkach” (za: <http://subkulturaemo.cba.pl/>).

² Marcin Kassatti, administrator serwisu www.nosferatu.art.pl, oraz Marcin Guzik, administrator strony www.krypta.whad.pl (za: Kuszyk 2011).

³ Audycja Tomasza Beksińskiego w Trzecim Programie Polskiego Radia z dnia 27.09.1998.

od dość skomplikowanej Diltheyowskiej struktury pięciu „momentów” przeżyć (*Erlebnis*) oraz ich odniesienia do koncepcji Kanto wskiej (Turner 2005: 15–20), skoncentruję się na stwierdzeniu, że przeżywanie staje się w kontekście radia formą *udziału* w rytuale audycji. Dilthey powie, że „przeżycie staje się pełne dopiero wtedy, gdy zostaje ‘wyrażone’, tj. zakomunikowane w sposób zrozumiały dla innych” (Turner 2005: 18). O ile obecność słuchaczy w audycjach Beksińskiego była marginalna (przejawiała się np. w formie odczytywanych na antenie fragmentów listów), o tyle oddźwięk fanów poza samym aktem komunikacji z autorem jest żywy do dziś. Oto przykłady wypowiedzi zamieszczone na portalu YouTube:

Dzięki za umieszczenie głosu Tomka tu... żal, że odszedł ale... chyba w końcu jest szczęśliwy (margizzaa).

11 lat – syna po nim nazwałam – chyba nigdy się nie otrząsnę, a audycji z Dead Zone nie mogłam słuchać przez 3 lata, tak bolało... (krzykan)

Tyle nocy spędziłem przy słuchaniu Tomka. Od tamtej pory nie słucham radia nocą w ogóle (miloemil)⁴.

Rytuał stanowi wyjątkową formę komunikacji w granicach, w jakich zależy równocześnie od wykonania aktora, ale też stwarza warunki owego wykonania, ograniczając zakres wyborów aktora (Rothenbuhler 2003: 88). Warto przy tym zaznaczyć, że tożsamość antenowa Beksińskiego konstytuowana w antenowych eksplikacjach była czytelna nie dla wszystkich, skoro sam powątpiewał w to, czy jest przez odbiorców rozumiany:

Wywiad z wampirem zrobił na mnie wrażenie. Ja się gotów byłem podpisać pod postacią głównego bohatera, z tym, że nie dlatego, że on był wampirem. Po prostu były mi bliskie jego problemy egzystencjalne, które on miał [...] to, że on się czuł taki oderwany od rzeczywistości, że się czuł taki pusty w środku, pozbawiony kogoś bliskiego [...] Mając dół psychiczny, opowiadałem ludziom o tym, a ktoś mi mówił: stary, ale masz mieszkanie, masz świetną pracę, masz pieniądze! Jezu, myślę! Komu ja to wszystko mówię. Znowu, nie zobaczył tego, o czym ja mówię, tylko zobaczył coś innego. [...] Ja w zeszłym roku na trochę rzuciłem radio. Potrzebowałem jakiegoś dojścia do siebie. Chciałem z jednej strony zerwać z tym, czego słuchacze i całe otoczenie ode mnie oczekiwało, czyli to, że ja nadal będę robił seanse o grobie, a ja już... nie miałem wtedy ochoty robić seansów o grobie i stwierdziłem, że [...] to jest moment przełomowy w moim życiu: albo popełnić samobójstwo, albo rzucić pracę, albo wyjechać w ogóle za granicę, zmienić nazwisko, operację plastyczną... coś zmienić, definitywnie coś zmienić. W tej chwili jest to dla mnie takie dodatkowe hobby oprócz pracy zarobkowej, czyli siedzenia przy maszynie do pisania i robienia tych list dialogowych⁵.

Trudno sobie wyobrazić, by akt komunikacji w autorskiej audycji muzycznej nie zakładał obecności odbiorcy. Mówienie „w pustkę” można jednak w przypadku

⁴ <http://www.youtube.com/watch?v=gxDXf8IMzco> (korekta – G.S.).

⁵ Talk show *Wywiad z wampirem*, prowadzony przez Wojciecha Jagielskiego, RTL 7, 1998 r.

Beksińskiego rozumieć metaforycznie: jako mówienie „skazane” na niezrozumienie przez odbiorcę. Powodem była swoista ułomność, o której wspominał sam Beksiński: „Ten tragizm wampira jest mi bliski, czyli ta niemożność pr zeżycia jakichś większych, ważniejszych uczuć, bo one są po prostu nie dla mnie jak gdyby”⁶.

Opisując radiowy rytuał komunikacyjny Beksińskiego, należałoby określić mistrza ceremonii jako kogoś usytuowanego „ponad” uczestnikami-odbiorcami. Pożegnalny list do ojca, w którym przeprasza go za wszystko i za to, co zrobi, mówił o tym wprost: „Nie jestem niczyją maskotką ani klo wnem. [...] Nie będę w dalszym ciągu mesjaszem dla durnych radiosłuchaczy, ani autorytetem dla widzów i czytelników. Ja już jestem martwy”⁷. To wyznanie, choć pozaantenowe i nieznanne słuchaczom, oddaje jednak dwojaki wymiar postaci dziennikarza: zarazem outsidera i autorytetu mimo woli, z którą to rolą nie chciał się godzić.

Rytuał a systemy znaków i znaczeń

Dla Beksińskiego charakterystyczne było korzystanie z szybko zaakceptowanej przez wiernych słuchaczy symboliki wampirycznej. Był to wyraz jego wielkiej fascynacji, jaką były filmy z gatunku horrorów. Przedstawiał ich historie, nierzadko komponował narracje na podstawie książek z tego gatunku, które doczekały się ekranizacji. Jego wypowiedzi zawierały odniesienia do „wampirzego” świata nawet wtedy, gdy mówił o zmianie miejsca pracy:

Już wkrótce mnie nie będzie. [...] Ja też nie wiem, proszę Państwa, co będzie się działo z mną mniej więcej za dwa miesiące. Przypuszczalnie tak jak każdy nietoperz, albo każdy wampir, jeżeli wyrzucą mnie z jednej trumny, to znajdę sobie inną. Albo też jakąś inną dzwonicę, w której będę straszyl. Na razie nie wiem⁸.

Ten *image* towarzyszył Beksińskiemu niekiedy także w życiu prywatnym. Na premierę filmu *Dracula* w reżyserii Francisa Forda Coppola w 1992 roku, który zresztą on sam tłumaczył, przybył w przebraniu wampira. Specjalnie na tę okazję zamówił u krawcowej wampirzą pelerynę (Stępniewska 2009: 32). Taki ubiór mógł utwierdzać obserwujących go w przekonaniu, że kolejne zapowiedzi śmierci są pewnym elementem kreacji, a podejmowane, choć nieudane próby samobójcze – ją dopełniają.

Oprócz wampira, jako znaku firmowego i swoistego „porte-parole” autora, innym motywem obecnym w antenowych narracjach był motyw śmierci. W listopadzie

⁶ Wypowiedź Tomasza Beksińskiego z dokumentu *Dziennik zapowiedzianej śmierci*, reż. D. Świątły, Program 2 TVP, 2000; Kuszyk 2011.

⁷ W. Tochman, *Leży we mnie martwy anioł*, „Gazeta Wyborcza. Magazyn” 2000, nr 12 (23.03.2000), s. 12 (za: Kuszyk 2011).

⁸ Audycja Tomasza Beksińskiego w Trzecim Programie Polskiego Radia z dnia 15.02.1991.

1988 roku dziennikarz leciał samolotem z Warszawy do Rzeszowa. W czasie lotu doszło do awarii dwóch silników, samolot wylądował awaryjnie. W wypadku zginęła jedna osoba, Beksiński razem z resztą pasażerów przeżył. Od tego wydarzenia panicznie bał się samolotów i potem wszędzie podróżował głównie autobusami. Tuż przed wyprowadzką z Sanoka rozwiesił w całym mieście klepsydry ze swoim nazwiskiem (jak wyjaśniał w jednym z wywiadów, był to sposób pożegnania z rodzinnym miastem⁹). Zatem lęk przed śmiercią z jednej strony, a z drugiej droczenie się z nią i jej prowokowanie – stały się życiowym kontekstem dla antenowych wynurzeń Tomasza. Podsycaly atrybut ich niezwykłości, nie pozostały też bez wpływu na słuchaczy. W reportażu *Romantycy muzyki rockowej*, uznanym w plebiscycie słuchaczy Trójki za najlepszy reportaż roku 2001, znajdujemy wypowiedź słuchacza: „Beksiński lansował, że tak powiem, postać wampira, który istnieje trochę poza tym światem i ma jakąś tę wewnętrzną siłę”¹⁰. Na stronie www.tbmp3.prv.pl internauta tak o nim mówi:

Właściwie to był On przy mnie od początku mojej przygody z muzyką. Poznałem jego prezenterki wizerunek poprzez kolegę ze szkolnej ławy. Zacząłem słuchać audycji *Romantycy muzyki rockowej*, ze względu na młodego prezentera łamiącego ówczesne, skostniałe kanony sztuki radiowej. Był prawdziwy, szalenie naturalny, niekiedy wręcz infantylny, ale wiarygodny i inny od reszty radiowców. [...] Z czasem jego audycje stały się jak wizyty najlepszego przyjaciela (Jack)¹¹.

Absencja obrazu w radiu (w czasach Beksińskiego nie było możliwości pokazywania nawet fragmentów działalności antenowej na przykład na stronie internetowej rozgłośni) stała się sprzymierzeńcem magiczności przekazu, jego kontekst czyniąc czymś w rodzaju tajemnicy, której kuluary są najlepiej znane prowadzącemu, natomiast słuchacze poprzez fakt uczestniczenia w niej są w nie wtajemniczani (Scannell 1996: 89). Morgan Gerard w kontekście DJ-skich *eventów* pisze o empirycznej integralności (Gerard 2004: 176) pomiędzy miksującym utwory a jego publicznością. Podkreśla znaczenie rytuałów wzmacniających intymną i symbiotyczną relację między nim a tańczącymi. Ich możliwość osiągnięcia stanu ekstazy cznego zależy od prezencji DJ-a na scenie, profesjonalizmu oraz intuicyjnego odczytywania potrzeb tłumu i odpowiadania na nie, jego umiejętności tworzenia przejściowej więzi z tańczącymi. Władanie pewnym ceremoniałem, *performance* jest tu centralnym elementem rytuału.

Z pewnością w przypadku audycji Beksińskiego elementem wzmagającym szczególną (magiczną) więź pomiędzy stronami interakcji był specyficzny rytm programów, zakładający stałą obecność rozbudowanych monologów prowadzącego, które

⁹ Ibidem. Wypowiedź Tomasza Beksińskiego z dokumentu *Dziennik zapowiedzianej śmierci*, op. cit.

¹⁰ I. Białek, *Romantycy muzyki rockowej*, Polskie Radio 2001.

¹¹ Jack, *Nasze wspomnienia*, www.tbmp3.prv.pl (dostęp: 9.06.2011).

poruszały emocje słuchaczy, a jednocześnie pozbawiały ich możliwości dialogu na antenie, czyniąc ich niejako poddanymi w całości oddziaływaniu (magicznemu) głównego Aktora rytuału.

Fenomenologiczna analiza zakorzenienia przekazów medialnych w codziennym życiu, podejmowana przez historyków, komunikologów, pozwala twierdzić, że w szerszej perspektywie media są przez odbiorców wykorzystywane do konstrukcji tożsamości (Couldry 2000: 12), a zamieszczane w nich komunikaty, nawet te odnoszące się do spraw pospolitych i codziennych, którym brak elementów dramaturgii (Scannell 1996: 94), poprzez fakt medialnego zapośredniczenia przesiąkniętego widowiskowością i narcyzmem, nabierają cech niezwykłości (Couldry 2000: 21).

Narracja w formie opowieści autobiograficznej wspiera autorytet dziennikarski. [...] 'byłem tam' zmienia się w 'możecie mi zaufać'. To transformacja symboliczna, która – przez logikę narracji – odbywa się na poziomie tekstu. Jest to również transformacja symboliczna, która – poprzez logikę mitu i rytuału – odbywa się na poziomie stosunków społecznych: narracja dotycząca przeszłości, napisana przez dziennikarza w pierwszej osobie, staje się motywem em uzasadnienia autorytetu dziennikarskiego w relacjach pisanych w trzeciej osobie na temat tego, co się dzieje dziś. Ci obecni stają się zatem – magicznie, mity cznie, rytualnie – tymi, którzy wiedzą, co się dzieje teraz. Jeżeli piarstwo dziennikarskie zgodne z konwencją pełni funkcje działania rytualnego, powinniśmy się spodziewać, że jest ono wyposażone w rozmaite moce rytuału – na przykład – zachowywania, integracji i transformacji. Stad też rytuały pracy dziennikarskiej nie dotyczą wyłącznie tego, jak dziennikarze pracę tę wykonują, lecz tego, jak „relacjonowane” przez nich „wydarzenia” ulegają rytualnej transformacji w relacje, którym nadano odpowiednią formę, oraz jak odbiorcy zostają rytualnie wciągnięci w uczestnictwo symboliczne (Zelizer 1990: 366–376, za: Rothenbuhler: 107–108).

Jak wspominałam, w audycjach Beksińskiego nie wypowiadali się słuchacze. Formuła „don't talk back” została złagodzona przez prowadzącego, odczytującego na antenie ich listy, jednak uciniała zwrotne reakcje odbiorcy w czasie realnym. Nowe media, w tym radio, wciągają publiczność, jak powie Habermas, w swój „magiczny krąg, a zarazem odbierają jej dystans 'dojrzałości', mianowicie szansę mówienia i sprzeciwiania się” (Habermas 2007: 323). Dekodowanie komunikatów, które pojawiały się na antenie „zakodowane”, przebiegało „z opóźnieniem” w myśl współczesnej interakcji radiowej, gdzie słuchacz może bezpośrednio po wejściu dziennikarza skomentować je na antenie telefonicznie bądź za pomocą jakiegoś komunikatora (sms, e-mail, facebook). Użycie określenia „kodowanie” implikuje nieoczywistość znaczenia oraz struktury tekstu. Są one zawarte w tekście przez kodującego, a interpretowane przez dekodującego. Tekst „otwarty” zezwala na wielość jego interpretacji (Abercrombie, Longhurst 2007). Muzyka była głównym elementem uatrakcyjniającym komunikację, choć aura tajemniczości i wyjątkowości budowana była poprzez wypowiedzi Beksińskiego. Słuchacze oczekiwali także tłumaczeń poezji, historii o wampirach, krótkich recenzji filmowych horrorów i improwizacji na temat drogi, którą kroczy świat (a była to oczywiście zła droga). Nie istniała osoba, która mogłaby go w pełni zastąpić. Wprawdzie Program Trzeci Polskiego Radia pod koniec

lat dziewięćdziesiątych posiadał kilku prezenterów grających podobną muzykę, ale innym programom z tego samego cyklu *Trójka pod księżycem* brakowało specyficznej atmosfery, którą zapewniał Beksiński.

Rytualna moc słów i gestów

„Trajkotanie didżejów w przerwach między piosenkami nie wyraża jedynie tego, co mówią, lecz lansuje pewien sposób bycia, pełni funkcję ikoniczną [...] I dentyfikacji z postacią medialną nie można wyjaśnić jedynie fascynacją. Fani, słuchając ulubionego didżeja, zwracają się raczej ku rytualnej manifestacji wyborów dokonywanych w świecie dźwięków i znaczeń” (Rothenbuhler 2003: 119–120). Dostrzec tu można jednak pewien paradoks. Z jednej strony Beksiński był przewodnikiem dla słuchaczy, z drugiej jednak nie dążył do utrwalaenia swojego wizerunku jako eksperta czy autorytetu. Didżejski styl Beksińskiego można by nazwać eksperckim, a jednocześnie osobowościowym (McLeish 2007: 189). „DJ Personality” buduje program sytuując siebie w jego centrum, podczas gdy „ekspert” jest skoncentrowany na przedmiocie audycji, w przypadku analizowanym przeze mnie – na muzyce. Beksiński był właściwie jednym i drugim jednocześnie, choć nie serwował eksperckich wynurzeń jedynie na temat muzyki ani też nie koncentrował się na swojej osobie, antenowych kreacjach czy elementach nadających audycji specyficzny charakter, których się po jego programach odbiorcy spodziewali.

Słuchacze dosyć szybko poznali fascynacje Beksińskiego: Ultravox, Bauhaus, Peter Hamill, Legendary Pink Dots, Genesis itp. Jego muzyczny gust oscylował wokół takich gatunków jak new romantic, art- i progressive rock oraz gothic. Pomimo mrocznej muzyki i wspomnianego wcześniej podobnego sztafażu (opowieści o czarnych kotach i wampirach), potrafiły zarazem być zabawne, głównie dzięki osobistym zwierzeniom autora i jego specyficznemu poczuciu humoru. Dla słuchaczy zwabionych do jego audycji za sprawą muzyki (która nie gościła często na innych antenach) równie ważnym elementem stała się osobowość prowadzącego. Ta mieszanka była wyjątkowa, zwłaszcza w drugiej połowie lat osiemdziesiątych i wczesnych dziewięćdziesiątych, kiedy radio publiczne nie oferowało zbyt wielu podobnych audycji, a stacje komercyjne rozpoczynały dopiero swoją działalność. Jednak wyrazista osobowość i niecodzienne rekwizyty mistrza ceremonii dla części audytorium były przeszkodą, nie wszystkim odpowiadał system „wampirycznych” znaków i kodów. Stanowiły one element wtaємniczenia, a ich akceptacja była niezbędna do pełnego przeżywania rytuału. Osoby niewrażliwe na ekspresję Beksińskiego z czasem odwracały się od jego programów. Bowiem znaki rytuału, by mogły osiągnąć fenomenologiczną obecność, domagają się od uczestników interpretacji ich znaczenia (Rothenbuhler 2003: 87). Audycja w tym kontekście jest formą symboliczną otwartą na dobrowolne interpretacje słuchaczy, także prowadzące do jej odrzucenia.

Jego najlepszy okres w radio przypada na lata 85–92 – potem było już tylko gorzej, a ostatnie 3–4 lata to zupełny koszmar. Muzycznie zupełnie stanął w miejscu, nie rozwijał się, wręcz zaczął się cofać [...], w dodatku jego zachowanie na antenie było coraz mniej naturalne, a raczej pokazywało, że dzieje się z nim coś niedobrego. Jednego razu to był na tyle dziwny, że myślałem, że jest na jakichś prochach... (posterunek162).

On był jedyny i niepowtarzalny. Po tym, co pisz esz, uważam, że albo Go nie słuchałeś, albo nie rozumiałeś. Nieważne, ile się wie o zespole, ważne, że on oddawał „ten klimat” (@posterunek162)¹².

Performance Beksińskiego stał się ramą dla interpretacji rytualnych zachowań, które zyskały status symbolicznych aktów mających wywierać wpływ na odbiorców. Poprzez rytualizowanie swojej roli dziennikarz promuje, uzasadnia i zabezpiecza swoje prawo do kontrolowania procesu relacjonowania i refleksji nad przekazem, co oznacza jego przewagę w konstruowaniu wariantów rzeczywistości w zależności od oczekiwań audytorium. Rytualizacja staje się jednym z najsilniejszych instrumentów promowania dziennikarskiego autorytetu (Coman 2005: 51).

Jego program z 11 grudnia miał być ostatnim w 1999 roku, ale stał się nie tylko jego pożegnaniem z wiekiem XX, lecz także osobistym pożegnaniem z życiem:

Wskazówki nieubłaganie odmierzają czas, do umownego końca stulecia i tysiąclecia pozostały niespełna trzy tygodnie... Za tydzień program poprowadzi Piotr Kosiński... Za dwa tygodnie mamy Święta... A za trzy tygodnie będzie już rok dwutysięczny. Czy zdają sobie Państwo sprawę z tego, że dziś spotykamy się po raz ostatni w latach dziewięćdziesiątych XX stulecia? I w ogóle może to być nasze ostatnie spotkanie, nie wiadomo, co się wydarzy...¹³

Tym, co się wydarzyło, było jego samobójstwo dokonane w Wigilię Bożego Narodzenia. Właściwie była to trzecia próba odebrania sobie życia – tym razem zakończona „powodzeniem”. Ta śmierć stała się początkiem legendy Beksińskiego trwającej do dziś.

Obecność słuchaczy – uczestników ceremonii

Słuchacze audycji Beksińskiego włączali się w porządek znaczeń nakreślony przez niego jako Aktora, będącego przewodnikiem po poszczególnych rytualnych etapach. Czy można powiedzieć, że Beksiński stał się autorytetem po śmierci? Albo – w którym momencie zaczął być postrzegany jako autorytet za życia? „Autorytet jest zjawiskiem o charakterze społecznym. Być autorytetem to być za autorytet uznanym. Być uznanym – to znaczy być kimś, z czym zdaniem czy postępowaniem ktoś inny się liczy” (Stróżewski 2008: 108). Słuchacze uznali go za autorytet, gdyż budowaną

¹² <http://www.youtube.com/watch?v=tusHIUuIVI8&feature=related>.

¹³ Audycja Tomasza Beksińskiego w Trzecim Programie Polskiego Radia z dnia 11.12.1999.

przez niego komunikację (której byli uczestnikami) cechowała ekskluzywność. Strony specyficznego dialogu włączały się w krąg pewnej wiedzy zarezerwowanej dla nich, a niedostępnej dla innych (na przykład niesłuchających danej audycji). Efektem tego było budowanie lojalności słuchaczy, przywiązania nie tylko do radia, ale przede wszystkim do konkretnej osoby, która wprawdzie reprezentowała instytucję, ale stała się bliska, poprzez swoje wynurzenia – rozpoznana. Krąg wtajemniczenia (szczególna relacja łącząca słuchaczy z radiową osobowością) trwa nawet wtedy, gdy kończy się fizyczna obecność nadawcy. Szczególną okolicznością jest śmierć spikera, zwłaszcza śmierć samobójcza. Rodzi ona pytania o przyczynę aktu zamachu na własne życie i w tym momencie utrwalone nagrania stają się swoistym testamentem albo materiałem do rozważań głębi przekazu:

[...] koniec wieku ewidentnie pobudza w nas wszystkich jakieś minorowe klimaty, apokaliptyczne nastroje. Nie ukrywam, że ja też patrząc na wszystko dookoła, dochodzę coraz bardziej do wniosku, że chyba nie będzie dalszego ciągu. Bo jak może być dalszy ciąg czegoś, co jest do tego stopnia rozbite, zniszczone, rozłożone, zepsute, zdeprawowane i całkowicie pozbawione sensu¹⁴.

Rodzajem komunikowania przeżyć jest fanowska działalność unieśmiertniająca dziedzictwo Beksińskiego. Jak w rytuale żałoby, ekspresja emocjonalnych stanów słuchaczy przybiera różne formy. Publiczne radio, posiadające potencjalnie duży zasób materiałów archiwalnych, jedynie incydentalnie z nich korzysta. Można powiedzieć, że poza kilkoma okolicznościowymi przedsięwzięciami (jak na przykład w dziesiątą rocznicę śmierci Beksińskiego) porzuca czy zaniedbuje pamięć o swoim dziennikarzu. Dziedzictwo Beksińskiego „przeniknęło” do Internetu, chociaż on sam komputerów nie znosił. Stało się to niezależnie od niego. Ujawniło się w *działaniu* ludzi, dla których Beksiński stał się kimś ważnym.

Istnieje co najmniej kilka fano wskich stron internetowych. Co ciekawe, niektóre z nich oferują możliwość zamieszczania nagranych programów Beksińskiego w formacie MP3. Główne z nich to: www.nosferatu.art.pl, www.krypta.whad.pl, www.tbmp3.prv.pl – zawierają one także linki do niewielkich stacji internetowych (takich jak społeczne radio w Dublinie NEAR 90,3 FM). Kolejne inicjatywy podejmowane dla upamiętnienia jego osoby to muzyczny festiwal „Love Never Dies” w jego rodzinnym mieście Sanoku w 2009 roku, dwa telewizyjne dokumenty (*Dr Jimmy* i *Pamiętnik zapowiedzianej śmierci*) oraz liczne lokalne wydarzenia filmowe i muzyczne (na przykład pokazy filmów z jego dubbingiem).

Aktywność fanowska jest rodzajem przedłużania obecności Beksińskiego poprzez odtwarzanie jego głosu. Istotnie jest on atrybutem autorytetu (aktora), ponieważ głos w radiu jest personalizowany (radio analogowe emitowało głos w czasie realnym, zatem jego odbieranie implikowało w świadomości słuchaczy kontakt

¹⁴ Audycja Tomasza Beksińskiego w Trzecim Programie Polskiego Radia z dnia 25.09.1999 (cytaty z audycji Beksińskiego głównie za: Kuszyk 2011).

z nadawcą w czasie rzeczywistym, głos wiązał się z autentycznością wypowiedzi, odzewem, obecnością drugiej osoby). Ale „głos” ma też znaczenie metaforyczne – chodzi o wszelki ślad obecności mistrza ceremonii i głównego jej aktora. Pielęgnowanie tych śladów zamienia się w rodzaj wtórnego rytuału, w którym rolę Aktora pełnią tym razem dawni świadkowie, uczestnicy niegdysiejszych widowisk, pragnący zachować o nich pamięć w innej, także rytualnej formie.

Podsumowanie

Analiza antenowej działalności Tomasza Beksińskiego dostarcza argumentów potwierdzających rytualne wykorzystanie przez niego medium, głównie, ale nie tylko radiowego. Symbole i znaczenia w zapośredniczonej komunikacji z jednej strony pozwalają odczytywać przekaz jego autorstwa jako rytuał autoekspresji, z drugiej strony prywatne zwierzenia Beksińskiego podważają potoczne interpretacje jego stanów wewnętrznych czy zachowań antenowych, które formułowali słuchacze jego audycji. Zatem działanie Beksińskiego (w wymiarze antenowym oraz pozaantenowym) było komunikowaniem pewnych znaków, które odbiorcy interpretowali i które wpływały na kształtowanie się ich muzycznych gustów, ale też wynikały z głębi emocji samego „antenowego aktora”, a poprzez formułę uczestnictwa w audycji determinowały konkretne akty podejmowane w realnym życiu. Wyrazistość tych aktów zaowocowała wtórną rytualizacją odbywającą się w kręgu dawnych odbiorców, a mającą na celu przedłużenie trwania pamięci o autorytecie, który odszedł.

Bibliografia

- Abercrombie N., Longhurst B. (eds.) (2007), *Dictionary of Media Studies*.
 Coman M. (2005), *Cultural Anthropology and Mass Media. A Processual Approach*, [w:] *Dictionary of Media Studies*, ed. N. Abercrombie, B. Longhurst, 2007.
 Couldry N. (2000), *The Place of Media Power: Pilgrims and Witnesses of Media Age*, London.
 Dayan D., Katz E. (1992), *Media Events. The Live Broadcasting of History*.
 Gerard, M. (2004), *Selecting Ritual: DJs, Dancers and Liminality in Underground Dance Music*, <http://www.ukessays.com/essays/music/rave-culture-music.php> (dostęp: 27.10.2012).
 Habermas J. (2007), *Strukturalne przeobrażenia sfery publicznej*, Warszawa.
 Kuszyk P. (2011), *Radiowe życie po życiu – na przykładzie Tomasza Beksińskiego*, WSPA, Lublin (praca niepublikowana).
 McLeish R. (2007), *Produkcja radiowa*, Kraków.
 Osorio F. (2005), *Proposal for Mass Media Anthropology*, [w:] *Dictionary of Media Studies*, ed. N. Abercrombie, B. Longhurst, 2007.

- Rajewski M. (2005), *Tożsamość i przetrwanie. Społeczeństwa pierwotne wobec nowoczesnych mediów*, [w:] *Osoba w społeczeństwie informacyjnym*, „Ethos” 2005, nr 1–2 (69–70).
- Rothenbuhler E.W. (2003), *Komunikacja rytualna. Od rozmowy codziennej do ceremonii medialnej*, Kraków.
- Rothenbuhler E.W., Coman M. (eds.) (2005), *Media Anthropology*, Thousand Oaks–London–New Delhi.
- Scannell P. (1996), *Radio, Television & Modern Life*, Cambridge, MA.
- Sieradzan J. (red.) (2009), *Mit autorytetu – autorytet mitu*, Białystok.
- Stępniewska S., *Tomasz Beksiński 1958–1999*, Wydawnictwo Fundacja Beksiński, 2009.
- Stępnik K., Rajewski M. (2008), *Media studies. Refleksja nad stanem obecnym*, Lublin.
- Stróżewski W. (2008), *Mała fenomenologia autorytetu*, [w:] *O autorytecie. W poszukiwaniu punktu odniesienia*, red. J. Jagiełło, Kraków.
- Turner V. (2005), *Od rytuału do teatru. Powaga zabawy*, Warszawa.
- Witkowski L. (2009), *Wyzwania autorytetu w praktyce społecznej i kulturze symbolicznej*, Kraków.
- Zelizer B. (1990), *Achieving Journalistic Authority through Narrative*, „Critical Studies in Mass Communication”, no 7 (za: E.W. Rothenbuhler, *Komunikacja rytualna. Od rozmowy codziennej do ceremonii medialnej*, Kraków).

Artur Trudzik

Uniwersytet Szczeciński

Samobójstwo Tomasza Beksińskiego jako ekstremalna dezaprobata wobec atrofii autorytetów

Najbezpieczniej jest nie wychodzić z domu. A jeszcze lepiej nie czytać gazet, nie oglądać telewizji (poza filmami) i nie słuchać radia [...], żyć w błogiej – i bezpiecznej – nieświadomości otaczającej nas dżungli, którą kierują małpy uzbrojone w komputery.

T. Beksiński, *The Michael Douglas syndrome*, „Tylko Rock” 1999, nr 1

W poszukiwaniu archetypów

Tomasz Beksiński (pseud. „Nosferatu”, „Dracula”, „Beksa”) – ur. 26 listopada 1958 r. w Sanoku, zm. 24 grudnia 1999 r. w Warszawie; syn Zdzisława – wybitnego malarza; dziennikarz muzyczny, prezenter radiowy, tłumacz, eseista. Jeśli dodać do tego – zgodnie z wymogami epoki dominacji *infotainment* – że popełnił samobójstwo, powstanie notka biograficzna, która może posłużyć jako ładunek informacji o życiu znanego człowieka, aczkolwiek w rzeczywistości niewiele o nim mówi. Z drugiej strony to właśnie w tych kilku faktach kryje się tajemnica i jednocześnie klucz do odszyfrowania skomplikowanego świata, który zamknął się bardziej bądź mniej spodziewanie. W tym miejscu powinno się pojawić pytanie, gdzie w tym wszystkim autorytet. Otóż to właśnie on, a raczej jego brak, wydaje się przyczyną desperackiej decyzji i nieodwracalnego zrywania.

Rodzina Beksińskich co najmniej od kilku pokoleń żyła w Sanoku, skąd pochodził Mateusz – prapradziadek Tomasza. W tym starym, wielokulturowym galicyjskim mieście Tomasz mieszkał przez 19 lat. W 1977 r., w efekcie decyzji władz miasta o rozbiorce domu, jego ojciec Zdzisław z żoną Zofią i synem wyjechali do Warszawy. Czy w okresie dojrzewania ojciec mógł być dla Tomasza wzorem? Z pewnością w dzieciństwie i młodości Tomasz przesiąknął twórczą atmosferą i sztuką przez niego tworzoną,

przy czym trzeba zaznaczyć, że bardzo specyficzną, zwłaszcza dla kształtującej się w tym okresie osobowości¹. Nieco światła na tę nie do końca jasną kw estię rzucił „Beksa” w wywiadzie udzielonym Wojciechowi Jagielskiemu w talk show zatytułowanym – *Wieczór z wampirem*, rok przed śmiercią. Pytany o ojca odpowiadał, że miał w domu sporo jego obrazów, ale wcześniejszych (zwłaszcza z lat siedemdziesiątych), gdzie nie było jeszcze „truposów”. Fascynacja Zdzisława informatyką, techniką, no winkami i bezwzględna awersja do nich Tomasza nie oznaczały czynienia sobie na przekór czy pozostawania „w kontrze”, lecz „życie niezależnie” od siebie. Więż rodzinna ujawniała się np. przy wspólnym oglądaniu telewizji: „to chyba wystarczy” – pointował beznamiętnie Tomasz. Niektórzy bliscy znajomi „Draculi” zauważali jednak, iż brakowało mu miłości ojcowskiej, o czym miał tuż przed śmiercią powiedzieć – „Ojciec brzydził się mną”. Stosunki Tomasza z rodzicami od dzieciństwa w ogóle nie należały do typowych: ojciec nie przeczył, że „nigdy nie przytulał syna. Chciał mieć kumpla, a chłopiec był ślimaczącym się pulpetem”. Z kolei syn był niepokorny i krnąbrny, nie słuchał rodziców, a gdy dorósł, „rozkazywał im”, np. zwracając się do ojca – „nadaj ten list, bo nie chce mi się stać w kolejce”. Zdzisław Beksiński stwierdził, że jego potomek „bywał potworem [...], potrafił dołożyć i mnie, i matce. Traktował ją jak sprzątaczkę, prачkę. Stawał się czuły, gdy miał akurat przy sobie kobietę”. W notatkach „Nosferatu” zachowały się zapiski w rodzaju: „Tak! Ta nicość mnie pociąga. Starych biorę pod uwagę. Jestem świnią. Dokuczam starym”, albo – „Śmierć jest królową”. Ta druga fraza towarzyszyła mu przez większość życia i doprowadziła jeszcze przed popełnieniem samobójstwa do dwukrotnego targnięcia się na własne życie². Ojciec zginął pięć lat po śmierci Tomasza, w sposób nie mniej dramatyczny, gdyż został zamordowany we własnym domu przez 19-letniego mieszkańca Wołomina, którego rodzice, siostry i on sam od wielu lat pracowali u Beksińskiego, wykonując różne prace przydomowe. Motywem zbrodni była odmowa drobnej pożyczki. Artysta został siedemnaście razy ugodzony nożem przez Roberta K., po czym sprawca z pomocą 16-letniego kuzyna Łukasza K. próbował zatrzeć ślady i ukraść dwa aparaty fotograficzne oraz płyty CD. Zabójcę skazano na 25 lat więzienia, a współnika na 5 lat³.

¹ Zdzisław Beksiński posługiwał się różnymi językami wypowiedzi artystycznej. Fotografiami, początkowo czarno-białymi, przedstawiał głównie ludzi w nietypowych pozach, modelki były pętane sznurami, ich ciała były zdeformowane, lub kadrowane fragmentami, aby wywołać wrażenie nieciągłości materii. W abstrakcyjnej rzeźbie przeważały reliefy i maski, wykonywane z drutu, blachy, metalu. Z kolei rysunki zaczął od półabstrakcji, aby następnie zwrócić się w kierunku sztuki figuralnej, przesiąkniętej erotyzmem, sadyzmem, masochizmem. Wreszcie w malarstwie zrezygnował ze związków z awangardą i skupił się na tworzeniu obrazów olejnych na płycie pilśniowej o tematyce fantastycznej, wizjonerskiej, nigdy ich nie tytułując, aby zostawić wolność interpretacyjną odbiorcy. Po zgonie syna zaczął tworzyć za pomocą technik komputerowych. Zob.: pl.wikipedia.org/wiki/Zdzisław_Beksiński (dostęp: 10.02.2012).

² J. Wiernik, *Wybrał tamtą stronę*, <http://krypta.whad.pl/html/index.php> (dostęp: 10.03.2012).

³ (bart), *Zabójca Beksińskiego posiedzi 25 lat – odwołanie oddalone*, <http://wiadomosci.wp.pl/kat,9251,wid,8867502,wiadomosc.html> (dostęp: 17.11.2011).

Warto również wspomnieć, że np. tradycyjne odruchy patriotyczne czy znaczenie ojczyzny, szacunek do rodaków były raczej obce Tomaszowi, stąd np. ocena realiów Polski dekadę po odzyskaniu niepodległości: „Nestety żyjemy w kraju krótkowzrocznych obywateli, którzy żyją dniem dzisiejszym, o ile w ogóle żyją, przesiąknięci wódką i obzarci kielbasą, a największą zakałą są babsztyle, które nieustannie robią kolejki [...]. Gdyby mogły, gazety pewnie kupowałyby po jednej kartce co parę godzin”⁴. Ostatnie stwierdzenie tłumaczył „złośliwością Opatrzności”, zresztą większość własnych niepowodzeń „zrzucił” na Boga, siłę wyższą, w którego skądinąd nie wierzył. W pożegnalnym liście do ojca przeproszał przede wszystkim za „parszywy egoizm i brak zrozumienia dla Ciebie”, dodając, iż był „zbyt słaby”, a w zasadzie iż „już był martwy” i od kilku miesięcy solennie przygotowywał się do „postawienia kropki nad i...”. Z pewnością, w kontekście jego życia oraz śmierci, raczej świadomie nie szukał ani autorytetu, ani oparcia w Bogu czy religii, dlatego pisał dalej – „Wierzę, że nie ma życia po śmierci. Wierzę, że to naprawdę koniec. Tego właśnie pragnę”⁵. Po drugiej próbie odebrania sobie życia przez syna ojciec powiedział znajomemu lekarzowi: „Samobójstwo nie jest tchórzostwem ani ucieczką. Przeciwnie, kiedy człowiekowi świat wydaje się piekłem, samobójstwo to akt odwagi i męstwa”. Po latach chyba słusznie przeczynał swoje przemyślenia: „Tomek naprawdę nie chciał żyć. Życie go po prostu nie interesowało. Pracował, spotykał się z znajomymi, miał miłość, lecz dla niego była to tylko namiastka. Pewnie już z taką skazą przyszedł na świat”. Przyczyną być może była „od urodzenia [...] zaszczerpiona myśl o śmierci [...], mikrouszkodzenia mózgu [...], gen depresji” – podpowiadali inni. Chyba najprostsze, a tym samym najpełniejsze wyjaśnienie czynu sam Beksiński podał w mailu wysłanym do przyjaciela: „Zrób dla mnie jedną rzecz: powiedz wszystkim, że po prostu nie widziałem się w XXI w. i czułem, że urodziłem się 100 lat za późno”⁶. Najważniejsze wydarzenia w życiu Tomasza zostały zrekonstruowane w filmie przygotowanym przez TVP w 2000 r. pt. *Dziennik zapowiedzianej śmierci*⁷.

Głos w eterze i słowo o tłumaczeniach⁸

Próba eksplikacji motywów i powodów podjęcia przez Beksińskiego ostatecznej decyzji o samobójstwie powinna ogniskować się wokół szerego pojętych zainteresowań

⁴ T. Beksiński, *Martwy krab*, [w:] *Opowieści z krypty*, „Tylko Rock” 1998, nr 9, s. 14.

⁵ *Wieczór z wampirem* – wywiad Wojciecha Jagielskiego z Tomaszem Beksińskim, RTL, 1998 (25 min.).

⁶ J. Wiernik, op. cit.

⁷ *Dziennik zapowiedzianej śmierci*, reż. D. Świątły, TVP2, 2000 (24 min.).

⁸ Mimo iż jednym z największych „demonów” Beksińskiego była komputeryzacja i informatyzacja, z powodu braku opracowań na jego temat właśnie dzięki Internetowi można rekonstruować ad hoc jego sylwetkę i postawę. Ponadto fani „Nosferatu” właśnie za pośrednictwem tego medium „podtrzymują go przy życiu”. Powstało wiele różnorodnych stron poświęconych

i związków Tomasza z mediami. Pod koniec lat siedemdziesiątych zajął się on dziennikarstwem muzycznym i bardzo szybko zyskał sobie miano jednego z najbardziej charyzmatycznych „radiowców”, choć pierwsze doświadczenia w „pracy z mikrofonem” zdobywał już w czasach licealnych, wychodząc m.in. z inicjatywą nadawania muzyki w czasie przerw międzylekcyjnych i kierując szkolnym radiowęzłem w rodzinnym mieście (prezentował cykle – jeden z pierwszych poświęcony był Genesis) czy prowadząc dyskoteki m.in. w rzeszowskim klubie „Dedal”. Radio, a na pewno muzyka były nie tylko jego pasją, ale czymś na kształt *élan vital*. Już w młodości stał się znany i ceniony w elitarnym środowisku muzycznym, ponieważ posiadał sporą kolekcję longplayów, w tym zza granicy, które chętnie pożyczał presterom (co nie było regułą), a to w dobie PRL-u było nie lada gratką⁹. Podówczas sam robił okładki do płyt – rodzaje collage’ów, dołączając do nich książeczki z własnymi tekstami po angielsku i polsku (zrobił ich kilkaset). Jeszcze w szkole robił słuchowiska radiowe na podstawie własnych scenariuszy, zapraszając do udziału w nich inne dzieci. Wykonywał też komiksy fotograficzne, jednak ojciec nie chciał rozwijać zdolności plastycznych syna, aby w przyszłości nie doszło między nimi do „rywalizacji”¹⁰.

W 1982 r. debiutował u boku Marka Niedźwieckiego w redakcji Programu III Polskiego Radia, aczkolwiek formalnie zaczął pracować w PR II – stacji, w której trzy lata później otrzymał autorską audycję pt. *Romantycy muzyki rockowej* (promował w niej New Romantic i czytał własne przekłady piosenek) oraz prowadził *Klub stereo*, a później wspólnie z Tomaszem Szachowskim *Wieczór płytowy* (promującą nośnik CD), kończąc współpracę *Czasem na Rock*. W 1991 r. oficjalnie przeszedł do „Trójki”, gdzie prowadził *Muzyczną pocztę UKFi Trójkę pod księżycem*. Późna pora tej ostatniej, dobór materiału oraz głos i charyzma autora szybko uczyniły z niej audycję kultową, a prowadzącemu przysporzyły potężne grono miłośników. „Trójce” pozostał wierny do końca i to w tej stacji, kończąc ostatnią, grudniową *Trójkę pod księżycem*, na pożegnanie powiedział: „Czy zdają sobie Państwo sprawę z tego, że dziś spotykamy się po raz ostatni w latach dziewięćdziesiątych XX stulecia i w ogóle może to być nasze o s t a t n i e spotkanie. Nie wiadomo, co się wydarzy, wprawdzie Schwarzenegger ofiarnie uratował świat przed zakusami szatana, ale przed nami np. ogólny krach komputerowy, na który szczerze mówiąc, czekam z utęsknieniem w nadziei, że szlag trafi te parszywe urządzenia raz na zawsze, ale co za tym idzie, dziś może być noc nasza ostatnia [...]”¹¹.

dziennikarzowi. Do ciekawszych można zaliczyć m.in. <http://www.modrzew.stopklatka.pl> (dostęp: 17.04.2011), ukazująca związki Beksińskiego z serią Monty Pythona, <http://tbmp3.prv.pl> (dostęp: 17.04.2011), m.in. opis audycji dziennikarza, <http://www.nosferatu.art.pl> (dostęp: 17.04.2011), z danymi bibliograficznymi, <http://krypta.whad.pl> (dostęp: 17.04.2011), o charakterze ogólnoinformacyjnym, zawierająca artykuły, i in.

⁹ W. Królikowski, *** „Tylko Rock” 2000, nr 2 (102), s. 14.

¹⁰ *Doctor Jimmy*, Fundacja Beksiński, 2009 (30 min.).

¹¹ <http://www.trojkofan.trojka.info/beksinski.html> (dostęp: 1.05.2011). Por.: www.wikipedia.org/wiki/Tomasz_Beksiński (dostęp: 22.05.2011). Por.: P. Krysiński, *Tomasz*, <http://netformator.pl/kultura/7-muzyka/393-tomasz> (dostęp: 5.12.2012).

Jego audycje odzwierciedlały jego stan uczuciowy, emocjonalny, psychiczny, „miłości, jakie przeżywał”¹². Piotr Kaczkowski, mentor Beksińskiego, podnosił fakt, że audycje młodszego kolegi „nie były [...] zwykłym radiem – do słuchania, tylko misternie uplecionym w słowa i dźwięki autobiograficznym przesłaniem adresowanym do własnych przemyśleń odbiorcy”. Miały one konstrukcję „piętrową i wielowarstwową”, dzięki czemu przemawiały jednocześnie do muzycznych adeptów i wytrawnych koneserów. Przywiązywał on niespotykaną wagę do przygotowania programów, ta praca go pochłaniała, ale efekt był perfekcyjny w każdym detalu, niuansie¹³. Niemniej w 1998 r. chciał odpocząć od radia¹⁴.

Jeśli chodzi o wykształcenie, Beksiński studiował anglistykę na Uniwersytecie Śląskim (nie ukończył), wcześniej tłumacząc różne teksty z angielskiego (jego przekłady obejmowały kilka dziedzin kultury i sztuki)¹⁵. Współczesnej sztuce translatoryki poświęcił jedną z *Opowieści z krypty*, podkreślając, iż „dialogi w polskich filmach raziły beznadziejną sztucznością, zaś idiotyczne tłumaczenia angielskich całkowicie psuły przyjemność [ich] oglądania”. Krajowym produkcjom „ukwiecenie dialogów słówkami na «c» i «k» nie przydawało [...] autentyczności”, najwyżej wzbudzało „głupi rechot zgromadzonych w kinie głupoli”, dlatego w Beksińskim „budził się [...] kosmopolita” – wołał filmy „anglojęzyczne. Byleby nie tłumaczone!”. Głównym mankamentem tłumaczy filmów była nieznamość idiomów, „powielanie kalek językowych” i... „podejrzany pociąg do wyrobów mleczarskich” (błędne przekładanie słowa *Sir*). Wśród „kalek” raziły go przede wszystkim *mayor*, *bastard*, *block*, *graphic*, *pathetic*, *actually*, *eventually* czy *Guinea pig*, którą należało rozumieć nie jako „świnie morską z Gwinei, tylko królika doświadczalnego”. Podobnie rzecz miała się z *Caucasian*, czyli osobą rasy białej, a nie mieszkańcem okolic Kaukazu. „B eksa”

¹² *Doctor Jimmy*, op. cit.

¹³ P. Kaczkowski, *Układał słowa i patrzył na nie...*, „Tylko Rock” 2000, nr 2 (102), s. 13.

¹⁴ *Wieczór z wampirem*, op. cit.

¹⁵ Przetłumaczył on m.in. wszystkie (do momentu śmierci) odcinki serii filmów o Jamesie Bondzie, Harrym Callahanie (*Bрудny Harry*) i dorobek filmowo-telewizyjny grupy Monty Pythona (nagroda Instytutu Kultury Brytyjskiej). Ponadto: *Milczenie owiec*, *Dzikość serca*, *Rój*, *Ktoś mnie obserwuje*, *Robin Hood – książę złodziei*, *Czas apokalipsy*, *Po tragedii*, *„Posejdo-na”*, *Ptasiek*, *Wywiad z wampirem*, *Szklana pułapka*, *Nie oglądaj się teraz*, *Drakula*, *Frankenstein*, *Zabójcza broń*, *1941*, *Smętarz dla zwierzaków*, *Pulp Fiction*, *Wściekłe psy*. W aspekcie genologicznym były to filmy sensacyjne, kryminalne, thrillery, horrory, dramaty, komedie, przy czym trzeba podkreślić, iż z pewnością można o nich mówić jako o produkcjach „ambitnych”, choć popularnych. W bazie Filmweb większość tytułów oceniono na pow. 7 punktów w skali 10-punktowej, czyli b. wysoko. Współpracował z TVP i firmą ITI, do której trafił krytykując niski poziom wielu innych tłumaczeń. Jeśli chodzi o muzykę, to translacje obejmowały ogromną liczbę teksów, m.in.: The Cure, Devil Doll, Genesis, Marillion, Iron Maiden, King Crimson, Pink Floyd, The Doors, Ultravox, Joy Division, Lacrimosa, Depeche Mode, The Sisters of Mercy i in., tj. głównie z nurtów art rocka, New Romantic, „zimnej fali”, gothic rocka, heavy metalu czy przedstawicieli klasyki gatunku. Zob.: www.filmweb.pl (dostęp: 14.12.2011). Por.: http://www.modrzew.stopklatka.pl (dostęp: 14.12.2011).

podawał przykład takiego karkołomnego przekładu: „To na pewno była obywatelka Kaukazu, bo znalazłem w łóżku rudy włos! Za to tłumacz chyba był mongolem (ale nie z Mongolii)” – komentował sarkastycznie. Zwracał też uwagę na to, aby „w tzw. szeptankach [...] unikać wołaczy”, które psuły nastrój, bowiem „film to nie słuchowisko radiowe”. Osobną kategorią były wulgaryzmy, nad których używaniem „czuwali telewizyjni adiustatorzy”, doprowadzając do sytuacji, że brutalność była tolerowana, „byleby bandziory mówiły językiem salonowym”. Kończąc zaznaczał: „Wyżej podpisany ma opinię upierdliwie wymagającego, ale jeszcze więcej wymaga od siebie. Poza tym uczy się na błędach, więc prosił czytelników o pisanie do niego, jeśli ktoś zauważy błędy w jego tłumaczeniach¹⁶. Apel nie pozostał bez odzewu i pomylki, nieścisłości Beksińskiego w tłumaczeniach Monty Pythona zebrał i wyjaśnił J.M. Masłowski¹⁷.

Opowieści z krypty

Dziennikarstwo prasowe Beksińskiego to nade wszystko współpraca z „Tylko Rockiem” oraz w mniejszym stopniu z „Magazynem Muzycznym” i „Machiną”. Szczególnie blisko był związany z tym pierwszym czasopiśmie, w którym od momentu jego założenia recenzował i komentował płyty, relacjonował koncerty, oceniał twórczość artystów, przybliżał ich sylwetki, drukował publicystykę i felietony, a ponadto dzielił się z czytelnikami spostrzeżeniami i przemyśleniami ogólniejszej natury. Ogółem zamieścił w miesięczniku blisko 200 tekstów¹⁸. Jego partycypacja w tworzeniu pisma miała wszakże szersze spektrum, o czym informowała redakcja: „Udostępniał wszelkie posiadane materiały i płyty, podpowiadał tematy, które jego zdaniem warto było podjąć na łamach, dzielił się swoją wiedzą”, uczestniczył w redakcyjnych imprezach. Zapamiętano go jako „roześmianego, radosnego, gotowego spłatać komuś figła, który mógłby stać się pożywką kolejnych *Opowieści z krypty* [...]”¹⁹ – jego stałej rubryki. W numerze wydanym bezpośrednio po śmierci Beksińskiego redakcja poświęciła na wspomnienia dziennikarzy prasowych i radiowych rubrykę *Chwila ciszy*, w której wypowiedzieli się Anja Orthodox, Jacek Leśniewski, Piotr Kosiński, Piotr Kaczkowski, Igor Stefanowicz, Grzesiek Kszczotek, Wiesław Królikowski, Wiesław Weiss²⁰.

Pierwszy jego felieton ze stałego cyklu *Opowieści z krypty* rozpoczynał się frazą: „A więc stało się: wchodzę w poczet ludzi marudzących na łamach «Tylko Rocka»

¹⁶ T. Beksiński, *Patetyczny bękart*, [w:] *Opowieści z krypty*, „Tylko Rock” 1999, nr 4, s. 15.

¹⁷ <http://www.modrzew.stopklatka.pl/bledy.html> (dostęp: 14.12.2011).

¹⁸ Zob. aneks pt. *Najplodniejsze pióra* w: A. Trudzik, „Tylko Rock”. *Monografia miesięcznika* (w druku).

¹⁹ ***, „Tylko Rock” 2000, nr 2 (102), s. 3.

²⁰ *Chwila ciszy*, „Tylko Rock” 2000, nr 2 (102), s. 12–14.

nie tylko o rocku”. Przyznawał, iż była to swoista nobilitacja, ale r ównocześnie dylemat, gdyż nie do końca zamierzał „wyśmiewać monty-pythonowski świat, jaki nas otaczał”, chociaż równocześnie „nie chciał w muzycznym piśmie rozprawiać o filmach, obzarstwie w kinie (oby człowiek, który wymyślił szeleszczące papierki i torebki, smażył się w piekle przy dźwiękach rapu do końca świata!), tele wizji kablowej Aster Shitty, otaczających mnie idiot(k)ach, komunikacji miejskiej i nie tylko, a także egzystencjalnych frustracjach”. W rezultacie podjął się nowego wyzwania, licząc na „pewne zmiany” w życiu, które „wyprowadzą starego zbroczenca z cmentarzy ku słońcu”. Tak więc przygodę z periodykiem i odbiorcami inicjował ironicznie, acz ze sporą dozą optymizmu, którego jak się okazało... permanentnie ubywało. Intrygujące było jego podejście do samego pr ocesu pisania felietonów, przez niektórych uważanych za „zbyt daleko ekshibicjonistyczne”, zaś dla niego stanowiących „*katharsis* twórcze”, zamiast spędzania czasu „na koxctce u psychoanalityka”. Do podjęcia się tego wyzwania skłoniły go częściowo oczekiwania słuchaczy „Trójki”, oskarżających go wówczas o zbytnią „wesołość”, odchodzenie od „wampirów, grobów, gotyku” etc. Przyczyniło się to do rezygnacji z prowadzenia audycji w eterze, na co wpłynęło także poczucie „wtłaczania na siłę w pelerynę i zamykania w krypcie, szprycowania depresją i osaczania przez przeważające siły wyznawców widzących we mnie mizoginistycznego mesjasza z czarnym krukiem na ramieniu”. „Beksa” nie chciał być dla młodego pokolenia „zgr edem”, nadającym archaiczną i przebrzmiałą muzykę, choć nagrania po wstające w owym czasie „wcale go nie ruszały; *rock is dead*, a jeśli rap można nazwać muzyką, to z równym powodzeniem można by zacząć podawać gówno w restauracjach jako delikates o wyrafinowanym smaku” – konstatował dosadnie²¹.

Część znajomych sugerowała, iż Beksiński „był wybitnie inteligentnym, nadwrażliwym dzieckiem popkultury, którą podziwiał i której zarazem nienawidził”²² – tak postrzegał go np. Tomasz Szachowski. Z kolei Grzegorz Kszczotek pamiętał, jak „Nosferatu” przynosił na dyskietce artykuł, a kiedy plik nie chciał się otwożyć, wtedy... „następował wykład o wyższości pełnej romantyzmu maszyny do pisania nad tępym do granic wytrzymałości komputerem”²³. Oczywiście sam Beksiński niejednokrotnie ustosunkowywał się do wytworów nowych czasów. Znamienna była m.in. jego reakcja na pomysł słuchaczy PR III, dotyczący otworenia przez niego strony internetowej: „Nienawidzę paskudztwa! Gdybym mógł za naciśnięciem jednego guzika unicestwić wszystkie komputery, uznałbym, że spełniłem swoją życiową misję i nie męczyłem się przez 39 lat na tym świecie na późno. W komputerze postrzegam bowiem zagładę ludzkości i źródło wszelkiego zła”. Rozwój wypadków zdawał się potwierdzać, że prorocze wizje Stanleya Kubricka z *2001: Odysei kosmicznej* stawały

²¹ T. Beksiński, *Solsbury Hill*, [w:] *Opowieści z krypty*, „Tylko Rock” 1998, nr 8, s. 15.

²² T. Szachowski, *Był postacią, której się nie zapomina*, „Rzeczpospolita” 2000, nr 5, s. 9.

²³ G. Kszczotek, *Głos z radia...*, „Tylko Rock” 2000, nr 2 (102), s. 13.

się rzeczywistością. Obejrzenie filmu upewniało go w przeświadczeniu, że komputer był ucieleśnieniem zła i znajdował się „na drugim miejscu po kobiecie-wężu” w jego hierarchii demonów, „a dopiero potem były wszelkie diabły, strzygi i zmary z klechd domowych i bajek japońskich”. Nie mógł również przejść obojętnie wobec odhumanizowania jego najbliższych, zwłaszcza ojca, właśnie pod wpływem komputeryzacji, albowiem od kiedy nabył on to „świństwo, przestał słuchać muzyki”, oglądać filmy, w zamian spędzając całe dnie na „gapieniu się w ekran”, podczas gdy „wszelkie obowiązki i funkcje życiowe regulowały przeróżne brzęczyki”, określające poszczególne czynności życiowe. W jego oczach wyglądało to makabrycznie: „Kiedyś wszedłem do jego pracowni i zobaczyłem na ekranie komputera twarz ojca. Bałem się spojrzeć na niego, żeby nie stwierdzić, że zamiast twarzy ma już ekran”. Puentując zaznaczał, że zamiast do Internetu wołał „podłączyć się” do „Tylko Rocka”, jeśli byłoby „zapotrzebowanie na mój sarkazm”. Kończąc cytował Ala Pacino, pisząc: „Vanity is my favourite sin” – naturalnie oprócz „obżarstwa w chińskich restauracjach”²⁴.

Pod koniec lat dziewięćdziesiątych zniechęcenie do rocka, który w ówczesnej formule „działał [...] na nerwy”, Beksiński starał się zrównoważyć większym skupieniem na muzyce filmowej, chociaż w Polsce szanse dotarcia do bardziej ambitnych propozycji były analogiczne do szans nabycia czarnej maski, jakiej używał jeden z bohaterów *Pulp Fiction*, tudzież kajdanek, które zamiast w sex-shope proponowano kupić w tzw. „śmiesznych sklepach”²⁵. „Beksa”, wychowany na klasykach rocka, potrafiący o ich muzyce i życiu wspaniale mówić, w 1999 r. przekonywał: „Nie chce mi się słuchać rocka, a szczególnie o nim pisać”, zgadzając się niejako w samoobronie z Edgarem Froesem, który uznał, iż „gadanie o muzyce przypominało tańczenie o architekturze. Muzyki trzeba słuchać. Przeżywać ją. Obcować z nią za pomocą emocji, a nie słów. To tak, jakby opowiadać pannie orgazm, zamiast iść z nią do łóżka”. Racjonalnie tłumaczył to upadkiem ulubionego gatunku, wraz z szerzącą się „potworną jałowością i wtórnością”. Dawnych utworów słuchał nadal z przyjemnością, gdyż „tamta muzyka była gdzieś” w nim, lecz już „syntetyczna papka masowo produkowana obecnie” uwłączała jego „zmysłowi estetyki”. Do bardzo nielicznych arcydzieł zaliczał *Eloidię Lacrimosy*, uzasadniając, iż „tak wrażliwym i wartościowym twórcom kompozycje nie wypadają [...] spod ogona”. Tego typu płyt „za pomocą paru gwiazdek nie można zmierzyć” i w ten sposób opisać „całej gamy wzruszeń”. Nieuzasadnione było też sformułowanie „piękno desperacji” w stosunku do *Within the Realm of a Dying Sun Dead Can Dance*, ponieważ choć „prawie doskonałe”, pozostało „mało precyzyjne. Każdy bowiem cierpi inaczej”. Zamykając problematykę rocka, nie szczędził ostrych słów i opinii – *grunge* traktował w kategoriach „bezczelnej zżynki [sic!] grepsów brzmieniowych z pierwszych płyt Black Sabbath”, przy czym nowi wokaliści z Seattle byli pozbawieni „charyzmy Ozzy’ego”. Równie srogo

²⁴ T. Beksiński, *Solsbury Hill*, op. cit.

²⁵ T. Beksiński, *Martwy krab*, op. cit.

odnosił się do *art rocka*, a właściwie „regresywności progresywnego rocka”, dlatego „od stu wcieleń Clive’a Nolana wołał stary Genesis czy Yes”. Jeśli chodzi o rock gotycki, to nie mógł znieść „irytującej manieri wokalnejszej «diabolicznych» artystów”, tj. typowego „charczenia pozwalającego przypuszczać, że śpiewając, starają się wyrzygać (lub odwrotnie)”. Wniosek sprowadzał się do tego, iż współcześnie „muzykami nie powodowała naturalna potrzeba tworzenia”, a upodobnianie się do idoli „ogładanych jeszcze w podstawówce w MTV”. Przecież oczywistością było, że „bekając po pijanemu na scenie i spuszczać spodnie, nie zostanie się Jimem Morrisonem. Czarny kapelusz i płaszcz nie zrobią z nikogo Eldritch’a”, ale przy współudziale mediów czyniło się „z jakiegoś Prince’a nowego Hendrixa, a z tych zblazowanych kretyków Gallagherów nowych Beatlesów”. U schyłku XX w. wszechobecna była uniformizacja i „sprowadzanie wszystkiego do wspólnego miano wnika”, zatracala się indywidualność oraz reguła, iż „każdy zespół miał swoje charakterystyczne brzmienie i oryginalnego wokalistę”, a wraz z tym nastawały czasy, gdy „Goci rzeźbili, «progresywni» upajali się wtórnymi solówkami, metalowcy naśladowali brzmienie wiertarki udarowej, a «twórcy» techno i rapu napierdalali równo aż do znudzenia”. Wobec tego Beksiński „wołał pisać o wszystkim, a tematy muzyczne pomijać znieczulającym milczeniem. Nie wypadało bowiem opluwać rocka w jedynym rockowym piśmie w Polsce” – konstatował²⁶.

Kolejną z *Opowieści z krypty* „Dracula” postanowił napisać, wzorując się na mistrzu techniki „strumienia świadomości” – Jamesie Joysie. Niestety przepływ wolnych asocjacji zaczynał się i kończył na jednym, multiplikowanym słowie „cycki cycki cycki cycki cycki cycki...”. Między nimi na plan pierwszy wysuwała się sukcesywna walka z komputeryzacją, która stała się *idée fixe* i potęgowała „bojkot współczesności”. Każda styczność z komputerem wywoływała u dziennikarza negatywne skojarzenia: sprzęt informatyczny był awaryjny i niejednokrotnie mówił „fuck off”, a jeden z kolegów przy nauce obsługi programów podupadał na zdrowiu – „smarkał, kichał, prycał, wiercił się na skrzypiącym stołku, mamrotał coś do siebie [...]. Oto, co komputery robiły z ludzi” – pointował. Kupno komputera, oznaczające, że „bym zdurniał”, mogło być pożyteczne w jednym aspekcie: „używałbym go wyłącznie do pisania”, choć nie wiadomo „po co, skor o mam maszynę?”, nie wspominając już o tym, że „od gapienia się w ten cholerny ekranik zawsze bolała mnie głowa”. Nie przemawiały do niego zalety grup dyskusyjnych, wykorzystanie Internetu w celach erotyczno-rozrywkowych czy pokazanie mu przez znajomego zbioru zdjęć z „*pièce de résistance* owej kolekcji: aniołkowej blondynki o niebieskich oczach zjadającej gówno”, ponieważ nagość nie stanowiła tabu i była „teraz w każdym filmie, w każdym kiosku”. Powołując się na François Rabelais, przekonującego, iż bezcelowe były starania, aby „papierem czysto utrzyć tyłek”, suponował, iż „jakiś jego potomek pracował w tej chwili nad komputerowym utrzymadkiem”. Gorsze było to,

²⁶ T. Beksiński, *Tylko nie rock*, [w:] *Opowieści z krypty*, „Tylko Rock” 1999, nr 10, s. 10.

że komputery zaczynały nie tylko wspierać „wyręczać”, ale i zastępować artystów, np. aktorów, którzy mogli być w ogóle zbędni, bądź wokalistów, którzy zapewne „wpuszczą do tej maszyny tylko próbkę głosu – i powstanie partia wokalna bez jednego fałszu; wzruszająca, wspaniała i sztuczna. Cholera jasna, nie chcę dożyć tych czasów! Nie chcę mieć dzieci i skazywać je na życie w takich czasach!”. Po tych przemyśleniach do autora „przemówił doktor Frankenstein”, karcąc go w następujący sposób: „Beksiński, tacy durnie jak ty od wieków stoją na drodze postępu! Gdyby człowiek nie poszukiwał nowych rozwiązań, dzisiejszą kolację pożarłbyś w jaskini, porozrzucił kości i wytarł paluchy w okrycie ze zwierzęcej skóry”. Awersja felietonisty do informatyzacji „była odwzajemniona”, dlatego tytuł artykułu – *Odsuńcie ode mnie ten komputer goryczy*, kontrastował ze zdeformowanym przez komputer zdjęciem autora²⁷.

W artykułach pisanych także pod wpływem wyjazdów do Anglii współpracownik „Tylko Rocka” nie chciał unikać krzytyki Brytyjczyków i dezaprobaty dla ich kraju. Ale ponieważ podróżował na „wyspy” autokarem (po wypadku lotniczym, który przeżył, nigdy nie wsiadł na pokład samolotu), to 30 godzin spędzonych w niekomfortowym, ciasnym pojeździe nie mogło dobrze wróżyć... a przy okazji stawało się jasne, czemu „szpital w Konstancinie miał tylu pacjentów z uszkodzonym kręgosłupem”. Nastrój „Draculi” pogarszała choćby starsza Belgijka, z którą nie można było się porozumieć, ponieważ „rozumiała tylko w żabojadnim języku przypominającym wymioty trzmiela”. Trzeba tu wspomnieć, iż podróże po kasety video były dla Beksińskiego „niczym wizyty długoletniego więźnia w burdelu”. Kolejne odwiedziny Londynu nie pozostawiały cienia wątpliwości, że zbliżał się kres ery kaset video, nieodwołalnie należało „przestawić się na DVD (tak jak kiedyś kompaktki wyparły analogi)”, co ostatecznie wskazywało, że „świat zwariował”. Oznaki zbliżającej się „apokalipsy” były łatwe do zaobserwowania na Zachodzie: „Prześliczne dziewczyny [...] miały jakieś gwoździe sterczące z nosa, powiek i uszu”, zapewne wynikające z hołdowania estetyce turpizmu, tudzież „programowej dekadencji z braku pożyteczniejszego zajęcia. Aż strach pomyśleć, co te panny miały powbijane w tyłek”. Uderzający był powszechny brak pospiechu, a przecież „Czas uciekał!”. Drażnili go „Murzyni w kabrioletach [...] słuchający ryczącego na cały regulator rapu” oraz wszędzie słyszany monotony rytm techno. Całości dopełniały wszechobecne reklamy, np. „dużej, smutnej krowy wyglądającej przez ogrodzenie: Gdy już będę hamburgerem, chciałabym, żeby mnie popito IRN-BRU”. „Nosferatu”, nie będąc „seksiazem żrącym trawę” i preferując „zdecydowane mięsożerstwo”, przyznawał, że „ta reklama była poniżej pasa. I co to za paskudztwo to IRN-BRU?” (popularny w Szkocji napój kofeinowy) – dopytywał²⁸.

²⁷ T. Beksiński, *Odsuńcie ode mnie ten komputer goryczy*, „Tylko Rock” 1998, nr 10, s. 5.

²⁸ T. Beksiński, *Upadek cesarstwa kasetowego*, [w:] *Opowieści z krypty*, „Tylko Rock” 1998, nr 11, s. 17.

Czasem podnoszone przez niektórych skłonności Beksińskiego do poglądów nacjonalistycznych czy nazistowskich wyjaśniał sam zainteresowany, posiłkując się stosunkiem do muzyki Rammsteinu, przy której słuchaniu „nogi mu sztywniały, prawica unosiła się ku górze – i zaczynał maszerować po mieszkaniu niczym John Cleese w *Hotelu Zacisze*”, proponując „Niemcom śledzia à la Hermann Goering”. Ważne jednak było, iż w tej „poczciwie techno-rockowej muzyce” nie odkrywał on pierwiastków „*stricte* faszystowskich” – zresztą jak w większości produkcji naszych zachodnich sąsiadów (poza „*Modern Fucking*” i rockiem elektronicznym). Odruch marszu wywoływała „jej niemieckość”, co podnosił też m.in. Frank Zappa. Publicysta nie przeczył, że „na samą myśl o hitlerowcach czuł radosny dreszczyk podniecenia”, ale bezwzględnie „faszystą nie był. Nazistów – tych prawdziwych – nienawidził ze szczerego serca”. Przeżywał z bólem okropności drugiej wojny światowej, jakich dopuściła się Trzecia Rzesza. Z drugiej jednak strony „gestapowcy kojarzyli mu się z przezabawnym kabaretem”, a spowodowało to kino, które „zdevaluowało grozę hitleryzmu”, kpiąc z „niemieckiej sztywności” i czyniąc kolejne generacje bardziej otwartymi i zdystansowanymi od wydarzeń historycznych. Beksiński nawiązywał do kina polskiego, *Stawki większej niż życie*, w której Niemcy byli ukazywani mniej tendencyjnie niż w *Czterech pancernych i psie*, a później jeszcze *Siedemnastu mgwień wiosny* i filmów sensacyjnych, w których obligatoryjnie „zbrodniarzem okazywał się Niemiec”. W liceum Beksiński napisał „kryminał, w którym były oświęcimski dentysta wiercił bohaterowi w zdrowych zębach, żeby go zmusić do zeznań”, więc ze zdziwieniem oglądał *Maratończyka*, uznając, że „Hollywood ukradło mu pomysł”. Zatem nie tylko w ustroju socjalistycznym, ale i na Zachodzie standardem stał się „szef gestapo, [który] był psychopatyczną kukłą i miał adiutanta-idiotę, zazwyczaj nazwiskiem Schultz”. Autor wymieniał kilka przykładów filmów – *Soft Beds, Hard Batties, To Be or Not to Be, The Passage, Tomorrow Never Dies*, w których sposób ukazywania Niemców wywoływał śmiech. Pierwszym, który jeszcze w czasach Hitlera zapoczątkował ten nurt, był oczywiście Charlie Chaplin (*Dyktator*). Dokładniej autor opisywał dzieło Kena Russela – *Lisztomanię*, której reżyser mówił w Warszawie, iż „muzyka Wagnera miała dla niego zdecydowanie nazistowski charakter”. W odniesieniu do siebie „Beksa” pisał: „Trudno [...] nie bawić się czasem w hitlerowca, jeśli człowiek obejrzał choć raz Ministerstwo Głupich Kroków”²⁹.

Czytelnicy kojarzyli felietonistę głównie z postawą „anty-komputerowca”, przeciwnika „*nowoczesnego grania*” (czyli samplowania i żerowania na tematach dawno już wyeksploatowanych) [...] oraz rapu”, a także krytyką „rozwoju techniki”³⁰. Do tej listy szybko dołączono kolejne określenie – wroga telewizji, gdyż nadawcy próbowali „obrzydzić [...] oglądanie filmów fabularnych za wszelką cenę”, a najskuteczniej czynił to Polsat, „przechrzczony [...] na Polishit”, cieszący się największą

²⁹ T. Beksiński, *III Reich n’Roll*, [w:] *Opowieści z krypty*, „Tylko Rock” 1998, nr 12, s. 8.

³⁰ T. Beksiński, *Shit przyszłości*, [w:] *Opowieści z krypty*, „Tylko Rock” 1999, nr 5, s. 14.

popularnością, co nie było czymś nadzwyczajnym, jeśli – jak uważał B eksiński – „lwia część społeczeństwa składała się z idiotów”, pasjonujących się teleturniejami, których poziom pozostawał poniżej granicy tolerancji, oglądających mało ambitne filmy, „niedbale przetłumaczone”, dodatkowo przerywane „reklamami w miejscach najmniej ku temu odpowiednich”. Równie drażniące były „głupawe komunikaty”, zapowiedzi, podawane w trakcie projekcji. Autor proponował, aby pod banerami reklamującymi Polsat, obligatoryjnie, „umieszczać napis: Minister Zdrowia i Opieki Społecznej ostrzega, że oglądanie Polsatu może stać się przyczyną groźnych chorób nerwowych”. Bardziej korzystnie wypowiadał się o RTL7, choć za niedopuszczalne uważał np. „obcinanie napisów końcowych” na rzecz zjawek programów czy „oznaczanie [...] filmów specjalnym kodem”. Początki TVN wydawały się dobrze wróżyć na przyszłość (ciekawe filmy, rozsądne zamieszczanie reklam), aczkolwiek zupełnie niepotrzebne było włączanie przed końcem filmu napisu „za chwilę...”, migające na czerwono logo podczas filmów dla dorosłych, które jawiło się „niczym chińska tortura i nie służyło niczemu poza irytowaniem widza”. TVP1 była szanowana za pokazywanie „filmów w całości, bez reklam”, jednak i w tym przypadku znalazła się przysłowiowa „łyżka dziegciu” w postaci „napisu: telegazeta, strona 777” w trakcie emisji filmów oraz „koncepcji upiększenia logo TVP1 z okazji świąt”³¹.

Po kolejnym felietonie swobodnie można było dodać następny epitet – „społeczny sąsiad”, chociaż w tym przypadku trudno sprecyzować, czy na pewno powinno być to skierowane pod adresem „Nosferatu”, czy też innej osoby „remontującej [...] tygodniami” mieszkanie i powtarzającej tę czynność co kilka miesięcy oraz sprawiającej wrażenie, iż „budowała drugie mieszkanie wewnątrz tego, które już miała”. Po kilku latach życia z takim współlokatorem w głowie pozostawały wyłącznie „kucie, łomoty, wiercenie, stukanie, pukanie, piłowanie i warkoty wszelkiej tonacji i o każdej porze”. Ale to nie jedyne sposoby destabilizacji normalnego funkcjonowania innych, zwłaszcza jeśli mowa o blokowiskach. B eksiński musiał też znosić „małpę”, czyli „jednokomórkowca, który «uszczęśliwił» mnie dyskotekowym łomotem [...], najchętniej z rana”. Po pewnym czasie „małpa chyba się wypr owadziła, albo zdechła na guza mózgu od słuchania tego gówna”, ale na nieszczęście po czterech latach powróciły „kanonady młotkiem ciągnące się tygodniami”. „Beksa” pytał, czemu nikt zgłosił tego faktu na policję, automatycznie odpowiadając, iż takie „bezczelne zachowanie w nocy świadczyło o psychotycznej osobowości”, dlatego wołał uniknąć „konfrontacji ze zbrojcem z młotkiem w ręku o drugiej w nocy”. Okazało się, że istnieje metoda wpłynięcia nawet na taką kreaturę. Oto przepis „Drakuli”: należało włożyć płytę „Rammstein, ale mógł być także Ozzy Osbourne [...], Black Sabbath [...], The Sisters Of Mercy” etc. i odtwarzać ją „tak głośno jak tylko pozwala nam moc wzmacniacza i głośników, jednocześnie do odtwarzacza podłączając słuchawki i wkładając je na uszy”³².

³¹ T. B eksiński, *Co by tu jeszcze spieprzyć*, [w:] *Opowieści z krypty*, „Tylko Rock” 1999, nr 6, s. 16.

³² T. B eksiński, *Młotek człowiekowi sąsiadem*, [w:] *Opowieści z krypty*, „Tylko Rock” 1999, nr 7, s. 7.

Nie mniej neurotyczna była „całkowicie niezrozumiała potrzeba nieustannego przemieszczania się [ludzi] z miejsca na miejsce bez wyraźnego powodu”, np. spędzanie weekendów „na łonie natury, gdzie gryzły [...] komary, słońce przypiekało na czerwono, a do spożywanego na trawie posiłku włożyły mr ówki i wpadały muchy”, bądź wycieczki „z ukradzioną komuś dziewczyną do Zakopanego, żeby romantycznie wdychać aromat owczych odchodów”, tudzież spędzanie czasu na działkach, grillowanie etc. Kwintesencją tego typu aktywności był relaks i odpoczynek wakacyjny... „z którego zawsze wracało się w stanie skrajnego wycieńczenia”. „Nosferatu”, zachęcany przez znajomych do „zobaczenia kawałka świata”, wyjaśniał szczerze, że pomijając koszty i wydatki, nie miał zamiaru jechać do miejsca, „gdzie kolorowi tubylcy gadali niezrozumiałym językiem, w hotelowym bidecie siedziała jakaś pieprzona jaszczurka, a w sklepach nie było kaset video z filmami”. W zamian polecano zwiedzanie „jakichś starych ruin, do picia ciepła cola [...], zaś wieczorem walka z komarami i pajakami wielkości pięści przy akompaniamencie miejscowego folkloru. I obowiązkowe pstrykanie zdjęć. Wujek Ted na tle meczetu. Wujek Ted przed piramidami. Wujek Ted na ulicach Maroka. Wujek Ted przed wieżą Eiffela. Wujek Ted przed Muzeum Prado w Madrycie”. To nie było w jego stylu, ponieważ już w trakcie wizyty w Londynie spotkały go same przykre niespodzianki – na Tower Bridge bardzo się zawiódł, czekając... „w nadziei, że wypłynie trup nagiej panny z krawatem okręconym wokół szyi” (Alfred Hitchcock), ale tak się nie stało; pod Big Benem nie zobaczył „Roberta Powella wiszącego na wskaz ówce” (39 *stopni*); nad pomnikiem Nelsona nie dostrzegł „balonu z Umą Thurman walczącą z Umą Thurman” (*The Avengers*) i w pamięci utkwił mu tylko „skośnoocy fotografujący Wujka Ito na tle Parlamentu” oraz „sklep Tower Records” przy Picadilly Circus. Do poznania świata w pełni wystarczył „Draculi” telewizor i video, zwłaszcza filmy z odwiedzającym najdalsze zakątki globu – Jamesem Bondem. W *postscriptum* zwierzał się subtelnie: „Moim największym marzeniem było kiedyś objechać cały świat z tą jedyną, ukochaną osobą przy boku. I oglądać wszystko jej oczami, dzielić się każdym wrażeniem...”³³.

Nastała też pora, aby „Nosferatu” ujawnił się jako... wróg „klasy robotniczej”, choć wspominał, iż w szkole wpajano mu „podziw i szacunek dla dzielnych robotników budujących nasze szczęście”, prezentowano w formie „mrożącej krew w żyłach” dzieje i objęcie władzy przez PZPR, a także „capstryki, pochody pierwszomajowe, akademie i lekcje wychowania obywatelskiego”. Jednak dopiero w wieku dojrzałym mógł w swoim mieszkaniu poznać prawdziwych robotników, a przede wszystkim sposób i efekty ich pracy. Jeden z nich fizycznie przypominał „indywiduum niemalże żywcem wyjęte z filmów Felliniego”, dodatkowo z charakterystycznym „petem” na wargach oraz w oparach „intensywnego aromatu wody ognistej”. Rezultat starań jego własnych i całej ekipy remontowo-budowlanej powodował nastrój „zgrozy

³³ T. Beksiński, *Jaszczurka w bidecie*, [w:] *Opowieści z krypty*, „Tylko Rock” 1999, nr 8, s. 14.

i podziwu dla surrealisty, który zamontował zlewozmywak pod oknem w kuchni”, pozostawiając po sobie strasznie brudną wannę i co gorsza, „powitalny prezent od budowniczych: wielką zaschniętą kupę”. Takich przykładów „Beksa” znał dużo więcej zarówno z autopsji, jak i z opowiadań znajomych. Wydawać się mogło, iż tego typu podejście do pracy skończyło się wraz ze zmianą ustroju. Niestety nie... Po dwumiesięcznym, gruntownym remoncie przeprowadzonym przez „dzielnych postsocjalistycznych chłopców” okazało się, że „nowa ściana była krzywa. Jeden kaloryfer był umocowany nierówno. Jeden parapet pękł. Glazura i terakota zostały położone bez głowy i oleju – fugi na podłodze nie pasowały do fug na ścianach. Okna w kuchni nie można było otworzyć, bo samo się zamykało. Nigdzie nie było linii prostej ani kąta prostego”. Aby mieszkanie nadawało się do użytku, Beksiński sam poprawiał wykonawców, sugerując wreszcie, że „kwestię klasy robotniczej w tym kraju rozwiązać mógł tylko pluton egzekucyjny, gdyż «jednakowe, kolorowe mundurki» czy formalnie istniejąca konkurencja niczego nie zmieniały”³⁴.

W niektórych artykułach wyczuwało się niepokojące napięcie, np. w *Simone Choule*, rozpoczynającym się od wspomnienia kina Iluzjon i obejrzenia w 1980 r. *Lokatora* Romana Polańskiego, po którym mama Tomasza „była przerażona”, gdy na twarzy syna pojawił się „perwersyjny grymas”, mówiący: „mam nadzieję, że teraz wreszcie zrozumiałeś, jak się czuję na tym świecie”. Z upływem lat Beksiński coraz bardziej identyfikował się z „nieszczęsnym Trelkowskim – obserwowany, obgadywany, wtlaczany w szatki Simone Choule...”. Przyznawał, iż od dzieciństwa był „cholernie nieśmiały” i bał się pokazać prawdziwe oblicze, dać „poznać [...] uczucia”, później próbował „grywać różne dziwaczne role”, kamuflując „prawdziwe «ja»”. Prawdą było, iż „w szkole podstawowej doprowadzał nauczycielki do białej gorączki niewybrednymi wygłupami”, a w liceum miał zostać wysłany „do szkoły specjalnej – nauczyciel niemieckiego nie lubił bowiem, gdy wołałem Heil Hitler! na jego widok” – przyznawał. W radiowej „Trójce” wcielił się w wampira, przez co uznawano go za „ekscentryka, którym z natury wcale nie byłem. Nie byłem też paranoikiem. Po prostu marzyło mi się życie z boku, z dala od stada. Po mojemu, w ciszy i spokoju. Niestety, w naszym społeczeństwie jest to niemożliwie” – wyznawał. Szczególnie drażniące było to, że „ludzie nie mieli dość własnych problemów, nie potrafili zająć się sobą i żyć w swoim świecie. Nieustannie wtrącali się w sprawy innych, podglądali przez okno, komentowali stroje, markę samochodu”. Opinia, że „większość przyjaźni na tym świecie zawierana była właśnie po to, żeby na kimś żerować” – w znacznym stopniu objaśniała motywację czynu Beksińskiego. Jeszcze bardziej przesiąknięte goryczą było stwierdzenie: „Stałem się stacją obsługi. Zrobiłem więc bilans strat i zysków i odkryłem, że wszystko, do czego w życiu doszedłem, zawdzięczam wyłącznie moim rodzicom i sobie, a wszystkie straty zawdzięczam

³⁴ T. Beksiński, *Dyskretny urok klasy robotniczej*, [w:] *Opowieści z krypty*, „Tylko Rock” 1999, nr 11, s. 14.

innym. Wpuścisz do domu kobietę, to wyrwie ci serce, opróżni portfel i poniszczy książeczki od kompaktów. Wpuścisz do domu kumpla, to najpiew zaczniesz żerować na twojej kolekcji filmów, a potem ukradnie narzeczoną. Żyjemy w dżungli. Nikomu nie wolno ufać. Do nikogo nie wolno się odwracać plecami, a już szczególnie do przyjaciół”. Natomiast stosunek rodziny do ukochanej osoby sprowadzał się do tego, iż „radośnie gdała, że nareszcie się ustabilizujesz”. Konkluzja nasuwała się mimochodem: „chcę z ciebie zrobić taką jak oni kołtuńską glistę z maszynki do mięsa w *The Wall*. Wiedzą lepiej, czego ci potrzeba do szczęścia”. W takich okolicznościach człowiek „zaczynał się czuć jak pod lupą”, więc wszędzie widział „krwiożercze stado życzliwych osób”. W związkach przestawała „działać chemia” i „najbliższa (?) osoba zaczynała ci wytykać, że twój świat to fikcja i że trzeba dołączyć do stada zachłystującego się pełnią życia przy kieliszku w zadymionym pubie. W zamian za miłość oferowała persyflaż”. W pewnym momencie stawało się jasne, że „nie wystarczały sztuczne cycki, tytuł naukowy na uniwersytecie i koszulka z napisem *I'm not a piece of ass, I am a doctor* – trzeba naprawdę być czymś więcej”. W końcu „twój zamek marzeń stawał w ogniu, a potem tonął w bagnie” i pozostawał powrót do „krypty, zasłonięcie okna [...], nieotwieranie drzwi i nieodbieranie telefonów”. Po tym pozostało zrobić „jeszcze tylko małe kroczki... i wpaść w mroczną czeluść szeroko rozwartych, wrzeszczących ust Simone Choule...”³⁵.

Najbardziej istotne teksty z punktu widzenia niniejszej rozprawy opublikowano w dwóch ostatnich *Opowieściach z krypty*. Artykuł pt. *Mur* był „osobistą wersją”, swoistą polemiką czy odpowiedzią Beksińskiego na słynną płytę Pink Floyd, w dwudziestolecie jej nagrania. Rozpoczynały go mocno emocjonalne, gorzkie i bezceremonialne słowa skierowane do czytelników, a może również do samego autora. Czy chcesz „przełknąć kolejną porcję sarkazmu, niezdrowo się podniecić? Co, zaczynasz mieć wątpliwości? Czujesz się niepewnie? Boisz się, że tym razem znów będzie o tobie [...]? Wpierw jednak musisz sforsować mur krypty!”. Nie wolno było zapomnieć, iż „ślizgawka na cieniutkim lodzie życia we współczesnym świecie” wiązała się z obserwacją każdego kroku zainteresowanego „spojrzeniami pełnymi milczącej zawiści i wyrzutu [...], zazdrości, fałszu, obłudy, wykorzystywania”, lecz nade wszystko można było być pewnym, iż bezwzględnie wszyscy wyczekiwali „na moment, kiedy powinie ci się noga, kiedy lód pęknie ci pod stopami, kiedy wpadniesz w otchłań”. Felietonista, który najmłodsze lata kojarzył z pięknym ogrodem, wraz z rozpoczęciem edukacji czuł się niechciany, niezrozumiany, obcy, konsekwentnie karany. Kiedy był wyśmiewany przez kolegów za słabą sprawność fizyczną, jednocześnie matematyk „tłukł młodzież cyrklem”, a w liceum dyrektor uważał go „za długowłosego, zdeprawowanego syna artysty”, chcąc za wszelką cenę „zrównać go z poziomem”. Niejako w kontrakcji już wówczas Beksiński budował własny, alternatywny świat, a w zasadzie stawiał pierwsze „cegły w murze”. Rodzice darzyli go uczuciem, mama,

³⁵ T. Beksiński, *Simone Choule*, [w:] *Opowieści z krypty*, „Tylko Rock” 1999, nr 9, s. 12.

nie oszczędzając miłości, otaczała syna „skrzydełkiem z pierzastych cegiełek”, a on sam budował sobie piękny obraz świata opar tego na imponderabiliach, niezmiennych wartościach, które stały się „nierealne i mało skuteczne”. Kolejne „cegly” dostawali znajomi, bliscy, przyjaciele, kobiety, a miłość – najwspanialsze uczucie – stawała się „chłodna i sina jak skóra umierającego człowieka”, ulubione zajęcia, pasje w mgnieniu oka przekształcały się w monotonną „rutynę”, zaś piękne uniesienia, przeżycia tonęły w pustce, zatem wspomnienia należało „zabić, żeby samemu przetrwać”³⁶.

Nie było sensu konstruować kolejnego muru, np. używając do tego nowych gadżetów, ale też brakowało sił, aby po raz wtóry „komuś zaufać”, albowiem „mur był już zbyt wysoki [...], rany i rozczarowania dławili spontaniczność, budziły podejrzenia”. Tzw. przyjaciele to zwyczajnie „dyplomaci i złodzieje” bądź bardziej dobitnie „parszywe ścierwinki żerujące na tym, co w nas umierało”. „Beksie” brakowało weny, „chciał pofrunąć, ale nie miał dokąd”, posiadał dużo sprzętu audio video, Internet, „wiele lamp, które mogłyby oświetlić wnętrze mojej krypty... ale nie miał prądu”. Równocześnie słuchacze, „skrwawione serca i marzyciele czekali na kolejny seans w *Trójce pod księżycem*”. Niestety „Nosferatu czuł się źle i pozostał w krypcie”, nie mając ochoty nadal ich „zabawiać”, a raczej „postawić [...] wszystkich przed trybunatem!”, zwłaszcza palących papierosy, bandytów, chuliganów, „pijanych wyrostków [...], brakorobów, pijaków, złodziei, zbrodniców” i następnie jednym ruchem „zlikwidować ich wszystkich!”. Tak działała tylko wyobraźnia, gdyż „Dracula” pozostawał „w bunkrze tuż za moim murem i czekał na wszystkie zimne dziwki, żeby je wypieprzyć (za drzwi)”. Wyjściem było „zerwanie z tym wszystkim”, wyłączenie się, opuszczenie „tej imprezy, odsunięcie się na ubocze”, ale dopiero po uprzednim dowiedzeniu się, czy „sam był sobie winien”. Na koniec autor przeprowadzał proces, w którym prokurator chwycił go na „gorącym uczynku [...]” przy zeznawaniu co najmniej ludzkich uczuć!, sukcesywnie powołując świadków: dyrektora, który *a priori* „wiedział, że nic z niego dobrego nie wyrośnie”, narzeczoną, która nazywała go egocentrykiem, malkontentem, chcącym ją „zamknąć w grobowcu rodzinnym i pokazywać filmy!”. Mama miała żal za zbytnią „samodzielność” potomka, po czym sędzia domagał się najwyższej kary za przesadny „idealizm, nadwrażliwość i felietony”, z powodu których cierpieli inni, oraz uwypuklał: „Rzygać mi się chce [...]. Wiemy już, czego się boisz, więc wyśmiejemy twój idealistyczny świat! Zburzyć mur!”. Beksiński uważał, że być może był „szalony”, a niektórzy starali się do niego „dotrzeć, ale ja już tego nie chcę” – przyznawał³⁷.

Drugi tekst został wydrukowany już po śmierci Beksińskiego, a rozpoczęła go motto będące własnym tłumaczeniem fragmentu *21st Century Schizoid Man* – utworu otwierającego pierwszy longplay grupy King Crimson. Trzy dekady przed powstaniem ostatniego felietonu „Beksy” „zniekształcony głos Grega Lake’a obwieścił

³⁶ T. Beksiński, *Mur*, [w:] *Opowieści z krypty*, „Tylko Rock” 1999, nr 12, s. 16.

³⁷ *Ibidem*.

apokalipsę zaćpanemu światu słodko pograż onemu w bezmiarze psychodelii”, co można było zinterpretować jako chwilową poprawę stanu zdrowia chorego przed śmiercią. Przełom lat sześćdziesiątych i siedemdziesiątych był rozkwitem rocka, ale oprócz King Crimson koniec wieszczyli też inni, m.in. Jim Morrison z The Doors (*The End*), który „ochoczo podążył w ślady Janis Joplin i Jimiego Hendrixa”. Dziesięć lat później wydawało się, iż na dobre „rozpoczęła się agonია świata – obrazował ją choćby Francis Ford Coppola w *Czasie Apokalipsy*”. W grudniu 1999 r. nie ulegało wątpliwości, że „*Opowieści z krypty* przestały być zabawne”, więc nie dziwiło np. wspomnienie Marka Hłaski. Zdaniem „Nosferatu” sztuka przestawała być sztuką, a wkraczała w sferę „artystycznej nekrofilii” (*Carrie 2*), choćby dlatego, że „gnusnych hollywoodzkich kretynów nie stać już [było] na wymyślenie czegoś nowego”, a ich celem stawało się „zabicie tuchę kasy na sprawdzonym tytule”. Należało oczekiwać, że niedługo powstanie *Hamlet 2*, a „durna Ameryka wszystko pożre, przetrzawi i wyrzyga”, skoro „sprofanowali pocziwą japońską *Godzillę* [...] rapowaną wersją *Kashmiru*”. Swoją udział w tej degrengoladzie mieli również muzycy – np. „Jimmi Page sprzedał dupę półgłówkom w przydużych szortach i rozsznurowanych trampkach”. W niepamięć odchodziła prawdziwa muzyka filmowa, zastępowana „*music inspired by the movie*, czyli zbiorem koszmarnych piosenek w ogóle niewystępujących w obrazie”. Zdaniem felietonisty, brutalność w kinie „osiągnęła apogeum”, stąd „nawet nowy Mesjasz rozwałął komputerowych faryzeuszy, kumulując w sobie cechy Rambo i Bruce’a Lee (*Matrix*)”. Praktycznie każdy aspekt życia sugerował, że „XX wiek dogorywał nawet nie skomląc. Nie było już rozrywek ani sensu życia”. Konwulsje można było obserwować w kinie: „filmy durne i wtórne, publiczność chamska i nienazarta”; w telewizji: „reklamy różnych elegancko opakowanych mówienek co chwila gwałciły nasze oczy i uszy”; w muzyce: „łomoty, zgrzyty, bełkot”; w modzie, a do tego „niby-telewizyjne ekraniki podłączone do tajemniczych skrzynek nadzorowały nasze życie”. Ludzkość cofała się w ewolucji, gdyż „całe zastępy zgarbionych i ślepnących człekokształtnych małp surfowały po Internecie”. W efekcie „najkrótsza droga do ludzkiego serca (?) nie prowadziła już przez żołądek, ale przez komputer”. Człowiek był „zredukowany do (dot-com) i zamknięty w cyberprzestrzeni”, substytutem miłości okazała się „technika albo zoofilia”. Nie lepiej wyglądało bezpieczeństwo na ulicach: tryumfy święciła przemoc i agresja, osiedla „przypominały twierdze z domofonami”. To wszystko nie musiało zaskakiwać, zwłaszcza w sytuacji, kiedy „trędowaci sięgali po władzę”³⁸.

Beksiński nie oponował, że „za bardzo zbliżył się do jądra ciemności, niczym pułkownik Kurtz”, może uległ też „typowej dekadencji końca stulecia”, niemniej „niczego nie żałował”. W swoim rozrachunku potwierdzał, że u współczesnych nie był w stanie tolerować jednego – „hipokryzji i zakłamania”, zarówno w miłości, jak i przyjaźni, dlatego chciał, aby „wróg nie robił na innych dobrego wrażenia,

³⁸ T. Beksiński, *Fin de siècle*, [w:] *Opowieści z krypty*, „Tylko Rock” 2000, nr 1, s. 14.

powołując się na przyjaźń, którą sam zdradził”. W tym myśleniu nie był zupełnie odosobniony, dlatego przywoływał postawę i twórczość Fisha, Petera Hammilla, Johna Lennona, Rogera Watersa. Stawiając po raz wtóry pytanie Kurta Vonneguta, dotyczące nadziei odnośnie do „przyszłości ludzkości” przy uwzględnieniu „doświadczenia ostatniego miliona lat” i zgodnie z jego odpowiedzią, iż żadnej nadziei nie ma, Beksiński konkludował: „Nie pozostaje nic innego jak odwrócić się plecami do roku 2000 i niczym Panurg odejść, pierdnąwszy z wielkim wzburzeniem”. Wcześniej wymieniał jednak katalog tego, dlaczego warto było żyć, choć tak czy inaczej „wszystkie te chwile przypadły w czasie, jak łzy w deszczu. Pora umierać...”³⁹.

Zamiast zakończenia... garść wspomnień

Kolega Beksińskiego z PR III, Tomasz Szachowski, zapamiętał swojego imiennika jako sentymentalistę, „wierzącego w miłość, przyjaźń i uczciwość, całkowicie pozbawionego cynizmu, nie potrafiącego prowadzić jakiegokolwiek gry w rodzaju «coś za coś» albo «coś kosztem czegoś»”. Mimo niepowodzeń w życiu prywatnym, osobistym, związkach z kobietami, jego „napięcie emocjonalne było [...] stanem zapładniającym i kreatywnym”. Świadomie odmówił przyjęcia etatu w radiu, aby – jak zaznaczał – mógł być „człowiekiem wolnym”, ale też spotkania ze słuchaczami były dla niego „świętem; określały sens jego życia”, przechowywał obficie napływające do niego listy, na wiele z nich „wyczerpująco odpowiadał” także na antenie, a niektóre wątki w nich poruszane rozwijał w „Tylko Rocku” bądź „redagując materiały *Rockserwisu*”⁴⁰.

Anja Orthodox była przyjaciółką Tomasza, przez jakiś czas podobno pozostawali ze sobą w związku (Anja zdecydowanie przeczy), on stał się po wiernikiem jej sekretów, pierwszym recenzentem piosenek, który kierował się przeciwnymi, niezrozumiałymi nie tylko dla wokalistki zasadami i stosunkiem do świata: „antykomputerową fobią, totalnym konserwatyzmem” wobec technicznych nowinek, „punktualnością [...], zgoła dziewiętnastowiecznym romantyzmem [...], gorącą, poetycką duszą”. Łączył ich ateizm, przy czym Tomasz dodatkowo ostentacyjnie

³⁹ Wymieniał on *Kruka* – Edgara Allana Poe, *In the Court of Crimson King* – King Crimson, 17. minutę *Echoes* – Pink Floyd, Jamesa Bonda, *Nights in White Satin* – The Moody Blues, *Adagio* – Tomasa Albiniego, *Kobietę Węża* i wizytę w jej domu (Oakley Court), *Atom Heart Mother* – Pink Floyd, *Andante* z *Tria Es-dur* – Franza Schuberta, Toma and Jerry’ego, Coca-Colę i ketchup, „rzygającego grubasa w *Sensie życia wg Monthly Pythona*”, *Czas apokalipsy*, drugi występ Marillion w Gdańsku, „gdy Fish śpiewał Lawendy «tylko» dla mnie i Anki”, Clint Eastwooda (fragment z rondlem w *Joe Kidd*), pierwszą pieśń z *Carmina Burana* – Carla Orffa, *Twin Peaks*, zapowiedzenie koncertu Petera Hammilla w Filharmonii Pomorskiej w Bydgoszczy, *Miłość w czasach zarazy* – Marqueza, *Lost Highway* oraz „noc i poranek 31 maja 1998...”. Zob.: ibidem.

⁴⁰ Ibidem.

określał się mianem antyklerykała. Drogi przyjaciół, od chwili rozvodu piosenkarki z Krzysztofem Najmanem, również zaczęły się rozchodzić, widywali się rzadziej, ale na jednym ze spotkań wokalistka nie miała wątpliwości, iż „spojr zała w oczy człowieka, który już podjął decyzję”... Przystała też chcieć „być kolejną osobą, która znajdowała perwersyjną przyjemność w pograżaniu się z Nim w stanach depresyjnych, a potem zaspokojona powracała do kochającej rodziny”. Jej zdaniem, celem życia dla Beksińskiego z pewnością nie było bogactwo, nawet nie sztuka, lecz stan, kiedy mógłby w pełni „kochać i być kochanym”, czego niestety nie udało mu się osiągnąć i w czym nie bez winy były kobiety, z którymi się wiązał, bardziej skupione na jego pozycji, pieniądzech niż nim samym, choć z drugiej strony jego indywidualizm, ekscentryczność i po prostu trudny charakter nie ułatwiały im zadania. Orthodox wskazywała, iż „Beksa” nie miał prawa myśleć, iż „pr żył już w życiu” wszystko, gdyż nie posiadał dziecka, a to właśnie byłoby „najprawdziwszą i najpiękniejszą miłością”, zwłaszcza że prawdopodobnie zostałby „takim dobrym ojcem”. Na przekór jej radom i argumentom „Nosferatu” zdecydował „za przewodnika wybrać strach przed światem”⁴¹.

Inaczej odbierał decyzję publicysty i jej przyczyny przyjaciel z „Tylko Rocka” – Jacek Leśniewski, który punkt ciężkości przesunął w stronę tego, iż „śmierć była dla Tomka wyzwoleniem. Wyzwoleniem z okowów bólu, beznadziei, braku wiary w ludzi”, dostrzegając pierwiastek normalnego u większości ludzi, aczkolwiek pogłębianego poczucia apatii, zawodu czy frustracji, brzemię i piętno silnego wyalienowania, wzmocnione niemal obsesyjnie powracającym także w rozmowach motywem śmierci. Trudno było zrozumieć postępowanie Beksińskiego, patrząc przez pryzmat jego „pozycji w branży”, sławy ojca, ale i popularności Tomasza, niemałych zarobków, „dwóch mieszkań, tysięcy płyt i kaset wideo”, ale przecież za to „nie można kupić miłości”, czyli spełnić wielkiego marzenia i dążenia. Wszyscy znający „Bekse” wiedzieli, że był on absolutnie bezkompromisowy, zawsze nazywał rzeczy po imieniu, a taka postawa coraz bardziej nie przystawała do nowych realiów, wyraźnie labilnych, skonwencjonalizowanych, wymagających podporządkowania się ogólnym trendom oraz przekonaniom większości. Leśniewski uważał go za erudyte, intelektualistę, „uroczego kolegę”, a z drugiej strony za egocentryka, prowokatora, lubiącego „wsadzać kij w mrowisko”, ekscentryka, np. ubranego w T-shirt „Adolf Hitler European Tour 1939–1944”. Czasem głosił bulwersujące tezy, np. przyznając, że byłby usatysfakcjonowany, gdyby nastąpił koniec świata, który uważał „za okrutny, bez żadnych zasad, zasługujący po prostu na zagładę”, jednocześnie w tej samej chwili snuł dalekosiężne plany, mówiąc o zwalczaniu „w sobie wszystkich negatywnych uczuć”⁴². Równie długo z Beksińskim znał się Piotr Kosiński, który nie negował, że „dla większości osób był [on] i pewnie pozostanie dziwakiem,

⁴¹ A. Orthodox, *Cisza, cisza...*, „Tylko Rock” 2000, nr 2 (102), s. 12.

⁴² J. Leśniewski, *Bez pożegnania*, „Tylko Rock” 2000, nr 2 (102), s. 12.

odlotem, wampirem”, jednak „za tymi maskami krył się dobry, wrażliwy, lojalny”, pomocny człowiek, „który zawsze mówił to, co myśli”. W kontekście zawodowym także ujawniały się rysy osobowościowe, dlatego bez egzaltacji można przyjąć, iż był „jednym z najbardziej charyzmatycznych dziennikarzy muzycznych, jednym z bardzo już nielicznych autentycznych pasjonatów muzyki”⁴³. Igor Stefanowicz pisał, iż „Beksa” – „czymkolwiek przykrywał swoją wrażliwość [...], ona i tak wyłaziła na wierzch i patrzyła na nas smutnym wzrokiem”. A jego akt desperacji potwierdzał, że pozostawało „coraz mniej [...] ludzi, którzy by chcieli, żeby na naszej planecie było po prostu fajnie, w porządku, żeby gra toczyła się fair”, aby żyć bez obłudy, pozerstwa, konformistycznej poprawności politycznej i oportunistycznego myślenia⁴⁴.

Natomiast Wiesław Królikowski podnosił wielką życzliwość Beksińskiego, choć przyznawał, iż „też był kimś, kto uważał, że miał prawo żyć we własnym, wymyślnym sobie świecie”, dlatego odrzucał wszelki konsensus „z prozą życia” oraz w ogóle nie przyjmował do wiadomości istnienia „złożoności ludzkich układów i układzików”. Podobnie jak w przypadku pasji radiowej, również jako felietonista prasowy nie chciał pracować na etacie, co według niego „zagroziłoby utratą Jego życiowej niezależności”. Tę independencję traktował nader poważnie, gdyż pierwotną, sumienną, systematyczną współpracę przerwał w pewnym momencie, uzasadniając to tym, iż „powiedział o rocku wszystko, co miał do powiedzenia. Że nie potrafił pisywać na zadany temat. Że mógł pisać o muzyce naprawdę budzącej Jego emocje...”. Na szczęście po przerwie powrócił do pisma z doskonałym cyklem pt. *Opowieści z krypty*, czasem „jedynie zahaczającym i rockowe tematy”. Po oddaniu do druku ostatniego tekstu *Fin de siècle*, zapowiadającego samobójczą śmierć, w rozmowie z Królikowskim, „Nosferatu” powtórzył główne przesłanie, wprawdzie sugerując, że ufał w to, iż nowy rok przyniesie zmiany w jego prywatnym życiu, muzyce, sztuce, ale podtrzymując, iż jeżeli tak się nie stałoby, to „już nie będzie chciało Mi się żyć”⁴⁵. Na zakończenie o „Beksie” napisał redaktor naczelny – Wiesław Weiss, przyznając, że nie tylko jemu będzie „brakować świetnego, błyskotliwego, dowcipnego publicysty, którego teksty były od samego początku ozdobą naszego pisma”. Śmierć kolegi była dlań niewątpliwie zaskoczeniem, choć ostatnie artykuły „mogły wręcz robić wrażenie pożegnania z życiem”. Spoglądając jednak na nie chłodnym okiem, „były czymś zupełnie innym”, a mianowicie zamiarem „rozłożenia cierpienia na czynniki pierwsze, pokonania bólu, odegnania złych myśli”, być może nawiązując do jednej z ulubionych przez obu płyty *The Wall* Pink Floyd⁴⁶.

⁴³ P. Kosiński, *Jak dziecko...*, „Tylko Rock” 2000, nr 2 (102), s. 13.

⁴⁴ I. Stefanowicz, *Plaszcz wampira...*, „Tylko Rock” 2000, nr 2 (102), s. 13.

⁴⁵ W. Królikowski, *ibidem*.

⁴⁶ W. Weiss, *Wczoraj...*, „Tylko Rock” 2000, nr 2 (102), s. 14.

Paweł Urbaniak

Wyższa Szkoła Zarządzania „Edukacja”, Wrocław

Rola autorytetu w systemie odpowiedzialności mediów

Funkcjonowanie każdego systemu medialnego powinno opierać się na porozumieniu zawartym pomiędzy podmiotami medialnymi a władzą państwową na temat mechanizmów kontroli działań podejmowanych przez krajowe media. Nie ma jednak współcześnie zgody co do tego, jakie podmioty powinny stać na straży dziennikarskiej etyki. W systemach demokratycznych, chociaż to wciąż państwo realizuje zarówno większość funkcji kontrolnych, jak i inspirujących do właściwych zachowań, najczęściej dopuszcza ono także do tych działań same podmioty tworzące rynek medialny. W poszczególnych demokracjach współudział tych drugich jest jednak różny, co może mieć odmienne przyczyny. Powodem takiego stanu rzeczy może być brak przekonania, iż instytucje medialne mogą samodzielnie realizować skutecznie funkcje kontrolne. Może to jednak także wynikać z przekonania – wspieranego rzeczywistymi trudnościami – o braku możliwości wyłonienia reprezentantów ogółu instytucji medialnych, którzy mieliby stanowić naczelne organy sprawujące kontrolę poczynają przedstawiciele całego rynku medialnego. I wreszcie niechęć władzy państwowej do oddawania części lub całości swoich powinności kontrolnych komukolwiek może także wynikać z traktowania mediów w sposób instrumentalny i wykorzystywania ich dla korzyści politycznych.

Od gotowości władzy państwowej do uznania niezależności sfery medialnej zależy więc przede wszystkim przewaga w wybranych systemach rozwiązań regulacyjnych lub samoregulacyjnych. Pierwsze opierają się na przepisach powstałych na drodze ustawodawczej i mają charakter dokumentów państwowych określających ramy i zasady funkcjonowania krajowych mediów. Należą do nich zarówno rozbudowane akty prawne, ogarniające swym zasięgiem całość rynku medialnego lub znaczną jego część (np. *Ustawa z 26 stycznia 1984 roku Prawo prasowe* oraz *Ustawa z 29 grudnia*

1992 roku o radiofonii i telewizji), jak i fragmenty bardziej ogólnych dokumentów, których przepisy stosują się przykładowo do wszystkich podmiotów prowadzących działalność gospodarczą (np. wybrane punkty kodeksu pracy, określające zasady zatrudniania dziennikarzy przez instytucje medialne).

Obecność rozwiązań samoregulacyjnych na rynku medialnym oznacza natomiast zastąpienie instytucji państwowych przez wydawców i nadawców lub inne instytucje powiązane z mediami w zadaniach stanowienia reguł, które porządkują funkcjonowanie rynku medialnego. W warunkach samoregulacji trud opracowywania, kontrolowania, egzekwowania i wprowadzania ewentualnych zmian spoczywa na tych podmiotach, które z własnej inicjatywy i dobrowolnie podejmują się tego zadania. Warunki regulacji i samoregulacji znajdują swego rodzaju kompromis w rozwiązaniach współregulacyjnych, w warunkach których instytucje państwowe w dalszym ciągu pozostają odpowiedzialne za nadzór nad funkcjonowaniem systemu. Państwo dopuszcza jednak do określania zasad funkcjonowania rynku medialnego podmioty ten rynek tworzące, pozostając równocześnie najczęściej instancją naczelną przy tworzeniu polityki medialnej obowiązującej w danym kraju¹.

Obserwacja współczesnych rynków medialnych każe wierzyć w pozytywny wpływ samoregulacji na kształt rynku medialnego. O sile tej formy określania zasad działania rynku medialnego i jego kontroli decyduje kilka czynników. Przede wszystkim o braku skuteczności monopolu rozwiązania regulacyjnego decyduje fakt, że państwo nie powinno w ogóle stanowić podstawowego regulatora autonomicznych systemów, do jakich możemy zaliczyć system medialny. Po drugie, w opinii samych podmiotów medialnych, instytucje rządowe w podejmowaniu decyzji dotyczących funkcjonowania mediów często nie kierują się interesem przedsiębiorstw medialnych, pomijając zwykle konieczność realizacji przez nie podstawowego celu, jakim jest osiąganie zysku finansowego. Po trzecie wreszcie, przedstawiciele mediów wyrażają opinie, że państwo w roli najwyższego nadzorca przestrzeni medialnej, przesądzającego o zasadach jej funkcjonowania, jest niewiarygodne i często nie posiada wystarczającego autorytetu, by ustanowione przez nie zasady traktowane były przez ogół środowiska dziennikarskiego jako wartościowe. A w tej sytuacji trudno o skrupulatne ich przestrzeganie². W obliczu tych argumentów coraz powszechniejsze wśród obserwatorów rynków medialnych staje się przekonanie, że nowoczesne formy czynienia mediów odpowiedzialnymi powinny opierać się na umiejętności zrozumienia przez administrację państwową, że najlepiej przyczyni się ona do realizowania interesu publicznego przez media poprzez dopuszczenie do sterowania nimi różnych podmiotów i umiejętne wykorzystanie

¹ Zob. więcej: K. Jakubowicz, *Polityka medialna a media elektroniczne*, Warszawa 2008, s. 39.

² Szersza argumentacja za wartością rozwiązań samo- i współregulacyjnych w: Hans Bredow Institut, EMR, *Final Report Study on Co-Regulation Measures in the Media Sector. Study for the European Commission*, Directorate Information Society and Media, 2006, http://ec.europa.eu/avpolicy/info_centralibrary/studies/index_en.htm (17.08.2011).

wiedzy, jaką dysponują ucz estnicy sceny medialnej, a więc poprzez uznanie samoregulacji i współregulacji za wartościowe i potrzebne elementy kształtowania odpowiedzialności mediów.

System odpowiedzialności mediów

W przekonanie o pozytywnym wpływie samoregulacyjnych mechanizmów kształtowania rynku medialnego wpisuje się koncepcja systemów odpowiedzialności mediów (*Media Accountability Systems*), sformułowana w latach dziewięćdziesiątych XX wieku przez Claude'a Jeana Bertranda. Francuski uczony definiował system odpowiedzialności mediów (SOM) jako „wszelkie środki pozarządowe stosowane w celu uczynienia mediów odpowiedzialnymi wobec odbiorców”³. Miałyby one być remedium na utratę zaufania wobec państwo wych narzędzi regulacyjnych, a także słabnącą siłę indywidualnego sumienia dziennikarzy. Pod pojęciem SOM kryją się więc różnorodne działania, które łączy jeden cel – czynienie mediów w bardziej przejrzystymi, odpowiedzialnymi i lepiej służącymi dobru społecznemu. Na system ten mogą więc składać się zarówno dokumenty pisane określające zbiór zasad obowiązujących na danym rynku medialnym, działania jednostek i grup tworzących przestrzeń medialną, różnorodne zebrania, projekty realizowane w długim czasie, jak i pojedyncze inicjatywy. Najczęściej narzędzia SOM zbudowane są tak, by wywierać presję moralną na osoby mające wpływ na kształt pr zekazów medialnych. Skuteczność ich może być jednak wzmocniona poprzez wewnętrzne rozporządzenia obowiązujące w konkretnych przedsiębiorstwach medialnych, które oprócz odwoływania się do sumienia dziennikarzy, mogą także wywierać na nich wpływ za pośrednictwem na przykład sankcji dyscyplinarnych czy finansowych⁴.

Samoregulacja mediów w Polsce

Chcąc oceniać jakość posz czególnych kultur dziennikarskich, war to spojrzeć na poziom profesjonalizacji praktyk dziennikarskich realizowanych w jakimś systemie medialnym. Daniel Hallin i Paolo Mancini wskazują trzy podstawowe wyznaczniki stopnia profesjonalizacji dziennikarskiej. Są to autonomia, odr ębne normy

³ C.J. Bertrand, *Deontologia mediów*, Warszawa 2007. Denis McQuail zaproponował nieco zmienioną definicję MAS. Według tego uczonego miałyby to być „dobrowolne i niedobrowolne procesy, przez które media bezpośrednio lub pośrednio wpływają na jakość swoich publikacji i ich społeczne konsekwencje” (zob. D. McQuail, *Mass Communication Theory*, London 2005, s. 207).

⁴ Szerzej o systemie odpowiedzialności mediów w: P. Urbaniak, *System odpowiedzialności mediów jako przejaw samoregulacyjnych mechanizmów kształtowania rynku medialnego*, „Studia Medioznawcze” 2011, nr 2.

zawodowe i służba interesowi publicznemu⁵. Autorzy *Systemów medialnych* przy wyznaczaniu stopnia profesjonalizacji kultur dziennikarskich przywiązują dużą wagę do określenia poziomu niezależności środowiska dziennikarskiego od zewnętrznych podmiotów stanowiących element administracji państwowej. Im większa jest ta niezależność i autonomia zarówno w zakresie określania ram działalności mediów, jak i ich kontroli, tym większy – z daniem autorów cytowanej pracy – stopień profesjonalizacji danej kultury. Poziom profesjonalizacji jest natomiast w ujęciu Hallina i Manciniego jednym z ważniejszych kryteriów przyporządkowania europejskich kultur dziennikarskich do trzech podstawowych modeli systemów medialnych: modelu śródziemnomorskiego, północno- i środkowoeuropejskiego oraz północnoatlantyckiego. Systemy medialne przynależące do poszczególnych modeli charakteryzują się bowiem zróżnicowanym stopniem profesjonalizacji dziennikarskiej kultury. Model śródziemnomorski odznacza się najmniejszym stopniem profesjonalizacji oraz silną instrumentalizacją, model północno- i środkowoeuropejski charakteryzuje się silną profesjonalizacją oraz zinstytucjonalizowanym systemem autoregulacji, model północnoatlantycki wreszcie posiada wysoki stopień profesjonalizacji, jednak równocześnie nie posiada zinstytucjonalizowanego systemu autoregulacji⁶. Tak określone poziomy profesjonalizacji przekładają się bezpośrednio na kształt systemu odpowiedzialności mediów występującego w danym systemie medialnym. Nie przypadkiem też najpełniejszy z estaw instrumentów odpowiedzialności mediów możemy wskazać w państwach przypisanych przez Manciniego i Hallina do modelu północnoatlantyckiego i modelu północno- i środkowoeuropejskiego (np. w Holandii czy Wielkiej Brytanii), najniższą autonomię posiadają natomiast instytucje medialne w państwach zaliczonych przez cytowanych autorów do modelu śródziemnomorskiego, którego reprezentantem są m.in. Włochy.

Przyglądając się polskiemu systemowi medialnemu, łatwo odnaleźć w nim większość cech przypisywanych przez Manciniego i Hallina temu ostatniemu modelowi⁷, a jedną z nich jest niewielki stopień autonomii podmiotów medialnych, czyli niski poziom rozwoju samoregulacji mediów. Na polskim rynku medialnym można wskazać bowiem tylko podstawowe instrumenty odpowiedzialności mediów. Należą do nich m.in. organizacje dziennikarskie, kodeksy etyczne, a także działająca od 1995 roku Rada Etyki Mediów. Z pozostałych elementów systemu odpowiedzialności mediów w Polsce możemy wymienić m.in. artykuły krytyczne dotyczące mediów, branżową prasę czy konferencje naukowe poświęcone deontologii mediów. Mają one jednak niewielkie znaczenie i ograniczoną siłę oddziaływania na ogół środowiska dziennikarskiego.

⁵ D. Hallin, P. Mancini, *Systemy medialne. Trzy modele mediów i polityki w ujęciu porównawczym*, Kraków 2007, s. 35–37.

⁶ *Ibidem*, s. 67.

⁷ Hallin i Mancini w swoich badaniach nie uwzględnili Polski.

Wskażmy jednak te podstawowe narzędzia odpowiedzialności mediów, które funkcjonują w polskim systemie medialnym. Obecnych jest w nim kilka stowarzyszeń zawodowych skupiających dziennikarzy. Szczególne znaczenie mają trzy z nich: Stowarzyszenie Dziennikarzy Polskich (SDP), Stowarzyszenie Dziennikarzy Rzeczypospolitej Polskiej (SDRP) oraz Katolickie Stowarzyszenie Dziennikarzy (KSD). Dwa pierwsze mają własne kodeksy zawodowe. Członków SDP obowiązują uchwalony w 2001 roku *Kodeks etyki dziennikarskiej*. Osoby należące do SDRP zobowiązane są do respektowania zapisów uchwalonego w 1992 roku *Dziennikarskiego kodeksu obyczajowego*. Z przestrzegania reguł zawartych w tych kodeksach rozliczają członków związków sądy koleżeńskie działające przy zarządzie głównym, a także przy oddziałach terenowych poszczególnych stowarzyszeń.

Dziennikarzy trzech wymienionych stowarzyszeń obowiązuje ponadto dokument przyjęty w 1995 roku, o nazwie *Karta etyczna mediów*. To dokument deontologiczny samoregulujący środowisko, który został zatwierdzony przez wszystkie stowarzyszenia zawodowe, a ponadto niektóre organizacje nadawców i wydawców⁸. Członkowie tworzący te organizacje zobowiązani są do przestrzegania siedmiu zasad: prawdy, obiektywizmu, oddzielenia informacji od komentarza, uczciwości, szacunku i tolerancji, pierwszeństwa dobra odbiorcy oraz zasady wolności i odpowiedzialności za treść i formę przekazu.

Rada Etyki Mediów nie dysponuje żadnymi sankcjami, może tylko wskazywać wykroczenia, wyrażać opinie, zajmować stanowiska w konkretnych sprawach i apelować. I choć werdykty Rady traktowane są przez część środowiska dziennikarskiego jako opiniotwórcze oceny w sprawach mediów, a o jej oceny zwracają się różne instytucje, w tym także sądy, to w ogólnej ocenie trzeba uznać Radę za instytucję mającą niewielki wpływ na funkcjonowanie mediów w Polsce. Nie uzyskała ona dotąd w oczach choćby większości ludzi mediów pozycji autorytetu etycznego, który ma prawo jednoznacznie orzekać o moralności działań dziennikarzy.

Mechanizmy samoregulacji odnaleźć możemy także w działaniach polskich mediów publicznych. Od 2006 roku funkcjonuje w TVP siedmioosobowa Komisja Etyki. Jej zadaniem jest orzekanie o zgodności postępowania dziennikarzy z regułami zapisanymi w wewnętrznym dokumencie TVP z 1996 roku zatytułowanym *Zasady etyki dziennikarskiej w TVP S.A. – informacja, publicystyka, reportaż, dokument, edukacja*. Rola Komisji Etyki polega na upowszechnianiu wśród dziennikarzy TVP przekonania,

⁸ *Karta Etyczna Mediów* została podpisana przez Prezesa SDRP, Prezesa SDP, Prezesa KSD, Przewodniczącą Syndykatu Dziennikarzy Polskich, Prezesa Związku Zawodowego Dziennikarzy, Prezesa TVP, Prezesa Polskiego Radia, przedstawicieli Telewizji Polsat, Prezesa Unii Wydawców Prasy, Prezesa Stowarzyszenia Niezależnych Producentów Filmowych i Telewizyjnych, Prezesa Stowarzyszenia Polskiej Prywatnej Radiofonii, Duszpasterza środowisk twórczych, Przewodniczącego Związku Zawodowego Dziennikarzy Telewizyjnych oraz dwa lata później przez Przewodniczącego Krajowego Klubu Reportażu, który w 1995 roku jeszcze nie istniał.

że przestrzeganie standardów etycznych jest równie ważne, jak sprawność warsztatowa oraz walory intelektualne i formalne. Komisja jest nieodwoływalna w czasie kadencji i suwerenna w formułowaniu swoich opinii i orzeczeń podejmowanych po wysłuchaniu stron i świadków oraz zapoznaniu się z dowodami. Komisja nie orzeka żadnych kar. Wyciągnięcie wniosków organizacyjnych, personalnych czy dyscyplinarnych należy do przełożonych, którym przekazywane są orzeczenia. Komisja Etyki rozpatruje skargi i zażalenia zarówno pracowników, jak i współpracowników TVP oraz telewizorów, a także z własnej inicjatywy. Oceniając działania polskiej telewizji publicznej w ostatnich latach, wydaje się jednak, że Komisja tylko z założenia jest ciałem, które ma służyć zwiększaniu odpowiedzialności mediów. W istocie nie ma ona większego znaczenia, skoro funkcjonowanie TVP budzi nieprzerwanie wątpliwości natury etycznej.

Własną Komisję Etyczną – istniejącą od 1997 roku – posiada także Polskie Radio (PR). Jej głównym zadaniem jest orzekanie, czy dziennikarze PR postępują zgodnie z regułami zawartymi w dokumencie podpisanym przez zarząd PR w 2004 roku, a zatytułowanym *Zasady etyki zawodowej w Polskim Radiu – Spółce Akcyjnej*. Zgodnie z jego założeniami podstawowym celem działalności PR jest służenie dobru powszechnemu przez oferowanie społeczeństwu programów cechujących się pluralizmem, bezstronnością, wyważeniem i niezależnością, innowacyjnością oraz wysoką jakością przekazów.

Kodeksy etyczne zarówno TVP, jak i PR podkreślają publiczny charakter tych mediów i ich obowiązek oferowania całemu społeczeństwu i poszczególnym jego częściom zróżnicowanych programów i innych usług, które mogłyby być wartościowe i interesujące dla zróżnicowanej grupy odbiorców, czyli pełnienie misji publicznej wpisanej w art. 21. *Ustawy o radiofonii i telewizji*⁹. Wspólną cechą komisji stojących na straży przestrzegania zasad zawartych w tych wewnętrznych dokumentach jest także fakt, że ich negatywna ocena działań pracownika traktowana jest jako stwierdzenie naruszenia obowiązków pracowniczych.

Orzeczenie komisji może więc stanowić podstawę dla przełożonego dziennikarza nawet do rozwiązania z nim umowy o pracę. Ich funkcjonowanie nie opiera się więc, jak w przypadku choćby Rady Etyki Mediów, wyłącznie na ogłaszaniu werdyktów dotyczących działalności mediów i dziennikarzy – posiadają one bowiem możliwość wykorzystywania dotkliwych sankcji.

Inicjatywą o charakterze samoregulacyjnym w dziedzinie etyki jest także podpisanie w 1999 roku przez przedstawicieli ośmiu największych wówczas działających na polskim rynku nadawców telewizyjnych¹⁰ *Porozumienia Polskich Nadawców*

⁹ Na straży realizowania przez media publiczne przypisanej im misji mają stać także Rady Programowe – TVP i PR – których zadaniem jest reprezentowanie społecznych interesów związanych z działalnością programową publicznych mediów. W praktyce na drodze realizowania przez nie rzeczywistej funkcji strażnika odpowiedzialności i moralności stoi częste ich upolitycznienie.

¹⁰ Byli to następujący nadawcy: TVP, Polsat, TVN, Nasza Telewizja, Telewizja Niepokalanów, CANAL+, Polska Telewizja Kablowa i Wizja TV.

Telewizyjnych „Przyjazne media”. Jego celem jest podjęcie skutecznych działań dla ochrony dzieci i młodzieży przed odbiorem programów, które mogłyby zagrażać ich rozwojowi. Efektem porozumienia było m.in. wprowadzenie jednolitego systemu ostrzegania widzów o potencjalnej szkodliwości programów dla różnych grup wiekowych¹¹.

Specyfika tradycyjnych narzędzi odpowiedzialności mediów

Wszystkie instrumenty obecne w tradycyjnym systemie odpowiedzialności mediów, opisanym choćby przez Bertranda, opierają się na założeniu oddziaływania przez nie na odbiorców za pomocą siły autorytetu posiadanego przez wybrane narzędzia i instytucje je tworzące i organizujące. Wszystkie one nie posiadają innej możliwości wywierania wpływu na dziennikarzy i innych ludzi mediów. Ich jedyną siłą jest najczęściej próba odwoływania się do indywidualnego sumienia za pośrednictwem przywoływania ideałów uczciwości, rzetelności, sumienności itp. Tak jest zwłaszcza w przypadku kodeksów deontologicznych, które stanowią zbiór oczekiwań dotyczących działalności ludzi mediów. Na ich tle wyróżniają się nieznacznie kodeksy etyczne powoływane przez konkretne instytucje medialne na wewnętrzne potrzeby. W ich przypadku przewiduje się czasami sankcje za niewypełnianie zasad zapisanych w dokumencie. Tak jest na przykład w przypadku TVP, w której na straży przestrzegania wybranych kodeksów etycznych stoi Komisja Etyki. Jej orzeczenia przekazywane są przełożonym pracowników, których działania poddane zostały ocenie. Ci pierwsi na podstawie otrzymanych ocen mogą zrealizować dyscyplinarne sankcje.

Narzędzia realizowane przez instytucje medialne wyłącznie na wewnętrzne potrzeby organizacji w przypadku polskich mediów stosowane są niezwykle rzadko. Poza mediami publicznymi nie występują one prawie w ogóle. Dlatego też polski system odpowiedzialności mediów opiera się przede wszystkim na narzędziach ogólnosystemowych, próbujących oddziaływać na wszystkie podmioty występujące na rynku. A te, podobnie jak kodeksy deontologiczne, opierają się przede wszystkim na założeniu oddziaływania i wywierania presji moralnej za pomocą autorytetu instytucji realizującej funkcje kontrolne. Tak jest na przykład w przypadku teoretycznie najważniejszego w polskim systemie odpowiedzialności mediów podmiotu, jakim jest Rada Etyki Mediów. Jej umiarkowana skuteczność wynika natomiast głównie z faktu braku rozpoznawalności przez ogół społeczeństwa członków zasiadających w jej szeregach. Nie posiadając ogólnośrodowiskowego autorytetu skazana jest na brak możliwości wywierania rzeczywistego wpływu na działania podejmowane przez ludzi polskich mediów. Inaczej nieco wygląda sytuacja w przypadku zbliżonego w swej

¹¹ Tekst *Porozumienia* zawierają „Zeszyty Prasoznawcze” 1999, nr 1–2, s. 185–198.

istocie podmiotu, jakim jest holenderski ombudsman, czyli rzecznik publiczności mediów. Osoby wybierane na to stanowisko najczęściej cieszą się sporym uznaniem wśród dziennikarzy, dzięki czemu wydawane przez nie oceny mają spore znaczenie dla funkcjonowania krajowych mediów. Zwłaszcza zaś krytyka stanowi rzeczywiste piętno na wizerunku ocenianej instytucji medialnej lub osobie dziennikarza.

Jednym z głównych powodów niedostatecznego realizowania funkcji kontrolnej i wyznaczania standardów zawodowych przez polskie instytucje tworzące tradycyjny system odpowiedzialności mediów jest brak gotowości polskich przedsiębiorstw medialnych do ponoszenia kosztów na podnoszenie etycznej jakości swoich działań. Prywatny sektor mediów w zasadzie pozbawiony jest w Polsce jakichkolwiek znaczących inicjatyw podejmowanych przez poszczególne instytucje wyłącznie na wewnętrzne potrzeby. Podmioty go tworzące najczęściej zobowiązują swoich pracowników do przestrzegania ogólnorodowiskowych kodeksów etycznych, nie tworząc specjalnych, dostosowanych do potrzeb danej organizacji narzędzi kontrolnych. Pewne jest natomiast, że ogólne dokumenty deontologiczne bardzo często nie precyzują w wystarczającym stopniu powinności pracowników poszczególnych branż medialnych czy też działań realizowanych przez dziennikarzy podejmujących różną tematykę. Z pewnością ogólnorodowiskowe kodeksy etyczne za mało precyzyjnie opisują na przykład specyfikę pracy tzw. dziennikarzy motoryzacyjnych i za mało miejsca poświęcają zagrożeniom związanym ze zbyt bliskimi związkami dziennikarstwa i biznesu, które stanowią podstawę do zatracania obiektywizmu za sprawą różnego rodzaju form wywierania wpływu przez koncerny motoryzacyjne na dziennikarskie opinie (choćby za sprawą prezentów dla dziennikarzy czy zbyt atrakcyjnych wyjazdów zagranicznych w celu prezentacji nowych modeli samochodu).

Tworzenie szczegółowych kodeksów etycznych na wewnętrzne potrzeby organizacji medialnej wiąże się z niewielkimi kosztami, a mimo to i tak jest praktyką niemal nieobecną na polskim rynku mediów. Tym bardziej praktycznie nie występują takie formy samoregulacji środowiska dziennikarskiego jak na przykład wewnątrz-redakcyjni ombudsmeni, obecni choćby w holenderskim czy brytyjskim systemie odpowiedzialności mediów. Ich obecność w medialnych organizacjach wiąże się bowiem z koniecznością tworzenia odrębnych, kosztownych etatów. Mając realizować zadania kontrolne, wskazywać dziennikarzom danej redakcji na ich niedociągnięcia i równocześnie mieć na nich rzeczywisty wpływ, muszą oni cieszyć się bowiem sporym autorytetem środowiskowym, zbudowanym najczęściej na solidnym dorobku zawodowym. Za takie atuty pracownika, redakcja musiałaby natomiast sporo zapłacić.

Skoro polskie instytucje medialne nie są obecnie skłonne do uwzględniania w swoich budżetach wydatków na podnoszenie standardów etycznych swoich pracowników, system odpowiedzialności mediów w naszym kraju musi trwać na wstępnym etapie rozwoju. Wysokorozwinięte systemy odpowiedzialności mediów obecne w wybranych krajach europejskich (np. w Finlandii, Holandii czy Wielkiej

Brytanii) tworzone są bowiem wspólną, finansową siłą podmiotów medialnych¹². W sytuacji braku gotowości podejmowania takiego trudu przez instytucje tworzące ten rynek system odpowiedzialności mediów ma szansę rozwoju za sprawą tzw. nowych mediów i zaangażowania odbiorców mediów, czyli dzięki różnego rodzaju innowacyjnym narzędziom odpowiedzialności mediów.

Innowacyjne narzędzia samoregulacji

Internet jest tym sektorem rynku medialnego, który wymaga od dziennikarskiego środowiska największego wysiłku na rzecz poprawy jakości dziennikarskich materiałów. Panuje bowiem w tzw. nowych mediach chaos związany przede wszystkim z brakiem silnej regulacji ze strony rządowych instytucji. Przy braku przyzwolenia na zwiększenie regulacyjnych interwencji państw w internetową rzeczywistość wydaje się, że właśnie w odniesieniu do Internetu samoregulacyjne mechanizmy mają do odegrania szczególnie dużą rolę. I bez wątpienia te innowacyjne instrumenty odpowiedzialności mediów zaczynają wywierać istotny wpływ zarówno na przestrzeń, w której egzystują, czyli nowe media, jak i na pozostałe sektory rynku medialnego, poprzez próbę kształtowania ogólnosrodowiskowych standardów. Instrumenty te realizują przede wszystkim krytykę mediów wyrażaną przez mniej lub bardziej profesjonalnych komentatorów. Funkcję tę realizują blogi internetowe, portale społecznościowe, komentarze internautów pod artykułami internetowymi i wreszcie także portale poświęcone mediom, na których zarówno dziennikarze, specjaliści od mediów, jak i odbiorcy mediów mają możliwość wyrażania swojej opinii na temat dziennikarskich działań.

Krytyka mediów najpełniej realizuje się za pośrednictwem blogosfery, która w Polsce tworzona jest przede wszystkim za pośrednictwem kilku stron internetowych umożliwiających prowadzenie w łatwy sposób własnego blogu (np. www.blog.onet.pl, www.blog.pl). Na wszystkich tych stronach pojawiają się wpisy poświęcone tematyce medialnej. Mają one najczęściej charakter krytyczny, a ich ilość zwiększa się w momencie, gdy opinia publiczna postrzega pewne działania mediów jako nieprofesjonalne i nieetyczne. Liczne krytyczne wypowiedzi na blogach pojawiały się na przykład w Polsce po emisji w publicznej telewizji filmu dokumentalnego zatytułowanego *Solidarni 2010*, wyreżyserowanego przez Ewę Stankiewicz i Jana Pospieszalskiego, w którym winą za katastrofę lotniczą prezydenckiego samolotu z 10 kwietnia 2010 roku obarczono polski rząd i Rosjan. Film był komentowany na blogach tworzonych zarówno przez polityków, znane osobistości, specjalistów od mediów i polityki, jak i anonimowych autorów. Żywo dyskutowany był także

¹² Szerzej o zróżnicowaniu europejskich systemów odpowiedzialności mediów w: P. Urbaniak, *Samoregulacyjne mechanizmy w europejskich systemach medialnych*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2011, nr 1–2.

odcinek programu *Tomasz Lis na żywo* z 3 października 2011 roku, czyli kilka dni przed wyborami parlamentarnymi, w którym gościem był Jarosław Kaczyński. W ocenie niektórych Tomasz Lis miał wykazać się w nim złamaniem zasad dziennikarskiego obiektywizmu. Takimi opiniami dzieliła się z internautami jedna z blogerek: „Tomasz Lis zademonstrował styl i POlot «dziennikarstwa», ale w stylu Korei Północnej w zestawieniu ze spokojem, dojrzałością i wykształceniem Kaczyńskiego. W tym programie przedstawiciel mainstreamowych mediów wypadł szczególnie tendencyjnie, płytko i PO linii politycznej. Wyszło na to, że Lis to tylko marny naganiacz partyjny, mam nadzieję, że jego czas jako spinnera dobiegnie końca”¹³.

W odróżnieniu od zachodnich systemów medialnych w polskiej blogosferze niewielu autorów zdobyło sobie dotychczas dużą popularność wśród czytelników dzięki prowadzeniu autonomicznej strony aktualizowanej systematycznymi wpisami, a więc dzięki tworzeniu odrębnej strony internetowej służącej tworzeniu autorskiego blogu. Jednym z nielicznych, bardziej znanych polskich blogerów jest autor używający pseudonimu Kominek. Oprócz kilku systematycznie tworzonych blogów tematycznych posiada on między innymi blog poświęcony mediom, który dostępny jest pod adresem www.kominek.tv. Zdecydowana większość jego komentarzy ma charakter krytyczny, wytykający pewne mankamenty polskiego systemu medialnego. Krytyce poddawane są zarówno media publiczne, jak i komercyjne, działania marketingowe realizowane za pośrednictwem mediów, a także materiały dziennikarskie. Blog ten jest odwiedzany każdego dnia przez blisko sto tysięcy osób, dlatego też należy uznać go za ważne medium kształtujące opinie Polaków na temat polskich mediów.

Odrębną grupę narzędzi realizujących funkcję monitoringu mediów stanowią portale społecznościowe posiadające funkcje mikroblogowania. Tak więc zarówno popularne na całym świecie portale, np. Facebook czy Twitter, jak i rodzima Nasza Klasa stają się nierzadko miejscem prowadzenia dyskusji podejmujących różne problemy. Media są jednym z przedmiotów tych dyskusji, a stają się nimi głównie w okresach, kiedy działalność krajowych mediów budzi wątpliwości natury etycznej. Charakterystyczne jest, że w czasie, kiedy tysiące blogerów i mikrobloggerów wyraża swoje opinie dotyczące specyficznych problemów w mediach, te same tematy podejmowane są także przez sądy koleżeńskie dziennikarskich stowarzyszeń czy chociażby Radę Etyki Mediów. Przykładowo przywoływany już film *Solidarni 2010* był w tym samym czasie przedmiotem dyskusji zarówno setek blogerów, jak i ekspertów z Rady Etyki Mediów. W opinii tych ostatnich dokument ten naruszał zasadę obiektywności i tolerancji wpisaną w *Kartę etyczną mediów*. Część internautów prowadzących dyskusję na temat filmu podzielała opinię wyrażoną przez Radę, choć oczywiście nie brakowało w Internecie także opinii potwierdzających tezy wyrażone w filmie.

Wśród innowacyjnych narzędzi służących zwiększaniu odpowiedzialności mediów znajdują się także specjalistyczne portale tworzone przez ekspertów od tematyki

¹³ <http://donata25.blog.onet.pl/Kaczynski-i-Lis,2,ID437066469,n> (20.12.2011).

medialnej. Polskie strony internetowe poświęcone mediom to między innymi www.mediafm.net, www.wirtualnemedi.pl oraz www.mediamikser.pl. Wśród poruszanych przez nie problemów znajdują się także zagadnienia dotyczące etyki mediów. Publikują one artykuły promujące etykę w dziennikarskim środowisku i stanowią ważną platformę dla szerzenia wiedzy o etycznych standardach. Ponadto te branżowe portale pełnią funkcję kontrolną w stosunku do innych mediów, zarówno tych tradycyjnych, jak i internetowych, piętnując nieetyczne zachowania wśród polskich dziennikarzy i wydawców¹⁴.

Autorytet nowych instrumentów SOM

Jeśli tradycyjne instrumenty mediów zawodzą w polskim systemie odpowiedzialności mediów z tego powodu, że nie oddziałują na podmioty tworzące rynek medialny siłą swojego autorytetu, warto zastanowić się nad potencjałem drżemącym w innowacyjnych narzędziach odpowiedzialności mediów. Przekonanie o możliwości realnego wywierania przez nie wpływu na medialne środowisko wynika z dwóch ich podstawowych cech, które mogą uczynić je doskonalszymi od ich tradycyjnych odpowiedników. Po pierwsze najczęściej tworzone są one przez odbiorców konkretnych mediów lub potencjalnych ich odbiorców. Po drugie wykorzystując internetowe kanały komunikacji, zyskują one możliwość dotarcia do szerokiego grona odbiorców.

Pierwsza cecha nowych narzędzi odpowiedzialności mediów w zdecydowany sposób odróżnia je od tradycyjnych, gdyż zmienia się w ich przypadku rodzaj podmiotu odpowiedzialnego za ich realizację. O ile w przypadku tych drugich twórcami instrumentów nastawionych na podnoszenie etycznej jakości mediów są ich przedstawiciele, czyli same podmioty rynku medialnego, o tyle w przypadku nowoczesnych instrumentów odpowiedzialność za ich realizację przejmują odbiorcy. Ta cecha innowacyjnych narzędzi odpowiedzialności mediów sprawia, że podmioty medialne przywiązują do nich coraz większą wagę. Dłwszechny jest na przykład stały monitoring opinii na temat działań danej redakcji dostępnych w szeroko pojętej przestrzeni internetowej. Najprostszą formą kontroli jest na przykład systematyczne czytanie komentarzy internautów pod redakcyjnymi materiałami. Pogłębiona kontrola może natomiast dotyczyć lektury blogów omawiających poczynania dziennikarzy. Redakcje z uwagą śledzą tego typu opinie, gdyż wyrażane są przez odbiorców ich dziennikarskich materiałów, a więc klientów decydujących o losie konkretnej organizacji rynkowej. Wydaje się też, że są oni traktowani nierzadko przez podmioty

¹⁴ Wstępną analizę innowacyjnych instrumentów odpowiedzialności mediów przynosi także tekst: M. Głowacki, P. Urbaniak, *Poland: Between Accountability and Instrumentalization*, [w:] *Mapping Media Accountability – in Europe and Beyond*, ed. T. Eberwein, S. Fengler, E. Lauk, T. Leppik-Bork, Köln 2011.

medialne z większą powagą niż eksperci medialni wyrażający za pośrednictwem różnych kanałów opinie na temat ich działań. Ci dłużej, zasiadając w różnego rodzaju radach, pisząc dla branżowych czasopism, tworząc sądy koleżeńskie, nie docierają ze swoimi ocenami do szerokiego grona odbiorców, a tym samym ich krytyka nie wywołuje realnych konsekwencji będących choć po części bolesnymi sankcjami dla podmiotów łamiących etyczne i jakościowe standardy. Ponadto posiadając ograniczony autorytet środowiskowy, nie są w stanie wywierać moralnej presji na dziennikarskie poczynania. Poczytność komentarzy pod artykułami internetowymi, które stanowią przecież integralny element internetowego przekazu, i rosnąca popularność blogów sprawiają natomiast, że krytyka wyrażana za ich pomocą dociera do szerokiej grupy czytelników, w dodatku bardzo często określonej grupy potencjalnych lub aktualnych odbiorców na przykład jakiegoś portalu internetowego. Instytucje medialne liczą się z ich zdaniem również dlatego, że mogą one stanowić podstawę analizy odbioru społecznego działalności danej redakcji. Można więc pokusić się o stwierdzenie, że w obecnej sytuacji w polskim systemie odpowiedzialności mediów większy autorytet udało się wytworzyć odbiorcom przekazów medialnych niż środowiskom eksperckim czy też – upraszczając nieco problem – innowacyjnym instrumentom odpowiedzialności mediów niż tradycyjnym.

Bibliografia

- Bertrand C.J., *Deontologia mediów*, Warszawa 2007.
- Głowacki M., Urbaniak P., *Poland: Between Accountability and Instrumentalization*, [w:] *Mapping Media Accountability – in Europe and Beyond*, ed. T. Eberwein, S. Fengler, E. Lauk, T. Leppik-Bork, Köln 2011.
- Hallin D., Mancini P., *Systemy medialne. Trzy modele mediów i polityki w ujęciu porównawczym*, Kraków 2007.
- Hans Bredow Institut, EMR, *Final Report. Study on Co-Regulation Measures in the Media Sector. Study for the European Commission*, Directorate Information Society and Media, 2006, http://ec.europa.eu/avpolicy/info_centralibrary/studies/index_en.htm.
- Jakubowicz K., *Polityka medialna a media elektroniczne*, Warszawa 2008.
- McQuail D., *Mass Communication Theory*, London 2005.
- Porozumienie Polskich Nadawców Telewizyjnych „Przyjazne media”*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1999, nr 1–2.
- Urbaniak P., *Samoregulacyjne mechanizmy w europejskich systemach medialnych*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2011, nr 1–2.
- Urbaniak P., *System odpowiedzialności mediów jako przejaw samoregulacyjnych mechanizmów kształtowania rynku medialnego*, „Studia Medioznawcze” 2011, nr 2.

Paulina Popiół-Wojciechowska

Uniwersytet Wrocławski

Budowanie autorytetu w publikacjach organizacji „Strażnica – Towarzystwo Biblijne i Traktatowe, Zarejestrowany Związek Wyznania Świadków Jehowy”

Strażnica – Towarzystwo Biblijne i Traktatowe (Zarejestrowany Związek Wyznania Świadków Jehowy) to organizacja religijna, której prekursorem był Charles Taze Russell. Russell w 1884 r. zarejestrował Towarzystwo Traktatowe Strażnica Syjońska, które w 1913 przerodziło się w Międzynarodowe Stowarzyszenie Badaczy Pisma Świętego¹. W roku 1931 na kongresie w Columbus przyjęto oficjalną nazwę obowiązującą do dziś. Było to za panowania drugiego prezesa organizacji, czyli Josepha Franklina Rutheforda. Natomiast Strażnica – Towarzystwo Biblijne i Traktatowe Związek Wyznania Świadków Jehowy to nazwa oficjalna obowiązująca w Polsce od 1989 roku, kiedy to organizacja została zarejestrowana z liczbą 80 tys. członków². Na wspomnianym kongresie w Columbus przyjęto założenie, iż organizacja jest znakiem przekąźnikowym przekazującym wiadomości od Jehowy.

Strategie związane z budowaniem przez organizację Świadków Jehowy wizerunku są bardzo zbliżone do strategii politycznych. Od początku swojej działalności Świadkowie zdawali się prowadzić do akredytacji swojego związku wyznaniowego. Świadkowie koncentrowali i koncentrują się na przedstawieniu swoich założeń jako jedynie słusznych. Zdają się tworzyć ofertę, która ma uciąć wszelkiego rodzaju dyskusję na temat tego, który związek wyznaniowy ma rację. Prawda według nich jest tylko jedna. Nie wdają się w dyskusję z innymi wyznaniem. Dla manipulatora

¹ Z. Danielewicz, *W oczekiwaniu na paruzję. Nauka adwentystów Dnia Siódmego i Świadków Jehowy*, Lublin 1999, s. 224.

² Z. Pawłowicz, *Człowiek a Świadkowie Jehowy*, Gdańsk 1991, s. 17.

istotne jest, by nie porównywano go do przeciwnika, a jego idei do idei przeciwnika, dlatego odbiorcy powinni przyjąć jego strategię jako jedyną właściwą po to, ab y tego uniknąć³. W identyczny sposób od lat postępują Świadkowie. Nie godząc się chociażby z ideami ekumenizmu⁴.

Autoprezentacja polega na przekazywaniu odbiorcy pozytywnego obrazu siebie. Jest to technika manipulacyjna, polegająca na przedstawianiu siebie w korzystnym świetle⁵. „Najogólniej można by określić autoprezentację jako proces wyczuwania, odgadywania, jakie są potrzeby partnera oraz jakie cechy może on szczególnie cenić, a następnie emitowanie mu takiego obrazu siebie samego, który y bądź bezpośrednio zaspokajałby owe potrzeby, bądź sygnalizował możliwość ich zaspokojenia”⁶. Środków autoprezentacji jest bardzo wiele. Najprostszą metodą autoprezentacji jest opisywanie samego siebie, czyli prezentowanie swojego wizerunku⁷. Przy autoprezentacji podmiotu istotną techniką może być wykorzystywanie autorytetu innych czy umiejętne tworzenie swojego, a następnie sterowanie nim. Autorytetem powinna być osoba ciesząca się akceptacją, zaufaniem, poparciem, wtedy można mówić o autorytecie czy to społecznym, czy moralnym, czy też ideowym⁸. Istotne wydaje się przeanalizowanie, czy Świadkowie Jehowy cieszą się zaufaniem. Z czym są kojarzeni, na czym budują swój wizerunek. Czy opierają się na autorytetach innych, czy też wytworzyli swój własny, ściśle powiązany ze związkiem wyznaniowym.

Ze związkiem wyznaniowym Świadków Jehowy już od początku działalności związane było wydawanie pism i publikacji. Za ich pomocą Świadkowie komunikowali się. Założyciel organizacji jeszcze w czasach, gdy był związany z adwentystami, wydawał pismo „Zwiastun Poranka”, był jednym z założycieli spółki powstałej w 1876 roku. Gdy odszedł od adwentystów w 1879 roku, rozpoczął wydawanie pisma „Strażnica Syjońska. Zwiastun Obecności Chrystusa”. Russell „Strażnicę Syjońską” wykorzystywał do głoszenia wykładów, z którymi jeździł po Ameryce i Europie. Stworzył również Biuro Wykładów, składające się z mówców, oraz Pomocnicze Biuro Wykładów, w skład którego wchodziłi dobrze przygotowani kolporterzy rozprzestrzeniający pisma Russella. Russell wydał takie artykuły jak: *Cel i sposób powrotu naszego Pana* (1878), *Pokarm dla myślących chrześcijan* (1881), *Cienie przybytku* (1894), *Co mówi Pismo Święte o spirytyzmie*, *Co mówi Pismo Święte o piekle*. Do jego najważniejszych publikacji zalicza się *Wykłady Pisma Świętego*, t. 1: *Boski plan wieków* (1886), t. 2: *Nadszedł czas* (1894), t. 3: *Przyjdź Królestwo Twoje* (1891), t. 4:

³ M. Karwat, *Sztuka manipulacji politycznej*, Toruń 2001, s. 61–62.

⁴ Z. Danielewicz, op. cit.

⁵ M. Lis-Turlejska, *Ingracjacja, czyli sztuka manipulowania innymi ludźmi za pomocą zwiększenia własnej atrakcyjności*; [w:] *Osobowość, a społeczne zachowanie się ludzi*, red. J. Reykowski, Warszawa 1980, s. 321.

⁶ W. Domachowski, *Przewodnik po psychologii społecznej*, Warszawa 1998, s. 184.

⁷ M.K. Grzegorzewska, *O manipulacji w polityce*, Kraków 2005, s. 167.

⁸ M. Karwat, op. cit., s. 65.

Walka Armagedonu (1897), t. 5: *Pojednanie człowieka z Bogiem* (1899), t. 6: *Nowe Stworzenie* (1904)⁹. Każda z publikacji była odpowiedzią na wydarzenia dotyczące organizacji. Np. broszurka *Cel i sposób powrotu naszego Pana* była odpowiedzią na to, iż przewidywany na 1874 rok koniec świata nie nadszedł. Wtedy to Russell wysunął twierdzenie, że Chrystus przyszedł, ale niewidzialny. W tymże piśmie Russell, dostosowując fragmenty Biblii, udawał, że Pan jest już obecny na ziemi od roku 1874, czyli od czasu, kiedy to najbar dziej zaangażowani ludzie sprzedawali swoje dobytki, przygotowując się na przyjście Boga¹⁰.

Drugi prezes przyczynił się do znacznego rozwoju organizacji i zmienił kierunek jej działania. Od 1925 roku za sprawą Rutheforda kolporterzy zaczęli roznosić pisma bezinteresownie, w ramach „służby polowej”, nie pobierając opłaty w postaci procentów od każdego sprzedanego egzemplarza. W 1938 roku stwierdzono, iż przełożeni są przedstawicielami Jehowy, podwładni nie mogą wyłamywać się spod władzy zwierzchniej¹¹. Tym samym centrala w Brooklynie stała się rządem teokratycznym. Rutheford unowocześnił również sposób przekazu, wprowadził audycje radiowe z wykładami propagandowymi oraz wykorzystywał nowoczesne maszyny drukarskie.

Publikacje służyły Świadkom jako środek do rozpowszechniania swoich poglądów od początku działalności. Obecnie Świadkowie wydają „Strażnicę” (od 2008 roku z podziałem na wydanie do studium i wydanie do rozpowszechniania), „Przebudźcie się!” oraz „Naszą Służbę Królestwa”. Nakłady pism do rozpowszechniania są milionowe. Pisma wydawane są w wielu językach. Zgodnie z informacjami z 2011 roku, z listopadowego numeru „Przebudźcie się!”, przeciętny nakład tego pisma to 39 913 000, natomiast z listopadowego numeru „Strażnicy” wynika, iż nakład „Strażnicy” to 42 162 000. „Przebudźcie się!” wydawane jest w 83 językach, „Strażnica” w 188. Autorzy artykułów są anonimowi. Władze organizacji starają się tworzyć spójną linię doktrynalną. Czytelnik poprzez to odnosi wrażenie, iż organizacja wykazuje się wszechwiedzą. Jednocześnie zbiera informacje odnośnie do wszelkich dziedzin życia w konkretnym piśmie. Z kolei władze organizacji anonimowość autorów tłumaczą chronieniem samych autorów przed pokusą wywyższania. Natomiast autorzy są tzw. „niewolnikami”, którzy rządzić będą wraz z Chrystusem. Zasiadą w gronie 144 tys. osób wybranych po Armagedonie.

Świadkowie Jehowy przez wiele lat starali się zdyskredytować inne związki wyznaniowe, szczególnie Kościół katolicki. Była to istotna część ich strategii postępowania. Ostatecznie wszystkie działania doprowadziły do umocnienia stanowiska Świadków Jehowy i wypracowania mocnej pozycji pism wyznaniowych wydawanych przez Towarzystwo Strażnica. Nawet ludzie, którzy nie są związani z organizacją, kojarzą

⁹ G. Fels, *Świadkowie Jehowy bez retuszu*, Niepokalanów 1995, s. 10.

¹⁰ W. Majka, *Czy tak uczy Pismo Święte? Rozmowa ze świadkiem Jehowy*, Warszawa 1975, s. 3.

¹¹ W. Hanc, T. Lenkiewicz, *Świadkowie Jehowy: apostołowie czy intruzi?*, Wrocław 1990, s. 55.

choć jedno pismo wydane przez związek. Świadkowie Jehowy utożsamiani są ze „Strażnicą” i „Przebudźcie się!”. Pisma cykliczne stały się wizytówką Świadków Jehowy. „Przebudźcie się!” pod wymienionym tytułem ukazuje się od 1946 roku. Powstało na bazie „Złotego Wieku” z 1919 roku, które w 1937 przekształciło się w „Pociechę”, a następnie w „Przebudźcie się!”. „Strażnica” ukazuje się od 1879 roku. Jak można przeczytać we wstępie: „[pismo] jest całkowicie apolityczne i uznaje wyłącznie autorytet Biblii”¹². Natomiast kiedy zapoznamy się z sposobem działania organizacji, przygotowaniem spotkań, stwierdzenie o opieraniu się wyłącznie na autorytecie Pisma Świętego wydaje się wątpliwe.

Zarówno w „Przebudźcie się!”, jak i „Strażnicy” autorzy tekstów niejednokrotnie w swoich publikacjach powoływali się na autorytety z różnych dziedzin. W krótkich wzmiankach jako autorytet stawiane są towarzystwa, fundacje, stowarzyszenia, jak np. Japońskie Stowarzyszenie Pediatryczne, Brytyjskie Towarzystwo Psychologiczne, Amerykańskie Towarzystwo Lekarskie. W wielu tekstach padają sformułowania w stylu: „według doniesień opublikowanych przez pewną holenderską organizację zajmującą się badaniami naukowymi”¹³. Stwierdzenia te mają wskazywać na korzystanie ze źródeł naukowych.

Ze względu na to, iż Świadkowie Jehowy tworzą teksty o różnorodnej tematyce, podpieranie się rozmaitymi nazwiskami, często związanymi ze środowiskiem naukowym, wzmacnia pozycję organizacji. Artykuły poruszają nie tylko historie dotyczące postaci biblijnych, wydarzeń biblijnych czy porad przydatnych Świadkom Jehowy w pracy związanej z głoszeniem (np. jak nauczyć się dobrze przemawiać). Podejmowane są również takie tematy, jak: geograficzne – opis różnych wysp, państw, regionów (Tunezja, Norwegia, Trynidad, Holandia, Kenia), choroby (choćby przenoszone przez owady), porady „Przebudźcie się!”, dotyczące zagadnień: jak się chronić przed chorobami, opis ropy naftowej, właściwości ziół, podatki, ogrodnictwo, pingwiny, obróbka alabastru, woda, depresja poporodowa. Tematyka pism dotyczy wszelkich dziedzin, dlatego często wymieniane są przy nich nazwiska uznanych osób z konkretnych środowisk, w zależności od poruszanego problemu. Świadkowie cytowali chociażby Konrada Adenauera, który stwierdzał, iż do 1914 roku na świecie panował pokój, a po nim „ludzie nie prowadzą już bezpiecznego i spokojnego życia”¹⁴. Obecnie cytowani są lekarze, np. w artykule dotyczącym leczenia depresji: dr Steven I. Altchuler, psychiatra z kliniki Mayo w Minnesocie, dr Carol E. Watkins z Northern County Psychiatric Associates w Baltimore, czy w tekście o komarach dr Paul R. Epstein z Centrum Zdrowia i Środowiska przy Wydziale Medycznym Uniwersytetu Harvarda, w innym tekście laryngolog Michael Fuchs z Uniwersytetu w Lipsku. Świadkowie

¹² „Strażnica”, 1.11.2011, s. 2.

¹³ „Przebudźcie się!”, 8.11.2003, s. 28.

¹⁴ *Prawda, która prowadzi do życia wiecznego*, s. 108; za: „Cleveland West Parker”, 20.01.1966, s. 1.

Jehowcy zamieszczają w swoich pismach wiele tekstów powiązanych ze środowiskiem lekarskim ze względu na kontrowersyjny dla wielu stosunek do pr zetaczania krwi. Teksty związane z medycyną wytwarzają u odbiorcy przekonanie o znajomości przez organizację wielu zagadnień medycznych, co zapewne pomaga w wyborze wskazanej przez Świadków ścieżki, nawet w kwestii życia i śmierci. Cytowane wypowiedzi lekarzy są bardzo częste w przypadku tekstów jehowickich. Szacunek w stosunku do tych postaci powiązany jest z wykonywanym przez nich zawodem. Osoby cieszące się zaufaniem ze względu na wykonywany zawód stają się jednocz eśnie autorytetami społecznymi. Nawet kiedy nie znamy danego nazwiska, poprzedzenie go tytułem naukowym sprawia, iż czytelnik, przeglądając artykuł i napotykać na nie, akceptuje bezdyskusyjnie fakt przedstawiony w tekście. Założenia przedstawione w tekście zostają poparte dowodami uchodzącymi za naukowe. Odbiorca przyswaja przedstawione informacje, uznając je za prawdziwe ze względu na to, iż są popar te siłą autorytetu. Reguła ta ma z pewnością zastosowanie w tekstach zamieszczonych w publikacjach Świadków Jehowy. Można tak stwierdzić, biorąc pod uwagę grupę odbiorców, których wykształcenie pozostawia wiele wątpliwości, gdyż edukacja Świadków często związana jest przede wszystkim ze studiowaniem Pisma Świętego.

W podobny sposób, jak wykorzystywane są tytuły towarzystw naukowych czy nazwiska naukowców i lekarzy, wykorzystuje się tytuły pism. Ś wiadkowie Jehowy, szczególnie w dziale „Obserwujemy świat” w „Przebudźcie się!”, odnoszą się do pism, takich jak: „The Times”, „The Herald”, „Mainichi Daily News”, „South China Morning Post”, „Los Angeles Times”, „The New York Times”, „Aachener Zeitung”, „China Daily”, „Przjaciółka”, „Wprost”, „The Medical Journal of Australia”, „American Family Physician”, „Frontline” (indyjskie czasopismo), „Observer” (publikacja wydawana przez OECD – Organizację Współpracy Gospodarczej i Rozwoju). Najczęściej wydobywając z pism świeckich poszczególne wzmianki odnoszące się do naukowych odkryć, związanych z ryzykiem otyłości, zachorowań na raka, rozwojem Internetu, produkcją tytoniu. Na tej samej zasadzie od czasu do czasu wspominane są książki, np . w przypadku tekstu o zarazkach – książka *The Antibiotic Paradox* (Paradoks antybiotyków) Stuarta Leviego; w tekście o lasach deszczowych Świadkowie powołują się na *The Cutting Edge: Conserving Wildlife in Logged Tropical Forest* (Kierunki rozwoju: Ochrona przyrody w eksploatowanych lasach tropikalnych), *Forest of Hope* (Lasy nadziei). Świadkowie często powołują się na *Encyklopedię Britannica*. Za pomocą tych tytułów twórcy pism jehowickich sprawiają wrażenie autorów wszechwiedzących, rzetelnie docierających do wszelkich źródeł. Przy okazji podkreślają, iż oszczędzają czas swoich wiernych. Zjawisko to można porównać do efektu aureoli. Autorytet przekształca się, rozciąga. Okazuje się, że nie tyle naukowe osobistości są autorytetami, ile autorzy tekstów jehowickich. Jako że autorzy są anonimowi, samo pismo staje się autoytetem. Wierni nie są już zmuszeni indywidualnie poszukiwać ciekawostek i odpowiedzi na nurtujące pytania. Odpowiedzi i najważniejsze kwestie, godne czytelników, znajdują się w jednym miejscu,

do którego można sięgnąć w odpowiednim momencie. Świadkowie Jehowy namawiani są do tworzenia tzw. biblioteczek teokratycznej. Powinny się w niej znajdować egzemplarze „Strażnicy”, literatura do służby polowej, publikacje Towarzystwa Strażnica¹⁵. Świadkowie uszczegóławiają pozycje mające znaleźć się w takiej biblioteczce: książki, które omawiają poszczególne fragmenty Biblii werset po wersecie, książki dotyczące życia rodzinnego, biblie i leksykony, publikacje, które omawiane są na zborowym studium książki w ramach teokratycznej szkoły służby kaznodziejskiej, płyty, roczniki „Strażnicy” i „Przebudźcie się!”, publikacje dotyczące historii Świadków Jehowy, książki i broszury używane w służbie¹⁶.

Poza wzmacnianiem swojego autorytetu Świadkowie przez lata rozbudowywali swoją strategię, dyskredytując jednocześnie innych. W swoich publikacjach z lat sześćdziesiątych, siedemdziesiątych często wspominali o religii fałszywej, religii babilońskiej. Obecnie Świadkowie również krytykują praktyki stosowane przez innych. Np. odnośnie do trenowania jogi podkreślają, iż należy unikać praktyki i wierzeń zakorzenionych w religii fałszywej¹⁷. Również w XXI wieku Świadkowie w swych tekstach podkreślają: „Ogromna większość kościołów nie dba o to, by wierni dokładnie je poznali. Przywódcy religijni często oszukują ludzi, wskutek czego robią oni rzeczy, które nie podobają się Bogu”¹⁸. Świadkowie natomiast o sobie piszą w tym samym tekście o podejmowaniu dobrych decyzji: „Świadkowie Jehowy z radością pomagają drugim w lepszym poznawaniu Pisma Świętego. Prowadzą regularne rozmowy na tematy biblijne z pojedynczymi osobami lub grupami, dostosowując pory i miejsca do indywidualnych potrzeb”¹⁹.

Jeżeli Świadkowie powołują się na innych, są to zwykle osoby świeckie, których opinie muszą być spójne z doktryną Świadków, natomiast wszelkie inne związki wyznaniowe są pejoratywnie postrzegane przez władze organizacji. Gdyż, jak wspominają, Świadkowie potrafią umocnić zaufanie do Boga poprzez proponowany przez nich kurs biblijny²⁰. Świadkowie Jehowy jednoznacznie w swoich tekstach ukazują nawiązania pomiędzy postaciami biblijnymi i obecnymi władzami organizacji oraz osobami pełniącymi w niej określone stanowiska. Stwierdzają, iż w miejsce kapłaństwa lewickiego Jehowa ustanowił „królewskie kapłaństwo”. „To «królewskie kapłaństwo» reprezentują starsi, którzy sprawują odpowiedzialne funkcje w zborach ludu Jehowy na całej ziemi”²¹. Świadkowie stwierdzają, iż ich starsi są królewskim kapłaństwem, narodem świętym, gdyż tak stwierdził apostoł Piotr.

¹⁵ „Strażnica”, 1.11.1994, s. 28.

¹⁶ Ibidem, s. 30.

¹⁷ „Strażnica”, 1.08.2002, s. 23.

¹⁸ „Strażnica”, 15.10.2003, s. 6.

¹⁹ Ibidem.

²⁰ „Strażnica”, 15.08.1998, s. 7.

²¹ „Strażnica”, 1.08.2002, s. 13.

Świadkowie zatem nawet w tekstach przywołujących historie biblijne odwołują się do terażniejszości i współczesnych postaci. Niemal w każdym numerze wyszczególniają osoby, które stały się Świadkami. Poprzez świadectwa zachęcają innych do wstąpienia do organizacji. Czasami są to przykłady z pozoru zwykłych ludzi. Lecz nawet historie poszczególnych jednostek mają na celu przedstawienie odbiorcom konkretnego zagadnienia doktrynalnego. Chociażby opis życia lekarza Yasushi Aizawa, który „zaakceptował Boży pogląd na krew”²². Świadectwo to jest przykładem, iż lekarz może być związany ze Świadkami Jehowy i propagować „bezkrwawą chirurgię”. Przykład byłego żołnierza André Soppa, który został Świadkiem i dzięki temu zdołał zmienić swoją osobowość, wskazuje na to, iż nawet wojskowy docenia wagę propagowanej przez Świadków polityki pokoju²³. Dolly Horry, która była uzależniona od alkoholu i narkotyków, ale wiara zmieniła jej życie, daje świadectwo możliwości ucieczki od nałogów²⁴. Ernest Pandachuk, człowiek z kanadyjskiej prowincji, opowiada zaś swoje życie, kładąc nacisk na 35-letnią służbę misjonarską w Afryce²⁵. Jest przykładem człowieka, który Świadkiem został za sprawą wiary rodziców. Kolejny nawrócony to Adrian, który „[p]ił, palił i prowadził się niemoralnie. Był punkiem i zrobił sobie tatuaż, który odzwierciedlał jego anarchistyczne poglądy”²⁶; Świadkowie uporządkowali jego życie i zwrócili w dobrym kierunku. Lucia Mousanett, zanim została Świadkiem Jehowy, była zakonnica, zmianę wyznania argumentowała chęcią głębszego poznania prawd biblijnych, co osiągnęła przy pomocy Świadków²⁷. Alton Williams to fizyk jądrowy, naukowiec, człowiek rzeczowy, który został Świadkiem²⁸. Ellen Brumbaugh była wyznawczynią niemieckich baptystów starego obrządku, która szukała religii prawdziwej, trafiając ostatecznie na Świadków i sama przyjmując to wyznanie²⁹. Zatem historie zawarte w jehowickich publikacjach cyklicznych ukazują, jak wielkie zmiany mogą zajść pod wpływem organizacji Świadków Jehowy. Osoby, które wcześniej nie mogły poradzić sobie z doczesnością, były uzależnione lub szukały swojego miejsca, sposobu postępowania, odnajdują swą „prawdę” wśród Świadków Jehowy. Natomiast osoby mające ugruntowaną postawę po związaniu z organizacją stają się pozytywnym przykładem umysłu otwartego, rozwiniętego, naukowego, który staje się podporą dla związku wyznaniowego.

W świadectwach opisywana jest też rola Gilead i Betel. Gilead to Biblijna Szkoła Strażnicy, która kształci misjonarzy. Po ukończeniu kursu misjonarskiego jej

²² „Strażnica”, 8.12.2003, s. 14.

²³ „Strażnica”, 1.01.1999, s. 21–23.

²⁴ „Przebudźcie się!”, 22.10.1996., s. 12–15.

²⁵ „Przebudźcie się!”, 22.10.2003, s. 19–23.

²⁶ „Strażnica”, 15.11.2003, s. 24.

²⁷ „Przebudźcie się!”, 22.06.2003, s. 18–22.

²⁸ „Przebudźcie się!”, 22.01.2004, s. 19–23.

²⁹ „Przebudźcie się!”, 22.12.2003, s. 19–23.

studenci żegnani są między innymi następującymi słowami: „Kiedy zaczynamy się koncentrować na dogadaniu sobie, przestajemy skupiać się na walce z wrogiem”³⁰ (wypowiedź Marka Noumaira, jednego z wykładowców Gilead). Betel natomiast to nazwa Biura Głównego Świadków Jehowy. Audrey Hyde, czyli żona Nathana Knorra, trzeciego prezesa organizacji, przedstawiała swoją biografię kładąc nacisk przede wszystkim na istotę Betel. Jej marzeniem była służba w Betel, tam poznała męża, tam służyła z radością wielu jej znajomych³¹.

Świadectwa innych budują u odbiorców poczucie bliskości z organizacją. Czytelnicy mogą w opisywanych postaciach odnaleźć wzór dla siebie. Odczytać dobry przykład, który może być wyznacznikiem zmiany w ich życiu. Ów przykład może przekształcić się w autorytet. Z pewnością dla Świadków autorytetem byli chociażby prezesi organizacji. Natomiast we wszystkich niemal przypadkach, czy to, gdy osoba była uzależniona od narkotyków, urodziła się w biednej rodzinie, czy żyła w niezgodzie ze sobą, okazuje się, że to nie inny człowiek wyprowadza z kłopotów i nakłania do zmiany dotychczasowej postawy, lecz pisma Świadków wskazują wzorzec właściwego zachowania. To w publikacjach Świadków Jehowy znajdują się wskazówki dotyczące odpowiedniego postępowania. Nawet w przypadku, gdy zakonnica pragnęła dowiedzieć się więcej o Piśmie Świętym, okazuje się, że to nie sama Biblia była wskazówką, lecz nauki Świadków. Do Pisma Świętego zakonnica miała przecież dostęp również przed poznaniem nauk Świadków Jehowy. Jednak dla przyszłych Świadków wskazówką były pisma wydawane przez Watch Tower Bible and Tract Society. Np. tak było w przypadku historii Dennisa i Marka. Mark stwierdza: „Poruszyło mnie zwłaszcza to, co wyczytałem w książce *Prawda, która prowadzi do życia wiecznego*”³². Mark posiadał Pismo Święte, ale to książki napisane przez Świadków Jehowy wywierały na niego wpływ. Denis, po tym jak dostał „Przebudźcie się!”, „szybko doszedł do wniosku, że Świadkowie wyznają religię prawdziwą”³³. W innych przypadkach było podobnie. Eileen Brumbaugh poprzez szwagra zetknęła się z pismami Świadków, „Przebudźcie się!” i „Strażnicą”. Za sprawą tych pism odeszła od baptystów, rozpoczęła szukanie religii prawdziwej, porównując ostatecznie *Biblię króla Jakuba z Przekładem Nowego Świata*, zdecydowała posługiwać się pismem no wczesnym, a nie archaicznym³⁴. Z kolei fizyk jądrowy Alton Williams pragnął wyciągnąć swoją żonę z organizacji Świadków Jehowy. Jak wspomina, chciał wykorzystać swoją wiedzę. Przeczytał więc książkę wydaną przez Wydawnictwo Strażnica: *Czy człowiek powstał w wyniku ewolucji, czy stwarzania?* Jak stwierdził po przeczytaniu: „Zrobiła na mnie duże wrażenie. Była napisana w logiczny sposób i zawierała mnóstwo odnośników

³⁰ „Strażnica”, 15.12.2003, s. 27.

³¹ „Strażnica”, 1.07.2004, s. 23.

³² „Przebudźcie się!”, 22.10.2002, s. 23.

³³ „Przebudźcie się!”, 22.10.2002.

³⁴ „Przebudźcie się!”, 22.12.2003, s. 21.

do dzieł naukowych na temat ewolucji³⁵. Adrian, punk, zmienił również swoje postępowanie: „Kiedy znalazł na placu budowy egzemplarz «Strażnicy», zainteresował się przedstawionym tam orędziem biblijnym i zgodził się na studium Biblii ze Świadkami Jehowy³⁶. Podobne doświadczenia miała Dolly Holly, która przez część życia uzależniona była od alkoholu i narkotyków. Jej mama została Świadkiem i zaczęła przekazywać córce „Strażnicę” i „Przebudźcie się!”, gdy Dolly miała 17 lat. Dolly nie chciała ich czytać. Gdy zapragnęła wyjść za mąż i założyć rodzinę, otrzymała książkę *Droga do szczęścia w życiu rodzinnym*. Jak twierdzi, książka ta odmieniła jej życie, lecz jej partner nie zgadzał się z jej założeniami, więc Dolly odeszła od partnera. Spotkało się to z jego sprzeciwem – zniszczeniem całego dobytku Dolly. Dziewczyna przez ten fakt znów wróciła do nałogu, z którego ostatecznie wyciągnęły ją pisma Świadków „Strażnica” i „Przebudźcie się!”³⁷. André Sopa, były żołnierz, zainteresował się wyznaniem Świadków po zetknięciu z broszurą *Książę pokoju*. Przypadki takich świadectw można mnożyć, gdyż znajdują się niemal w każdym numerze „Przebudźcie się!” i „Strażnicy”. Przeczytać o przeżyciach Świadków można nawet w kalendarzach wydanych przez organizację. Jak się okazuje, mają one ogromne znaczenie dla odbiorców: „Kalendarz jest cennym świadectwem dla prawdziwych chrześcijan, ponieważ ukazuje, że również wielu innych współwyznawców musiało stoczyć ciężką walkę o wiarę. Patrząc na zdjęcia, możemy sobie uświadomić, jak wielkich zmian dokonali niektórzy z nas³⁸”.

Za sprawą rubryki „Od naszych czytelników” mieszczącej się w „Przebudźcie się!” zapoznać się można z listami czytelników do redakcji pisma. Jak stwierdzono w „Naszej Służbie Królestwa”: „Wielu wyraża w nich swą wdzięczność za publikowane artykuły³⁹. Zatem jest to rubryka powstała w celu chwaleń publikacji organizacji. Świadkowie formułowali w rubryce swoje dziękczynne listy: „Serdecznie dziękuję za cudowny artykuł zatytułowany *Pożęglować z wiatrem* [8.03.2002]⁴⁰. „Rady z artykułu *Biblijny punkt widzenia: Czy poczucie winy zawsze jest złe* [8.03.2002] okazały się dla mnie bardzo przydatne⁴¹. M.C. z USA: „Mój list nawiązuje do serii artykułów *Czego powinna nauczyć nas ta historia?* [8.03.2001]. Należały one do najbardziej zachwycających, jakie kiedykolwiek czytałam. Nie mogłam odłożyć czasopisma, dopóki nie zapoznałam się z nim w całości. Wciąż jestem pod wrażeniem pracy wkładanej w przygotowywanie tych publikacji, a także ogromu prezentowanych informacji oraz ich jakości⁴². List J.G. z Francji: „Mąż nie pozwala naszym

³⁵ „Przebudźcie się!”, 22.01.2004, s. 20.

³⁶ „Strażnica”, 15.11.2003, s. 24.

³⁷ „Przebudźcie się!”, 22.10.1996, s. 14.

³⁸ „Strażnica”, 15.11.2003.

³⁹ „Nasza Służba Królestwa” 2003, nr 3 (marzec).

⁴⁰ „Przebudźcie się!”, 22.10.2002, s. 30.

⁴¹ Ibidem.

⁴² „Przebudźcie się!”, 22.11.2001, s. 30.

synom studiować Biblii. W rezultacie chłopcy nie są nią zainteresowani. Ale dzięki Waszym wartościowym artykułom udaje mi się przekazywać im pouczenia duchowe. Wybieram artykuły, które nie wspominają bezpośrednio o Biblii ani Bogu, lecz mogłyby zaciekawić moich synów. Założyłam dla nich teczkę zatytułowaną «Cuda natury» i umieściłam w niej między innymi kserokopię artykułu *Pingwinki już paradują!* [22.10.2002]. Modłę się, żeby Jehowa nagroził moje starania o pozyskanie bliskich⁴³. Czyli według czytelniczki nie tylko poprzez czytanie Pisma Świętego, ale poprzez z pozoru nie dotyczący Boga artykuły może spowodować zmianę swojej rodziny w stosunku do organizacji Świadców Jehowy. G.Z. z Rosji: „Mam 17 lat i przepadam za Waszymi czasopismami. Kiedyś w szpitalu zobaczyłam na stoliku w korytarzu stos «Przebudźcie się!». Przeczytałam, że Bóg Wszechmocny ma imię – Jehowa. Szczególnie spodobała mi się seria *Jak pomóc nastolatkom pogrążonym w depresji* [8.09.2001]. Cierpiałam wtedy na tę chorobę, a zawarte w tych artykułach pozytywne rady pomogły mi z nią walczyć. Dziękuję wam za te wspaniałe i pouczające czasopisma. Dobrze, że istnieją tacy ludzie, jak Wy⁴⁴. Listy te znów wskazują, jak duże znaczenie mają pisma Świadców.

Zalety „Przebudźcie się!” wydają się nieskończone. Organizacja przekazywała swoją doktrynę również za pomocą krzyżówek. Jak stwierdziła jedna z czytelniczek, E.G. z USA: „Zawsze lubiłam krzyżówki i odkąd zamieszczacie je w «Przebudźcie się!», niecierpliwie wyczekuję każdej następnej. Najpierw musiałam odczytywać większość podanych wersetów, ale teraz udaje mi się odgadnąć duży o hasel bez sięgania do Biblii! Utrwaliłam sobie w ten sposób treść fragmentów Pisma Świętego i sporo się nauczyłam o różnych postaciach biblijnych⁴⁵. I.J.A. z Rosji: „Wydając «Przebudźcie się!», wykonujecie bardzo dobrą pracę. Dajecie ludziom nadzieję. Pierwsze dwa numery udostępnił mi sąsiad po śmierci męża. Czułam się okropnie i nie chciałam nikogo widzieć. Ale po przeczytaniu Waszych czasopism ogarnął mnie spokój i zrozumiałam, że to nie koniec mojego ży cia. Później kolejne dwa egzemplarze przyniosła mi córka, która otrzymała je od pielęgniarki w szpitalu. Kilka wydań dostałam też na ulicy od miejscowych Świadców Jehowy. Mam zaledwie parę numerów «Przebudźcie się!», ale wracam do nich, ilekroć czuję się przygnębiona. Uczą rzeczy pozytywnych i pomagają zrozumieć ludzkie zachowania⁴⁶. Dwa teksty dotyczące artykułu o słabościach, E.C. z USA: „Dziękuję za artykuł *Biblijny punkt widzenia: Czy Bóg będzie pobłażał naszym słabościom?* [8.11.2002]. Bez wątplenia jest to najlepsza pomoc, jaką otrzymałam. Dzięki temu artykułowi zrozumiałam, jak Bóg się zapatuje na nasze słabości⁴⁷. M.S. z Japonii: „Zwróciłam

⁴³ „Przebudźcie się!”, 8.06.2003, s. 30.

⁴⁴ Ibidem.

⁴⁵ „Przebudźcie się!”, 8.10.2003, s. 30.

⁴⁶ „Przebudźcie się!”, 22.06.2003, s. 30.

⁴⁷ Ibidem.

się do Jehowy w pewnej sprawie natury osobistej i czekałam na odpowiedź. I wtedy opublikowaliście ten artykuł. Gdy skończyłam go czytać, podziękowałam Jehowie w modlitwie⁴⁸. Zatem Bóg, tak jak to założono na kongresie w Columbus w 1931 roku, przemawia według czytelników pism jehowickich poprzez „Przebudźcie się!” i „Strażnicę”. W swoich listach czytelnicy często podkreślają: „Często mam wrażenie, że piszecie specjalnie dla mnie!”⁴⁹, „Bardzo dziękuję za czasopismo «Przebudźcie się!»”⁵⁰. Zaznaczają, że po przeczytaniu danego artykułu sięgają po więcej pism wydanych przez Świadków Jehowy i przez to studiują z organizacją Biblię⁵¹. W jednym z listów czytelniczka stwierdza: „Mam zamiar oprawić ten artykuł i powiesić go na ścianie, żebym nigdy nie zapomniała uczuć, jakie we mnie wzbudził. Dziękuję, że publikujecie takie budujące przeżycia”⁵².

Wszelkiego rodzaju zebrania związane z działalnością Świadków Jehowy, takie jak studium „Strażnicy”, studium książki, wykład publiczny, teokratyczna szkoła służby kaznodziejskiej, opierają się na publikacjach wydanych nakładem Watch Tower Bible and Tract Society. Poprzez te publikacje ludzie nakłaniani są do wstępowania do organizacji, rozwijane są umiejętności głosicieli. Członkowie związku przechodzą kolejne szczeble rozwoju. Nawet samo studium Biblii nie odbywa się tylko za pomocą Pisma Świętego. Sami Świadkowie w swoich wypowiedziach stwierdzają: „zaczęłam dawać świadectwo i zapoczątkowałam studium Biblii na podstawie książki *Wiedza, która prowadzi do życia wiecznego*”⁵³. Świadkowie oznajmniają, iż poprzez podręczniki wydane przez organizację, takie jak *Prawda, która prowadzi do życia wiecznego* oraz *Czy Biblia rzeczywiście jest słowem Bożym*, czytelnicy zdobywają wiadomości, które wywierają na nich ogromne wrażenie. Świadkowie Jehowy stwierdzają, iż są to pisma służące do studiowania Biblii⁵⁴.

Uzasadnione zdaje się więc stwierdzenie, że Świadkowie opierają się na autorytecie własnych publikacji. Wymienianie w artykułach nazw światowych organizacji, nazwisk lekarzy i naukowców, tytułów pism świeckich i książek to jedynie część strategii stosowanej przez władze organizacji Świadków Jehowy. Ludzie zwykle są zwolennikami produktów, usług czy idei popieranych przez tych, których lubią lub szanują⁵⁵. Pisma Świadków Jehowy, szczególnie publikacje wydawane cyklicznie, takie jak „Przebudźcie się!” i „Strażnica”, zdają się produktem, który budzi szacunek większości odbiorców. Akredytacja manipulatorska dzieli się na wiele odmian:

⁴⁸ Ibidem.

⁴⁹ „Przebudźcie się!”, 22.01.2004, s. 30.

⁵⁰ „Przebudźcie się!”, 22.12.2003, s. 30.

⁵¹ „Przebudźcie się!”, 22.10.1996, s. 30.

⁵² „Przebudźcie się!”, 01.2006, s. 30.

⁵³ „Strażnica”, 15.04.2003, s. 10.

⁵⁴ „Przebudźcie się!”, 22.10.2002, s. 22.

⁵⁵ K. Hogan, *Psychologia człowieka*, Warszawa 2005, s. 55.

wyolbrzymianie własnej wartości i ważności, „przyklejanie” do autorytetów, osób i grup popularnych, wdzięczenie się i schlebianie odbiorcom, dyskredytowanie przeciwnika, rozbudzanie nadziei i oczekiwań nierealnych bądź ryzykownych, podtrzymywanie lub tworzenie zbiorowych złudzeń, wykorzystywanie symboli w celu manifestacji wiary, pozorowanie wspólnoty tam, gdzie rzeczywistość takowa nie istnieje, przypisywanie sobie i narzucanie odbiorcom pewności co do tego, że zajmuje się szczególną pozycją⁵⁶. Świadkowie dążą do akrydytacji swojej organizacji, jednocześnie dyskredytując swoich przeciwników i budując autorytet pism. Obecnie znaczenie pism Świadków jest ogromne, o czym świadczy chociażby rozpoznawalność tytułów jehowickich, wydawanie publikacji w milionowych nakładach i rozpowszechnianie ich w wielu językach.

Bibliografia

- Danielewicz Z., *W oczekiwaniu na paruzję. Nauka adwentystów Dnia Siódmego i Świadków Jehowy*, Lublin 1999.
- Domachowski W., *Przewodnik po psychologii społecznej*, Warszawa 1998.
- Fels G., *Świadkowie Jehowy bez retuszu*, Niepokalanów 1995.
- Grzegorzewska M.K., *O manipulacji w polityce*, Kraków 2005.
- Hanc W., Lenkiewicz T., *Świadkowie Jehowy: apostołowie czy intruzi?*, Wrocław 1990.
- Hogan K., *Psychologia człowieka*, Warszawa 2005.
- Karwat M., *Sztuka manipulacji politycznej*, Toruń 2001.
- Lis-Turlejska M., *Ingracjacja, czyli sztuka manipulowania innymi ludźmi za pomocą zwiększania własnej atrakcyjności*; [w:] *Osobowość, a społeczne zachowanie się ludzi*, red. J. Reykowski, Warszawa 1980.
- Majka W., *Czy tak uczy Pismo Święte? Rozmowa ze świadkiem Jehowy*, Warszawa 1975.
- Pawłowicz Z., *Człowiek a Świadkowie Jehowy*, Gdańsk 1991.

⁵⁶ M. Karwat, op. cit., s. 61–62.

Beata Szady

Uniwersytet Wrocławski

Autorytet reportera po książce *Kapuściński non-fiction*

Trudno mówić o autorytecie reportera po książce *Kapuściński non-fiction* Artura Domosławskiego. Co prawda słowa Adama Leszczyńskiego: „to bomba podłożona pod polską szkołę reportażu” okazały się przesadzone, ale autorytet reportera na pewno został podważony.

Pozostawmy z boku wszelkie kwestie osobiste reportera poruszone w książce przez Domosławskiego (które, jak twierdzi Renata Gluza, wyniosły ją na szczyt publicznej debaty w Polsce), a skupmy się jedynie na warsztacie Kapuścińskiego, bo przecież to od niego zależy pomyślność tekstu, a co za tym idzie – poszanowanie reportera.

Problem w przypadku Kapuścińskiego leży w nazewnictwie. Znawcy jego tekstów naprzemiennie nazywali go bądź reporterem, bądź pisarzem. Można spotkać się z takimi określeniami jak: mistrz reportażu, cesarz literatury (ale też reportażu), pisarz, autor bestsellerowych reportaży, legendarny wirtuoz opowieści wojennych, reporter o duszy artysty, czarodziej reportażu (Jędrzej Morawiecki w tekście *Cesarz reportażu bez reportażu. O konserwacji i erozji zaufania na przykładzie „Imperium” Ryszarda Kapuścińskiego* pyta: „Tylko czy reportaż ma czarować?”¹). Dariusz Otto w książeczce *Kim był? Kim będzie? Pisarz Ryszard Kapuściński* (autor już w tytule książki określa swoje stanowisko wobec autora *Cesarza*) pisze: „Na początku trzeciego tysiąclecia należał do najbardziej znakomitych w świecie polskich pisarzy”²,

¹ J. Morawiecki, *Cesarz reportażu bez reportażu. O konserwacji i erozji zaufania na przykładzie „Imperium” Ryszarda Kapuścińskiego*, „Znaczenia” 2010, nr 4, s. 85. W dalszej części tekstu autor sugeruje, że reportaż ma być „baśnią medialną” (tak też zresztą określił swoją ostatnią książkę *Schyłek zimy*). Jednak trzeba zastanowić się, czym jest baśń medialna. Z samej definicji baśni wiadomo, że nie ma ona nic z prawdą wspólnego.

² D. Otto, *Kim był? Kim będzie? Pisarz Ryszard Kapuściński*, Warszawa 2009, s. 15.

ale zaraz dodaje: „w plebiscycie miesięcznika «Press» został uznany za najlepszego dziennikarza polskiego XX wieku”³.

Oczywiście można być i reporterem, i pisarzem, co zwykle być dość częstą praktyką (bardziej światową niż polską). Sam autor *Cesarza* uważał, że najlepszymi reporterami byli wielcy pisarze. Jednak w przypadku Kapuścińskiego brak granicy między literaturą faktu a literaturą piękną budzi wątpliwości. Możemy jedynie przypuszczać, kiedy był reporterem, a kiedy pisarzem. Sam Kapuściński nie kategoryzował swoich książek, nie dbał o definicje. W rozmowie ze Stanisławem Beresiem mówi: „w ogóle nie zastanawiam się nad tym, jaki to będzie gatunek. Ja po prostu chcę napisać tekst, który w moim przekonaniu i doświadczeniu jest najbliższy i najwierniejszy temu, co mnie otacza. A jak to będzie zakwalifikowane i nazwane, to już jest sprawa krytyków i badaczy, nie moja”⁴.

W *Lapidarium* jednak się zastanawia: „Reportaże? Eseje? I jedno, i drugie, ale razem i coś więcej. To nowa literatura. Polega ona na budowaniu refleksji, nastrojów, scen, zamiast tworzenia postaci i intrygi. Budowanie wielkich (ważnych, nowych) postaci jest dziś coraz trudniejsze. Ale czy ta nowa literatura jest czymś zamiast czy też tylko czymś obok – to okaże przyszłość”⁵.

W tekście *Cesarz reportażu bez reportażu. O konserwacji i erozji zaufania na przykładzie „Imperium” Ryszarda Kapuścińskiego* Jędrzeja Morawieckiego padają słowa Beaty Nowackiej: „[...] Jako wiarygodny i znany na całym świecie reportażysta Kapuściński [...] grał rolę pisarza, który *ani na moment nie przestał być reporterem*”. (Jeżeli nie przestał, to znaczy, że w każdym tekście powinien pisać prawdę. Wiemy jednak, że tak nie było). Jacek Sobczak dodaje: „Twórczość Ryszarda Kapuścińskiego wymyka się próbom klasyfikacji. Może ona, sama dla siebie, stanowić odrębny gatunek literacko-dziennikarski, pozostając najbliżej *klasycznego* reportażu”. (Zatem jednak reportaż, czyli prawda).

Jak jednak potraktować słowa Beaty Nowackiej: „[...] absolutnie nie można się zgodzić z tym, że Ryszard Kapuściński przekroczył granicę między dziennikarstwem a literaturą. On ją unieważnił!”? (To tak, jakby unieważnić granicę między prawdą a fikcją. Dla mnie jest to nie do przyjęcia).

Jak wynika z wywiadów, Kapuściński zdecydowanie stawia na narzędzia reporter-skie. W rozmowie z Wojciechem Giełżyńskim zaznacza, że nie potrafi zmyślać. „Gdybym potrafił, pisałbym powieści”⁶. (Czyli powieści nie pisze, a czy to znaczy, że nie można nazywać go pisarzem?) Dalej mówi, że reporter może rozbudować rzeczywistość, ale biorąc autentyczne elementy z tej rzeczywistości. „To czasem pozwala oddać jakiś głębszy sens”⁷. I co ważne: „Ale nie ma też sensu przesadzić z faktograficzną precyzją”⁸.

³ Ibidem, s. 16.

⁴ Za: B. Nowacka, Z. Ziątek, *Ryszard Kapuściński. Biografia pisarza*, Kraków 2008, s. 275.

⁵ Ibidem.

⁶ A. Domosławski, *Kapuściński non-fiction*, Warszawa 2010, s. 425.

⁷ Ibidem, s. 426.

⁸ Ibidem.

Takie tłumaczenie usprawiedliwia szczegółowe nieścisłości w pracy Kapuścińskiego: że ktoś walczył dwa lata, a nie rok, że trawa miała metr, a nie dwa, że droga była prosta, a powinna być wyboista. „W końcu nie jest ważne, czy [...] facet został zabity trzema czy pięcioma kulami”⁹, podkreśla w rozmowie z Giełżyńskim.

Tak. Takie szczegóły nie mają znaczenia.

Cesarza i sporo nieścisłości faktograficznych w nim zawartych można tłumaczyć tym, że nie jest to reportaż, a opowieść o monarchii absolutnej, metafora władzy dyktatorskiej. Jak mówi Teresa Torańska w tekście *Uwiedzeni*, „czytając *Cesarza* w czasach, gdy był publikowany w «Kulturze», nikt nie miał wątpliwości, że to literatura”¹⁰. Z takim postawieniem sprawy nie zgadza się rozmówczyni Domosławskiego, Barbara Goshu z Addis Abeby. Uważa *Cesarza* za baśń tysiąca i jednej nocy, gdzie „coś tam się trzyma realiów, ale raczej mniej niż więcej”¹¹. Rozmawia z Kapuścińskim po opublikowaniu *Cesarza*. Mówi mu o nieuczciwym i krzywdzącym obrazie przywódcy Etiopii („Pisze, że Hajle Sellasje nie czytał książek, a to był taki wybitny umysł!”¹²). Nie usłyszy żadnego wytłumaczenia. Tylko „grymas zdziwionego chłopca, który narozrabiał”¹³. Zostało złe wrażenie.

Jednak jak usprawiedliwić Kapuścińskiego, kiedy czytamy fragment książki Domosławskiego o bohaterze reportażu *Chrystus z karabinem na ramieniu?* Mowa o Boliwijczyku, Romulo Peredo, ojcu Chato, którego Kapuściński przedstawił jako skandalistę, wyzyskiwacza, łajdaka. Jednak kiedy Domosławski przyjeżdża do domu Chato, ten pokazuje mu encyklopedię boliwijską, a w niej pod hasłem „Romulo Peredo” kryje się: wydawca, redaktor naczelny poważnej gazety, polityk pierwszej ligi, senator, patriota, demokrat.

W tym momencie trudno nie zgodzić się z słowami Domosławskiego: „Zamiast jednak napisać, że «uliczna plotka w Cochabambie głosi, że Romulo Peredo...» albo «w barze La Cueva usłyszałem opowieść, jakoby Romulo Peredo...» – Kapuściński podał zasłyszaną historię (swoją drogą arcyzabawną) jako prawdę o człowieku, który ma imię, biografię, reputację”¹⁴.

Trudno się nie zgodzić, ale dziwi fakt, że „autor tropiący po całym świecie słabości warsztatowe swojego mistrza, sam w nie wpada”¹⁵, o czym w dalszej części tekstu.

Po takim dochodzeniu Domosławskiego myślę, że mało kto odważy się użyć słów, które jeszcze kilka lat temu były normą: „Pisał prawdę o tym, co widział i przeżył”¹⁶.

⁹ Ibidem.

¹⁰ Za: R. Gluza, *Uwiedzeni*, „Press” 2010, nr 4, s. 32.

¹¹ A. Domosławski, op. cit., s. 417.

¹² Ibidem.

¹³ Ibidem.

¹⁴ Ibidem, s. 432.

¹⁵ R. Gluza, op. cit., s. 35.

¹⁶ D. Otto, op. cit., s. 9.

Nie tracimy jednak zdrowego rozsądku – nie możemy lekceważyć całego dorobku Kapuścińskiego. Jego książki stanowią wielką wartość i są cenione na całym świecie (dla przykładu słowa Andrzeja Brechta: „Uczestniczyłem w Kanadzie w kilku poważnych zebraniach z udziałem pisarzy penetrujących dzisiejszy świat, i byli to ludzie legitymujący się nie lada sukcesami. W ich opinii Kapuściński to wzór do naśladowania, to fenomen, łączący dokument i wielką literaturę”¹⁷).

Po książce *Kapuściński non-fiction* Internet zalała fala krzywdzącej krytyki. Przykład: „Dziennikarz ma przekazywać prawdę. Dlatego nie mogło być lepszego patrona dziennikarskich nagród w III RP niż współpracownik bezpieki, który zmyślał reportaże”¹⁸. Z podobnym myśleniem zetknął się Mariusz Szczygieł. „Wystąpiłem niedawno w czeskim talk-show *Vsechnoparty*, gdzie obrazowo opowiadałem o znajomej Polce, którą jej religijność spętała tak, że nie czuje się wolna. Była to opowieść o tym, jak Kościół w głowie cenzuruje nawet odczucia seksualne. Po programie jakiś religijny telewidz z Polski napisał do mnie e-mail: *Czy historia, którą pan opowiadał w programie, to jest prawda, czy jak u Kapuścińskiego?* [...] Najgorsze jest to, że ludzie, którzy ani nie czytali książek pana Ryszarda, ani nie znają książki Artura, zostali sami z mylnym przekazem «Kapuściński – kłamca, cała reszta jego uczniów zmyśla»”¹⁹.

Dlaczego nie Domosławski?

W dalszej części tekstu chciałabym porównać warsztat dwojga aktualnych reporterów, autorów biografii wielkich ludzi (myślę, że nie będzie przesadą napisać „autorytetów”) i zastanowić się nad tym, dlaczego jedni stają się autorytetami reporterskimi, a inni nie. Krytyce poddam reportera związanego z pierwszą częścią mojego tekstu, Artura Domosławskiego, i Magdalenę Grochowską.

Domosławski do grona polskich reporterów na pewno należy (w czerwcu 2011 roku przeszedł z „Gazety Wyborczej” do „Polityki”), a przed książką *Kapuściński non-fiction* znaczną popularność uzyskał dzięki reporterskiej książce o Ameryce Łacińskiej *Gorączka latynoamerykańska*.

Przez Wojciecha Giełżyńskiego uważany jest za „reportera najwybitniejszego”. Urszula Glensk w tekście *Siedem grzechów Domosławskiego* dodaje: „[...] nie wiadomo było, na jakiej podstawie nestor polskiego reportażu wypowiada tak jednoznaczny sąd, bo na tle innych dokumentalistów autor *Gorączki latynoamerykańskiej* niespecjalnie się wyróżniał”²⁰. Głównym zarzutem pod adresem *Gorączki...* jest chaotyczna konstrukcja, czyli niedopracowany warsztat reportera.

¹⁷ Ibidem, s. 26.

¹⁸ <http://jalowiczor.salon24.pl/290853,nagroda-im-kapuscinskiego-moje-typy> (5.11.2011).

¹⁹ Za: R. Gluza, op. cit., s. 34.

²⁰ U. Glensk, *Siedem grzechów Domosławskiego*, „Znaczenia” 2010, nr 4, s. 69.

Kapuściński non-fiction jest źle napisaną książką. Łatwo dostzec manipulację tekstem, tendencję do eksponowania głosów negatywnych, a brak głosów strony przeciwnej utwierdza w przekonaniu, że jest to książka z tezą (Urszula Glensk w tekście *Siedem grzechów Domosławskiego* zadaje pytanie: „Gdzie podzieli się tacy przyjaciele i znajomi jak Krzysztof Karasek, Andrzej Strumiłło czy Mariusz Szczygieł, który wielokrotnie mówił o hojności autora *Cesarza*”²¹).

I w tej książce widać słabości warsztatowe. Podkreślił je swoim pytaniem, skierowanym do autora książki, Wojciech Tochman na słynnej debacie o książce zorganizowanej przez Instytut Reportażu w Muzeum Sztuki Nowoczesnej. Przytaczam fragment debaty.

Domosławski: To o co ten wrzask?

Tochman: O to, co w twojej książce nowe, o to, jak opisane jest życie prywatne pisarza. Chodzi o rozdział o córce i rozdział o kobietach Kapuścińskiego i o jego żonie, Alicji Kapuścińskiej. Uważam, że gdy się pisze o kimś, kto żyje, kto ma telefon i e-mail, to trzeba się z nim skontaktować. Nie zauważyłem tego w książce. Z córką Kapuścińskiego nie rozmawiasz, ale też nie podajesz informacji, że na przykład odmówiła ci rozmowy²².

Sprawa druga też dotyczy warsztatu. W książce pewna dobra przyjaciółka Kapuścińskiego, anonimowa, bez imienia, nazwiska i bez twarzy, dostaje prawo publicznego zabrania głosu w sprawie prywatnego życia kobiety, innej, która ma nazwisko, ma imię i ma twarz, nazywa się Alicja Kapuścińska. I ta kobieta, jeśli właściwie interpretuję to, co tu jest napisane, mówi ci, że Ryszard Kapuściński mówił o swojej żonie: ona kogoś ma.

Domosławski: Ale zaraz potem jest z danie: „taki sobie wymyślił wykręt dla uciszania innych osób”.

Tochman: OK, ale czy przyszło ci do głowy, żeby zadzwonić do pani Kapuścińskiej i powiedzieć: „Mam taką wypowiedź na pani temat”?

Domosławski: Napisałem od razu, że to jest kłamstwo.

Tochman: Czyli nie przyszło ci to do głowy.

Domosławski: Nie²³.

Myślę, że powyższe argumenty wystarczą, by nie zaliczyć Domosławskiego do grona autorytetów reporterskich.

Magdalena Grochowska

Przeciwwągią do książki Domosławskiego jest biografia Jerzego Giedroycia, która ukazała się w serii „Autorytety” Świata Książki w 2009 roku. Książkę *Jerzy Giedroyc. Do Polski ze smu* napisała Magdalena Grochowska, reporterka „Gazety Wyborczej”, autorka książki

²¹ Ibidem, s. 75.

²² Z tekstu Renaty Gluzy dowiadujemy się, że Domosławski nie próbował rozmawiać z córką Kapuścińskiego, co było jego obowiązkiem jako dziennikarza.

²³ http://wyborcza.pl/1,76842,7706711,Kapuscinski_bez_zniecuzlenia__Kazdy_czytal_inna_ksiazke.html?as=4 (5.11.2011).

Wytrąceni z milczenia (portrety lewicującej elity intelektualnej uwikłanej w PRL), laureatka nagrody Grand Press w kategorii reportażu w 2005 roku. Biografia Giedroycia otrzymała Nagrodę Historyczną „Polityki”, NIKE czytelników, nagrodę miesięcznika „Odra” (za „rzetelny i wszechstronny portret jednej z najważniejszych postaci XX wieku na tle sporów toczących się na emigracji i w kraju o kształt powojennej Polski”²⁴).

Jerzy Giedroyc nie jest łatwym kandydatem na bohatera biografii. Magdalena Grochowska tak komentuje swoją relację z bohaterem książki: „W Giedroyciu irytowało mnie to, że wymykał się opisowi. Wyrzuciłam do kosza pierwszy obszerny fragment książki, bo brzmiał fałszywie. Wreszcie znalazłam metodę: ustawiłam wokół niego lustra – jego najbliższych współpracowników, niech się w nich przejrzy. [...] Miałam mu za złe instrumentalne traktowanie ludzi. Uwielbiałam go, gdy okazywał słabość. Bo wtedy był ludzki”²⁵.

Przy pisaniu biografii Magdalena Grochowska okazała się bardzo skrupulatną dokumentalistką (o czym świadczy kilkanaście stron bibliografii). Z tymi wszystkimi dziełami Magdalena Grochowska musiała sobie poradzić. Renata Gluza w miesięczniku „Press” pisze: „fakty, daty, dowody, dokumenty. I żywi ludzie opisani z ich wszystkimi słabościami. Bynajmniej nie pomnik Redaktora – właściwie trudno go lubić jako człowieka i mężczyznę po przeczytaniu tej książki. Co jakoś nie odbiera mu wielkości”²⁶. Sama Grochowska bała się, że z redaktora zrobi laurkę. W książce *Reporterzy bez fikcji* mówi tak: „Czy obsypałam lukrem Giedroycia albo bohaterów książki *Wytrąceni z milczenia* [...]? Staralam się zachować równowagę między szlachetnością a małością. Zadbłam o odcienie szarości, bo dla mnie nic nie jest jednoznaczne, a pod zdarzeniami zawsze kryje się drugie dno. W przypadku bohaterów nieżyjących udzieliłam im kredytu – wątpliwości rozstrzygałam na ich korzyść”²⁷.

Maciej Wierzyński skomentował biografię Giedroycia tak: „Ta książka jest dowodem, że można napisać dociekliwą biografię wielkiego człowieka, a równocześnie ustrzec się plotkarstwa”²⁸. I Magdalena Grochowska miała takie pokusy. Na Festiwalu Reportażu w 2010 roku mówiła: „Największy mój dylemat dotyczy czył może nie samego Giedroycia nawet, a miłości Anieli Mieczysławskiej, współpracownicy Giedroycia w Stanach Zjednoczonych, do Czapskiego. To były niepublikowane listy, dziewicze zupełnie. Czytałam je z wypiekami na twarzy. Ona po prostu go pokochała. Mniej więcej w 52 roku wyznała mu w listach miłość, ale też jak bardzo go pożąda. I jak bardzo chciałaby spędzić z nim życie i mieć z nim dziecko. Te listy są przepiękne. Takie same są również odpowiedzi Czapskiego, który w sposób niezwykle subtelny wyjawia i wyjaśnia, dlaczego nie może obdarzyć miłością

²⁴ http://wyborcza.pl/1,76842,7655021,_Odra__dla_Grochowskiej.html (5.11.2011).

²⁵ http://wyborcza.pl/1,76842,8454323,NIKE_czytelnikow_dla_Grochowskiej.html (5.11.2011).

²⁶ R. Gluza, op. cit., s. 35.

²⁷ A. Wójcińska, *Reporterzy bez granic*, Wołowiec 2011, s. 40.

²⁸ R. Gluza, op. cit., s. 35.

kobiety. I o ile cytowałam Czapskiego, bo on był jednym z bohaterów tej książki, o tyle Mieczysławska była tylko podpórką. Ona mi służyła, bardzo instrumentalnie ją traktowałam, do tego, żeby pokazać Czapskiego. I ja miałam straszny dylemat, co ja mogę cytować z Mieczysławskiej. Zrezygnowałam z cytowania prześlicznych, przepięknych, głębokich listów miłosnych, w których ona się obnaża i mówi o pożądaniu, bo uznałam, że ja nie mogę jej tego zrobić, bo ona nie jest moją bohaterką. To był taki mój dylemat, kiedy przez chwilę myślałam o plotkarstwie i o tym, że ktoś będzie zaglądał w takie bardzo intymne sprawy Anieli Mieczysławskiej²⁹.

Reportarka w tekście *Uwiedzeni* komentuje: „A utor biografii może pytać o wszystko, lecz nie wszystko wolno mu napisać. Gdzie leży granica i kto miałby ją ustanawiać? Każdy sam, to kwestia wrażliwości. Dla mnie arbitrem jest lustro: czy mogę sobie spojrzeć w oczy³⁰”.

Po otrzymaniu nagrody Grand Press w 2005 roku Magdalena Grochowska napisała artykuł do miesięcznika „Press”. Między innymi zawarła w nim taką myśl: „Nie wszystko wolno napisać wprost. Opowiadano mi pikantne szczegóły o obsesji seksualnej jednej z postaci. Napisałam o tej sprawie inaczej – posługując się cytatem z noweli, w której mój bohater wystąpił w roli nienasyconego kochanka. Opowiadano mi drastyczne detale o chorobie Błagi Dymitrowej. Zamiast fizjologią posłużyłam się wstrząsającym wierszem tej bułgarskiej poetki. (Sz szczególnie uważnie traktuję bohatera, który nie może się już obronić). Dwukrotnie, na prośbę bohaterek, zaniechałam druku gotowych reportaży w «Wysokich Obcasach». Na prośbę poety Eugeniusza Tkaczyszyna-Dyckiego wstrzymałam pracę nad reportażem o nim. Nie warto forsować tekstu na siłę. Ale zdarzyło się też tak, że kiedy przy autoryzacji jedna z żon Łomnickiego wycofała niemal wszystkie kluczowe kwestie, nie pozwoliłam przetrącić kręgosłupa mojemu tekstowi. Zamieniłam jej wypowiedzi na mowę zależną³¹”.

Dwa z cytowanych zdań Magdaleny Grochowskiej wydają mi się znaczące w odniesieniu do Ryszarda Kapuścińskiego i książki *Kapuściński non-fiction*. Są to: „Szczególnie uważnie traktuję bohatera, który nie może się już obronić”. I „W przypadku bohaterów nieżyjących udzielam im kredytu – wątpliwości rozstrzygałam na ich korzyść”. Domosławski, jak widać w biografii Kapuścińskiego, nie wyznaje takich zasad. Nie chcę przez to powiedzieć, że owa książka nie powinna powstać. Absolutnie nie. Była potrzebna. Ale inną powinna przyjąć formę.

Bibliografia

Domosławski A., *Kapuściński non-fiction*, Warszawa 2010.

Glensk U., *Siedem grzechów Domosławskiego*, „Znaczenia” 2010, nr 4.

²⁹ Spotkanie odbyło się w księgarni Wrzenie Świata 28 listopada 2010 roku.

³⁰ R. Gluza, op. cit., s. 35.

³¹ M. Grochowska, *Z buntu, gniewu i z lęku*, „Press” 2008, nr 3, s. 55.

- Gluzza R., *Uwiedzeni*, „Press” 2010, nr 4.
- Grochowska M., *Z buntu, gniewu i z lęku*, „Press” 2008, nr 3.
- Morawiecki J., *Cesarz reportażu bez reportażu. O konserwacji i erozji zaufania na przykładzie „Imperium” Ryszarda Kapuścińskiego*, „Znaczenia” 2010, nr 4.
- Nowacka B., Ziątek Z., *Ryszard Kapuściński. Biografia pisarza*, Kraków 2008.
- Otto D., *Kim był? Kim będzie? Pisarz Ryszard Kapuściński*, Warszawa 2009.
- Wójcińska A., *Reporterzy bez granic*, Wołowiec 2011.

Piotr Maroń

Uniwersytet Wrocławski

Jak konstruuje się autorytet naukowy

W swoim tekście zamierzam omówić samo-konstruowanie autorytetu przez prof. Wiesława Godzica. Wybór tego badacza podyktowany jest kilkoma powodami. Po pierwsze prof. Godzic osiągnął w polskim i międzynarodowym środowisku naukowym niezwykle wysoką pozycję. Uchodzi on za niekwestionowany autorytet w dziedzinie medioznawstwa, a tym samym swoją osobą przyczynia się do rozwoju tej dość młodej dyscypliny naukowej. Ponadto Wiesław Godzic jest jednym z najsłynniejszych znawców telewizji oraz kultury popularnej w Polsce.

Temat autorytetu naukowego i jego konstrukcji zawiera w sobie pewne metodologiczne trudności. Można przecież zapytać: jak zmierzyć autorytet, czy funkcjonują jakieś 'obiektywne' wskaźniki, które determinują bycie autorytetem? Jakie korzyści (jeśli w ogóle jakieś) przynosi posiadanie autorytetu? Co to znaczy być autorytetem?

Na samym początku chciałbym zaznaczyć, że nie będę traktował bycia autorytetem równoważnie do bycia ekspertem. Chodzi w tym miejscu o to, żeby uniknąć pomieszania pojęć i zjawisk. W ostatnich latach nauki społeczne często posługują się konstrukcją „społeczeństwo eksperckie”, „kultura ekspercka”¹.

Ekspert spełnia, w mojej opinii, inne funkcje niż autorytet. Inaczej jest również konstruowany oraz inna jest dynamika i logika kształtowania się jego fenomenu. Ekspert to ponadto semantycznie wielowarstwowa etykieta. Kategoria ta wykracza poza pole nauki. Są przecież eksperci Polsatu, TVN, są eksperci sportowi czy filmowi. Nie funkcjonuje natomiast etykieta: autorytet Polsatu czy autorytet sportowy. Bycie autorytetem manifestuje się „po cichu”, niepostrzeżenie². Jest ono wypadko-

¹ Por. A. Giddens, *Nowoczesność i tożsamość: „ja” i społeczeństwo w epoce późnej nowoczesności*, przeł. A. Szulżycka, Warszawa 2001.

² Owo „po cichu” to szeroki i trudny do eksploracji obszar komunikacji nieformalnej czy pozaobiegowych. Komunikacji często niedocenianych, jednak spełniających bardzo ważne

wą wielu różnych relacji zachodzących w konkretnej przestrzeni społecznej – polu naukowym.

W swoim tekście będę starał się pójść tropem śladów pozostawionych przez autorytet z dyscypliny medioznawstwa – prof. Wiesława Godzica. Moim celem będzie ukazanie sieci powiązań, które konstruuje Autor *Filmu i psychoanalizy...* i które konstruuje Profesor (nierелеwantne jest w tym miejscu, czy robi to świadomie, czy nieświadomie) w celu akumulacji swojego kapitału symbolicznego w polu naukowym. Moim teoretycznym zapleczem będzie teoria aktora sieci Bruno Latoura oraz teoria pola Pierre'a Bourdieu. Zanim jednak przejdę do właściwej analizy aktorów operujących w sieci Autora *Zrozumieć telewizję...*, chciałbym zatrzymać się na chwilę, żeby umiejscowić swoje rozważania w konkretnych ramach badawczych. W realizacji tego zadania owocne będzie zróżnicowanie się wobec propozycji Małgorzaty Judy-Mieloch, która w swym studium *Na ramionach gigantów. Figura autorytetu w polskich współczesnych tekstach literaturoznawczych*³ podjęła się zadania zanalizowania i przedstawienia technik, jakich używali Jerzy Ziomek czy Janusz Sławiński przy konstruowaniu swoich autorytetów.

Małgorzata Juda-Mieloch przywołuje definicję Józefa Marii Bocheńskiego: „Autorytet jest relacją. Autorytet jest stosunkiem trójczłonowym między podmiotem, przedmiotem a dziedziną autorytetu”⁴.

Autorka opiera swój teoretyczny horyzont na klasykach z kanonu filozofii i metodologii nauk: na Karlu Popperze⁵, Józefie Marii Bocheńskim⁶ czy Kazimierzu Ajdukiewiczu⁷. Wiąże autorytet z prawdą i obiektywizmem. Sama definicja interesującego nas fenomenu jest ścisła. Rdziela autorka wiarę w taki obraz funkcjonowania nauki, jaki prezentowali Popper czy Ajdukiewicz, a może częściowo Thomas Kuhn⁸.

Moje podejście do omawianego zagadnienia opiera się na zupełnie innych założeniach. Można powiedzieć, że rozumiem autorytet tak samo odmiennie od Małgorzaty Judy-Mieloch, jak David Bloor⁹ czy Bruno Latour¹⁰ odmiennie od Poppera czy Ajdukiewicza postrzegają naukę. Autorytet bowiem ma charakter procesualny. Nie jest nadawany. Figura autorytetu jest sprzężona ze społeczną praktyką

funkcje. Wszyscy wiemy przecież, iż nauka funkcjonuje w czasie obiadu, kolacji, przerwy na kawę itp. Wtedy również manifestuje się proces konstruowania autorytetu.

³ M. Juda-Mieloch, *Na ramionach gigantów. Figura autorytetu w polskich współczesnych tekstach literaturoznawczych*, Kraków 2008.

⁴ Ibidem, s. 27.

⁵ K.R. Popper, *Droga do wiedzy. Domysły i refutacje*, przeł. S. Amsterdamski, Warszawa 1999.

⁶ J.M. Bocheński, *Co to jest autorytet?*, [w:] *Logika i filozofia. Wybór pism*, Warszawa 1993.

⁷ K. Ajdukiewicz, *Metodologiczne typy nauk*, [w:] *Język i poznanie*, Warszawa 1985.

⁸ Th. Kuhn, *Struktura rewolucji naukowych*, przeł. H. Ostromecka, Warszawa 2001.

⁹ Por. D. Bloor, *Knowledge and Social Imagery*, London 1991.

¹⁰ B. Latour, S. Woolgar, *Laboratory Life: The Social Construction of Scientific Facts*, Sage Publications, 1979.

funkcjonowania w polu nauki akademickiej. Za autorytet zatem uznaję każdego, kto, w świetle logiki pola akademickiego, za takowy uchodzi¹¹.

Moim zadaniem będzie więc naświetlenie tych miejsc i momentów, które legitymizują uznanie Wiesława Godzica za autorytet.

Sięgając do koncepcji Latoura i Woolgara nakreślonej w *Laboratory Life*, będę korzystał z kategorii teoretycznych pomocnych w zdefiniowaniu kategorii autorytetu.

Po pierwsze Latour i Woolgar proponują zniesienie rozróżnienia pracy naukowca oraz jego kariery w hierarchii akademickiej. Teoria aktora sieci jest bo wiem zorientowana na usieciowanie zjawisk i fenomenów społecznych. Postać naukowca nie stanowi tutaj wyjątku. Autorzy *Laboratory Life* wiążą autorytet z „uznaniem” (*credit*). Postulują, iż motywacją pracy naukowca jest zdobywanie uznania w środowisku akademickim. Wkomponowują oni kategorię „uznania” w kręgi inwestycji kapitału (*cycle of capital investment*). Idąc dalej tym tropem, podkreślają, że nagrody, nagradzania czy to symbolicznego, czy też materialnego nie możemy traktować jako głównej motywacji pracy badawczej: „Przez rozróżnienie uznania jako nagrody oraz uznania jako wiarygodności nie bawimy się tylko słowami. Uznanie traktowane jako nagroda odnosi się do posiadania nagród, które symbolizują bycie rozpoznawalnym na podstawie swoich osiągnięć. Uznanie [*credibility*], z drugiej strony, dotyczy zdolności naukowców do właściwego uprawiania nauki”¹². Badacze wskazują również na fakt, iż normy naukowe mają dużo mniejsze znaczenie, niż mogłoby się to na pierwszy rzut oka wydawać¹³. Cztery lata na doktorat czy dzie więc na habilitację w niewielkim stopniu są motorem napędowym do robienia nauki. Wedle Latoura i Woolgara nie ma innego celu pracy badawczej niż „bezustanne przemieszczanie zdobytych zasobów”. W mojej opinii te wszystkie wymienione elementy są obsługiwane przez pojęcia autorytetu. Autorytet jest bowiem wiarygodny, posiada prestiż, wysoką pozycję w hierarchii oraz wreszcie uznanie w środowisku.

Swoją analizę chciałbym rozpocząć od geografii, czyli przyporządkowana instytucjonalnego. Jest to istotne ze względu na fakt, iż początek kariery naukowej jest przez pochodzenie instytucjonalne w znacznym stopniu determinowany. Mówiąc inaczej, nie da się zaprzeczyć, że mając doktorat na prestiżowym uniwersytecie amerykańskim, naukowiec ma inną pozycję niż ktoś z dyplomem z mało znanego uniwersytetu polskiego. W tej sferze prof. Wiesław Godzic rozpoczął swoją karierę

¹¹ W tym miejscu chciałbym zaznaczyć, iż dość nieprecyzyjny termin „uchodzi” odnosi się do funkcjonowania autorytetu w praktykach akademickich, takich jak komunikacja nieoficjalna, przynależność instytucjonalna czy ustabilizowana pozycja w hierarchii. Te elementy są wyrazem posiadanego kapitału symbolicznego, władzy oraz mocy symbolicznej.

¹² B. Latour. S. Woolgar, op. cit., s. 198.

¹³ Jest to interesujące w świetle toczących się w Polsce dyskusji o normach pracy badawczej. Latour i Woolgar konstatują, iż zewnętrzne normy nie motywują bezpośrednio naukowców do pracy. Inaczej mówiąc, obowiązek uzyskania habilitacji dziewięć lat po obronie doktoratu może być słabą siłą napędową w polskim środowisku naukowym.

naukową na stosunkowo mało prestiżowym Uniwersytecie Śląskim. Uniwersytet ten uchodzi zarówno w dyskursie naukowym, jak i społecznym za ośrodek zajmujący niższe miejsce w hierarchii prestiżu i znaczenia od uniwersytetów Jagiellońskiego, Warszawskiego, Wrocławskiego czy też Poznańskiego, co oczywiście niesie za sobą ograniczenia w budowaniu swojego kapitału symbolicznego oraz w rozwijaniu sieci powiązań. Doktorat, *Film i metafora. Pojęcie metafory w historii myśli filmowej*¹⁴, stanowił nową jakość w polskiej refleksji nad filmem. Zaowocowało to, być może, przejściem młodego badacza do Uniwersytetu Jagiellońskiego. W polskich realiach zmiana ośrodka naukowego należy do rzadkości, a przejście doktora z „gorszej uczelni” na „lepszą” to już wyjątek wśród wyjątków¹⁵. Pozycję dra Godzica ugruntowała znakomita habilitacja *Film i psychoanaliza. Problem widza* (1991)¹⁶, a następnie uzyskany tytuł profesora (1997). Tym samym pozycja znakomitego filmoznawcy została ustabilizowana i zabezpieczona instytucjonalnie w polskim środowisku filmoznawczym. W sferze budowania autorytetu miejsce naukowe, gdzie Profesor został przyporządkowany, znakomicie wspierają inne elementy, o których zamierzam dyskutować.

Pierwszym z nich jest chęć paradygmatyzowania¹⁷. Tu warto zaznaczyć stosunkowo wysoką aktywność prof. Godzica w promowaniu własnych uczniów. Z interesującej mnie perspektywy może to oznaczać właśnie silną paradygmatyzację dyscypliny medioznawczej i promocję swojej teorii poprzez stworzenie szkoły, choć oczywiście nie musi być ona spójna metodologicznie. W okresie krakowskim położył Profesor podwaliny pod budowę szkoły w tym właśnie sensie¹⁸. Niemniej erudycja mistrza i ewolucja jego zainteresowań prowadzić może także do koncentracji uczniów wokół osoby, a niekoniecznie metody. W przypadku szkoły Godzica mamy również do czynienia z tym drugim zjawiskiem¹⁹. Inaczej rzecz ujmując, specyfika dyskursu medioznawstwa polega między innymi na tym, iż nie mamy wyraźnych i rozgrani-

¹⁴ Katowice 1983 (=Prace Naukowe Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach nr 692).

¹⁵ Z różnych powodów Polska należała i należy do tych krajów, w których kariery naukowe rozwijają się na macierzystej uczelni od magisterium po profesurę. Droga naukowa Profesora jest więc nad wyraz szczególna.

¹⁶ Kraków 1991 (=Rozprawy Habilitacyjne Uniwersytetu Jagiellońskiego nr 211).

¹⁷ Przez chęć paradygmatyzacji rozumiem szereg działań mających na celu stworzenie „własnego” paradygmatu badawczego. Między innymi przez budowanie swojej szkoły czy grupy uczniów kontynuujących myśl mistrza.

¹⁸ Rdzeń krakowskiej gałęzi szkoły prof. Godzica w Uniwersytecie Jagiellońskim tworzą obecnie prof. dr hab. Andrzej Pitrus, dr hab. Krzysztof Loska (jest prof. nadzw.), doktorzy Małgorzata Bogunia-Borowska, Jacek Ziemek, Piotr Żabicki oraz badaczka związana ostatnio z Uniwersytetem Pedagogicznym w Krakowie dr hab. Agnieszka Ogonowska.

¹⁹ Wskazują na to tematy prac jego najmłodszych uczniów: *Antykultowy wizerunek nowych ruchów religijnych w perspektywie rzeczywistości medialnej* czy też *Luc Besson: uśmiechnięta twarz filmowego postmodernizmu*, obronione już w Szkole Wyższej Psychologii Społecznej w Warszawie.

czonych ani konkurujących ze sobą paradygmatów czy, jak określiliby to Bruno Latour, „obowiązkowych punktów przejścia”. Można z tego wyciągnąć kilka wniosków:

Po pierwsze: istnieje duża potrzeba promocji swoich uczniów. Gwarantuje to bowiem płynne przejście we wzmacnianiu, kontynuowaniu i ugruntowywaniu pozycji niezależnie od paradygmatu, w którym się operuje, oraz dystrybuowaniu swojego kapitału i przenoszeniu go na swoich uczniów, gdyż uczniowie nie reprodukują i nie kontynuują myśli mistrza.

Po drugie: podstawowym zadaniem aktora funkcjonującego w omawianym dyskursie jest promocja siebie, akumulowanie kapitału, rozwijanie sieci zależności wychodząc od swojej osoby. Można powiedzieć, że prof. Godzic stara się budować jednoosobową, miękką czarną skrzynkę czy jednoosobowy „obowiązkowy punkt przejścia” dla każdego uczestnika gier w polu medioznawczym²⁰.

Przejdę teraz do omówienia najrozleglejszego i uznawanego za najważniejszego aktora pola naukowego, czyli tekstów. W przypadku znakomitego krakowskiego medioznawcy będę omawiał publikacje książkowe chronologicznie, gdyż zakładam, że retoryka budowania wypowiedzi zmieniała się wraz z umacnianiem i akumulowaniem kapitału w polu medioznawczym.

Pierwszą pracą Profesora dotyczącą interesującego mnie tematu (medioznawstwa) była rozprawa z 1996 roku. Tytuł *Oglądanie i inne przyjemności kultury popularnej* sugeruje dwie rzeczy: kultura popularna może być przyjemna w odbiorze. Wiesław Godzic otwiera w tym momencie ten obszar badawczy, jako potencjalnie owocny i relewantny naukowo. I druga rzecz: kulturą popularną trzeba zajmować się naukowo. Uwypukla to konstrukcja wstępu do tej książki. O twierza go Autor cytatem z Neila Postmana, gdzie podkreśla pochodzenie instytucjonalne autora: Uniwersytet Nowojorski. Postman ma bardzo pesymistyczny stosunek do mediów elektronicznych, wpisuje się bowiem w popularną dyskursywną obawę przed nowym, nieznanym, generującą humanistyczne narzekanie. Krakowski profesor zaznacza swoje odmienne stanowisko wobec kultury popularnej i przechodzi do przywołania powieści pióra George’a Orwella i Aldousa Huxleya. Traktuje obie antyutopie jako pewnego rodzaju typy idealne, jeśli idzie o zagrożenie postępowaniem i technicyzacją społeczeństwa.

Cały ten zabieg prowadzi Wiesława Godzica do legitymizacji jego zainteresowania kulturą popularną. Nie byłoby w tym nic dziwnego, ma wszak do tego prawo, jednak poważny namysł naukowy nie jest dla Profesora tak oczywisty. Dlatego pisze: „jej celem nie jest emocjonalne zaangażowanie się w dowodzenie słuszności profetycznych sądów dwóch pisarzy [...] Mam pogląd zdecydowanie odmienny od postmanowskiej rozrywkofofobii, lecz – unikając emocjonalnych i publicystycznych deklaracji – nie na tej płaszczyźnie lokalizuję moją dyskusję z jego tezami”. Jasny

²⁰ O miękkich czarnych skrzynkach patrz: P. Maroń, *ANT i humanistyka*, [w:] *Teorie mediów i komunikacji 4*, red. J. Jastrzębski, M. Graszewicz, Wrocław 2011.

staje się fakt pewnej niepewności co do naukowego badania kultury popularnej. Dlatego właśnie podkreśla Autor brak swojego emocjonalnego i publicystycznego zaangażowania. Chce ów badacz uchwycić problematykę zagadnienia w sposób naukowy, czyli możliwie maksymalnie obiektywizowany.

Swoje miejsce w dyskursie konstruuje autor *Filmu i psychoanalizy* na zasadzie sprzeciwu wobec dominującego, pejoratywnego podejścia do kultur y popularnej. Tak więc wprowadzona zostaje tu kategoria pionierizmu: stoję w opozycji w stosunku do dominującego paradygmatu i jako jeden z nielicznych podejmuję się próby innego uchwycenia tematu. Podejmuję również ryzyko, inwestując swój kapitał symboliczny. Ponadto konstruuje zarysy nowego pola badawczego czy paradygmatu: badać kulturę popularną warto, bo jest to poznawczo wartościowy fenomen.

Kolejna, wydana trzy lata później książka zatytułowana została *Telewizja jako kultura*²¹. Rzuca się w oczy inna poetyka tytułu. Nie ma już niepewności co do potrzeby zajmowania się telewizją. Nie trzeba uzasadniać, że jest ona przyjemna czy jakakolwiek inna. Nie trzeba się usprawiedliwiać. I tłumaczyć z naukowych zainteresowań.

Pierwszy, wstępny rozdział to: *Jak pisać dzisiaj o telewizji w Polsce*. Tytuł wskazuje, iż autor zamierza zmierzyć się z tym trudnym pytaniem i sformułować odpowiedź. Ponadto samo pytanie nasuwa wniosek, że w Polsce o telewizji pisze się bardzo niewiele albo zgoła wcale, a jeśli już, to nie tak, jak trzeba. Dlatego Godzic rozpoczyna z tego właśnie punktu.

Dalej Autor wspomina, iż jest tele wizją zafascynowany, jednak jeszcze w tym samym zdaniu czytamy, że „jest to uczucie w pełni krytyczne i nie pozbawione dystansu (a więc przestaje być ślepym zauroczeniem)”²². Nadaje tym samym autor swojemu stanowisku atrybuty obiektywistycznej naukowości. Przecież często słyszymy, żeby nie pisać o czymś, co się kocha czy uwielbia. Profesor telewizję uwielbia, ale w imię nauki potrafi trzymać do niej dystans obiektywnego badacza. Wzmacnia to w następnym zdaniu, gdzie czytamy: „owa miłość idzie w zgodnej parze z odrazą”. Nazywa się też „wymagającym obserwatorem”, co wskazuje, że już na początku widzi Autor *Telewizji i kultury* słabe strony przedmiotu swoich badań – stąd odraza. Implikuje to również dostrzeżenie możliwości zmiany takiego stanu rzeczy.

Profesor broni również kulturotwórczej roli telewizji i kontestuje podział na komercyjne (gorsze) i niekomercyjne (lepsze). Od razu po tym widzimy wsparcie swojej tezy autorytetami: Johnem Fiske i Stuartem Hallem. Profesor wspomina również, że sam tytuł książki był inspirowany pracą Fiske’a, jasno tym samym deklarując, że on zamierza być Johnem Fiske medioznawstwa polskiego. Należy tu również podkreślić, że strategia powoływania się tylko na autor ytety o uznanej światowej renomie stanowi główny wątek twórczości naukowej Profesora. Polscy badacze są cytowani w celu wygłoszenia ojcowskiej rady, drobnej reprimendy lub druzgocącej

²¹ W. Godzic, *Telewizja jako kultura*, Kraków 1999.

²² Ibidem, s. 9.

krytyki. Buduje on w ten sposób swoją pozycję, przywołując Latourowskie „czarne skrzynki” w osobach Fiske’a, Halla czy Zygmunta Baumana. Sprowadza się to do tego, że każdy, kto zechce wejść z nim w spór, wchodzi niebezpośrednio w spór z wymienionymi autorytetami, co generuje dużo większe problemy i przeszkody do pokonania. Wiesław Godzic przedstawia się jako jedyny łącznik pomiędzy raczkującym polskim medioznawstwem i w pełni dojrzałym anglosaskim.

W omawianym wstępie Autor ugruntowuje swoją relację w stosunku do Johna Fiske mówiąc: „jestem przekonany, że istota znaczenia telewizyjnego polega na tym, co sugeruje Fiske”²³. Warto tu podkreślić esencjalizm w podejściu badawczym Profesora. Znaczenie tak rozległego obiektu badawczego ma swoją istotę, można do niej dotrzeć, jak twierdzi Autor. Nabył on w tym celu adekwatne narzędzia, które udostępnione mu zostały przez Johna Fiske.

Rozstrzygnięcie relacji między Wiesławem Godzicem a Johnem Fiske i Stuartem Hallem następuje kilka stron później. Czytamy: „w wielu miejscach będę przytaczał rozstrzygnięcia Johna Fiske i Stuarta Halla i dyskutował z nimi. To zaś, co różni moją książkę, zawiera się w pewności, iż dzisiaj, po kilkunastu latach, mamy do czynienia z zupełnie innym kontekstem globalnym, technologicznym i narodowym”²⁴. Autor kreuje się tu wyraźnie na ucznia obu badaczy . Ponadto wprowadza element krytycznego realizmu, gdyż zamierza dyskutować i krytycznie przyglądać się rozstrzygnięciom anglosaskich badaczy. Ostatnia część cytatu wskazuje również, że Profesor będzie rozwijał ich ustalenia ze względu na inny kontekst społeczny, czyli je uaktualniał.

Po ustaleniu hierarchii i usytuowaniu się w polu medioznawstwa Autor stosuje nową taktykę: krytycznie diagnozuje stan polskiej nauki w interesującym go temacie telewizji. Wymienia brak badań, brak placówek na uniwersytetach oraz miałkość dotychczasowych prób ujęcia interesującego go tematu. Co tym samym oznacza, że jest bardzo niewielu naukowców zdolnych do badania jednego z najważniejszych fenomenów XX stulecia.

Tytuł następnej książki brzmi: *Rozumieć telewizję*²⁵. Ciekawą rolę pełni tutaj dedykacja brzmiąca: „Moim dzieciom, które rozumieją telewizję”. Oznacza to ni mniej ni więcej, że telewizję można zrozumieć. Wystarczy przejść przez propozycje teoretyczne Wiesława Godzica. Tekst otwiera badacz od cytatu z Bertranda Russela, który jest usprawiedliwieniem dla obserwowania telewizji z pewnego rodzaju przy-mrużeniem oka (Russel był przecież znany ze swojej jadowitej ironii w komentowaniu filozofii i filozofów).

Autor ugruntowuje swój autorytet, zagęszcza i stabilizuje swoje zasoby również poprzez odwołanie się do swojej poprzedniej książki. To z kolei wskazuje na

²³ Ibidem, s. 11.

²⁴ Ibidem, s. 13.

²⁵ W. Godzic, *Rozumieć telewizję*, Kraków 2001.

procesualność, logiczność i spójność jego podejścia badawczego. Formułuje również eksplicytnie swoją rolę w polu medioznawczym: „Moim celem jest prowizoryczne zapełnienie sfery pomiędzy polskimi próbami (recenzenckimi i krytycznymi) oraz bujnie rozwijającymi się badaniami etnograficznymi, głównie anglosaskimi i amerykańskimi”²⁶. Zawarta w poprzedniej książce intencja do bycia jedynym reprezentantem światowych badań nad mediami zostaje tutaj jasno i klarownie wyłożona. Dzieli w tym momencie polski naukowiec pola akademickie na polskie (nawet nie naukowe, bo krytyczno-recenzenckie) i zachodnie (w pełni dojrzałe, bujne naukowo). Wobec tak dramatycznego stanu nauki polskiej tylko on sam jest pomostem oraz propagatorem idei zachodnich, które koniecznie trzeba przeszczepić, aczkolwiek krytycznie, na polski grunt.

Rozumienie telewizji spełniać ma jeszcze jedną ważną funkcję. Pisze więc Profesor: „Bo pomimo tego, że telewizja jest ważna, potrzebna i poświęcamy jej tak wiele czasu, to nie znamy jej i nie umiemy z niej korzystać”²⁷. Trzeba w tym momencie zaznaczyć, że Autor tym samym powołuje do życia nowy aspekt w budowaniu swojego autorytetu: edukację oraz wychowanie. Zbliży się bowiem do pozycji naukowca-boga, odpowiedzialnego za kształt refleksji badawczej, poczuwając się jednak zarazem do obowiązku oświecenia społeczeństwa co do tego, jak postępować z „najważniejszym wynalazkiem XX wieku” – jak pisze – czyli telewizją. Stąd logiczna motywacja dedykacji książki dzieciom, które dzięki tacie telewizję rozumieją, dla pozostałych osób jest więc na to również szansa.

Struktura wstępu kolejnej pozycji z dorobku Autora *Telewizji i kultury*²⁸ nie pozostawia już żadnych wątpliwości co do jego pozycji. Zaczyna od krytyki tezy Neila Postmana o zagrożeniach związanych z telewizją. Następnie przytacza postać Umberta Eco, negującego tezę o zgubnym wpływie telewizji na współczesny świat. Lokując się w tej konfiguracji naukowej, Autor przeprowadził kolejny zabieg. Odwołał się do wypowiedzi prof. Barbary Skargi: „Jestem przekonana, że gdyby telewizja pokazywała rzeczy wartościowe, miałyby większą oglądalność”, określając jej refleksję nad mediami jako „zblizanie się do bieguna szlachetnej naiwności”²⁹. Co stanowi wyraz przyznania sobie prawa do ojcowskiego upomnienia znakomitej filozofki. Boć prof. Skarga, osoba szlachetna i wiekowa, jest jednocześnie naiwna i fenomenowi telewizji nie rozumie. Biorąc pod uwagę, jaką pozycję zajmowała Barbara Skarga w hierarchii autorytetów moralnych i naukowych, można zauważyć, jak pewna i mocna musi być pozycja kogoś, kto ją upomina.

Prof. Godzic pozycjonuje się również, gdy pisze o celach swojej pracy. Jest ona skierowana do studentów, „którzy powinni rozwijać swoją refleksję nad telewizją.

²⁶ Ibidem, s. 8.

²⁷ Ibidem.

²⁸ W. Godzic, *Telewizja i jej gatunki po „Wielkim Bracie”*, Kraków 2004.

²⁹ Ibidem, s. 11.

Jeśli nie byli tego świadomi, to moja książka może im objawić lub przypomnieć tę prawdę”.

Ostatnią pozycją w dorobku Wiesława Godzica jest znakomite studium *Znani z tego, że są znani. Celebryci w kulturze tabloidów*³⁰. W tym przypadku bardzo ważny w interesującej kwestii jest fakt przygotowania wstępu przez Zygmunta Baumana. Autorytet i pozycja Zygmunta Baumana, chwaleńczego i polecającego rozprawę, ugruntowuje pozycję prof. Godzica w hierarchii naukowych autorytetów. Sam Profesor pozostawia sobie miejsce na krótkie podziękowania. Podkreśla jednak i przypomina, że: „Jak ma to miejsce w europejskich pracach badawczych, gdzie wypisuje się nazwiska osób i udział instytucji, bez których udziału pomysł nie byłby zrealizowany”. Profesor przyjmuje następnie rolę propagatora tego modelu uprawiania nauki i pisze: „To, co do niedawna zarezerwowane było dla akademików z Zachodu, stało się naszą polską cechą”³¹. Dodać należy, że właśnie dzięki autorowi tych słów polska nauka nabyła przywilej formułowania tego typu podziękowań.

W podsumowaniu chciałbym udzielić odpowiedzi na postawione pytanie: jak się konstruuje autorytet naukowy? Latour proponuje używać do tego kategorii uznania, wiarygodności, inwestowania kapitału, uczarnoskrzynkowania swoich poglądów. W tym celu Wiesław Godzic inwestuje swój kapitał w teorie anglosaskich badaczy, mobilizuje swoich stronników (Fiske, Hall, Eco, Bauman), stając się obowiązkowym punktem przejścia, jeśli chodzi o refleksję nad telewizją. Widać to wyraźnie, ponieważ jest Profesorem redaktorem naukowym serii „Popkultura i Media”. Bardzo interesujący jest fakt, iż ta seria wydawnicza obejmuje książkowe publikacje z zakresu kultury popularnej, a jej redaktor jest autorem większości wstępów. Dzięki temu widać wyraźnie, jak jest konsumowany autorytet. Pisząc wprowadzenie do antologii tekstów Zygmunta Baumana dotyczących tematyki popkultury, Wiesław Godzic umiejscawia się jako ten, który umożliwia powstanie tekstu. Jest niezbędnym elementem każdego tekstu dotyczącego kultury popularnej i nawet wielki autorytet – Zygmunt Bauman – musi „przejsć” przez Autora *Jak rozumieć telewizję*, po to, by jego wybrane teksty dotyczące popkultury ujrzały światło dzienne, jako pewna całość. I tak jak pisał Latour o Ludwiku Pasteurze i jego laboratorium, przez które trzeba było przejść, żeby uleczyć węgliką, tak analogicznie należy przejść przez laboratorium Wiesława Godzica, żeby pisać o telewizji czy kulturze popularnej. To całe usciowienie osoby znakomitego medioznawcy sprawia, że w polskim środowisku naukowym jest on postacią niewątpliwie wielką, propagatorem badań nad kulturą popularną i telewizją. Posiada ogromny kapitał symboliczny, ważny w kontekście ogniskowania wokół siebie funduszy czy instytucji badawczych. Należy przecież pamiętać, iż środki finansowe, ich możliwe pozyskiwanie, kreowanie przestrzeni dla nich – są nierozdzielnie związane z pozycją zajmowaną w polu.

³⁰ W. Godzic, *Znani z tego, że są znani. Celebryci w kulturze tabloidów*, Warszawa 2007.

³¹ Ibidem, s. 15.

Bibliografia

- Ajdukiewicz K., *Metodologiczne typy nauk*, [w:] *Język i poznanie*, Warszawa 1985.
- Bloor D., *Knowledge and Social Imagery*, London 1991.
- Bocheński J.M., *Co to jest autorytet?*, [w:] *Logika i filozofia. Wybór pism*, Warszawa 1993.
- Giddens A., *Nowoczesność i tożsamość: „ja” i społeczeństwo w epoce późnej nowoczesności*, przekł. A. Szulżycka, Warszawa 2001.
- Godzic W., *Film i metafora. Pojęcie metafory w historii myśli filmowej*, Katowice 1983.
- Godzic W., *Film i psychoanaliza. Problem widza*, Kraków 1991.
- Godzic W., *Rozumieć telewizję*, Kraków 2001.
- Godzic W., *Telewizja i jej gatunki po „Wielkim Bracie”*, Kraków 2004.
- Godzic W., *Telewizja jako kultura*, Kraków 1999.
- Godzic W., *Znani z tego, że są znani. Celebryci w kulturze tabloidów*, Warszawa 2007.
- Juda-Mieloch M., *Na ramionach gigantów. Figura autorytetu w polskich współczesnych tekstach literaturoznawczych*, Kraków 2008.
- Kuhn Th., *Struktura rewolucji naukowych*, przekł. H. Ostromęcka, Warszawa 2001.
- Latour B., Woolgar S., *Laboratory Life: The Social Construction of Scientific Facts*, Sage Publications, 1979.
- Maroń P., *ANT i humanistyka*, [w:] *Teorie mediów i komunikacji 4*, red. J. Jastrzębski, M. Graszewicz, Wrocław 2011.
- Popper K.R., *Droga do wiedzy. Domysły i refutacje*, przekł. S. Amsterdamski, Warszawa 1999.

Tomasz Markowski

Adam Michnik i Tadeusz Rydzki w pojedynku o rząd dusz

Na początku lat siedemdziesiątych XX wieku upór i wytrwałość dwóch dziennikarzy doprowadziły do zmiany na stanowisku prezydenta supermocarstwa, jakim są Stany Zjednoczone. Bob Woodward i Carl Bernstein, pracujący w redakcji dziennika „The Washington Post”, ujawnili kulisy afery, nazwanej później aferą Watergate, w którą zamieszany był ówczesny prezydent USA Richard Nixon. Trzy dekady później, już w XXI wieku, polską sceną polityczną wstrząsnęła afera, którą komentatorzy, czerpiąc inspirację z doświadczeń amerykańskich, szybko ochrzcili mianem Rywingate. W aferę Rywina zamieszani byli politycy ówczesnego rządu, biznesmeni i przedstawiciele mediów. Nikt by nigdy się o niej nie dowiedział, gdyby nie pewien redaktor naczelny jednego z dzienników i jego dyktafon. Obie historie – i ta w wydaniu amerykańskim, i ta z rodzimego podwórka – są modelowym przykładem tego, jak wielki wpływ na układ sceny politycznej mają media i to, o czym za ich pośrednictwem może dowiedzieć się społeczeństwo.

Mówi się o mediach, że są czwartą władzą. Czy aby na pewno? Czy nie jest tak, że media są jedynie narzędziem w rękach tych, dla których celem jest posiadanie szeroko pojętej władzy? Na ile jeszcze podstawowym zadaniem mediów jest informować, a na ile wpływać na odbiorców?

Zmiana systemu politycznego w Polsce, z totalitarnego na demokratyczny, miała wielu bohaterów; wśród nich znaleźli się także dziennikarze. Część z tych, którzy w PRL wstawili się walką z politykami rządzącej partii, w demokratycznej III RP sami zaangażowali się w polityczną działalność. Jednym z najbardziej jaskrawych przykładów takiej zmiany jest postać Adama Michnika, redaktora naczelnego „Gazety Wyborczej”, który wyborach w czerwcu 1989 uzyskał mandat posła. W upływie kadencji zaangażował się w „walkę o rząd dusz”, kierując czołowym dziennikiem w kraju. W tej walce jego przeciwnikiem został m.in. zakonnik z Torunia – ojciec

Tadeusz Rydzyk, któremu również poświęcona jest część tej pracy. Ojciec Dyrektor – jak wkrótce zaczęto mówić o Rydzyku – stworzył medialne imperium, którego może mu pozazdrościć niejeden przedsiębiorca. Kapłan, publicysta i przedsiębiorca w jednym, posiadający rzesze oddanych mu słuchaczy i czytelników, stał się jedną z najbardziej wpływowych postaci na polskiej scenie politycznej w pierwszej dekadzie XXI wieku.

Niniejszy artykuł jest próbą opisu dróg, jakie przemierzyli Adam Michnik i o. Tadeusz Rydzyk, by dotrzeć do punktu, w jakim obaj znajdują się dzisiaj. Pierwszy, mimo że osobiście rzadko zabiera głos, wciąż wypowiada się, kierując najbardziej opiniotwórczym dziennikiem w Polsce¹. O przychylny głos drugiego wciąż zabiegają czołowi politycy prawicy. Przykładem jest choćby Jarosław Kaczyński, który wkrótce po odejściu z kierowanej przez niego partii kilku czołowych polityków (w tym m.in. Zbigniewa Ziobro – ulubieńca Ojca Rydzyka w Prawie i Sprawiedliwości) spotkał się z toruńskim duchownym, by upewnić się, że wciąż może liczyć na jego przychylność².

W toku medialnej potyczki między tymi dwoma silnymi osobowościami pozostałe media, w mniejszym lub większym stopniu, również przyłączyły się do deprecjonowania bądź promowania wybranej opcji politycznej. Jednak tym razem, w przeciwieństwie do rzeczywistości znanej z PRL, o tym, kogo wspierać, a komu wytykać najdrobniejsze potknięcie, nie decydowała najwyższa władza w państwie, a naczelna władza w redakcji. Bronisław Wildstein, dziennikarz, który swego czasu również budził wiele kontrowersji, tak opisuje prasę w III RP: „Rząd dusz w środowiskach inteligenckich sprawowała i do pewnego stopnia sprawuje nadal «Gazeta Wyborcza», która jest nie tyle medium, co ważnym graczem na politycznej scenie. Jest instrumentem działania jej redaktora naczelnego [Adama Michnika], który ukształtował sposób myślenia redakcji. Naświetlenie, a nawet istnienie na łamach «GW» określonych spraw zależne jest od jego wyborów politycznych [...]. Gazety nazywane lewicowymi: dziennik «Trybuna» i tygodnik «Przegląd» są wyłącznie narzędziem propagandy SLD, a czasami określonej frakcji w ich łonie. Ich szefowie zajmowali stanowiska w postkomunistycznym aparacie władzy. Pomimo to funkcjonowali jako dziennikarze [...]. Przecistawne idee, choć w symetrycznej formie prezentuje koncert «Radia Maryja» [...]. Prezentowane przez te media postawy trudno uznać za wzorzec niezależnego dziennikarstwa. Pełnią one rolę tub nacjonalistycznej propagandy, które nawet nie próbują trzymać się formalnych zasad sztuki dziennikarskiej»³.

¹ Raport Instytutu Monitorowania Mediów, *Najbardziej opiniotwórcze polskie media we wrześniu 2011 roku*, http://www.press.pl/attachments/www-data/Najczesciej-cytowane-media-we-wrzesniu-2011-_175.pdf (dostęp: 10.11.2011).

² T. Sakiewicz, K. Gójska-Hejke, *Otacza nas kurtyna kłamstw – wywiad z Jarosławem Kaczyńskim*, „Gazeta Polska” 2011, nr 45, s. 5.

³ B. Wildstein, *Długi cień PRL-u, czyli dekomunizacja, której nie było*, Kraków 2005, s. 11–12.

Czy rzeczywiście chęć posiadania wpływu na tok myślenia społeczeństwa posuwała się w tych przypadkach tak daleko?

Gazety Adama Michnika

Surową opinię Bronisława Wildsteina na temat Adama Michnika podziela m.in. polityk Jan Maria Rokita, który w 1989 roku, jako członek Komitetu Obywatelskiego⁴, popierał kandydaturę Michnika na stanowisko redaktora naczelnego „Gazety Wyborczej”. Piętnaście lat po tym wydarzeniu polityk tak ocenia tamten wybór: „nie pamiętam, aby ktokolwiek był przeciw. [...] Pewnie gdybym mógł przewidzieć niektóre konsekwencje, to ręka by mi zdrząła. Choć nie ulega wątpliwości, że Adam Michnik stał się autorem jednego z największych sukcesów na rynku mediów w Europie Środkowej. I Bogu dzięki, że takie pismo jak «Gazeta Wyborcza», przy wszystkich wadach, słabościach i irytujących mnie publikacjach, funkcjonuje. [...] Ale jest i druga strona medalu. Michnik to typ czło wieka, który kładąc się spać, prosi Boga o rząd dusz. Na razie go ma. Fakt, że znaczna część Polaków akceptuje stan wojenny i Jaruzelskiego jako wzór patriotycznego zachowania, jest w znacznym stopniu dziełem Adama Michnika. To też miara tego sukcesu, choć ja ten sukces uważam za zgubny dla polskiej świadomości nar odowej”⁵. Jan Maria Rokita nie mógł przewidzieć, podnosząc w 1989 roku dłoń za kandydaturą Adama Michnika na stanowisko redaktora naczelnego „Gazety”, że czternaście lat później obaj spotkają się, odpowiednio jako przesłuchujący i przesłuchiwany, na posiedzeniu sejmowej komisji śledczej, badającej sprawę „afery Rywina”. Afery, która stała się jednym z największych skandali korupcyjnych w dziejach III RP, a w której udział wzięli politycy, przedstawiciele biznesu i środowiska mediów.

„Miałem 14 lat, kiedy Andzej B., mój przyszywany kuzyn i dziennikarz «Po prostu», zaprowadził mnie na zebranie Klubu Krzywego Koła. Tam poznałem starszego szpakowatego pana, któremu zostałem przedstawiony. Ten starszy szpakowaty pan pozwolił mi przychodzić na następne zebrania. Miał wtedy 35 lat, nazywał się Jan Józef Lipski”⁶. Klub Krzywego Koła był rodzajem koła dyskusyjnego zrzeszającego radykalną inteligencją młodzież. Spotykali się w nim studenci, dziennikarze, artyści, ludzie kultury i nauki, by rozprawiać na tematy filozoficzne, polityczne, społeczne czy te z zakresu szeroko pojętej kultury⁷. Jednym z założycieli Klubu był właśnie Jan Józef Lipski, historyk, publicysta i człowiek niezwykle zasłużony, działacz polskiej

⁴ Komitet Obywatelski „Solidarność” był formą współdziałania reprezentantów środowisk opozycyjnych w latach 1988–1992, którego trybuną stała się utworzona m.in. w tym celu „Gazeta Wyborcza”.

⁵ M. Karnowski, P. Zaremba, *Alfabet Rokity*, Kraków 2004, s. 108–109.

⁶ A. Michnik, *Wyznania nawróconego dysydenta*, Warszawa 2003, s. 44.

⁷ W. Jedlicki, *Klub Krzywego Koła*, Warszawa 1989, s. 7–16.

opozycji w okresie PRL. Natomiast człowiekiem, który tak wspominał swoje pierwsze spotkanie z Lipskim, jest Adam Michnik – jedna z najbardziej kontrowersyjnych postaci pierwszego dwudziestolecia III Rzeczypospolitej.

Adam Michnik urodził się 17 października 1946 roku, w kompletnie zniszczonej po drugiej wojnie światowej Warszawie. Jego rodzice ze względu na trudności formalne (podczas wojny zaginęła większość ich dokumentów, potrzebnych do zawarcia ślubu cywilnego) zdecydowali się na życie w konkubinacie, dlatego Adam nazwisko Michnik, zgodnie z obowiązującym wówczas prawem, otrzymał po matce Helenie⁸. Jego ojciec przed wojną był więziony za swoją działalność polityczną. „Nazywał się Ozjasz Szechter, był Żydem i komunistą, a ja jestem Polakiem i antykomunistą. Był człowiekiem mądrym, przyzwoitym, a przecież dokonał w swym życiu złego wyboru, gdyż komunizm był złym wyborem. Z powodu swego komunizmu był w niepodległej Polsce więziony i torturowany, siedział w więzieniu osiem lat za komunizm, a ja tylko sześć lat spędziłem w więzieniu za antykomunizm” – wspomina swojego ojca Adam Michnik i doszukuje się podobieństw w losach ojca i syna⁹.

Przyszły redaktor naczelny „Gazety Wyborczej” już od najmłodszych lat wykazywał się niepokornością i niechęcią do narzuconej dyscypliny, za co został wyrzucony z dwóch liceów. Jego bezczelność doprowadzała nauczycieli do szewskiej pasji, ale jednocześnie zjednywał tym sobie brać uczniowską. Jako wróg komunistycznej władzy zasłynął już jako siedemnastolatek, gdy Władysław Gomułka wymienił założony przez niego Klub Poszukiwaczy Sprzeczności wśród politycznych wrogów systemu, z którymi należy podjąć walkę¹⁰.

Podczas swojej pierwszej podróży zagranicznej, w którą wyruszył w nagrodę za zdany egzamin maturalny, poznał w Monachium polskiego bohatera wojennego, słynnego „kuriera z Warszawy”, Jana Nowaka Jeziorańskiego, a także późniejszego doradcę prezydenta Stanów Zjednoczonych Zbigniewa Brzezińskiego. Przebywając w Paryżu, wykorzystał okazję, by poznać Jerzego Giedroycia, twórcę „Kultury”, z której kilkanaście egzemplarzami, krążącymi potajemnie wśród znajomych, miał okazję zapoznać się w Polsce¹¹. „Do dziś nie potrafię zrozumieć, jak poważni ludzie mogli tak poważnie rozmawiać ze smarkaczem. Z tych rozmów, a potem i z lektur kolejnych numerów «Kultury» budowałem sobie obraz pewnej tradycji, stylu myślenia o świecie i Polsce, o ludziach i wartościach” – wspominał tamte wydarzenia Adam Michnik¹². Ta podróż i nowe doświadczenia, jakie przyniosła, wywarły znamieny wpływ na dalsze życie i działalność Adama Michnika w kraju. W tym czasie Michnik poznał bliżej Jerzego Urbana, którego poglądy polityczne były zdecydowanie inaczej

⁸ C. Bouyeure, *Adam Michnik. Biografia. Wymyślić to, co polityczne*, Kraków 2009, s. 45.

⁹ A. Michnik, op. cit., s. 253.

¹⁰ C. Bouyeure, op. cit., s. 59–62.

¹¹ Ibidem, s. 68–74.

¹² A. Michnik, op. cit., s. 176.

ukierunkowane niż poglądy środowiska Michnika, co jednak nie przeszkodziło tym dwóm panom zapalać do siebie sympatią. Za swoją opozycyjną aktywność i próbę przekazania do Paryża listu krytykującego sytuację w Polsce trafił w 1965 roku po raz pierwszy do więzienia. Pobyty za kratami wzmocniły jego opozycyjne nastawienie, które starał się przenieść na Uniwersytet Warszawski, gdzie prowadząc antyrządowe prowokacje, on i jego koledzy doczekali się miana „Komandosów”¹³. Po wydarzeniach z marca 1968 roku, antysemickiej nagonce rozpętanej przez rząd i protestach studentów Michnik jako jeden z inicjatorów protestów po raz kolejny trafił do więzienia.

Przełom lata to także początek intensywnej publicystycznej działalności Adama Michnika. Jego teksty pojawiały się w „Więzi”, „Tygodniku Powszechnym”, a także licznych mniej znanych tytułach, zarówno tych oficjalnych, jak i pojawiających się w drugim obiegu. Wszystkie były sygnowane różnymi pseudonimami. Od 1975 roku jego teksty zaczęły regularnie pojawiać się w paryskiej „Kulturze”¹⁴.

Rok 1976 to rok kolejnego wyjazdu na Zachód. W tym czasie w kraju opozycja organizowała swoje struktury. Powstał Komitet Obrony Robotników, w którego gronie 14 założycieli znaleźli się m.in. Jan Józef Lipski, Jacek Kuroń, Antoni Macierewicz. Jednym z podstawowych celów powołania KOR-u było objęcie ochroną rodzin robotników, wobec których reżim zastosował sankcje karne, a także ochrona młodych ludzi, którym za pomoc, z jaką docierali do tych rodzin, również groziły represje¹⁵. Komitet, działający jawnie, zaczął wkrótce kolportować w drugim obiegu własne wydawnictwo, redagowany przez Seweryna Blumsztajna i Joannę Szczęsną „Biuletyn Informacyjny”. Pismo, początkowo mające charakter głównie informacyjny, szybko stało się miejscem dyskusji publicystycznych¹⁶. Przed powrotem do kraju w 1977 roku Michnik przyłącza się oficjalnie do KOR-u, który zostaje przekształcony w Komitet Samoobrony Społecznej KOR. Władza zaczyna nerwowo reagować na poczynania tej grupy. Michnik po raz kolejny łąduje za kratami razem z innymi „korowcami”, co wywołało falę protestów w kraju i za granicami PRL¹⁷. Wskutek decyzji władz o nadzwyczajnej amnestii zostali oni uwolnieni 22 lipca 1977 roku¹⁸.

W 1980 roku wybucha „karnawał Solidarności”. Michnik dopatruje się w tym możliwości podjęcia dialogu z władzą. Uważał, że droga do sukcesu wiedzie przez kompromis, połączenie nieposłuszeństwa wobec władzy z jednoczesnym stosowaniem umiaru w jego wyrażaniu. Ostrzegął przed nadmierną eskalacją konfliktu na linii opozycja–partia. Władze dopuszczały możliwość podjęcia rozmów zarówno

¹³ C. Bouyeure, op. cit., s. 77–82.

¹⁴ Ibidem, s. 85.

¹⁵ J.J. Lipski, *KOR*, Warszawa 2006, s. 33–40.

¹⁶ Ibidem, s. 198–202.

¹⁷ C. Bouyeure, op. cit., s. 185.

¹⁸ Dekret z dnia 19 lipca 1977 r. o amnestii (Dz. U. 1977, nr 24, poz. 102).

z Lechem Wałęsą, jako przedstawicielem Solidarności, jak i przedstawicielami Kościoła. W tym towarzystwie partyjne władze nie widziały miejsca dla przedstawicieli KSS KOR, których uważali za grupę awanturników i najagresywniejszych wrogów systemu. Z rezerwą do grupy, w której pierwsze skrzypce grali m.in. Jacek Kuroń i Adam Michnik, odnosili się również przedstawiciele Solidarności. Dlatego członkowie KSS KOR 28 września 1981 roku podjęli decyzję o samorozwiązaniu. 4 listopada doszło do spotkania generała Jaruzelskiego, Lecha Wałęsy i prymasa Glempa. Jak pokazały późniejsze wydarzenia, podjęcie tych rozmów było jedynie zasłoną dymną, zastosowaną przez generała przed wprowadzeniem stanu wojennego. Adam Michnik był jedną z pierwszych internowanych osób w nocy z 12 na 13 grudnia 1981 roku¹⁹.

Dwa miesiące po wprowadzeniu stanu wojennego w drugim obiegu zaczął ukazywać się „Tygodnik Mazowsze”, w którym regularnie były publikowane teksty Michnika, pisane przez niego w ośrodkach internowania i przemykane różnymi sposobami na zewnątrz. Adam Michnik i pozostałe osoby wywodzące się z KOR-u w odosobnieniu czekali na proces, który zaplanowano na lipiec 1984 roku. Ostatecznie do niego nie doszło, a od następnych lat spędzonych za kratami ocaliła ich kolejna amnestia²⁰. Michnik jednak nie cieszył się wolnością zbyt długo i w latach 1985–1986 po raz kolejny oglądał świat zza krat. Za każdym razem czas spędzony w zamknięciu poświęcał na pisanie esejów, artykułów i komentarzy.

W maju 1987 roku z wizytą w Polsce przebywał senator Stanów Zjednoczonych Ted Kennedy. Jednym z punktów wizyty było wręczenie pieniężnej nagrody Fundacji Roberta Kennedy’ego Zbigniewowi Bujakowi i Adamowi Michnikowi. Senator podczas wygłoszonego w Polsce wykładu stwierdził, że do poprawy w stosunkach między Polską a USA potrzebne jest nowe otwarcie. Jak wspomina Mieczysław F. Rakowski, były redaktor naczelny tygodnika „Polityka”, który rok później został premierem, dla władz oznaczało to jedno: „jeśli dopuścimy istnienie opozycji, czyli formalnie ją zalegalizujemy, to wówczas USA gotowe będą przyjść nam z pomocą”²¹.

Do nowego otwarcia doszło 6 lutego 1989 roku, kiedy strona rządowa i opozycja usiadły razem do Okrągłego Stołu. Premier Rakowski w swoim dzienniku pod tą datą zapisał: „wśród przedstawicieli opozycji byli Kuroń i Michnik, których nie chcieliśmy dopuścić do Okrągłego Stołu. To była faktyczna przyczyna odwołania rozmów. No, a teraz musieliśmy się zgodzić! Co więcej, Kiszczak więził wielu z tych, którzy dziś zasiedli przy stole obrad”²². W dwumiesięcznych negocjacjach wzięło udział w sumie 452 ludzi. W opinii wielu do podjęcia najważniejszych decyzji doszło jednak w znacznie skromniejszym gronie, podczas poufnych spotkań

¹⁹ C. Bouyeure, op. cit., s. 250–253.

²⁰ Ustawa z dnia 21 lipca 1984 r. o amnestii (Dz. U. 1984, nr 36, poz. 192).

²¹ M.F. Rakowski, *Dzienniki polityczne 1987–1990*, Warszawa 2005, s. 83–84.

²² Ibidem, s. 359.

w ośrodku konferencyjnym MSW w podwarszawskiej Magdalence. Uczestnikiem tamtych spotkań byli m.in. Adam Michnik, Tadeusz Mazowiecki, Lech Kaczyński oraz Aleksander Kwaśniewski i Czesław Kiszczak. To właśnie spotkania w Magdalence, które na opublikowanych w 1991 roku przez Kiszczaka zdjęciach bardziej przypominały alkoholową biesiadę niż miejsce prowadzenia dyskusji politycznych, staną się jednymi z wydarzeń, których ocena doprowadzi w kolejnych latach do podziału w prawniczym środowisku politycznym²³.

Po pierwszym miesiącu rozmów 12 marca Rakowski zanotował, że „z inicjatywy Jurka Urbana, doszło do jego spotkania z Adamem Michnikiem. [...] Jurek przekazał Michnikowi, że generał [Jaruzelski] z uwagą i szacunkiem śledzi jego publiczne wypowiedzi na rzecz porozumienia, które cechuje umiar i realizm”²⁴. Tego umiaru i realizmu, oraz zbytniego bratania się z komunistami, po wielu latach wciąż nie będą w stanie mu wybaczyć niektórzy uczestnicy i obserwatorzy tamtych wydarzeń, którzy tak jak Bronisław Wildstein będą mu zarzucać sprzeniewierzenie się własnym deklaracjom i postawom w celu osiągnięcia korzyści politycznych²⁵. Jarosław Kaczyński w jednej z rozmów tak ocenił osobę Adama Michnika: „dla mnie Michnik przełamuje się na dwie postaci. Wybitna postać sprzed 1989 roku, dzielna i bezkompromisowa. I człowiek ciężko szkodzący Polsce w okresie III Rzeczypospolitej”²⁶.

Jednym z uzgodnień Okrągłego Stołu było umożliwienie opozycji uruchomienie własnego dziennika, który na początek miałby reprezentować ich w trakcie nadchodzącej kampanii wyborczej. Przy tworzeniu nowej gazety wzięli udział dziennikarze, z których większość wcześniej była odpowiedzialna za ukazywanie się i redagowanie podziemnego „Tygodnika Mazowsze”, m.in. Seweryn Blumsztajn, Anna Bikont czy Piotr Pacewicz²⁷. Początkowo tytuł dziennika miał brzmieć „Gazeta Codzienna”, a jedynie na czas wyborów przymiotnik w tytule miał być zastąpiony wyrazem „wyborcza”. Stało się jednak inaczej i „Gazeta Wyborcza” na stałe zagościła na rynku wydawniczym III RP. Dekadę później Ludwik Stomma, publicysta tygodnika „Polityka”, tak ocenia człowieka, który został redaktorem naczelnym nowego dziennika: „Adam Michnik umiał przekształcić mizerną broszurę związkową w potężny koncern prasowy, jakim jest dzisiaj «Gazeta Wyborcza». Przypuszczam, że opcje «Gazety Wyborczej» nie zawsze mi odpowiadały. Jest w nich warszawko-krakówkowa minoderia, jest «europejskość» w wersji wymizdrzonej i cokolwiek nazbyt łatwej i bezkrytycznej. [...] Zarzuca się często Michnikowi zacieranie granic – bnderszafty z byłymi przeciwnikami politycznymi, zbytnią tolerancję dla onych, rozmiękanie

²³ A. Dudek, *Pierwsze lata III Rzeczypospolitej 1989–1995*, Kraków 1997, s. 33–34.

²⁴ M.F. Rakowski, op. cit., s. 392.

²⁵ B. Wildstein, op. cit., s. 67.

²⁶ M. Karnowski, P. Zaremba, *Koniec świata Redaktora*, „Newsweek Polska” 2005, nr 17, s. 25.

²⁷ „Tygodnik Mazowsze” w Encyklopedii Solidarności, http://www.encyklopedia-solidarnosci.pl/wiki/index.php?title=Tygodnik_Mazowsze (dostęp: 25.04.2011).

idei na salony. Nieprawda, nic tu Michnik nie zdewałowwał. Był to może tylko taki spektakularny protest przeciw ogólnemu zdziczeniu obyczajów”²⁸.

Pierwszy redaktor III Rzeczypospolitej

Pierwszy numer „Gazety Wyborczej” ukazał się 8 maja 1989 roku. Tego dnia Mieczysław F. Rakowski zanotował w swoim dzienniku: „Solidarność na całego «rozkręca» kampanię wyborczą. Nasz obóz spóźnia się. [...] Jeśli nadal będziemy tacy niemrawi i bez polotu, to przegramy wybory”²⁹. Po dziesięciu dniach Rakowski zauważa, że walka przedwyborcza zaostrza się: „Opozycja, łącznie z «Gazetą Wyborczą» redagowaną przez Michnika, staje się coraz bardziej agresywna i demagogiczna. W terenie atakują nas bez pardonu. W istocie mamy do czynienia z walką o władzę. A co na to partia? Nadal jest w defensywie” – podsumował ówczesny premier³⁰.

Wynik wyborów pokazał, że obawy premiera Rakowskiego były słuszne i nie pomylił się on w swoich przewidywaniach. Solidarność odniosła zwycięstwo. Posłem został również Adam Michnik, który wystartował do wyborów z okręgu wyborczego w Bytomiu, gdzie zdobył ponad 70 procent głosów. Mandat poselski wykorzystywał do częstych podróży zagranicznych, m.in. do krajów wciąż pozostających pod rządami komunistycznymi i wpływami ZSRR, stając się niejako apostołem antykomunistycznej rewolucji. Zapisy rozmów, jakie w tym czasie przeprowadzał, pojawiały się na łamach „Gazety Wyborczej” w formie wywiadów³¹. 3 lipca na łamach kierowanego przez siebie dziennika Michnik zamieścił artykuł *Wasz prezydent, nasz premier*, w którym określił, jak według niego powinna zostać podzielona polska scena polityczna. Podstawową tezą artykułu była konieczność zawarcia porozumienia między obozem Solidarności a komunistyczną władzą, na drodze do zmian systemu gospodarczego i politycznego. Adam Michnik stwierdził, że „potrzebny jest układ nowy, możliwy do zaakceptowania przez wszystkie główne siły polityczne. Nowy, ale gwarantujący kontynuację. Takim układem może być porozumienie, na mocy którego prezydentem zostanie wybrany kandydat z PZPR, a teka premiera i misja sformowania rządu powierzona kandydatowi Solidarności”³². Przez niektórych świadków tamtego okresu zawarcie takiego układu było sprzeniewierzeniem się postanowieniom Okrągłego Stołu. Jacek Kurski już jako zaangażowany polityk stwierdził, że takie postępowanie Adama Michnika wynikało z jego obawy przed dojściem prawicy do pełni władzy: „miał szajbę po 1968 r. i obawiał się, że gdy prawica się skryształizuje, do głosu dojdzie antysemicki motłoch”³³.

²⁸ L. Stomma, *Poczet polityków polskich XX wieku*, Warszawa 2000, s. 155.

²⁹ M.F. Rakowski, op. cit., s. 426.

³⁰ Ibidem, s. 433.

³¹ C. Bouyeure, op. cit., s. 308–317.

³² A. Michnik, *Wasz prezydent, nasz premier*, „Gazeta Wyborcza”, 3.07.1989, s. 1.

³³ E. Winicka, *Łuki Kurskiego*, „Polityka” 2005, nr 32, s. 33.

Różne wizje prowadzenia polityki w środowisku solidarnościowych liderów doprowadziły w nim do rozłamów. Kolejne wybory parlamentarne przyniosły wygraną Sojuzsu Lewicy Demokratycznej, partii będącej spadkobierczynią PZPR. Adam Michnik w kolejnych wyborach nie startował. Eksposeł i redaktor naczelny „Gazety Wyborczej” postanowił skupić się na pracy w redakcji i razem z linią programową prowadzonego przez siebie dziennika zajął pozycję między dwoma najostrzej zwalczającymi się środowiskami politycznymi, by stamtąd komentować i wpływać na wydarzenia polskiej sceny politycznej.

Jego umiarkowanie i abolicjonistyczna postawa wobec liderów komunistycznego systemu w PRL już na początku III RP przysporzyły mu przeciwników nie tylko wśród dawnych towarzyszy politycznych i części społeczeństwa, ale także wśród współpracowników z „Gazety Wyborczej”. Najbardziej jaskrawym tego przykładem jest postać Stanisława Remuszki, który w swojej książce *Gazeta Wyborcza. Początki i okolice (kalejdoskop)* opisał kulisy swojej pracy w redakcji kierowanej przez Michnika. Ten dziennikarz i publicysta w redakcji „Gazety Wyborczej” został zatrudniony w czerwcu 1989 roku. Po trzynastu miesiącach, na jego prośbę, stosunek pracy między nim a redakcją został rozwiązany za porozumieniem stron³⁴. Głównym powodem rezygnacji Remuszki z pracy w „Gazecie” było rozczarowanie linią programową, jaką dziennik przyjął po wygranych przez Solidarność wyborach. Remuszko zarzucał redakcji sprzeniewierzenie się opozycyjnym ideałom, a samemu Michnikowi zmianę punktu widzenia bliską zdradzie, a także zawłaszczenie dziennika na swoją użyteczność³⁵. Książka Remuszki zawiera m.in. zbiór artykułów jego autorstwa, które zostały odrzucone przez redakcję „Gazety” i nie ukazały się nigdy na jej łamach. Wśród odrzuconych tekstów przeważają te, w których autor polemizuje z polityką solidarnościowego rządu, porusza temat rozliczeń z komunistyczną władzą i przyszłości postanowień zawartych przy Okrągłym Stole. „«Gazeta» coraz bardziej stała się stroną (i to niesłuszną) wielkiego polityczno-moralnego sporu, który coraz wyraziściej dzielił myślących Polaków” – wspomina początek roku 1990 Stanisław Remuszko. Autor książki zarzuca w niej Michnikowi i prowadzonej przez niego gazecie brak obiektywizmu, cenzurę i selektywny dobór materiałów do druku pod kątem ich użyteczności politycznej. Jako przykład podaje niezamieszczenie na łamach dziennika wyników sondy, w której pytano respondentów w 1990 roku o potrzebę przeprowadzenia w Polsce przedterminowych wyborów prezydenckich. Sonda, w której większość respondentów opowiedziała się za jak najszybszymi wyborami prezydenckimi, nie została ostatecznie opublikowana, gdyż jak uważa Remuszko, jej wyniki były zbyt korzystne dla rozwiązań, z którymi nie zgadzało się kierownictwo „Gazety”³⁶. Relacjonuje też problemy, z jakimi musiał się zmierzyć, gdy dążył do

³⁴ S. Remuszko, *Gazeta Wyborcza. Początki i okolice (kalejdoskop)*, Warszawa 2006, s. 76.

³⁵ Ibidem, s. 72.

³⁶ Ibidem, s. 53.

założenia w redakcji „Gazety” jednostki Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich, czyli jednostki związku zawodowego zrzeszającego dziennikarzy³⁷. W pozostałej części książka Remuszki jest jego prywatną analizą treści, jakie pojawiały się na przestrzeni lat w „Gazecie Wyborczej”, oraz opisem starań autora mających na celu odkrycie fundamentów finansowych spółki Agora S.A. – wydawcy „Gazety”. Z książki Remuszki wyłaniają się przede wszystkim obrazy dwóch postaci. Pierwsza, w tej roli Stanisław Remuszko, to aktywny uczestnik przemian, jakie wydarzyły się w Polsce w latach osiemdziesiątych, człowiek blisko związany z Solidarnością, rozczarowany tym, co spotkało go w latach dziewięćdziesiątych, a co zupełnie nie przystawało do jego wcześniejszych wyobrażeń. Druga postać to makiawelistyczny i niezwykle wpływowy Adam Michnik, szara eminencja III RP, człowiek żyjący w wielkiej sieci powiązań towarzyskich, niedostępny dla przeciętnego śmiertelnika i kształtujący rzeczywistość według własnego upodobania.

Na początku XXI wieku Adam Michnik wrócił na pierwszy plan sceny politycznej za sprawą jednej z najgłośniejszych afer korupcyjnych w historii III RP. Wszystko zaczęło się 6 czerwca 2001 roku, kiedy pracę rozpoczął zespół powołany do skonstruowania projektu nowelizacji ustawy o radiofonii i telewizji³⁸. Najistotniejszymi z punktu widzenia Agory zapisami, jakie na początku 2002 roku pojawiły się w projekcie, były te zabraniające jednemu wydawcy posiadania i sprawowania kontroli jednocześnie nad ogólnopolskim dziennikiem oraz stacją telewizyjną o takim samym zasięgu. W pierwotnym zapisie projektu była mowa o zastosowaniu tego prawa w stosunku do „wydawcy ogólnopolskiego dziennika lub czasopisma”. Jak ustaliła później komisja śledcza badająca tę sprawę, z projektu została wykreślona fraza „lub czasopisma”, otwierając w ten sposób drogę do uzyskania koncesji telewizyjnej wydawcom pism niebędących dziennikami. Na początku 2002 roku media informowały o tym, że Zygmunt Solorz-Żak planuje sprzedać część udziałów w należącej do niego Telewizji Polsat, a w gronie zainteresowanych nabywców znajduje się Agora³⁹. W lipcu tego samego roku dochodzi do spotkania szefowej Agory z Lwem Rywinem, producentem filmowym, blisko związanym z czołowymi politykami SLD, tworzącymi ówczesny rząd. Na spotkaniu Rapaczyńska przedstawiła Rywinowi, na jego prośbę, opis punktów spornych w ustawie i swoje oczekiwania wobec jej kształtu po planowanej nowelizacji. Na kolejnym spotkaniu tej dwójki Rywin złożył szefowej Agory swoją propozycję. Jako jeden z pierwszych sprawę opisał tygodnik „Wprost”: „jak państwo wiedzą, rząd wysmażył ustawę, przez którą «Gazeta Wyborcza» nie będzie mogła kupić Polsatu. W tej sprawie do Wandy

³⁷ Ibidem, s. 57.

³⁸ Uchwała Sejmu Rzeczypospolitej w sprawie sprawozdania Komisji Śledczej do zbadania ujawnionych w mediach zarzutów dotyczących przypadków korupcji podczas prac nad nowelizacją ustawy o radiofonii i telewizji („Monitor Polski” 2004, nr 41, poz. 711).

³⁹ P. Wrabec, *Polsat przed rewolucją*, „Newsweek Polska” 2002, nr 5, s. 52.

Rapaczyńskiej, szefowej Agory, przyszedł znany producent filmowy Lew Rywin. Zaproponował jej, że załatwi, iż rząd zmięknie, ale w zamian on ma zostać szefem Polsatu, Agora kupi jego firmę producencką i sygnie groszem dla SLD, a «Wyborcza» nie będzie atakować rządu. Niezłe, nie?» – pytali dziennikarze tygodnika⁴⁰. Być może, gdyby nie doszło do spotkania z Adamem Michnikiem, na które Lew Rywin wybrał się wkrótce po rozmowie z Rapaczyńską, do całej afery by nie doszło. Na jego nieszczęście redaktor naczelny „Gazety Wyborczej” zarejestrował na dyktafonie przebieg ich rozmowy, podczas której Rywin ponowił swoją propozycję. Częściowy zapis tej wymiany zdań został opublikowany na łamach „Gazety” 27 grudnia 2002 roku, w artykule *Ustawa za łapówkę, czyli przychodzi Rywin do Michnika*⁴¹.

Wiele wątpliwości w opinii licznych polityków, ale i publicystów opisujących te wydarzenia, rodził fakt, że między datą złożenia propozycji korupcyjnej przez Rywina a datą jej ujawnienia na łamach „Gazety” minęło blisko pięć miesięcy. „O sprawie huczało w środowisku medialnym, w kuluarach Sejmu, wśród polityków od kilku miesięcy. Była jednym z najbardziej tajemniczych wątków dotyczących nowelizowanego właśnie w Sejmie prawa medialnego [...]. Dlaczego «Gazeta» opisała to dopiero teraz?» – pytali dziennikarze „Rzeczpospolitej”⁴². „To skandal, że «Gazeta» ujawnia tę próbę korupcji po pół roku. Redaktor naczelny «Gazety» w momencie, kiedy nagrał kasetę, powinien ją zanieść do prokuratora” – grzmiał na antenie Radia Zet poseł Polskiego Stronnictwa Ludowego Marek Sawicki, podczas audycji *Siódmy dzień tygodnia*⁴³. Redakcja „Gazety” tłumaczyła się z postawionych jej zarzutów, jeszcze zanim one zostały sformułowane, w pierwszym artykule opisującym sprawę: „początkowo chcieliśmy opublikować rozmowę Michnik–Rywin od razu. To odruch wyniesiony z opozycji demokratycznej: dzieje się coś strasznego, więc pisz o tym. Ale gazety nie publikują od razu wszystkich informacji. Chcieliśmy zweryfikować wersję Rywina, odkryć, czy pomysł łapówki powstał w jego głowie, czy może rzeczywiście jest tylko listonoszem. A jeśli tak, to kto jest faktycznym autorem tej propozycji?”⁴⁴.

Zaraz na początku 2003 roku Sejm powołuje komisję śledczą do zbadania tej sprawy. Była to pierwsza sejmowa komisja śledcza powołana w III RP. W jej skład wszedł m.in. ówczesny polityk Platformy Obywatelskiej Jan Maria Rokita. Podstawowym zadaniem postawionym przed komisją było zbadanie, jaki udział w aferze brali politycy i przedstawiciele najwyższych władz w państwie, oraz ustalenie roli, jaką pełnili w niej Adam Michnik, redakcja „Gazety Wyborczej” i władze Agory. Na posiedzeniach komisji transmitowanych przez TVP wśród osób, które odpowiadały

⁴⁰ R. Mazurek, I. Zalewski, *Z życia koalicji*, „Wprost” 2002, nr 36, s. 8.

⁴¹ P. Smoleński, *Ustawa za łapówkę czyli przychodzi Rywin do Michnika*, „Gazeta Wyborcza”, 27.12.2002, s. 3.

⁴² L. Zalewska, *Medialne tajemnice*, „Rzeczpospolita”, 28–29.12.2002 r., s. A3.

⁴³ *Trzeba wszystko wyjaśnić*, „Gazeta Wyborcza”, 30.12.2002, s. 7.

⁴⁴ P. Smoleński, op. cit., s. 5.

na jej pytania, znaleźli się m.in. prezes Agory Wanda Rapaczyńska, premier Leszek Miller, prezes zarządu TVP Robert Kwiatkowski, dziennikarze „Gazety Wyborczej” oraz – kilkakrotnie – jej redaktor naczelny. „Przez kilka dni przed sejmową komisją Adam Michnik w pocie czoła musiał udowadniać, że nie jest wielbłądem. To przykre. Michnik bowiem swoją uczciwość i bezinteresowność już udowodnił. Na przykład latami więzienia. [...] Ta budząca wielkie emocje afery najpierw nazywana była «afery Rywina». Nie tak dawno zasłużony dziennik «Trybuna» nazwał ją «afery Rywina i Michnika». Logika każe przypuszczać, że wkrótce będzie się mówić o «afery Michnika»” – komentował przesłuchania swojego byłego szefa Antoni Pawlak, ówczesny publicysta tygodnia „Newsweek Polska”, który w latach 1989–1993 pracował w redakcji „Gazety Wyborczej”⁴⁵. Jan Maria Rokita, członek sejmowej komisji śledczej, już po zakończeniu jej działalności wyraził swój żal, że Michnik nie zdecydował się ujawnić wszystkich znanych mu szczegółów na temat afery, zasłaniając się tajemnicą dziennikarską: „z jednej strony jest Michnik pogromcą korupcji, autorem patetycznego przemówienia przed komisją śledczą o dwóch Polkach – uczciwej i skorumpowanej. [...] I z drugiej strony jest Michnik, który ukrywa winy Kwaśniewskiego i Millera, a w obliczu prostych pytań wywołuje awantury i krzyczy, że on nie musi zeznawać. Michnik, który ponad prawem, sądami i komisjami sejmowymi chce rozstrzygnąć ostatecznie o winie i niewinności”⁴⁶.

Ostatnie posiedzenie komisji śledczej odbyło się 4 kwietnia 2004 roku. W procesie karnym Lew Rywin został skazany na dwa lata więzienia i 100 tys. zł. grzywny. Cała afery co prawda stała się gwoździem do trumny rządów SLD, jednak nie dokonała takiego spustoszenia na scenie politycznej, jakiego spodziewali się jej obserwatorzy⁴⁷. Straty, przede wszystkim wizerunkowe, poniosła również „Gazeta Wyborcza”, która wprawdzie poinformowała społeczeństwo o aferze, jaka miała miejsce na styku polityki, mediów i biznesu, jednak sama stała się jej uczestnikiem i dysponentem wiedzy na jej temat. Tę wiedzę przez długi czas starała się zachować wyłącznie dla siebie, rodząc podejrzenia co do obiektywności i czystych intencji redakcji kierowanej przez Adama Michnika. Trzy lata po ujawnieniu afery autor artykułu *Ustawa za łapówkę...* Paweł Smoleński stwierdził: „zapewne dziś działalibyśmy inaczej, pewnie tekst ukazałby się wcześniej. Nie zapominajmy jednak, że ta afery była potem omawiana przez wszystkie gazety europejskie. Po cholere było robić taki prezent Polsce w momencie, gdy dopinaliśmy najważniejszą część negocjacji z Unią?”⁴⁸. Publicysta Piotr Zaremba podkreśla, że afery Rywina okazała się przełomowym wydarzeniem dla środowiska dziennikarzy: „lata dziewięćdziesiąte

⁴⁵ A. Pawlak, *Usadzić Michnika*, „Newsweek Polska” 2003, nr 9, s. 112.

⁴⁶ M. Karnowski, P. Zaremba, *Alfabet Rokity*, op. cit., s. 111.

⁴⁷ M. Majewski, A. Marszałek, L. Zalewska, *W sieci zależności*, „Rzeczpospolita”, 13.01.2003, s. A4.

⁴⁸ A. Skworz, *Wiara i wina*, „Press” 2005, nr 12, s. 59.

ubiegłego wieku z jednej strony były złotym okresem dla dziennikarzy – mieli w redakcjach większą autonomię, bardziej się z nimi liczone – ale jednocześnie więcej było tematów tabu. Sfery związków polityki z biznesem czy z mediami we wpływowym mediach dotykano niesłychanie powierzchownie, o tym nie wypadało pisać. Afera Rywina była przełomem. W tej chwili większość mediów wie, że mogą pytać nawet o sprawy rodzinne⁴⁹.

„Gazeta Wyborcza” i osoba jej redaktora naczelnego dla jednych stała się symbolem odejścia od komunizmu. Dla innych Adam Michnik okazał się zdrajcą, który zbratał się z byłymi oprawcami i używa swojej gazety do rozgrzeszania ich występów. „Adam Michnik swój kapitał zainwestował w rehabilitowanie komunizmu, w Jaruzelskiego, Kiszczaka, Kwaśniewskiego, Cimoszewicza, w zakłamywanie pojęć [...] Adam Michnik przez kilkanaście lat uparcie inwestował w złe przedsięwzięcia, i w końcu wszystko przepuścił. Stracił zasługi, zaufanie, dobre imię, i na końcu twarz” – ocenił Michnika Rafał A. Ziemkiewicz w podsumowaniu jednej ze swoich książek⁵⁰. Zdaniem Ziemkiewicza, redaktor naczelny „Gazety” wykorzystał potencjał kierowanego przez siebie pisma, by zrehabilitować komunistów w oczach społeczeństwa i umożliwić funkcjonowanie strukturom postkomunistycznym. Trudno sobie wyobrazić, jaką wściekłością musiał zareagować ten dziennikarz i publicysta o prawicowych poglądach, gdy dowiedział się, że prezydent Bronisław Komorowski uhonorował Adama Michnika w listopadzie 2010 roku Orderem Orła Białego. Dzięki temu wydarzeniu redaktor naczelny „Gazety Wyborczej” uzyskał zapewnienie, że jego miejsce w polskiej historii jest niepodważalne. Sam Adam Michnik wydaje się zadowolony z własnych dokonań i miejsca, jakie zajęła Polska po ponad dwudziestu latach od upadku PRL. Podkreślił to w wywiadzie z maja 2011 roku: „Minęły 22 lata. To tyle, ile minęło od powstania warszawskiego do listu biskupów polskich do niemieckich – epoka. [...] Uważam te 22 lata za wielki sukces Polski. Oczywiście, jak się to obejrzy z bliska, to nie wygląda wszędzie tak dobrze, ale z perspektywy historycznej mamy najlepsze 22 lata w historii”⁵¹.

Posel bez mandatu – o. Tadeusz Rydzyk

Rzeczpospolita Polska nie jest krajem wyznaniowym. Nie ma w Polsce religii uznawanej za państwową. Równouprawienie Kościołów i związków wyznaniowych oraz „bezstronność w sprawach przekonań religijnych, światopoglądowych i filozoficznych” gwarantuje art. 25 Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej z 1997 roku⁵². Nie

⁴⁹ M. Przełomiec, *Zawód: saper*, „Press” 2005, nr 11, s. 30.

⁵⁰ R.A. Ziemkiewicz, *Michnikowszczyzna. Zapis choroby*, Warszawa 2006, s. 385.

⁵¹ P. Najsztub, *Najsztub pyta Adama Michnika*, „Wprost” 2011, nr 19, s. 36.

⁵² Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 2 kwietnia 1997 roku (Dz. U. 1997, nr 78, poz. 483).

ulega jednak wątpliwości, że najliczniejszą grupę wyznaniową w Polsce stanowią katolicy i pod pojęciem Kościół najczęściej kryje się instytucja, której najwyższy zwierzchnik zasiada w Watykanie. Ma to również swoje odzwierciedlenie w środowisku mediów, w którym katolickie środki masowego przekazu ugruntowały swoją pozycję już na początku kształtowania się polskiego systemu medialnego.

Gazetami, które stały się kamieniami milo wymi w dziejach polskiej prasy, były „Uprzywilejowane Wiadomości z Cudzych Krajów” i „Kurier Polski”. Moment ich powstania w 1729 roku jest jednocześnie początkiem stałego ukazywania się polskiej prasy. Obie powstały z inicjatywy zakonu pijarów, któremu król August II Mocny zapewnił monopol na wydawanie gazet informacyjnych⁵³. 200 lat później, przed wybuchem drugiej wojny światowej, na polskim rynku wydawniczym ukazywało się 199 periodyków katolickich, co w owym czasie dawało wynik przekraczający 25 procent udziału na polskim rynku prasowym. Ten udział został skutecznie zmniejszony przez powojenne władze komunistyczne. Dopiero wybór Polaka na papieża w 1978 roku dał nadzieję na choćby częściowe odrodzenie się mediów katolickich w PRL. To i kolejny przełom w sierpniu 1980 roku sprawiły, że z końcem lat osiemdziesiątych w Polsce oficjalnie działało już 135 pism katolickich. P od koniec kolejnej dekady ta liczba powiększyła się ponad dwukrotnie⁵⁴. Nieco mniejszy wybór miały osoby poszukujące w Polsce katolickich nadawców radiowych i telewizyjnych. W tym sektorze prym wiodły media z toruńskim rodowodem, kierowane przez zakon Ojców Redemptorystów, czyli Radio Maryja i działająca od 2003 roku Telewizja Trwam.

W maju 1989 roku Sejm przyjął tzw. ustawy wyznaniowe, które dały Kościołowi i innym związkom wyznaniowym niezależność od władz państwowych i gwarancję wolności sumienia i wyznania. Od tej pory, dzięki zapisom w art. 19 ustawy o gwarancjach wolności sumienia i wyznania, Kościół mógł „nauczać religii i głosić ją, w tym za pomocą prasy, książek i innych druków, oraz filmów i środków audiowizualnych”. Dodatkowo Kościół mógł „korzystać ze środków masowego przekazywania”⁵⁵. Niezależność w swoich działaniach Kościołowi gwarantował art. 2 ustawy o stosunku Państwa do Kościoła Katolickiego w PRL, wedle którego „Kościół rządzi się w swych sprawach własnym prawem, swobodnie wykonuje władzę duchowną i jurysdykcyjną oraz zarządza swoimi sprawami”⁵⁶. Ustawy wyznaniowe, które powstały jeszcze w PRL, zostały recypowane przez nowy ustrój i utrzymane w mocy po wprowadzeniu Konstytucji w 1997 roku.

⁵³ L. Piwońska-Pykała, *Prasa polska do 1795 r.*, [w:] D. Grzelewska i in., *Prasa, radio i telewizja w Polsce. Zarys dziejów*, Warszawa 2001, s. 14.

⁵⁴ A. Drzał-Sierocka, *Moralizatorstwo czy transcendencja? Obraz religii i Kościoła w polskiej telewizji*, [w:] *Media audiowizualne*, red. W. Godzic, s. 380–381.

⁵⁵ Ustawa z dnia 17 maja 1989 r. o gwarancjach wolności sumienia i wyznania (Dz. U. 1989, nr 29, poz. 155).

⁵⁶ Ustawa z dnia 17 maja 1989 r. o stosunku Państwa do Kościoła Katolickiego w Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej (Dz. U. 1989, nr 29, poz. 154).

Z nowego prawa skorzystał m.in. redemptorysta z Torunia, ojciec Tadeusz Rydzyk, który w 1991 roku założył rozgłośnię Radio Maryja. W pierwszym okresie była to stacja działająca jako radio lokalne, jednak szybko zaczęła rozprzestrzeniać nadawanie programu na kolejne obszary kraju. Już na tym etapie ujawnił się niezwykle zmysł organizacyjny o. Tadeusza Rydzyka. Redemptorysta zastosował strategię, której nie powstydziliby się żaden dyrektor komercyjnego radia. Będąc szefem rozgłośni, proponował okolicznym biskupom, którzy w swoich diecezjach nie uruchomili jeszcze lokalnej katolickiej rozgłośni, by korzystali oni z częstotliwości zajmowanej przez Radio Maryja. Strategia odniosła skutek i rozszerzała się na kolejne diecezje, a Radio Maryja w tym samym czasie poszerzało grono odbiorców i zdobywało zezwolenia na otwieranie następnych stacji. Taki plan i szybkość, z jaką był realizowany, ograniczał jednocześnie pole manewru dla ewentualnej konkurencji. Dzięki temu już w 1994 roku o. Rydzyk, nazywany Ojcem Dyrektorem, otrzymał koncesję zezwalającą Radiu Maryja na ogólnopolskie nadawanie swojego programu⁵⁷. Szybki rozwój rozgłośni był nie tylko efektem wyjątkowych umiejętności organizacyjnych i determinacji o. Rydzyka, ale także społecznego zapotrzebowania na taką stację. Jak podkreśla socjolog Mirosława Grabowska, „w czasach PRL [...] Kościół był zjednoczony wobec komunistycznego systemu i niejako spajany przezeń od zewnątrz. Po roku 1989 zaczęła się różnicować, kształtowały się specyficzne style duszpasterskie i wzorce religijności. Należało się tego spodziewać, że – obok katolicyzmu, jaki znamy z «Tygodnika Powszechnego» czy «Więzi» – pojawi się także religijność tradycyjna czy wręcz zamknięta, kurczowo trzymająca się tożsamości narodowej, z poczuciem zagrożenia przez świat zewnętrzny i nowoczesność”⁵⁸. Wielu z tych, którym ten drugi rodzaj religijności jest bliższy, znalazło swoje miejsce przy radioodbiornikami, słuchając Radia Maryja. Bliska identyfikacja słuchaczy ze stacją spowodowała powstanie Rodziny Radia Maryja oraz Kół Przyjaciół Radia Maryja. Jak się okazało kilkanaście lat później, ta Rodzina stała się jedną z najbardziej wpływowych rodzin w polskim życiu politycznym, ciągle poszerzającą sieć swoich wpływów.

Jak wygląda typowy profil słuchacza toruńskiej rozgłośni i potencjalnego członka Rodziny? Stanisław Burdziej, socjolog związany z Toruniem, wskazuje kilka opinii na ten temat funkcjonujących w świadomości społecznej. Słuchaczami Radia Maryja w opinii wielu są osoby neurotyczne, dla których słuchanie stacji stało się rodzajem psychoterapii. Środowisko skupione wokół „Gazety Wyborczej” promuje teorię, wedle której członkowie Rodziny stanowią „ucieleśnienie polskich kompleksów” i strachu przed światem zewnętrznym (szczególnie tym na zachód od Odry) oraz zagrożenie dla demokracji. Określenie opisujące słuchaczy Radia Maryja, jakie zdobyło chyba największą popularność, to „moherowe berety”. Odnosi się ono do osób starszych, głównie rencistek i emerytek, często niewykształconych i z racji wieku

⁵⁷ E. Bobrowska, *Obrazowanie społeczeństwa w mediach. Analiza radiomaryjnego dyskursu*, Kraków 2007, s. 41.

⁵⁸ M. Grabowska, *Radio Maryja – polska prawica religijna*, „Znak” 2008, nr 9, s. 11.

nieproduktywnych⁵⁹. Ich podstawową cechą charakterystyczną są moherowe nakrycia głowy. Jak podkreśla Stanisław Burdziej, mimo że wydają się to być opinie stereotypowe, to znajdują one potwierdzenie w statystykach. Nazwa „moherowe berety” szybko trafiła do dyskursu medialnego i politycznego. Donald Tusk, zanim został premierem, w 2005 roku jeszcze jako poseł, podczas dyskusji nad *exposé* premiera Kazimierza Marcinkiewicza, nazwał nową koalicję rządową „moherową koalicją”. Wynikało to między innymi z tego, że przedstawiciele ugrupowań współtworzących ówczesny rząd pod kierownictwem Prawa i Sprawiedliwości byli częstymi gośćmi w programach stacji. Środowisko słuchaczy Radia Maryja na stałe zostało skojarzone z elektoratem tych ugrupowań, a o. Tadeusz Rydzyk stał się osobą, o której poparcie zabiegała coraz większa liczba prawicowych polityków. Tym bardziej że na przestrzeni lat zdobył on opinię człowieka dysponującego doświadczeniem, które pozwala mu wprowadzić wybranych polityków do parlamentu.

W 1997 roku jego rekomendacja przydała się blisko 30 politykom Akcji Wyborczej Solidarność, którzy zajęli miejsca w parlamentarnych ławach. Gdy cztery lata później sondażowe poparcie nie dawało koalicji AWS szans ani na uzyskanie w nowym rozdaniu znaczącej ilości mandatów poselskich, ani nawet na wejście do parlamentu, ojciec Rydzyk, który do tej pory był ich jawnym zwolennikiem, przestał zapraszać polityków AWS do swojego studia. Zamiast nich, tuż przed wyborami, niemal codziennymi gośćmi w studio byli przedstawiciele nowej formacji – Ligi Płbskich Rodzin – skłeczonej z różnych mniejszych ugrupowań, które samodzielnie nie miały szansy zaistnieć na polskiej scenie politycznej. Jeden z nich, współzałożyciel formacji i późniejszy prezes partii Marek Kotlinowski, wcześniej był człowiekiem zupełnie anonimowym. Po wyborach, w wyniku których LPR jako ostatnia partia dostała się do Sejmu, został szefem klubu parlamentarnego LPR i jedną z najbardziej rozpoznawalnych osób podczas tej kadencji Sejmu. Ojciec Dyrektor mianował go w tym czasie swoim pełnomocnikiem⁶⁰. Wybory w 2001 roku zakończyły niejedną polityczną karierę. Szczególnie odczuli to parlamentarzyści związani z AWS, którym swojej łaski odmówił dyrektor Radia Maryja. Koalicyjny Komitet Wyborczy Akcja Wyborcza Solidarność Prawicy, zgodnie z przepisami art. 133 ordynacji wyborczej do Sejmu i Senatu⁶¹, potrzebował 8 procent ważnie oddanych głosów poparcia w skali kraju, aby mieć zagwarantowane miejsce w Sejmie. Koalicja AWS uzyskała jedynie 5,60 procent tych głosów. Oczko wyżej, w końcowym rozrachunku wyborczym, uplasowała się Liga Polskich Rodzin, która uzyskała 7,87 procent ważnie oddanych głosów, przy 5-procentowym progu wyborczym ustalonym dla partii⁶².

⁵⁹ S. Burdziej, *Radio Maryja a społeczeństwo obywatelskie*, „Znak” 2008, nr 9, s. 21.

⁶⁰ M. Karnowski, *Wódz szerzej nieznanym*, „Newsweek Polska” 2001, nr 6, s. 15.

⁶¹ Ustawa z dnia 12 kwietnia 2001 r. ordynacja wyborcza do Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej i Senatu Rzeczypospolitej Polskiej (Dz. U. 2001, nr 46, poz. 499).

⁶² Wyniki przedstawione przez Państwową Komisję Wyborczą, http://www.pkw.gov.pl/wybory/2001/sjg2_k.html (dostęp: 20.04.2011).

W 2001 roku dzięki poparciu Ojca Dyrektora, po zaledwie czterech miesiącach istnienia, Liga Polskich Rodzin po raz pierwszy znalazła się w Sejmie. Rok później stosunki między partią a kapłanem zmieniły się dramatycznie. Na czołową osobę w partii zaczął wyrastać Roman Giertych, który postanowił uniezależnić partię od wpływów ojca Rydzyka. Bez porozumienia z nim ustanawiał kolejność na listach wyborczych w wyborach samorządowych w 2002 roku, co nie spodobało się redemptoryście z Torunia. „Partia z Polską w nazwie” mówił z przekąsem o Lidze Polskich Rodzin Ojciec Dyrektor. Gdy na antenie swojego radia wygłosił oświadczenie, w którym stwierdził, że „rozgłaszanie przez jednostki lub ugrupowania, że ich popieramy, jest nieprawdą”, to zdanie stało się sygnałem dla słuchaczy Radia, że LPR nie jest partią, przy kandydatach której należy stawiać krzyżyk na listach wyborczych⁶³. Za bardziej wartościowych byli uznawani wówczas przez niego politycy partii założonej przez braci Lecha i Jarosława Kaczyńskich – Prawa i Sprawiedliwości. Do sprawy cztery lata później odniósł się również lider LPR Roman Giertych, który stwierdził: „nigdy nie dostaliśmy żadnego wsparcia ze strony ojca Rydzyka. [...] Ojciec Rydzik zawsze wspierał naszych konkurentów: AWS, Antoniego Macierewicza, a ostatnio już tylko PiS”⁶⁴.

Cztery lata po swoim debiucie, mimo niechęci ojca Rydzyka, LPR ponownie znalazła się w Sejmie. Weszła również w skład „moherowej koalicji”⁶⁵. Redemptorysta w jednym z wywiadów odniósł się do sprawy nazywania jego słuchaczy „moherowymi beretami” i skrytykował jednocześnie opozycyjnych polityków: „Wmawiają, że jestem oszustem, fundamentalistą, imputują mi nieposłuszeństwo Kościołowi, działanie na szkodę ludzi. Mogę znieść wszystkie oszczerstwa, bo jestem księdzem katolickim. [...] Ale dlaczego poniżają innych, słuchaczy Radia Maryja, wyśmiewają ich, traktują jak ludzi innej kategorii, jakby w Polsce była kastowość?”. Ojciec Dyrektor z jednej strony martwił się o wprowadzanie podziałów między Polakami, a z drugiej strony pozwalał na to, by na antenie kierowanej przez niego stacji padały słowa o tym, że Polską rządzi „mafia żydowsko-masońska”, a wszelkie przejawy liberalnej polityki to według niego „następny system totalitarny, socjalizm bez Boga”⁶⁶. Ojciec Rydzik wkrótce po raz kolejny udowodnił, że jest sprawnym strategiem. Określenie „moherowe berety” stało się w 2005 roku hasłem, które posłużyło do mobilizacji słuchaczy Radia Maryja przeciwko tym, którzy chcieli użyć moheru do zdyskredytowania polityków związanych z Rydzykiem. „Niech żyje moherowa koalicja! Widzę moherowe berety! Brawo! Kto ma moherowy beret, ręce do góry!”⁶⁷ – wołał Ojciec Dyrektor do tłumów słuchaczy, którzy przybyli do Torunia świętować 14-lecie stacji. Od tej pory moherowe berety

⁶³ M. Karnowski, *Bez miłosierdzia dla LPR*, „Newsweek Polska” 2002, nr 36, s. 2.

⁶⁴ M. Karnowski, *Roman z młodzieńcami*, „Newsweek Polska” 2006, nr 16, s. 26.

⁶⁵ O. Wysocka, *Populizm i Radio Maryja*, „Znak” 2008, nr 9, s. 68.

⁶⁶ Ibidem, s. 69.

⁶⁷ Cyt. za: T. Lis, *Polska, głupcze!*, Warszawa 2006, s. 124.

stały się sztandarem, który był niesiony na pole politycznej walki. Politolog Olga Wysocka wskazuje, że w przypadku mediów kierowanych przez o. Rydzyka mamy do czynienia z sytuacją, w której polityka stała się spoiwem łączącym religię i populizm⁶⁸.

„Moherowa koalicja” od samego początku musiała mierzyć się nie tylko z politycznymi atakami opozycji parlamentarnej, ale również z wewnętrzną niejednorodnością. Politycy LPR i PiS wcielili się w role zalotników, starających się jednocześnie o względy jednej osoby – ojca Tadeusza Rydzyka. Samoobrona RP, czyli trzecia partia tworząca koalicję, nie odegrała w tej rywalizacji znaczącej roli. Jarosław Kaczyński przy wielu okazjach zwracał uwagę na istotny wkład Radia Maryja w tworzenie najnowszej historii państwa polskiego i podkreślał zbieżność między programem politycznym jego partii a wartościami propagowanymi przez toruńską rozgłośnię. Roman Giertych z kolei uważał media namaszczone przez ojca Rydzyka za wolny głos niosący prawdę i stawiający opór nadmiernemu złagodzeniu obyczajów. Dziennikarze Radia Maryja i Telewizji Trwam jako jedyni mieli możliwość relacjonowania na żywo podpisania przez przedstawicieli trzech partii tzw. paktu stabilizacyjnego, który miał umożliwić sprawne działanie mniejszościowemu rządowi Jarosława Kaczyńskiego. Podpisanie tego paktu stało się załącznikiem powstania późniejszej koalicji rządowej PiS, LPR i Samoobrony⁶⁹. Ojciec Rydzyk, świadomy rywalizacji między partiami o jego względy, pozwalał sobie na ostrą ich krytykę, gdy te postępowały wbrew jego woli. Gdy politycy PiS, a także para prezydencka Lech i Maria Kaczyńscy, zajęli stanowisko postulujące zaniechanie zmian przepisów konstytucyjnych dotyczących ochrony życia poczętego na bardziej restrykcyjne, Ojciec Dyrektor oskarżył ich o oszukiwanie wyborców, robienie krzywdy Kościołowi oraz sianie zgorzenia. W reakcji na wieść o poparciu przez Marię Kaczyńską petycji w tej sprawie, ojciec Rydzyk stwierdził na antenie radiowej, że „to był skandal i nie nazywajmy tego inaczej, nie nazywajmy nigdy, że szambo jest perfumierią”⁷⁰. Wśród polityków koalicji zapanowała konsternacja. Politycy LPR tłumaczyli, że Ojciec Dyrektor, mimo że nieco przesadził, miał prawo użyć ostrych słów. Z kolei środowisko PiS w większości przemilczało słowa redemptorysty, obawiając się, że zbytnia krytyka jego stanowiska może zaszkodzić stosunkom między nim a partią.

Jak się okazało w 2007 roku, „moherowa koalicja” była znacznie mniej trwała niż wełna z kóz angorskich, z której wykonane są słynne nakrycia głowy, i rozpadła się po dwóch latach istnienia. Konieczne okazało się rozpisanie przedterminowych wyborów parlamentarnych. Tuż przed wyborami, w październiku 2007 roku, wśród przyszłych wyborców za pośrednictwem Internetu i wiadomości SMS krążyło hasło: „Idą wybory. Uratuj Polskę. Zabierz babci dowód”. Był to oczywiście żart, ale

⁶⁸ Ibidem, s. 66.

⁶⁹ K. Kowalczyk, *Problematyka wolności mediów i ładu medialnego w ujęciu Prawa i Sprawiedliwości oraz Ligi Polskich Rodzin*, [w:] *Oblicza polskich mediów po 1989 roku*, red. L. Pokrzycka, B. Romiszewska, Lublin 2008, s. 50–51.

⁷⁰ Ibidem, s. 52.

jednocześnie stał się on jasnym sygnałem płynącym od części społeczeństwa, że należy nie dopuścić do ponownej wygranej Prawa i Sprawiedliwości. „Ci, którzy szerzą tego rodzaju bardzo niedobre i bardzo głupie żarty, podnoszą rękę na was, ale podnoszą rękę także na cały naród polski” – mówił premier i czołowa postać w PiS Jarosław Kaczyński na jednym ze spotkań z wyborcami⁷¹. Autorem hasła okazał się informatyk, który swoje przemyślenia spisywał na prowadzonej przez siebie stronie internetowej. W opublikowanym tekście podzielił starsze pokolenie na trzy grupy. Jedną z nich są według niego „Nasłuchujący Radiolodzy”. Według jego definicji jest to grupa społeczna „dobrze podporządkowana i niemalże karna. Nasłuchując fal pewnego Radia, bez własnych większych przemyśleń idą i głosują na tych, którzy występują w owym medialnym tworze. W zależności od tego, które wybory były, głosowali na Solidarność Krzaklewskiego, Ligę Polskich Rodzin Giertycha, Prawo i Sprawiedliwość braci Kaczyńskich. Wszystko zależy od aktualnego «humoru» przewodniczącego tego organizmu. Oczywiście wszyscy, którzy są «przeciw», są diabłami wcielonymi, a ci, którzy jeszcze wczoraj byli «cacy», dziś przekształcają się w czarownice”⁷². Czy faktycznie jeden zakonnik, za pośrednictwem środków masowego przekazu, mógł uzyskać tak duży wpływ na kształt polskiej sceny politycznej?

W 2001 roku w Toruniu powstała Wyższa Szkoła Kultury Społecznej i Medialnej – niepubliczna uczelnia, której właścicielem jest założona m.in. przez o. Tadeusza Rydzyka Fundacja Lux Veritatis. Na początku 2003 roku medioznawcy, pytani o liderów na polskim rynku radiowym, bez zastanowienia wskazywali na dwa nazwiska: Stanisław Tyczyński i Tadeusz Rydzyk. Obaj dysponowali kapitałem godnym pozazdroszczania. Pierwszy, założyciel komercyjnego radia RMF FM, miał do dyspozycji olbrzymi kapitał finansowy. Dyrektor Radia Maryja posiadał zdeterminowany kapitał ludzki, czyli fanatycznie oddanych i posłusznych słuchaczy⁷³. Obaj w tym czasie planowali uruchomienie ogólnopolskiej telewizji pod własnym sztandarem. Ojcu Rydzykowi się powiodło, Tyczyńskiemu – nie. W 2003 roku Fundacja otrzymała koncesję na nadawanie programu Telewizji Trwam.

Nie było zaskoczeniem dla nikogo, że część programów TV Trwam stała się telewizyjnym odpowiednikiem pierwowzorów z anteny Radia Maryja. Za prasowy organ rozgłośni uznawany jest natomiast „Nasz Dziennik”, który formalnie jest pismem niezależnym, jednak jego dziennikarze są stałymi bywalcami audycji radia kierowanego przez redemptorystów. Tak rozbudowana i sukcesywnie powiększana infrastruktura medialna doczekała się określenia „imperium medialnego ojca Rydzyka”. Szymon Hołownia, dziennikarz i publicysta często zajmujący się tematyką kościelną, twierdzi, że potęgą ojca Rydzyka jest mitem, i zastanawia się: „jak to się stało, że skromny redemptorysta z Torunia w ciągu całej ostatniej dekady okupuje

⁷¹ „Fakty”, TVN, 4.10.2007.

⁷² <http://trwam.net/index.php/Pyskowki/Ida-wybory.-Uratuj-kraj.html> (dostęp: 10.04.2011).

⁷³ Sz. Hołownia, V. Ozminkowski, *Apetyt na telewizję*, „Newsweek Polska” 2003, nr 1, s. 84.

tak dużo miejsca w świadomości ludzi, którzy zupełnie go nie znają? Gdy przyjrzyć się na zimno badaniom – nie da się już dłużej bronić mitu o rzekomym rządzie dusz. W skali kraju wskaźnik słuchalności Radia Maryja nie przekracza bowiem 3 procent (dla porównania największe stacje komercyjne mają ponad 20 procent). Telewizja «Trwam» – w zamierzeniu koń trojański rydzykowego imperium – kona w bólach praktycznie od momentu, gdy się narodziła. [...] Nawet jeśli radia słucha milion osób, to liczba tych, którzy są mu oddani i ślą comiesięczny przekaz (tak zwana Rodzina Radia Maryja), liczy pewnie nie więcej niż jakieś dwieście tysięcy dusz. Gdyby zaś ojciec Rydzyk chciał robić schizmę (jak mu to przepowiadano), zostanie z ułamkiem tych dwustu tysięcy. [...] Potęga ojca Rydzyka nie jest więc faktem. Jest mitem. Gdy przymyślałem kolejny tekst o Rydzyku, jeden z ekspertów przyznał, że nie słucha Radia Maryja i wie tylko tyle, ile o nim przeczytał. Na tej podstawie sprawnie nakreślił jednak obraz Ojca Dyrektora jako potwora niszczącego polski naród [...]. Dlaczego tak się dzieje?⁷⁴

Bez wątpienia nie miały wpływ na stan rzeczy, o jakim pisze Hołownia, mają odbiory mediów „rydzykowego imperium”. Ta grupa społeczna stała się swego rodzaju gronem zaślepionych wielbicieli, którzy swoim zachowaniem często przypominają fanów gwiazd popkultury, przy czym są niezwykle determinowani i zorganizowani. Niejednokrotnie dali temu wyraz. W 1997 roku ojciec Rydzyk został wezwany przez prokuraturę na przesłuchanie w sprawie „lżenia i poniżania władzy i nawoływania do naruszania nietykalności cielesnej posłów”. Ojciec Rydzyk zignorował kolejne wezwania do prokuratury, czego skutkiem było wydanie nakazu doprowadzenia. To wystarczyło, by w radiomaryjnym środowisku zawrzało, i szybko zaczęto doszukiwać się analogii tej sytuacji do prześladowań, jakim byli poddani księża w czasach PRL. Pikiety „wyznawców” ojca Tadeusza stały pod budynkami prokuratury w wielu polskich miastach. Ministerstwo Sprawiedliwości zostało zasypane ponad setką tysięcy listów z protestami obywateli. W tym czasie ojciec Tadeusz wyjechał do USA. Ostatecznie nakazu nigdy nie wykonano, a sprawę umorzono⁷⁵.

Wymarzeni wrogowie

Jan Maria Rokita w latach dziewięćdziesiątych, jeszcze jako polityk Unii Wolności, znalazł się na liście polityków w „szczególnie nikczemnych”, walczących o zabijanie nienarodzonych dzieci. Listę stworzyła redakcja Radia Maryja i rozpowszechniała ją w trakcie swoich audycji. Blisko 10 lat po tym wydarzeniu polityk nie miał wątpiwości, że ojciec Rydzyk poprzez swoją działalność stał się nie tylko kapłanem, ale także e jednym z polityków, którzy mają realny wpływ na przebieg politycznej gry. Według

⁷⁴ Sz. Hołownia, *Kościół dla średnio zaawansowanych*, Warszawa 2004, s. 138.

⁷⁵ M. Karnowski, Sz. Hołownia, *Wojna o dusze*, „Newsweek Polska” 2002, nr 37, s. 11–12.

niego dyrektor Radia Maryja „za pomocą stworzonego medium jest w stanie w dowolnym momencie wkraczać w życie polityczne ze słowem dla znacznej części opinii publicznej decydującym, jest w stanie mówić: oni, a nie tamci, ten, a nie tamten. I ludzie tego chcą słuchać. Rydzyk jest także zdolny [...] do uczestnictwa w realnej politycznej grze, tworzenia i rozbijania partii, wskazywania kandydata na prezydenta, obalania przywódców”⁷⁶. Jego opinię podziela publicystka Janina Paradowska: „Ojciec dyrektor zawsze bardziej niż własnej partii chciał mieć wpływ na te istniejące. Dlatego bezwzględnie oddanych mu ludzi umieszczał w AWS czy w PiS”⁷⁷. Jan Maria Rokita porównuje osobę zakonnika z Torunia do redaktora naczelnego „Gazety Wyborczej” – Adama Michnika. Według Rokity tym, co ich łączy, jest to, że celem tak jednego, jak i drugiego „jest tworzyć w społeczeństwie swoje partie, ukryte, nieformalne, pociągające jednocześnie za dwa polityczne sznurki. Pierwszy – nieformalne wpływy polityczne obu redaktorów. Drugi – kształtowanie ludzkich dusz poprzez w pełni podwładne im medium: gazetę albo radio”⁷⁸. Jeszcze dalej posuwa się Rafał A. Ziemkiewicz stwierdzając, że „Rydzyk nie mógłby istnieć bez Michnika, bo to Michnik sprawił, że pojawiła się rzesza ludzi, wierzących katolików starej daty, która w swoim kraju poczuła się odsuwana na bok, pozbawiona głosu, prześladowana i obrażana na każdym kroku większością. Ale i dla Michnika Rydzyk jest najwspanialszym prezentem od losu, wrogiem, o jakim mógł tylko marzyć. Jeden i drugi są sobie niezbędni [...] potrzebują siebie do utrzymywania swych wyznawców w stałym poczuciu zagrożenia”⁷⁹.

Nawet jeśli Michnika i Rydzyka łączy wspólnota celów, to nie są to cele, które obaj mogą osiągnąć jednocześnie. Można odnieść wrażenie, że w tej rywalizacji zyski jednego muszą oznaczać straty drugiego, by jeden lub drugi mógł uznać się za wygranego w kolejnej potyczce. Między „imperium medialnym ojca Rydzyka” a środowiskiem skupionym wokół „Gazety Wyborczej” na przestrzeni lat rozciągnęła się linia frontu, na której dochodzi do regularnych wymian ognia. Najsilniejszą bronią Radia Maryja jest audycja *Rozmowy niedokończone*. Tematykę audycji stanowi bardzo szeroko pojęta problematyka społeczno-polityczna. W tym nieprecyzyjnym sformułowaniu mieszczą się zarówno tematy dotyczące nauk moralnych, tradycji narodowych, patriotyzmu, jak i spraw związanych z życiem Kościoła. Nie brakuje też miejsca dla zagadnień dotyczących miejsca Polski na geopolitycznej mapie Europy i świata, a także dyskusji nad bieżącymi problemami gospodarczymi czy społeczno-politycznymi. Uczestnikami tych dyskusji, poza prowadzącym, są zaproszeni do studia goście oraz słuchacze telefonujący do studia⁸⁰. Audycja dała możliwość prezentowania swoich poglądów

⁷⁶ M. Karnowski, P. Zaremba, *Alfabet Rokity*, op. cit., s. 181–182.

⁷⁷ J. Paradowska, *Partia Radia Maryja?*, „Polityka” 2008, nr 15, s. 16–18.

⁷⁸ M. Karnowski, P. Zaremba, *Alfabet Rokity*, op. cit., s. 183.

⁷⁹ R.A. Ziemkiewicz, op. cit., s. 364.

⁸⁰ I. Krzemiński, *Radio Maryja i jego przekaz*, [w:] *Czego nas uczy Radio Maryja*, red. I. Krzemiński, Warszawa 2009, s. 26–27.

w mediach ludziom, którzy z racji swojego statusu społecznego zostali niejako wykluczeni poza nawias głównego nurtu w mediach. Mam tu na myśli przede wszystkim osoby, o których pisał Burdziej, czyli „moherowe berety”. Dzięki ich współuczestnictwu w audycji stacja wysyła do nich komunikat, że stanowią wspólnotę, że mogą pozostawać w ciągłej łączności z innymi ludźmi. Podobnej możliwości, w takiej skali, nie daje im żaden inny nadawca. Stąd nie dziwi fakt, że część słuchaczy przestaje korzystać z innych niż te namaszczone przez ojca Rydzyka źródeł informacji. Natomiast wiedzę na ich temat, na przykład o „Gazecie Wyborczej”, czerpią z tego, co usłyszą w Radiu Maryja bądź przeczytają w „Naszym Dzienniku”⁸¹. Podczas *Rozmów niedokończonych* w sierpniu 2007 roku, których głównym tematem była rocznica „Cudu nad Wisłą”⁸², dyskusja w studio również stała się okazją do ataku m.in. na redakcję kierowaną przez Adama Michnika. Uczestniczący w rozmowach dr hab. Józef Szaniawski, profesor uczelni, nad którą pieczę w Toruniu trzyma ojciec Rydzyk, zaatakował redakcje, które w swoich wydaniach z tego dnia nie przypominały o rocznicy wydarzeń sprzed ponad 80 lat. Szczególną uwagę profesor poświęcił „Gazecie Wyborczej”. Logotyp dziennika obok nazwy zawiera w sobie również czerwony prostokąt po lewej stronie. Obecność w tak ważnym dniu na winiecie „Gazety” tego prostokąta, odwołującego się – zdaniem profesora – do komunistycznej flagi, była oznaką braku wstydu tej redakcji⁸³.

„Gazeta Wyborcza” nie pozostaje dłużnikiem ojca Rydzyka we wzajemnym stawianiu sobie zarzutów. Publicystka Dominika Wielowieyska w jednym ze swoich tekstów porównała Ojca Dyrektora do amerykańskiego teleewangelisty, który za pomocą środków masowego przekazu próbuje przekonać społeczeństwo, że to on jest naczelnym głosem Kościoła. Inni publicyści „Gazety” wielokrotnie podawali w wątpliwość legalność finansów toruńskich mediów. Krytykowali również antysemitckie treści, jakie są głoszone na falach Radia Maryja⁸⁴. Dziennikarze „Gazety”, konstruując swoje teksty, często sięgali w nich po opinie przedstawicieli episkopatu, by na ich podstawie przedstawić ojca Rydzyka jako kapłana, który ignoruje zdanie hierarchów Kościoła i wymyka im się spod kontroli. Część publicystów zaczęła nawet mówić o schizmie. Ksiądz Tomasz Słomiński w artykule zamieszczonym na łamach „Gazety” pytał wprost: „Co o tym myślą odpowiedzialni za Kościół? Czy nikt nie dostrzega, że chodzi o to, by modlitwę bogobojnych i uczciwych ludzi wciągnąć w szatański podszept ośmieszania i odsądzania od czci i wiary tych, którzy ośmielają się myśleć inaczej niż Ojciec Dyrektor i jego świta?”⁸⁵. Donald Tusk, jeszcze przed

⁸¹ E. Bobrowska, op. cit., s. 52–54.

⁸² Bitwa warszawska stoczona w dniach 13–25 sierpnia 1920 roku, podczas wojny polsko-bolszewickiej.

⁸³ I. Krzemiński, op. cit., s. 53–54.

⁸⁴ K. Osłowski, *Radio Maryja w „Gazecie Wyborczej” w latach 1998–2004*, [w:] *Czego nas uczy Radio Maryja*, op. cit., s. 156–172.

⁸⁵ K. Mazan, *Analiza artykułów na temat Radia Maryja. „Gazeta Wyborcza” w latach 2003–2007*, [w:] *Czego nas uczy Radio Maryja*, op. cit., s. 192.

wyborami parlamentarnymi w 2007 roku, po których został premierem, pytany o „sprawę Tadeusza Rydzyka” odpowiedział: „Problemem nie jest sam Tadeusz Rydzyk, lecz politycy, którzy go wykorzystują, wynosząc przy okazji na piedestał, oraz wysocy rangą duchowni, którzy go tolerują. Także dlatego, że go się boją lub myślą podobnie”⁸⁶. W pierwszych latach XXI wieku spór o pozycję i rolę toruńskiej rozgłośni w polskim systemie medialnym rozgorzał na dobre. Jego czynnymi uczestnikami byli politycy, dziennikarze, hierarchowie kościelni, ojciec Tadeusz Rydzyk oraz wszyscy ci, którzy obserwowali ten spór za pośrednictwem mediów.

Równie silną pozycję wśród katolickich mediów uzyskał „Nasz Dziennik”, uznawany przez wielu za jedyny dziennik katolicki w Polsce. Według Jana Turnaua, katolickiego publicysty „Gazety Wyborczej”, siła „Naszego Dziennika” obnaża słabnącą pozycję oficjalnych władz kościelnych w kraju. „To dowód wielkiej słabości rodzimego Kościoła. Gdyby Episkopat się postarał, mógłby chyba wydawać pismo codzienne, nad którym miałby kontrolę. Choćby po klienteli «Naszego Dziennika» widać, że jest wśród wiernych zapotrzebowanie na gazetę. Tylko, że nasz Episkopat nie docenia roli mediów”⁸⁷. We wrześniu 2002 roku hierarchowie Kościoła, na czele z prymasem Józefem Glempem, zwrócili się do wiernych w Warszawie z prośbą, by ci przestali wspierać finansowo radiostację z Torunia, a zamiast tego przekazali datki na Radio Józef działające w stolicy. W ten sposób prymas chciał stworzyć realną konkurencję dla Radia Maryja. Jednak nie mógł on liczyć na takie zdyscyplinowanie wiernych, jakim mógł pochwalić się ojciec Rydzyk. Jakby tego było mało, dodatkowym problemem episkopatu było rozbicie we własnych strukturach, gdzie grono biskupów popierających redemptorystę również pozostawało liczne. Prymas Glemp nakazał biurom Radia Maryja działającym przy parafiach i zajmującym się m.in. zbieraniem funduszy na działalność stacji uregulować swój status prawny. W rzeczywistości oznaczało to konieczność uzyskania przez te biura formalnego pozwolenia na działalność, udzielanego przez biskupów. Odzew radiomaryjnych publicystów był natychmiastowy. Jeden z nich, Stanisław Krajski, zarzucił prymasowi sprzyjanie „lewicy, liberałom i Unii Europejskiej” – czyli trzem środowiskom stale piętnowanym przez „imperium medialne Rydzyka” – oraz dążenie do „ubezwłasnowolnienia” Radia Maryja⁸⁸.

W 2006 roku sprawa zbytniego zaangażowania Radia Maryja w sferę ściśle polityczną obita się w końcu o mury Watykanu. Na kilka tygodni przed pierwszą wizytą w Polsce papieża Benedykta XVI nuncjusz apostolski abp Józef Kowalczyk skierował list do prowincjała redemptorystów w Polsce Zdzisława Klafki, w którym napisał, że „Stolica Apostolska wyraża swoje poważne zastrzeżenia w odniesieniu do zaangażowania się, zwłaszcza w ostatnim czasie, Radia Maryja i związanych z nim innych środków

⁸⁶ J. Paradowska, *Zrobieni w trąbę*, „Polityka” 2007, nr 29, s. 27–29.

⁸⁷ K. Burnetko, *Treść i idea*, „Press” 2005, nr 8, s. 38.

⁸⁸ M. Karnowski, Sz. Hołownia, op. cit., s. 13–16.

społecznego przekazu, w sferę ściśle polityczną. Proszę potraktować treść całej tej korespondencji również jako poważne ostrzeżenie i zaproszenie Księdza Prowincjała do podjęcia zdecydowanych i skutecznych działań w zakresie swojego urzędu”⁸⁹. Jak podkreślał publicysta Adam Szostkiewicz, „Radio Maryja nie dlatego dostało żółtą kartkę od nuncjusza, że chce być «katolickim głosem w naszych domach», lecz dlatego, że pod ten głos podszywiają się ludzie używający katolicyzmu do celów sprzecznych z naukami posoborowego Kościoła powszechnego”⁹⁰. Radiomaryjni publicyści na krytykę zareagowali w swoim stylu, odpowiadając kontratakami. Jeden z nich, profesor Bogusław Wolniewicz, skomentował list z Watykanu, mówiąc na antenie Radia Maryja, że krytyka toruńskiej rozgłośni przez Benedykta XVI jest podyktowana jego niemieckim pochodzeniem i chęcią przypodobania się Żydom⁹¹. Zwierzchnicy zakonu redemptorystów w Polsce nie zajęli jasnego stanowiska w tej sprawie. Większość współpracowników silnie identyfikuje się ze stacją, która wypromowała na swoich falach również niejednego z nich. Generał zgromadzenia redemptorystów Joseph William Tobin, rezydujący w Watykanie, odpierał zarzuty mówiąc, że liczba zdecydowanych przeciwników Radia Maryja jest podobna do liczby zwolenników, a on z racji tego, że rezyduje w Watykanie, nie jest w stanie zdalnie zdecydować, kto ma rację⁹². Episkopat w konfrontacji z mediami ojca Rydzyka okazał się słabym przeciwnikiem. „Nie ma woli politycznej do rozwiązania tego problemu. Tymczasem to nieznośne dziecko wyrosło już na olbrzyma i coraz trudniej będzie je poskromić” – mówił w 2005 roku Jan Turnau⁹³.

Po słowach krytyki, jakie spłynęły na ojca Rydzyka ze strony władz watykańskich, i po wyborach parlamentarnych w 2007 roku, w których promowani przez niego politycy ponieśli klęskę, redemptorysta usunął się nieco w cień. Zszedł z pierwszego planu za kulisy, by stamtąd pociągać za sznurki. W tym czasie powrócił do pracy nad rozwojem swojego „imperium”, a także skupił się na pisaniu pracy doktorskiej, którą obronił w październiku 2009 roku na Uniwersytecie Kardynała Stefana Wyszyńskiego. Nie spowodowało to jednak, że zrezygnował z aktywności politycznej, a jedynie na moment ją nieco ograniczył. Szymon Hłownia w swojej książce proponuje, by „zamiast nadal nadmuchiwać balon z napisem Rydzyk – skojarzyć Rydzyka z Urbanem. Jego «Nie» – podobnie jak Radio Maryja – i owszem, ma masowego odbiorcę, jego siła w zależności od rządzącego układu bywa większa lub mniejsza, ale o gazecie Urbana jakoś wstyd jednak i mówić, i pisać. I to samo winno spotkać Ojca Dyrektora. Ten obdarzony sporą charyzmą, ale ekstremistyczny w treści i prząsny w formie zakonnik winien po prostu wrócić tam, gdzie jego miejsce. Na marginesy”⁹⁴.

⁸⁹ A. Szostkiewicz, *Ostatnie ostrzeżenie*, „Polityka” 2006, nr 15, s. 17.

⁹⁰ A. Szostkiewicz, *Ojciec dyrektor przeprosza*, „Polityka” 2006, nr 16, s. 20–22.

⁹¹ T.P. Terlikowski, *Bracia ojca Rydzyka*, „Newsweek Polska” 2006, nr 16, s. 28.

⁹² Ibidem, s. 29.

⁹³ K. Burnetko, op. cit., s. 38.

⁹⁴ Sz. Hołownia, *Kościół dla średnio zaawansowanych*, op. cit., s. 139.

Gdy 10 kwietnia 2010 roku na lotnisku w Smoleńsku doszło do katastrofy lotniczej, w której zginął prezydent Lech Kaczyński oraz przedstawiciele wielu środowisk politycznych, społeczeństwo polskie na kilka dni stało się wspólnotą, jaką po raz ostatni było po śmierci papieża Jana Pawła II. Trauma zawiesiła na moment wszelkie podziały. Jednak po okresie wyciszenia i pozornego pojednania między różnymi frakcjami politycznymi, w trakcie którego politycy z lewa i prawa składali deklaracje o konieczności zgodnego politycznego współdziałania, światopoglądowe różnice i fobie wróciły ze zdwojoną siłą. Pierwszym sygnałem była decyzja o pochówku pary prezydenckiej na Wawelu, która miała co najmniej tylu przeciwników, co zwolenników. Kilka dni po uroczystościach pogrzebowych brat tragicznie zmarłego prezydenta Jarosław Kaczyński zdecydował się na start w wyborach prezydenckich. Przed katastrofą mówiono o coraz słabszych notowaniach partii braci Kaczyńskich, jak też samego prezydenta. Mówiono o rozłamach wewnątrz Prawa i Sprawiedliwości. Katastrofa smoleńska i start Jarosława Kaczyńskiego w wyborach prezydenckich ponownie skonsolidowały to środowisko⁹⁵. Ponownie dołączył do niego również o. Tadeusz Rydzyc, który wcześniej był posądzany przez kierownictwo partii o bycie jednym z inicjatorów wewnątrzpartyjnych konfliktów. „Będą przekrety nie z tej ziemi”, powiedział na antenie swojej rozgłośni Ojciec Dyrektor, odnosząc się w ten sposób do rozpoczynającej się kampanii wyborczej⁹⁶. Sugerował w ten sposób, że aktualna władza może chcieć za wszelką cenę nie dopuścić do wygranej Jarosława Kaczyńskiego. Wybory Kaczyński ostatecznie przegrał w drugiej turze głosowania. Po wyborach zrzucił maskę łagodnego i dążącego do pojednania męża stanu i stanął do bezpardonowej walki politycznej z rządem i prezydentem, których on i jego otoczenie obarczają odpowiedzialnością za katastrofę smoleńską, oskarżając jednocześnie o współdziałanie z Rosją w celu zatajenia rzeczywistych jej przyczyn. „Ta katastrofa powinna doprowadzić do eliminacji z życia politycznego Donalda Tuska, który pośrednio do niej doprowadził” – tak o Prezesie Rady Ministrów mówił w jednym z wywiadów prezes Prawa i Sprawiedliwości⁹⁷. To zdanie podziela również Ojciec Dyrektor, który na antenie Radia Maryja straszył swoich słuchaczy rosyjskim imperium odradzającym się na wschodzie i nadchodzącą zagładą zdradzonej Polski⁹⁸. Wrócił tym samym, wraz z podporządkowanymi mu mediami, do pierwszego szeregu na politycznym polu walki o rząd dusz, stając się „apostosem smoleńskiego kultu”⁹⁹.

Wybory parlamentarne w 2011 r. potwierdziły, że wpływ zakonnika z Torunia na polską scenę polityczną, choć może już nie tak intensywny, wciąż jest odczuwalny.

⁹⁵ J. Żakowski, *PiS oddaje prezesa*, „Polityka” 2010, nr 18, s. 12–14.

⁹⁶ S. Mizerski, *Produkt taśmowy*, „Polityka” 2010, nr 21, s. 4.

⁹⁷ A. Stankiewicz, P. Śmiłowicz, *Pomnik zakończy żałobę*, „Newsweek Polska” 2011, nr 14, s. 30.

⁹⁸ S. Mizerski, *Zagłada nie przejdzie*, „Polityka” 2011, nr 6, s. 4.

⁹⁹ C. Michalski, *Herezja smoleńska*, „Newsweek Polska” 2011, nr 18, s. 18.

Dowodem na to jest choćby ponowne dostanie się do Sejmu spikerki Radia Maryja i posłanki z ramienia PiS Anny Sobeckiej. Pomimo działań kierownictwa partii, która poprzez umiejscowienie Sobeckiej na dalekiej pozycji na liście kandydatów do Sejmu dążyła do zmarginalizowania jej znaczenia, Sobecka przy wsparciu Ojca Dyrektora uzyskała liczbę głosów pozwalającą jej po raz piąty zasiąść w poselskich ławach.

Wkrótce po wyborach parlamentarnych, w których PiS ponownie przegrało z Platformą Obywatelską, w partii doszło do konfliktu między jej czołowymi politykami a prezesem Kaczyńskim. Europarlamentarzyści Zbigniew Ziobro (jeden z ulubieńców Tadeusza Rydzyka), Jacek Kurski i Tadeusz Cymański wraz z 16 posłami i jednym senatorem wystąpili z szeregów PiS, tworząc nowy klub parlamentarny w Sejmie i załóżkę nowej partii pod nazwą Solidarna Polska. Konflikt w partii stał się szansą dla Tadeusza Rydzyka na przypomnienie o sobie politykom, którym zależy na jego poparciu i sympatii elektoratu skupionego wokół kierowanych przez niego mediów. Rzeszom słuchaczy redemptorysty z Torunia wystarczy drobna sugestia ich ulubionego duszpasterza, by swoje sympatie skierowali w stronę jednego lub drugiego ugrupowania. Jednak sam dyrektor Radia Maryja wydaje się nie chcieć podziału na prawicy, ponieważ jedna silna partia po tej stronie sceny politycznej będzie w stanie skuteczniej dbać o jego interesy niż środowisko podzielone na słabsze obozy (mimo że tymi drugimi łatwiej byłoby mu manipulować). Rydzyk wciąż ma ambitne plany biznesowe i wsparcie polityczne jest mu potrzebne do ich realizacji.

Jak na sprawnego politycznego gracza przystało, Tadeusz Rydzyk będzie zwlekał do ostatniej chwili z wyborem swojego faworyta. Czy będzie to Kaczyński, czy Ziobro, okaże się dopiero wtedy, gdy ta bratobójcza walka polityczna dobiegnie końca. Przetrwają ją ten silniejszy i w ten sposób zasłuży sobie na względy ojca Tadeusza Rydzyka i kierowanych przez niego mediów.

Dziennikarze „obrandowani”

Mechanizmy władzy, jej narkotyczne działanie i narzędzia pozwalające się nią posługiwać są związane z człowiekiem od momentu zawiązania pierwszego prymitywnego społeczeństwa. Cechą typową dla wszelkich zbiorowości jest to, że przedziej czy później dochodzi w nich do wyróżnienia liderów, a następnie podziału na rządzących i rządzonych. Postęp cywilizacyjny i dążenie do demokratyzacji społeczeństw wykształciły jeszcze jedną grupę, która znalazła się między nimi. Tą grupą są dziennikarze – codzienni sprawozdawcy i pośrednicy między ludem a władzą. Jednak współczesne dziennikarstwo uległo dalszej ewolucji i przestało pełnić wyłącznie rolę pośrednika.

Jak pisał Witold Beres, odwołując się do historii mediów w Stanach Zjednoczonych, dziennikarze „The Washington Post”, ujawniając kulisy słynnej afer y

Watergate, stali się symbolem dziennikarstwa śledczego. Ale nie tylko. Stali się również symbolem tego, jak wielki wpływ na układ sił politycznych (nawet w tak potężnym państwie jak USA) mogą uzyskać szeregowi dziennikarze, którzy wykażą się wytrwałością, rzetelnością i skutecznością w swoim działaniu¹⁰⁰.

W historii polskiego dziennikarstwa również znalazły się wydarzenia, które zatrzęśły rodzimą sceną polityczną, doprowadzając do nieoczekiwanych przetasowań. To przecież redaktor naczelny Adam Michnik wysunął w kierowanym przez siebie dzienniku propozycję „nasz premier, wasz prezydent”, ustalając w ten sposób układ sił politycznych w Polsce na kolejne kilkanaście miesięcy (albo – jak twierdzą niektórzy – lat). Działając w ten sposób, Michnik zapewnił swojej gazecie status najsilniejszego kreatora opinii w Polsce. Skandal, jaki wybuchł po ujawnieniu przez „Gazetę Wyborczą” korupcyjnej oferty złożonej kierownictwu dziennika przez Lwa Rywina, jest najjaskrawszym tego przykładem. Skompromitowana partia SLD, wówczas czołowa siła polityczna w kraju, po ujawnieniu afery została zepchnięta na margines. To, co różni aferę Rywina od Watergate, to fakt, że w tym drugim przypadku dziennikarze wystąpili w roli dociekliwych śledczych, niezwiązanych bezpośrednio ze sprawą. W przypadku „Gazety Wyborczej” redakcja po części stała się jedną ze stron, której afery dotyczyła. I to wydaje się największą bolączką współczesnych mediów w Polsce – polityczne uwikłanie.

Granica między dziennikarstwem a polityką jest niezwykle cienka, a jej przekroczenie przez dziennikarza może skutecznie zakończyć jego karierę w tym zawodzie. Czołowi dziennikarze i publicyści w Polsce są – jak czasami można usłyszeć w publicystycznych dysputach – „obrandowani”. Niestety nawet do zawodu, w którym dbałość o zachowanie czystości języka polskiego jest szczególnie ważne, coraz częściej przenikają tak dziwne obcojęzyczne określenia. Dziennikarze „obrandowani” to tacy, do których przywarły pewne etykiety i łatki. Dlatego o Bronisławie Wildsteinie i Janie Pospieszalskim możemy usłyszeć, że są prawicowymi siepaczami, o Tadeuszu Rydzyku jako propagandyście Prawa i Sprawiedliwości, a o Tomasz Lisie i Jacku Żakowskim, że reprezentują liberalny salon i są zwolennikami „okrągłostołowego” układu z postkomunistami¹⁰¹. Przy czym zarówno jedni, jak i drudzy podkreślają, że są przedstawicielami niezależnego dziennikarstwa i zwolennikami pluralizmu w mediach, a ich przeciwnicy to ci źli, którzy dążą do monopolu jednej idei.

Obserwując polską historię z dalekiej perspektywy, można dojść do wniosku, że ta historia bardziej niż inne przybrała kształt koła. Szczególnie gdy zwrócimy uwagę na rolę dziennikarzy w jej kształtowaniu. Prezydent Gabriel Narutowicz zginął 16 grudnia 1922 roku. Zanim jednak doszło do tych tragicznych wydarzeń w warszawskiej Zachęcie, na łamach polskiej prasy toczyła się regularna bitwa między czołowymi „piórami” jego zwolenników i przeciwników. Ci drudzy przeprowadzili

¹⁰⁰ W. Beres, *Czwarta władza. Najważniejsze wydarzenia medialne III RP*, Warszawa 2000, s. 11.

¹⁰¹ P. Semka, *Medialne déjà vu*, „Uważam Rze” 2011, nr 17, s. 20–23.

polityczną nagonkę, którą zakończył udany zamach na prezydenta. Po kilku dniach żałoby polityczne waśnie rozbrzmiały na nowo ze zdwojoną siłą. Blisko czterdzięciu lat później media pono wnie stanęły do walki o prezydenturę. Prezydent Lech Kaczyński był z zaciekleścią krytykowany przez jednych, a hołubiony przez drugich dziennikarzy. Ten medialno-polityczny spór przerwała katastrofa lotnicza z 10 kwietnia 2010 roku. Jednak podobnie jak za czasów II RP, okres żałoby i tym razem nie przyniósł złagodzenia obyczajów, a wręcz doprowadził do eskalacji konfliktu. Być może wynika to z faktu, że udział mediów w tym procesie był jeszcze większy niż osiemdziesiąt pięć lat wcześniej. Wtedy ten spór w najgorętszym momencie przerwał czy raczej zamknął przewrót majowy, a potem nadeszła druga wojna światowa. Na początku drugiej dekady XXI wieku nic nie zapowiada, aby Polska miała stać się stroną w poważnym konflikcie zbrojnym, więc może jednak tym razem koło historii nie zamknie się tak szybko.

Bibliografia

I. Druki zwarte

- Bereś W., *Czwarta władza. Najważniejsze wydarzenia medialne III RP*, Warszawa 2000.
- Bobrowska E., *Obrazowanie społeczeństwa w mediach. Analiza radiomaryjnego dyskursu*, Kraków 2007.
- Bouyeure C., *Adam Michnik. Biografia. Wymyślić to, co polityczne*, Kraków 2009.
- Czego nas uczy Radio Maryja, Ireneusz Krzemiński*, red. I. Krzemiński, Warszawa 2009.
- Dudek A., *Pierwsze lata III Rzeczypospolitej 1989–1995*, Kraków 1997.
- Grzelewska D., Habielski R., Koziół A., Osica J., Piwońska-Pykało L., *Prasa, radio i telewizja w Polsce. Zarys dziejów*, Warszawa 2001.
- Hołownia Sz., *Kościół dla średnio zaawansowanych*, Warszawa 2004.
- Jedlicki W., *Klub Krzywego Koła*, Warszawa 1989.
- Karnowski M., Zaremba P., *Alfabet Rokity*, Kraków 2004.
- Lipski J.J., *KOR*, Warszawa 2006.
- Lis T., *Polska, głupcze!*, Warszawa 2006.
- Media audiowizualne*, red. W. Godzic, Warszawa 2010.
- Michnik A., *Wyznania nawróconego dysydenta*, Warszawa 2003.
- Oblicza polskich mediów po 1989 roku*, red. L. Pokrzycka, B. Romiszewska, Lublin 2008.
- Rakowski M.F., *Dzienniki polityczne 1987–1990*, Warszawa 2005.
- Remuszko S., *Gazeta Wyborcza. Początki i okolice (kalejdoskop)*, Warszawa 2006.
- Stomma L., *Poczet polityków polskich XX wieku*, Warszawa 2000.
- Ziemkiewicz R.A., *Michnikowszczyzna. Zapis choroby*, Warszawa 2006.
- Wildstein B., *Długi cień PRL-u, czyli dekomunizacja, której nie było*, Kraków 2005.

II. Artykuły prasowe

- (brak autora), *Trzeba wszystko wyjaśnić*, „Gazeta Wyborcza” 30.12.2002.
- Burdziej S., *Radio Maryja a społeczeństwo obywatelskie*, „Znak” 2008, nr 9.
- Burnetko K., *Treść i idea*, „Press” 2005, nr 8.
- Grabowska M., *Radio Maryja – polska prawica religijna*, „Znak” 2008, nr 9.
- Hołownia Sz., Ozminkowski V., *Apetyt na telewizję*, „Newsweek Polska” 2003, nr 1.
- Karnowski M., *Bez miłosierdzia dla LPR*, „Newsweek Polska” 2002, nr 36.
- Karnowski M., *Roman z młodzieńcami*, „Newsweek Polska” 2006, nr 16.
- Karnowski M., *Wódz szerzej nieznanym*, „Newsweek Polska” 2001, nr 6
- Karnowski M., Hołownia Sz., *Wojna o dusze*, „Newsweek Polska” 2002, nr 37.
- Karnowski M., Zaremba P., *Koniec świata Redaktora*, „Newsweek Polska” 2005, nr 17.
- Majewski M., Marszałek A., Zalewska L., *W sieci zależności*, „Rzeczpospolita”, 13.01.2003.
- Mazurek R., Zalewski I., *Z życia koalicji*, „Wprost” 2002, nr 36.
- Mizerski S., *Produkt taśmowy*, „Polityka” 2010, nr 21.
- Mizerski S., *Zagłada nie przejdzie*, „Polityka” 2011, nr 6.
- Michalski C., *Herezja smoleńska*, „Newsweek Polska” 2011, nr 18.
- Michnik A., *Wasz prezydent, nasz premier*, „Gazeta Wyborcza”, 3.07.1989.
- Najsztab P., *Najsztab pyta Adama Michnika*, „Wprost” 2011, nr 19.
- Paradowska J., *Partia Radia Maryja?*, „Polityka” 2008, nr 15.
- Paradowska J., *Zrobieni w trąbę*, „Polityka” 2007, nr 29.
- Pawlak A., *Usadzić Michnika*, „Newsweek Polska” 2003, nr 9.
- Przełomiec M., *Zawód: saper*, „Press” 2005, nr 11.
- Sakiewicz T., Gójska-Hejke K., *Otacza nas kurtyna kłamstw – wywiad z Jarosławem Kaczyńskim*, „Gazeta Polska” 2011, nr 45.
- Semka P., *Medialne déjà vu*, „Uważam Rze” 2011, nr 17.
- Skworz A., *Wiara i wina*, „Press” 2005, nr 12.
- Smoleński P., *Ustawa za łapówkę czyli przychodzi Rywin do Michnika*, „Gazeta Wyborcza”, 27.12.2002.
- Stankiewicz A., Śmiłowicz P., *Pomnik zakończy żałobę*, „Newsweek Polska” 2011, nr 14.
- Szostkiewicz A., *Ojciec dyrektor przeprosza*, „Polityka” 2006, nr 16.
- Szostkiewicz A., *Ostatnie ostrzeżenie*, „Polityka” 2006, nr 15.
- Terlikowski T.P., *Bracia ojca Rydzyka*, „Newsweek Polska” 2006, nr 16.
- Winicka E., *Łuki Kurskiego*, „Polityka” 2005, nr 32.
- Wrabec P., *Polsat przed rewolucją*, „Newsweek Polska” 2002, nr 5.
- Wysocka O., *Populizm i Radio Maryja*, „Znak” 2008, nr 9.
- Zalewska L., *Medialne tajemnice*, „Rzeczpospolita”, 28–29.12.2002.
- Żakowski J., *PiS oddaje prezesa*, „Polityka” 2010, nr 18.

III. Źródła internetowe

http://www.encyklopedia-solidarnosci.pl/wiki/index.php?title=Tygodnik_Mazowsze (dostęp: 25.04.2011).

http://www.pkw.gov.pl/wybory/2001/sjg2_k.html (dostęp: 20.04.2011).

http://www.press.pl/attachments/www-data/Najczesciej-cytowane-media-we-wrzesniu-2011-_175.pdf (dostęp: 10.11.2011).

<http://www.trwam.net/index.php/Pyskowki/Ida-wybory.-Uratuj-kraj.html> (dostęp: 10.04.2011).

IV. Akty prawne

Dekret z dnia 19 lipca 1977 r. o amnestii (Dz. U. 1977, nr 24, poz. 102).

Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 2 kwietnia 1997 roku (Dz. U. 1997, nr 78, poz. 483).

Uchwała Sejmu Rzeczypospolitej w sprawie sprawozdania Komisji Śledczej do zbadania ujawnionych w mediach zarzutów dotyczących przypadków korupcji podczas prac nad nowelizacją ustawy o radiofonii i telewizji („Monitor Polski” 2004, nr 41, poz. 711).

Ustawa z dnia 21 lipca 1984 r. o amnestii (Dz. U. 1984, nr 36, poz. 192).

Ustawa z dnia 17 maja 1989 r. o gwarancjach wolności sumienia i wyznania (Dz. U. 1989, nr 29, poz. 155).

Ustawa z dnia 17 maja 1989 r. o stosunku Państwa do Kościoła Katolickiego w Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej (Dz. U. 1989, nr 29, poz. 154).

Ustawa z dnia 12 kwietnia 2001 r. ordynacja wyborcza do Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej i Senatu Rzeczypospolitej Polskiej (Dz. U. 2001, nr 46, poz. 499).

Agnieszka Paszkowska

Uniwersytet Wrocławski

Rola opisu na etykietce w strategiach marketingowych i komunikacyjnych importerów win

Wstęp

Wino to relatywnie nowy temat w naszym kraju. Nowy temat, z którym zmierzyć się będą musieli nie tylko dystrybutorzy i importerzy, ale również dziennikarze, specjaliści od reklamy, od marketingu, sprzedawcy, przedstawiciele handlowi. Wraz z winem pojawia się bowiem niekończąca się terminologia wina, wykraczająca poza znane nam schematy, będąca nie lada wyzwaniem dla tłumaczy i językoznawców. Tej terminologii trzeba się po prostu nauczyć, jak i również nauczyć się nią posługiwać oraz wykorzystywać ją w procesie komunikacji z konsumentem. Dziś stwarza ona jeszcze wiele problemów. Jeśli jednak wzrost spożycia rośnie wraz z ilością stron internetowych i portali poświęconych winom, to znaczy, że chcemy się uczyć i rozwijać w tej dziedzinie.

Na temat wina robi się coraz głośniejsze. Jak podaje „Rzeczpospolita”, za 5 lat wydatki na wino mogą sięgać nawet 4 miliardów złotych¹. „Polacy swoje oszczędności lokują nie tylko na długoterminowych lokatach czy w nieruchomościach, okazuje się, że także w winie. Na winie można zarobić nawet 450 proc. W tym roku Polacy zainwestowali w wino kilkaset milionów złotych”². Niewątpliwie przemysł winiarski w Polsce rozwija się bardzo dynamicznie, Polska jest już na 14. miejscu pod względem ilości importowanych win³ i jej pozycja stale rośnie. Wraz ze zwiększeniem sprzedaży rosną wydatki na marketing i reklamę w branży winiarskiej. Niniejszy artykuł ma na celu analizę strategii marketingowych zastosowanych w opisie wina

¹ M. Gębala, *Dobre wino nie musi być drogie*, „Rzeczpospolita”, 6.03.2011.

² *Polacy inwestują w wino*, TVP Info, 17.02.2011.

³ <http://inwestycje-egzotyczne.pl/index.php/2011/polski-przemysl-winny-dynamicznie-w-gore/>.

na etykietce, dostępnej dla każdego konsumenta. Pragnę pokazać, w jaki sposób producent i dystrybutor komunikuje się ze swoimi odbiorcami i jakie informacje świadomie bądź nieświadomie percypuje konsument poprzez nadany komunikat. „[...] obrót towarami i pieniędzmi oprócz substancjalnego, fizycznego poniekąd charakteru, ma zdecydowanie charakter komunikacyjny. Zarówno sposoby produkcji wina, jak i używane dla obrotu nim strategie marketingowe, są systemami komunikacyjnymi”⁴.

Wino w Polsce staje się produktem coraz bardziej pożądanym. Wkrada się po cichutku do naszej kultury. Kupujemy wina coraz więcej i coraz drożej. Zwracamy uwagę na jakość, na pochodzenie. Czy wiemy, jak o nim mówić? Terminologia wina znajduje się obecnie w szczytowej fazie rozwoju, zmian i ewolucji. Tłumacze nie podejmują się jeszcze oceny lub poprawy tekstów dotyczących wina. Nie ma złych lub dobrych określeń. Są tylko różne koncepcje, silniejsze wpływy języków obcych, jeszcze za wcześnie, by się pomylić, mówiąc o winach.

Co nas dziwi?

Przeglądając magazyny poświęcone pr zedmiotowi moich rozważań, napotykam wiele określeń, które z pozoru mogą wydać się niezrozumiałe. Słowa, których nigdy wcześniej nie użyłabym do opisanie cieczy. „W młodym winie taniny są ostre, gryzące; wino jest kanciaste i nie zrównoważone”⁵. Nie ma tutaj neologizmów, zmienia się kontekst, w którym znane nam słowa zostają użyte. I to kontekst uczy nas nowej rzeczywistości, wyznacza nowe wartości, granice. To dzięki nowym, nietypowym kontekstom słowa zmieniają swoją wartość. „Kanciasty” staje się wyrażeniem negatywnym w odniesieniu do prestiżowych win, które ze względu na swój wiek powinny być „okrągłe”. W opisach win znajdziemy niezliczoną ilość takich zdumiewających mniej lub bardziej określeń. O winie możemy powiedzieć, że jest miękkie, aksamitne, przytulne, tchórzliwe, otwarte, nieśmiałe. Mówimy o ciele wina i o jego charakterze.

Przeciętny Polak, który wypija o połowę mniej niż przeciętny Niemiec i pięć razy mniej niż przeciętny Włoch⁶, ma duży problem, aby przyzwyczaić się do okrągłości i oleistości smaku oraz zapachu przypieczonej skórki od chleba w winie. Mimo to

⁴ M. Graszewicz, *Czym pije się wino? O komunikacyjnych strategiach opisów wina w czasopiśmie branżowym*, [w:] *Język w marketingu*, red. K. Michalewski, Łódź, 2008, s. 133.

⁵ <http://www.magazyntrendy.pl/Trendynew/podglad.php?id=241> (14.03.2011).

⁶ Polski rynek wina będzie nadal się rozwijał, ponieważ jego spożycie jest u nas znacznie niższe niż w wielu krajach europejskich. W 2010 r. Euromonitor International szacował je na, łącznie z winami owocowymi, 7,1 l na osobę. W tym czasie przeciętny Włoch wypił prawie 42 l, a Niemiec ponad 26 l – Nie jest wykluczone, że w ciągu pięciu lat wartość polskiego rynku wina podwoi się – szacuje Robert Ogór, <http://biznes.onet.pl/winny-zawrot-glowy-polakow,18490,4202574,1,prasa-detel> (6.03.2011).

magazyny oraz portale internetowe poświęcone tematyce wina prześcigają się w coraz to bardziej wymyślnej, coraz trudniejszej do zaakceptowania terminologii. Kto narzuca im wymóg odnajdywania coraz to trudniejszych do odszyfrowania formuł dotyczących procesów produkcji oraz etapów degustowania wina? Dlaczego na etykietkach win znajdujemy niezrozumiałe wyrażenia, jak choćby często pojawiający się wyraz „taniny”, którego nie rozumiemy, czy informacje o czasie, jaki wino spędziło w beczce; lub jeszcze inne, które niekoniecznie pokrywają się z naszą ogólną wiedzą o świecie? „Aplikowane tutaj strategie komunikacyjne (także marketingowe) mają charakter elitaryzacyjny, zmierzają w stronę umiarkowanego snobizmu, a więc wiedzy i zachowań w zasadzie dla wtajemniczonych”⁷. Twórcy opisów świadomie, poprzez liczne zabiegi językowe, zawężają krąg osób, do których kierują swoje teksty. Dzięki temu produkt staje się jeszcze bardziej pożądany, intrygujący i prestiżowy.

Co już wiemy?

Pierwsze wzmianki na temat wina w Polsce datujemy na początki chrześcijaństwa w naszym kraju. W XIV wieku rozwinął się handel winem – było ono cennym towarem wymiennym oraz środkiem płatniczym. Obecność wina w Polsce poświadczają również nazwy miejscowości – Winiary, Winnica, Winogród.

W XVI wieku zobowiązano winiarzy do składania następującej przysięgi:

Przysięgam, że te wina wszystkie, którekolwiek na ten czas w mojej piwnicy mam, tak jako teraz w sobie są same zachowane, onych niczem przetwarzać nie będę, ani zatrzymanym albo niekisiyałym winem słaodzić go nie będę, żeby łagodniejsze a zatym odbytniejsze było, ażeby mi na nie cenę droższą uczyniono. Także gdy mi cena którego uczyniona i postanowiona będzie, żadnego podlejszem winem, ani żadną rzeczą nie roztworzę ani odmienię. A którekolwiek wino na potem kupię: węgierskie, gubińskie, morawskie aett małmazją, muskatellę, przednie, średnie, albo podlejsze, tak jako kupię, aż do postanowienia ceny wcale a zupełnie zachowam, onego niczem nie roztwarzając, ani temperując. Także gdy mi jego cena będzie postanowioną, ono samo w sobie bez przymieszania inszego podlejszego przedawać będę. Nie będę też żadnemu inakszego przewiska czynił ani odmieniał, telko takie, za jakie ono kupię. Tak mi Pan Bóg pomóż i Syna jego umęczenie (Zygmunt Gloger, *Encyklopedia staropolska*).

Jak widać, wino w naszej kulturze pojawiło się już wiele wieków temu. Dla porównania wino we Włoszech pojawiło się już 1000 lat p.n.e., w czasach Etrusków, i było związane z kolonizacją części Italii przez Greków. W przytoczonym powyżej XV-wiecznym tekście spotykamy następujące sło wa określałające wino: „odbytniejsze”, „podłe”. Dziś zamienimy je pe wnie na bardziej wyszukane „łatwiejsze” lub „bardziej przystępne” i „niskiej jakości”. Zamiast bardzo nadużywanej „manipulacji” wino w XV wieku było „roztwierane” lub „odmieniane” lub, co ciekawsze, „temperowane”.

⁷ M. Graszewicz, op. cit. s.135.

Już od początków XV wieku terminologia związana z winem intrygowała i dziwiła. Dziś używamy równie zagadkowych określeń, mówiąc o ciele wina, charakterze i niekończącej się gamie barw, smaków i zapachów. Piszę „niekończącej się”, gdyż tak sytuacja wygląda w rzeczywistości. Próbując opisać aromat wina, możemy wymienić wszystkie znane nam zapachy. Zakładając, że wymieniamy zapachy należące do owoców, musimy wziąć pod uwagę podział aromatów na skórki owoców, pestki, łodygi, woń podczas ściągania skórek, miazdżenia owoców, zapachy zmieniające się w zależności od stanu ich dojrzałości, otoczenia, w jakim się znajdują. Analogicznie opisujemy smak, wykorzystując wszystkie znane nam smaki, oraz kolor, wymieniając wszystkie znane nam kolory, ich odcienie, tony, refleksy. Dodatkowo wszystkie te, których wcześniej nie znaleźliśmy, a które przedostały się do naszej wiedzy o winie podczas lektury tłumaczeń z języków obcych.

Kto nas naucza?

Języki obce zalewają nas wyrażeniami, które trudno w pierwszej chwili zrozumieć, określeniami trudnymi do przyswojenia, które za granicą owszem, są używane w związku z winem, ale w kraju, w którym połowie społeczeństwa wino kojarzy się z tanią nalewką, już raczej nie.

Marek Bieńczyk w *Nowych kronikach wina* podaje przykład przeniesionego z Francji do naszej rzeczywistości określenia: „siedlisko”. „Siedlisko mówi o pewnym ściśle ograniczonym miejscu, jednym stoku na przykład czy jednej szczególnej parceli, które mają wyjątkową charakterystykę, tak pod względem gleby jak mikroklimatu. Wino, które powstaje z tego miejsca, będzie miało własny odrębny smak”⁸. Zaraz za nim wyraz ten po wtwarza „Magazyn Wino” w wydaniach listopadowym i grudniowym, chwilę po wydaniu książki w tym samym już kontekście. Terminologia wina tworzy się na naszych oczach.

Specjaliści od marketingu starają się sprawić, aby język dotyczący wina był językiem technicznym niedostępnym bądź niezrozumiałym dla wszystkich. Z jednej strony wino staje się produktem wszechobecnym, w najmniejszej restauracji, w książkach, filmach, serialach. Pijemy je w restauracjach, podczas wszelkich uroczystości, coraz częściej do obiadu. Z drugiej strony niewielu Polaków zna świat wina przedstawiony chociażby w „Magazynie Wino”, miało możliwość uczestniczenia w profesjonalnej degustacji, jeszcze mniej osób wie, co to są taniny, kadtzie, dekantery. Zwiększa się liczba dystrybutorów oraz importerów wina. Przede wszystkim zwiększa się liczba konsumentów. Działania marketingowe oraz strategie sprzedaży powodują jednak podział konsumentów na dwie grupy – tych, którzy używają terminologii wina, i tych, którzy jej nie używają. Lub inaczej: tych, którzy „znają się na

⁸ M. Bieńczyk, *Nowe kroniki wina*, Warszawa 2010, s. 26.

winie”, i tych, którzy się nie znają. Lub jeszcze inaczej: tych, którzy wino degustują, i tych, którzy wino piją. Wbrew pozorom ci, którzy wino degustują, wydają o wiele więcej niż ci, którzy tylko piją. Znajomość tajemniczej terminologii, skierowanej tylko do degustatorów, pasjonatów, czytelników katalogów win oraz magazynów o tej tematyce, sprawia, iż degustatorzy chętniej sięgają do kieszeni. Strategia kreowania terminologii wina przeznaczonej dla węższej grupy odbiorców pełni również funkcję edukacyjną, która uzasadnia wysoką wartość niektórych rodzajów win, tłumaczy, dlaczego warto wydać więcej, zachęca do spróbowania, określając wina przeróżnymi nazwami – „jedno z najbardziej prestiżowych”, „król”, „najmodniejszy szczep” czy też „król swojego regionu”.

Teksty, z których dowiadujemy się, w jaki sposób mówić o winach, napotykamy na każdym kroku. Wystarczy wejść do większego sklepu, by otrzymać katalog lub ulotkę z opisami win. Jeśli nie ma katalogów, są same wina, których etykiety często stają się pierwszym spotkaniem z nowym słownictwem i pierwszym elementarzem terminologii wina. Stron internetowych poświęconych tej tematyce przybywa każdego dnia. Również czasopisma oraz literatura poświęcona winom cieszą się wzrostem liczby czytelników. Wina reklamują piosenkarze, aktorzy, znane publicznie osoby. Poniżej zamieszczam listę głównych „propagatorów”, którzy przyczynili się do rozwoju kultury oraz słownictwa związanego z winem w Polsce i dzięki którym rodziły się pierwsze polskie terminy związane z winem:

- Marek Bieńczyk – autor tekstów dotyczących wina – „Gazeta Wyborcza”, „Przekrój”, „Magazyn Wino”, współtwórca przewodnika *Wina Europy* i książki *Kroniki wina* oraz *Nowe kroniki wina*;
- Wojciech Gogoliński – prezes stowarzyszenia sommelierów polskich – *Encyklopedia alkoholi*;
- Krakowska Akademia Wina – profesjonalne kursy z zakresu win;
- Anna Bochnakowa – *Jak opisać wino*, badania mające na celu podsumowanie terminologii wina przyjętej z języka francuskiego.

Spożycie wina rośnie

Po 1989 roku rośnie import wina do Polski nie tylko z Włoch, ale również z Francji czy z Hiszpanii. Wzrasta poziom spożycia wina, a jednocześnie spada spożycie wysokoprocentowych napojów alkoholowych.

Wzrost spożycia wina jest szczególnie zauważalny po roku 1995. W 1999 wchodzi w życie rozporządzenie o obowiązku umieszczenia polskiego opisu na towarach importowanych z zagranicy.

Od sierpnia 2008 do lipca 2009 r. ok. w Polsce zostało wypite 98 mln litrów wina, tj. 5% więcej niż w roku poprzednim. W 2009 rok Polacy wydali na wino 146 mln zł więcej niż w roku poprzednim, dzięki czemu 2009 rok przyniósł

10-procentowy wzrost spożycia wina. W roku 2011 wino zajmuje już 5,4% rynku alkoholi, a w przeciągu 5 lat udział ma wzrosnąć aż do 25% (9.03.2011 – TVP 1, *Wiadomości*). Wino nadal jest trzecie na liście najchętniej kupowanych trunków, prym wiodą wciąż wódka i piwo. Jednak sprzedaż ich spadnie w tym roku nawet o kilkanaście procent. Tymczasem wina kupujemy coraz więcej.

Poniżej podaję przykłady strategii marketingowych.

1. OPERA PRIMA, MERLOT



(E) Un vino con caracter donde se epr esa la variedad Merlot mediterraneo. De elegante color cereza violaceo tiene aromas frutales bien definidos, frambuesas e mora. Agradable para disfrutar solo o acompanado de carnes, ensalada y pasta [Jest to wino, którego charakter wyrażony jest poprzez śródziemnomorską odmianę szczepu Merlot. Elegancki wiśniowy kolor, wpadający w fiolet, wyraźny zapach o woców, malin i jeżyn. Przyjemne samodzielnie oraz w towarzystwie mięs, sałat i makaronów].

Hiszpański – oryginalny, jak podejrzewam – opis zawiera informację o charakterze wina, kolorze, aromatach (malina i jeżyna) oraz sugerowanych potrawach, które najlepiej będą łączyć się z winem (mięsa, sałaty, makarony).

W opisie angielskim wina również znajdziemy informacje, choć trochę bardziej okrojone, na temat koloru i aromatu wina. Tutaj dodatkowo pojawia się zapis, iż winem można się cieszyć bez dodatków lub degustować je przy daniach mięsnych.

Opis francuski odnosi się jedynie do wrażeń zapachowych – aromatów truskałek i jeżyn. Opis włoski również odnosi się do aromatów, ale także do potraw, i tutaj wymienia dwa rodzaje mięsa – mięso czerwone i dziczyznę.

Opis polski wzbogacony jest o dodatkowe informacje. „Hiszpańskie czerwone wino wytrawne jakościowe wysokiej klasy D.O. pochodzące z regionu La Mancha, wytworzone z winogron szczepu Merlot. Podawać do dań z czerwonych mięs, pieczeni i serów”.

W polskim opisie nie znajdziemy więc informacji o kolorze ani o zapachu wina. Brak poezji opisu, którą widać w wersji oryginalnej. Zdaniem importerera polski odbiorca nie skupia się na zmysłowych aspektach produktu, lecz na jego technicznym opisie oraz praktycznych informacjach.

Na polskich etykietkach niezwykle często pojawia się próba tłumaczenia skrótów oznaczających pochodzenie win oraz ich apelację. Skąd taka tendencja? Czy jest to próba edukowania konsumenta? Bardzo możliwe, niestety problem polega na tym, że każdy z dystrybutorów próbuje edukować na swój sposób. Nie ma jednej definicji, która określałaby po prostu wina z apelacją. Trzeba również wziąć pod uwagę, że apelacje win zmieniają się, choć w niewielkich zakresach, w zależności od kraju, w którym są produkowane. I tak zostało już ustalone, że wina z apelacją, a więc wina, na których znajdziemy skróty takie jak IGT, AOC, DOC, DOCG i inne, to *wina jakościowe* lub też rzadziej używane *wina o kontrolowanym pochodzeniu*⁹. W innych językach rozwinięcia tego nie ma. W opisach angielskich nigdy takich zwrotów nie znajdziemy. Może jest to celowy zabieg, aby przyzwyczaić Polaków do określonych typów win, przekazać im, że skróty odnoszą się do jakości, i zabieg ten za parę lat zostanie zaniechany, a każdy Polak, widząc DOC, będzie wiedział, z czym ma do czynienia.

Kwestią do przemyślenia jest również oryginał tekstu. Od dystrybutorów, z którymi rozmawiałam podczas badań, dowiedziałam się, że często celowo tworzony jest opis w języku obcym i wysyłany do producenta z Polski (!). Opis w języku obcym przyciąga kupującego. To taka gra w kotka i myszkę, konsumenci, którzy o licznych zabiegach marketingowych dowiadują się z prasy, z telewizji, od znajomych, widząc

⁹ „[...] niekiedy producenci i recenzenci usiłują wywierać wrażenie, że mamy tu do czynienia z czymś w rodzaju gwarancji jakościowych. Powstające w ten sposób hierarchie są mylące, w każdym zaś razie ich wpływ na jakość produktu jest słabo udowodnialny” (M. Graszewicz, op. cit., s. 134).

wino z etykietką z angielskim opisem, często z góry je skreślają, sądząc, słusznie zresztą, że wino jest gorszej jakości, bo było przeznaczone na eksport i wyprodukowane specjalnie na potrzeby naszego kraju (szczególnie odstrasza: wyprodukowany na wyłączność: Biedronka Sp. z o.o., Lidl Sp. z o.o.). W wielu przypadkach nie mija się to z prawdą, a Polacy, nauczeni na przykładzie proszków do prania i perfum, wiedzą, że produkt wyprodukowany dla Polski to niekoniecznie ten sam produkt, który wyprodukowany jest np. dla Niemiec. Producenci, aby przechrzyć konsumenta, decydują się na umieszczenie etykiетки i tłumaczenia, najlepiej w wielu językach, często tylko po to, aby dać do zrozumienia odbiorcom, że wino jest wyprodukowane dla wielu krajów, w tym dla Polski. I jeśli się nad tym zastanowimy, to faktycznie dojdziemy do wniosków, że wszystkie wina, które mają na etykietkach liczne tłumaczenia, są wytworem marketingu, na zlecenie importerów z Polski. Utwierdzić nas może w tym nawet krótka wycieczka za granicę. Najczęściej win tych już tam nie znajdziemy.

2. NOBLESSE –Vino de España



(PL) Wino gronowe, białe, półsłodkie o lekko owocowym bukietcie i delikatnym smaku. Tworzy doskonałą kompozycję z mało osłodzonymi deserami, jarzynami oraz delikatnymi potrawami z cielęciny i drobiu na słodko. Może być stosowane jako tzw. „wino domowe”. Spożywamy po schłodzeniu do temp. 8–10 stopni Celsjusza. Noblesse jest produktem markowym.

Opis w języku czeskim oraz słowackim taki sam jak opis polski. Prawdopodobnie wino to nie jest spr zedawane ani w Czechach, ani na Słowacji, a tłumaczenie jest

zabiegiem marketingowym, poprzez który dystrybutor pozwala konsumentowi łączyć się, iż wino nie jest wyprodukowane jedynie na potrzeby polskiego dystrybutora. Ostatnie zdanie: „Noblesse jest produktem markowym”, jest zapewne tłumaczeniem hiszpańskiego „qualidad”, które oznacza jakość. Tylko co tak naprawdę rozumiemy pod pojęciem „marka” – znak producenta, który rozpoznajemy bez reklamy, który znamy od lat i który w większości kojarzy nam się z wysoką jakością produktu.

3. CAL Y CANTO – TEMPRANILLO MERLOT SYRAH 2009



(E) Color Rojo cereza intenso, aroma de frutos rojos, encontrando una boca sedosa y golosa. Temperatura de servicio: 14° a 16°C. Indicado para carnes, quesos i pates [Kolor czerwony wiśniowy intensywny, aromat czerwonych owoców, w ustach jedwabiste i smaczne. Temperatura serwowania: 14° do 16°. Wskazane do mięs, serów i pasztetów].

(PL) Hiszpańskie czerwone wino jakościowe pochodzące z regionu Tierra de Castilla, wytworzone z winogron szczepów Tempranillo, Merlot i Syrah. Spożywać samodzielnie lub podawać do dań z mięs, serów i pasztetów.

W tym przekładzie polskie „wino jakościowe” nie odnosi się do żadnej informacji, którą odnajdujemy na etykiecie, wyrażenie to staje się więc utarłym zwrotem stosowanym przez dystrybutorów w celu skierowania uwagi konsumentów na jakość wina, choć niekoniecznie ma to zawsze związek z prawdą. Występuje również dodatkowa informacja, dotycząca regionu oraz szczepów, która w oryginalnym opisie nie pojawia się. Co dziwne, zgodnie z opisem polskim wino można degustować samodzielnie, o czym nie wiedzą niestety Hiszpanie czy Anglicy. Tutaj, tak jak w poprzednim przypadku, Polacy nie dowiedzą się, jaki jest kolor wina oraz jego zapach i smak. Nie przemawia do Polaków żadna barwa ani żaden zapach. Importer przekonany jest, iż w podjęciu decyzji o zakupie wina zmysły nie mają żadnego znaczenia. Decydujemy, opierając się na technicznych faktach, które są w mniemaniu importerów znacznie ważniejsze niż w krajach, z których wino pochodzi. W dystrybucji ani „nos”, ani „usta” (w branży winiarskiej określenia te wskazują na właściwości wina odnoszące się do poszczególnych wrażeń zmysłowych) nie mają żadnego znaczenia. Za to bardzo mało brakuje, by do wina dodawać klientom instrukcję obsługi wraz z techniczną dokumentacją produktu.

4. LABIRYNTH, semi dry



(BG) Labirynt is a delicate red, fresh and fruity semi dry wine. It is produced of hand-picked, carefully selected grapes from Rese Valley. Tastes Best Server in temperature of 14–16°C. Perfectly suits grilled red meats, cheese and Italian cuisine.

(PL) Labirynt to delikatne czerwone wino półwytrawne o wyjątkowym, owocowym aromacie. Produkowane jest z ręcznie zbieranych i starannie selekcjonowanych winogron pochodzących ze słonecznej Doliny Róż. Najlepiej smakuje serwowane w temperaturze 14–16°C. Doskonale do dań z grilla, serów oraz dań kuchni włoskiej.

W opisie polskim dokonano kontaminacji, posz erzając tekst o epitety wzbogacające go i nasycające. Zabieg ten jest cz ęsto stosowany przez dystrybutorów, a widoczny dopiero po porównaniu tekstu z oryginałem. Ma na celu wprowadzenie odpowiedniej atmosfery, uplastycznienie tekstu poprzez wpływ na emocje odbiorcy, zastosowanie środków stylistycznych, takich jak metafory bądź epitety.

Bułgarskie wina zazwyczaj bułgarskiego opisu na etykiecie nie posiadają. Spotykamy się cz ęsto z opisami w języku angielskim lub w języku polskim. Z czego może wynikać brak języka bułgarskiego? Czy jest to kwestia marketingowej nieatrakcyjności tego języka? Nie przyciąga, nie zachęca tak jak język włoski, hiszpański czy francuski? Czy też to kw estia ogromnej produkcji nastawionej na Polskę? Wina bułgarskie jeszcze parę lat temu cieszyły się w Polsce ogromnym wzięciem. Mnóstwo ludzi wracających z „bułgarskich wakacji” skosztowało taniego wina w tym kraju i po powrocie poszukiwało go również w Polsce. Rynek, wychodząc naprzeciw oczekiwaniom klienta, wykladał hojnie na sklepo we półki bułgarskie nalewki. Bardzo cz ęsto niemające zbyt wiele wspólnego z winem.

5. CRIANZA 2007



(E) Envejecido durante otto meses en barrica de roble americano [Starzone podczas ośmiu miesięcy w beczkach z dębu amerykańskiego].

(GB) Matured for 8 months in American oak barrels.

(F) Affiné pendant 8 mois dans des fûts de chêne américain.

(D) Reifte 8 Monate im amerikanischen Eichenfass.

(PL) Wyrworne hiszpańskie wino powstałe z zebranych w momencie optymalnej dojrzałości gron szczepów Tempranillo (50%), Monastrell (30%) i Syrah (20%) wzrosłych w winnicach słonecznej Walencji, urzeka rubinową barwą i bogatym aromatem pełnym dojrzałych owoców okraszonym ziołowymi nutami. Leżakowane 8 miesięcy w beczkach z amerykańskiego dębu zachwyca aksamitnym, delikatnie tanicznym smakiem z dyskretnym akcentem wanilii i czekolady. To doskonale zbudowane wino idealnie komponuje się z daniami na bazie czerwonych mięs, pieczeniami i dojrzałymi serami. Podawać w temperaturze 16–18°C. Zaleca się otworzyć butelkę ok. 30 minut przed podaniem.

Polska wersja jest „nieco” rozszerzona, za to napisana przez dobrego specjalistę od reklamy. Konsument z opisu nie tylko przeczyta o poetyckich aksamitach, okraszaniach i dyskretnych akcentach wanilii, ale do wie się również o składzie wina, a także o tym, w jaki sposób je podawać. Informacja o otwieraniu butelki na godzinę, pół godziny przed jest bardzo cenną wskazówką dla laika, który na temat wina i sposobów jego serwowania za wiele nie wie. Importer przyzwyczajają więc klienta do „rytuałów” związanych z winem i nie dość, że klient jest wdzięczny za ekspresowe, etykietowe szkolenie, to na dodatek wino będzie mu smakować o niebo lepiej, niż gdyby wypił je zaraz po otwarciu. I na pewno wróci po kolejną butelkę. A przecież właśnie o to naszym dystrybutorom chodzi.

W tym przypadku dystrybutor zastanowił się, w jaki sposób podać wino swoim klientom, i zastosował strategię marketingową, w której profesjonalnie, lecz czytelnie dla szerszej publiczności opisuje wino. Opis jest zachęcający, przywołuje bardzo pozytywne emocje, zachęca do zakupu. Klient odnajduje wszelkie informacje, o które mógłby zapytać przed zakupem butelki.

6. FINCA LA ESTACADA



(E) Este vino no ha sido sometido a procesos agresivos de clarificación y estabilización por lo que puede precipitar en botella. Temperatura de servicio recomendada: 16–17° C. [Wino nie odbyło procesu filtracji i stabilizacji, przez co może tworzyć osad na ściankach butelki. Zalecana temperatura serwowania: 16–17° C].

(PL) Doskonale zbudowane czerwone wytrawne wino, powstałe z gron Tempranillo wzrosłych w winnicy Don Quixote położonej w regionie ścisłej apelacji D.O. Uclés. Leżakowane 6 miesięcy w dębowych beczkach urzeka krągłym smakiem przepełnionym słodkimi tanninami i długim finiszem. Idealnie smakuje podane w temperaturze pokojowej w towarzystwie czerwonych mięs, dojrzewających serów.

Również tutaj, tak jak w poprzednim przykładzie, ten sam zresztą importer stosuje te same techniki. Rozbudowuje tekst oryginalny, dodaje do niego garść „ładnych”

wyrażeń, pozwala się konsumentom rozmarzyć nad „urzekającym krągłym smakiem” oraz „długim finiszem”. Styl przypomina o wiele bardziej opisy z katalogów i stron internetowych niż z etykiety. Zdecydowanie jednak działa na wyobraźnię i zachęca do zakupu. Zapewne o wiele bardziej niż oryginalna informacja, mówiąca o osadzie i procesach, które w winie się nie odbyły.

Dystrybutor mógł tutaj kierować się poziomem wiedzy konsumentów, którzy wiadomość o osadzie oraz braku pewnych czynności w procesie produkcji mogli potraktować jako negatywną. Zazwyczaj to, co nienaturalne, niespotykane, jeśli nie jest odpowiednio przedstawione, nie zostanie uznane za wartość. Osad sam w sobie posiada negatywną konotację, a informowanie o jego występowaniu może być uznane za ostrzeżenie. W rzeczywistości bardzo wiele takich win się sprzedaje, producenci nie umieszczają podobnych informacji, a klienci wychodzą zadowoleni ze sklepu.

7. TORO NEGRO



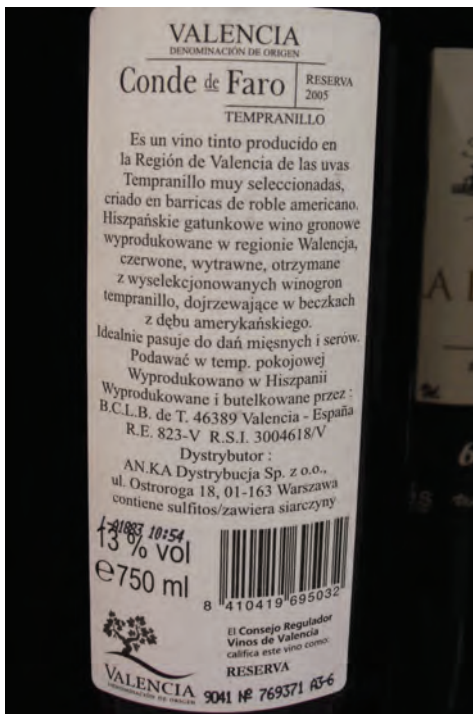
(E) Este es un vino tinto español, semiseco, suave y muy agradable al paladar [Jest to czerwone wino hiszpańskie, półwytrawne, miękkie i bardzo przyjemne dla podniebienia].

(PL) Hiszpańskie stołowe wino gronowe, czerwone, półwytrawne, delikatne i przyjemne dla podniebienia. D oskonałe do czerwonych mięs, wędlin, serów, pieczonego drobiu i ryb.

Dystrybutor dodał informację o potrawach, z jakimi warto spożywać wino. Czy dzięki większej ilości wymienionych potraw łatwiej jest sprzedać wino, bo konsument będzie je traktował jako wino, którego może napić się do wszystkiego?



8. CONDE DE FARO – RESERVA 2005, TEMPRANILLO



(E) Es un vino tinto producido en la Region de Valencia de las uvas Tempranillo muy seleccionadas criado en barricas de roble americano [Jest to wino produkowane w regionie Walencji, z wysoce wyselekcjonowanych winogron Tempranillo, dojrzewa w beczkach z dębu amerykańskiego].

(PL) Hiszpańskie gatunkowe wino gronowe wyprodukowane w regionie Walencja, czerwone, wytrawne, otrzymane z wyselekcjonowanych winogron tempranillo, dojrzewające w beczkach z dębu amerykańskiego. Idealnie pasuje do dań mięsnych ch i serów. Podawać w temperaturze pokojowej.

To bardzo dobry przykład celowego umieszczenia tekstu w oryginale. Jak widać, opis polski znajduje się na tej samej etykiecie, nie ma dodatko wej naklejki, które widać było wcześniej. Oznacza to, że producent, przed wysłaniem win do Polski, wydrukował specjalne etykiety przeznaczone tylko i wyłącznie na rynek polski (lub też zrobił to importer już w Polsce). Mógł więc wydrukować jedynie opis polski, nie łudźmy się bowiem, że napis ten jest dla tych, którzy rozumieją język hiszpański. Celowy zabieg pozostawienia oryginalnego tekstu służy omawianemu już wcześniej zabiegowi potwierdzania autentyczności produktu. Zamiast opisu hiszpańskiego mogłoby zostać napisane: „tak, naprawdę to wino pochodzi z Hiszpanii”. Tylko zapewne nie odniosłoby to tego samego skutku, a możliwe jest, że wręcz przeciwny.

9. ALENHE VINO TINTO MEIO SECO



(PL) Alente tinto to półwytrawne, czerwone wino wypr odukowane z wyselekcjonowanych winogron unikalnych portugalskich szczepów. Charakteryzuje się kolorem owocu granat, aromatem czerwonych owoców i wanilii oraz bogatym, zrównoważonym smakiem.

(P) Alente tinto meio seco é um vinho de cor granada con nuances violeta. Apresenta aromas de frutos vermelhos e baunilha. É muito equilibrado, rico e encorpado, apresentando uma boa profundidade e a suavidade da fruta.

Opis polski oddaje oryginalny opis portugalski, mimo iż zabrakło paru szczegółów, takich jak fioletowe niuansy w kolorze czy też słodczy owoców w smaku. Dlaczego autor zdecydował się pominąć wątek kolorystyczny? Tak jak w poprzednich

przypadkach uznał, że opis koloru jest zbędny w przypadku polskich konsumentów. To, co dziwi w tej etykiecie, to fakt, iż opis w języku polskim znajduje się na początku, a dopiero pod nim opis oryginalny. Znajdują się na tej samej etykiecie, co świadczy o tym, iż był to celowy zabieg marketingowy. W tym przypadku może nie do końca udany.

10. LOS COMPANHEIROS VINHO DE MESA TINTO MEIO-DOCE



(P) Proveniente de castas Portuguesas seleccionadas, è um vinho meio – doce de excelente sabor e aroma. Deve servir-se 15°C + 17°C, acompanhando a generalidade dos pratos de carne.

(PL) Portugalskie stołowe wino gronowe, czerwone, półsłodkie, otrzymane z wyselekcjonowanych winogron, aromatyczne i przyjemne dla podniebienia. Temperatura serwowania: 15°C – 17°C. Doskonale do dań mięsnych.

Podobnie jak w poprzednich przykładach, etykieta została przygotowana specjalnie na potrzeby polskiego rynku win. Opis portugalski, pod spodem opis polski dokładnie przetłumaczony przez dystrybutora.

11. CASTELLO DE LIRIA BOBAL&SHIRAZ TINTO



(E) Castillo de Liria se embotella desde 1971 en Valencia, dinámica Ciudad mediterránea con un clima ideal para la viticultura. Castillo de Liria Tinto, elaborado con las variedades Bobal y Shiraz, es perfecto para acompañar sus comidas o para disfrutar de un momento de relax con una copa de vino [Castillo de Liria butelkuje się od 1971 r oku w Walencji, dynamicznym mieście śródziemnomorskim, gdzie panuje idealny klimat do uprawy winorośli. Castillo de Liria Tinto, powstałe z odmian winogron Bobal i Shiraz, jest idealne do posiłków, jak też podczas chwil relaksu z kieliszkiem wina].

(GB) Castillo de Liria was lunched in 1971 in Valencia, the dynamic, Mediterranean city with a perfect climate for the cultivation of grapes. The wine is a blend of Bobal&Shiraz variety and is ideal to enjoy with your everyday meal or simply relaxing on the sofa.

(PL) Castillo de Liria powstało w 1971 roku w Walencji, dynamicznym, śródziemnomorskim mieście o klimacie idealnym do uprawy winorośli. To czerwone, wytrawne wino, będące połączeniem szczepów Bobal&Shiraz, jest idealnym uzupełnieniem codziennych posiłków, doskonale również samo w sobie, spożywane podczas popołudniowego relaksu.

Na przedstawionej powyżej etykietce znajdują się opisy w czterech językach – hiszpańskim, angielskim, francuskim i polskim. Chodzi tu zapewne o kraje, dokąd wino jest eksportowane, lub też, jak w powyżej opisywanych przypadkach, mamy do czynienia z zabiegiem marketingowym, dającym do zrozumienia, iż wino to do tych krajów jest eksportowane, choć niekoniecznie musi być to zgodne z rzeczywistością. Dodatkowo naklejka z adresem dystrybutora w Polsce wskazuje na to, iż wino jest eksportowane do innych krajów i każdy dystrybutor na swoim „terytorium” dodaje swoją nalepkę pod etykietką.

12. LES ORMEAUX BORDEAUX

Przykład etykiety, na widok której romaniszczy zaczyna przewracać oczyma. We francuskim oryginale wszystko czytelnie podane, bez znajomości języka, dzięki samym obrazkom wiadomo, że etykieta opisuje różne aspekty wina, w tym miejsce pochodzenia, szczepy, połączenia z daniami, temperaturę wina oraz etap degustacji. Na etykietce polskiej dodano poza daniami wymienionymi w oryginalnej wersji wędliny i pieczony drób, natomiast pominięto wszystkie pozostałe informacje. Nawet temperaturę, którą producent dokładnie podaje, sprowadzono tutaj do miana temperatury pokojowej.

W przypadku takich etykietek przychodzi na myśl pytanie, czy jest to strategia maketyn-gowa, wedle której dystrybutor nie uważa za konieczne, a wręcz za zbędne informowanie konsumenta o właściwościach wina, czy też brak tutaj jakichkolwiek chęci do włożenia w swoją pracę dodatkowego wysiłku, jakim jest tłumaczenie oryginału etykiетки.



(F) Zone de production: Département de la Gironde. Cépages: Merlot, Cabernet, Sauvignon. Accompagne: Parfaitement tous les plats de viandes, volailles et les fromages. Température de service: 15 à 17 °C. Dégustation: Vin harmonieux et souple, alliant la finesse des tannins et l'élégance des arômes.

(PL) Francuskie wino gronowe, czerwone. Do czerwonych mięs, dzikiego ptactwa, serów, wędlin oraz pieczonego drobiu. Podawać w temperaturze pokojowej.

13. COUSTERAC RÉSERVE



(F) Charles Cousterac a voulu exprimer dans son vin de Gaillac toute la richesse de ce terroir du Sud-Ovest, toute la générosité du midi-toulousain. Une robe rouge profond, un nez aux arômes intenses avec une pointe de boisé, Cousterac révèle en bouche une dominante de fruits rouges (cassis, framboises) et des notes épicées spécifiques de l'appellation. A déguster sur des viandes grillées et des fromages de caractère.

(GB) With a deep red robe and a nose of intense aromas offering a hint of woodlands, Cousterac reveals in the mouth dominant red fruit flavours and spicy notes. Drink with grilled meat and hearty cheeses.

(PL) Wino francuskie czerwone wytrawne.

Na tym przykładzie widać bardzo dokładnie, jak w różnych etapach dystrybucji win zatracony zostaje ich unikalny charakter. Dotyczy to zwłaszcza win francuskich, gdzie piękno opisu oddane na etykietce jest pomijane i zastępowane chłodnym wyrażeniem: wino czerwone, gronowe.

14. ROCHET MAZET, MERLOT



(PL) Przyjemne aromaty czerwonych owoców z delikatnie kandyzowaną nutą. Wino o pięknym, czerwonym kolorze i pełnej, zbilansowanej strukturze.

(CZ) Příjemné aroma červeného ovoce s jemnými tóny kandovaného ovoce. Křásná červená barva a vyvážená struktura.

(SK) Prijemná vôňa červeného ovocia s jemne kandizovaným tónom. Vín s nádhernou červenou farbou a plnou, vyváženou štruktúrou.

(HU) Vörös gyümölcsök kellemes aromái enyhén cukros jeggyel. Szép, színi bor teljes, kiegyensúlyozott struktúrával.

Dosłowne tłumaczenie w czterech językach. Wino zostało zapewne przeznaczone na eksport do krajów wschodnich i w związku z tym, aby zaoszczędzić niepotrzebnej pracy dystrybutorom, etykiетки przygotowano wcześniej. Brak tutaj jednak oryginalnego, francuskiego opisu i brak ten razi. Nie widać bowiem nawet, że opis jest przekładem zagranicznego tekstu, wręcz przeciwnie, to polski tekst pojawia się jako pierwszy, a za nim kolejne języki. Kwestia przypadku? Czy też w Republice Czeskiej jako pierwszy pojawi się w dziwny sposób język czeski?

15. MUSTANG VALLEY RED WINE CALIFORNIA

Opis, który wielokrotnie spotyka się na butelkach. Większość win spoza Europy lub z Nowego Świata posiada właśnie takie etykiетки. Możliwe, że jest to związane z angielskim opisem, który zazwyczaj jest tam umieszczany.



(GB) Rich, seductive dark stone fruit aromas with flavours of juicy black cherry and subtle vanilla. Perfectly balanced by medium tannins and a lingering finish. Enjoy on its own at room temperature or with red meat and game dishes.

(PL) Czerwone wino gronowe. Zawiera siarczyny.

16. CHIANTI CORTE ALLE MURA

Wino sprzedawane przez tanią sieć minimarketów. Producent, we włoskim opisie, przedstawia ziemie Toskanii, na których rosną winorośle, z których tworzone jest wino. Niestety wątek ten zostaje w polskim tłumaczeniu usunięty. Zamiast tego dowiadujemy się, że wino pochodzi z Włoch. W rzeczywistości jest to jedyna informacja „techniczna”, która może powiedzieć coś więcej na temat wina jego pasjonatom, ale nie „zwykłym zjadaczom chleba”. Zapach „korzenny” został zamieniony tutaj na „zdecydowany”, „czerwone mięso” na „ciemne mięso”. Tłumacz zastosował tutaj zabieg uogólniania, nie starając się, aby wszystko było bardzo czytelne i maksymalnie proste w odbiorze.



(I) Questo vino nasce dalle ricche ed assolate terre della toscana i cui pendii offrono alla vite un'ottima esposizione e condizioni di maturazione ideali. Di colore rosso, si contraddistingue per un gusto secco e armonico. Grazie al bouquet pieno e speziato, e' particolarmente adatto ad accompagnare specialita a base di selvaggina e carni rosse.

(E) Este tipico y famoso vino tinto italiano, caracterizado por su color rojo rubi, su sabor seco y su bouquet aromático, es especialmente indicado para acompañar carnes rojas y caza.

(R) Wino czerwone, wytrawne Chianti. To charakterystyczne i znane wino włoskie, którego charakterystycznymi cechami są wytrawny smak oraz harmonijny, pełny i zdecydowany bukiet zapachowy. Podawać do ciemnego mięsa i dziczyzny.

(N) Szőlőz minőségi vörösbőr. Származási hely: Olaszország. Tipikus és ismert olasz bor. Rubomvörös színű, száraz izvilágú, harmonikus, telt, fűszeres buké jellemzi. Sötét minőségű és vadhússpecialitások remek kísérője.

(C) Červené víno. Toto typické a známé červené suché italské, víno charakteristické jeho náhornou červenou barvou s harmonickým koreným bouquetem výrazné chuti, je vhodné zvlášt k specialitám z červeného masa a divočiny. Zdroj původu: Itálie

(M) Červené víno. Toto typické a známé červené suché italské, víno charakteristické jeho náhornou červenou barvou s harmonickým koreným bouquetem výrazné chuti, je vhodné zvlášt k specialitám z červeného masa a divočiny. Zdroj původu: Itálie

(PL) Wino czerwone, wytrawne Chianti. To charakterystyczne wino włoskie, którego charakterystycznymi cechami są wytrawny smak oraz harmonijny, pełny i zdecydowany bukiet zapachowy. Podawać do ciemnego mięsa i dziczyzny.

17. BAROLO DOCG

Wino zakupiono w minimarkecie, reklamującym się jako najtańszy w Polsce. Barolo, które u producentów kosztuje około 100 zł, tutaj znajdujemy za jedyne 34 zł. Etykieta polska w żadnym zdaniu nie tłumaczy tekstu włoskiego. Informacje dotyczące fermentacji nie istnieją w znajdującym się poniżej włoskim opisie. Dlaczego dystrybutor zdecydował się na umieszczenie dodatkowych informacji, bliższych znawcom wina? Być może dlatego, iż uznał, że wino Barolo (jedno z najbardziej znanych i najdroższych włoskich win) zostanie zakupione przez tych bardziej wymagających. Znajdziemy

informacje o taninach, zapachu lukrecji, eteryzmie wina, a więc informacje, które kierowane są zazwyczaj do bardziej zaawansowanych w terminologii wina odbiorców. W opisie włoskim znajdują się wyszczególnione odmiany szczepów, z których powstało Barolo, informacje te są jednak pomijane na polskiej etykiecie. W zamian za to dystrybutor poleca dania, z którymi warto wina spróbować.

Kolejna ciekawostka. W najtańszych sklepach znajdziemy bardzo rozbudowane opisy na etykietach, często wykraczające poza informacje zawarte w opisie oryginalnym. W winotekach, specjalistycznych sklepach z winem, importerzy ograniczają się w większości przypadków do takiej informacji: wino czerwone, wytrawne.

Czyżby właściciele tanich supermarketów chcieli mieć swój udział w edukowaniu społeczeństwa w zakresie terminologii wina? Czy też ci wielcy gracze, którzy mogą sobie pozwolić na sprzedaż do super- i hipermarketów, są lepiej przygotowani marketingowo do sprzedaży swoich produktów? Wszystko na to wskazuje. Oprócz niskich cen, które zapewne nie świadczą o wysokiej jakości, znajdziemy tam bar dzo dużo przydatnych informacji, na wielu etykietkach są sformułowania dotyczące produkcji i dojrzewania win. Z etykiety możemy dowiedzieć się, jakich zapachów i wrażeń smakowych należy w winie poszukiwać oraz z czym wino podać, aby takie właśnie odnaleźć. Dla amatorów wina są to na pewno cenne wskazówki, które w dużej mierze decydują o zakupie. Nawet jeśli informacje nie są zgodne z tymi, które chciałby przekazać konsumentom producent.



[I] Il Barolo e' da sempre un vino di grande risorse e prestigio che gli conferiscono una fama non a caso a tutto il mondo. I Comuni selezionati, situati nelle zone piu assolate delle Langhe, che costituiscono la zona di questo vino sono undici. Deriva dal vitigno Nebbiolo, nelle sottovarieta' Lampia, Michet e Rose, e invecchiato minimo tre anni, di cui due in botti in legno Rosso con riflessi granata, intenso di sapore, asciutto, caldo e persistente. Servire a temperatura ambiente [Barolo od zawsze było winem o wysokim prestiżu i nie przez przypadek jest słynne na całym świecie. 11 wyselekcjonowanych gmin, które znajdują się w najbardziej nasłonecznionych miejscach w Langhe, tworzą rejon występowania tego wina. Pochodzi ono ze szczepu Nebbiolo, z jego odmian Lampia, Michet e Rose, dojrzewa minimum trzy lata, z czego dwa w drewnianych beczkach. Czerwień z granatowymi refleksami, intensywne w smaku, wytrawne, ciepłe i trwałe. Podawać w temperaturze pokojowej].

[PL] Wino Barolo powstało z ręcznie zebranych i wyselekcjonowanych winogron. W celu uzyskania najlepszych efektów grona oddzielono od szypulek i poddano 8–10-dniowej fermentacji. Po tym czasie wino rozpoczęło proces dwuletniego leżakowania w drewnianych beczkach. Barolo to wino o niesamowicie obfitym bukacie. Eteryczne, ze złożonymi nutami przypraw, lukrecji, oraz delikatnym zapachu fiołków. To wino wytrawne, pełne i harmonijne, a zawdzięcza to miękkim i aksamitnym taninom. Barolo uświetni każdą potrawę z czerwonych mięs lub dziczyzny, idealnie też będzie się komponować z serami. Najlepiej serwować je w temperaturze 20 stopni C.

18. BARBERA D'ASTI DOCG



(I) Barbera d'Asti DOCG Vitigno: Barbera. Zona di produzione: Astigiano. Accostamenti gastronomici: minestre asciutte, arrosti di selvaggina gentile, maiale, spezzatini di involtini. Temperatura di servizio: 18° se giovane, 20–22 se invecchiato [Szczep: Barbera. Miejsce produkcji: Astigiano. Połączenia gastronomiczne: gęste zupy, pieczeń z dziczyzny, wieprzowina, zrazy. Serwis: 18°, jeśli jest młode, 20–22 jeśli dojrzałe].

(PL) Wino wybrane metodą selekcji jakościowej. Wino gronowe czerwone wytrawne.

Również tutaj mamy typowy przykład ignorowania opisu zaproponowanego przez producenta. Opis oryginalny jest bardzo ciekawie przygotowany, wypunktowane są najważniejsze zagadnienia, z których konsument może wybrać to, co dla niego najistotniejsze. Niestety dystrybutor nie zdecydował się na przytoczenie opisu. Wybrał najprostszą formę prezentacji, ograniczając się, jak wielu, wielu innych, do minimum.

19. FINEST GRAN RESERVA – RIOJA



(GB) Aromas of black berry fruits with added layer of oak spice. A rich, mature flavor with raspberry and exotic spice. A long, complex finish. Serve: at room temperature with rich meat dishes such as roast lamb/beef or light game. Source: only the highest quality grapes, sourced from selected prime vineyards within Rioja are used for this Gran Reserva. The wine is carefully aged for a minimum of 2 years in oak barrels and additionally two years in the bottle prior to release. Store: Store in a cool, dark place. To enjoy this wine at its best drink within 2 days [Aromat czarnej jagody z ostrym zapachem dębu. Bogaty, dojrzały smak malin i przypraw egzotycznych. Długi, pełny finisz. Podawać w temperaturze pokojowej z daniami mięsnymi takimi jak pieczona jagnięcina/wołowina. Pochodzenie: tylko najwyższej jakości winogrona, pochodzące z wyselekcjonowanych winnic Rioja zostały użyte przy produkcji Gran Reserva. Wino dojrzewa przez co najmniej dwa lata w dębowych beczkach oraz dodatkowo dwa lata w butelkach przed dystrybucją. Sklep: przechowywać w chłodnym, ciemnym miejscu. Aby najlepiej cieszyć się winem, należy wypić je w przeciągu dwóch dni].

(PL) Warunki przechowywania: przechowywać poziomo w chłodnym i ciemnym miejscu. Po otwarciu przechowywać w lodówce i spożyć w ciągu dwóch dni.

Bardzo ciekawy, wyczerpujący opis w języku angielskim, zawierający informacje dotyczące aromatów, smaku, połączeń z daniami, a także dojrzewania wina i sposobów przechowywania. Niestety tylko w języku angielskim. Dystrybutor ze wszystkich podanych w wersji angielskiej informacji uznał za najistotniejszą tę dotyczącą przechowywania wina, na dodatek popełniając duży błąd, informując konsumentów, aby umieścili butelkę czerwonego wina w lodówce. Producent miał zapewne na myśli miejsce chłodne, bo w takich z reguły wina powinny być przechowywane, natomiast o miejscu konserwacji po otwarciu nie mówi ani słowa. Przykry natomiast jest fakt, iż dystrybutor umieszcza informację nie tylko wynikającą ze złego tłumaczenia, ale sam przyznaje się jednocześnie do małej wiedzy z zakresu win.

Zastanawiające jest to, co kier uję dystrybutorami w momencie podejmowania decyzji o tłumaczeniu jedynie fragmentów oryginalnego tekstu. Brak podstaw

z zakresu marketingu, brak informacji o tym, czego oczekuje konsument, niezajomość odbiorców produktu, lenistwo...

Zakończenie

Etykietka jest jednym z najważniejszych elementów, które decydują o zakupie wina. Według badań przeprowadzonych przez Geinseinheim Research Center oraz Uniwersytet Australii Południowej różnice w informacjach na etykiecie wpływają na cenę win w 8% przypadków¹⁰. Liczba zwiększa się do 11% w krajach, gdzie wino pochodzi z importu. W przypadku sklepów i winiarni, w których wina nie można zdegustować, ocenie konsumenta podlegają:

- cena,
- kraj pochodzenia,
- miejsce pochodzenia,
- design,
- wygląd opakowania,
- rodzaj szczepu,
- nazwa winnicy bądź producenta,
- brand.

W skład etykiety obok logo, zdjęcia, kolorów i czcionki wchodzi również tekst informacyjny. Jest on niewątpliwie bardzo ważnym elementem, który wpływa na decyzje o zakupie. W zależności od rodzaju konsumenta pojawiają się również różnice w oczekiwaniach odnośnie do podawanych informacji. Największe wrażenie wywierają: styl, format i kolor etykiety – czyli cechy widoczne przy pierwszym kontakcie. Przeczytanie informacji to już drugi krok, na który nie wszyscy kupujący się decydują. Zakup wina może być impulsywny, a tekst umieszczony z tyłu może nie mieć żadnego znaczenia, jak też może zmienić decyzję o zakupie. Z badań przeprowadzonych przez American Association of Wine Economists wynika, iż z informacjami zawartymi na etykietce najczęściej zapoznają się starsi konsumenci, świadomi swoich zakupów¹¹. Oczekiwania oraz preferencje konsumentów wina w Polsce nie zostały jeszcze zbadane i zdefiniowane. Na przedstawionych przykładach wyraźnie widać chaos, brak konsekwencji i odgadywanie w ciemno tego, co potencjalny klient chciałby na temat wina przeczytać. Zrozumienie realnych potrzeb i zachowań związanych z zakupem określonego wina jest podstawą w tworzeniu i rozwijaniu strategii marketingowych. W tworzeniu opisów do etykietek nie powinno brać się pod uwagę jedynie zdania producentów i dystrybutorów, to konsument powinien odnaleźć na nich to, czego szuka. Oczywiście daleko nam jeszcze do Amerykanów,

¹⁰ <http://academyofwinebusiness.com/wp-content/uploads/2010/04/MuellerSzolnoki-Wine-packaging-and-labelling.pdf>.

¹¹ http://www.wine-economics.org/workingpapers/AAWE_WP72.pdf.

którzy protestują przeciw przyjętemu słownictwu winnemu, które umieszczone na etykietach miałyby wprowadzać w błąd oraz odbierać urok winnicom¹², wywołując negatywne emocje u konsumentów; niemniej jednak tekst opisujący wina lub tłumaczący oryginalne opisy powinien być rzetelny, miarodajny i zachęcający do spożycia. Dystrybutor powinien być świadomy, do kogo kieruje swój opis. Techniczne informacje dotyczące procesu produkcji raczej nie zainteresują tej części konsumentów, którzy kupują wina dla rozrywki, by cieszyć się nimi w gronie przyjaciół, podczas domowych przymiłek. Będą jednak nieodzowne dla koneserów i pasjonatów. Jeszcze inną grupę ludzi przyciągną wszelkie odznaczenia, medale i nagrody, które wino zdobyło. Mogą być one głównym powodem, dla którego ktoś zdecyduje się na zakup. Najistotniejszym więc czynnikiem w opisie win i tworzeniu etykiet jest zrozumienie zachowań „winnych” konsumentów. Komunikacja producenta z konsumentem poprzez opis wina nie powinna być zakłócona przez dodawanie niezrozumiałych słów lub wyrażeń. Komunikat powinien informować, a nie wprowadzać w zakłopotanie z powodu jego niezrozumienia.

Ludzie wybierają wina łącząc je z miejscami, atmosferą, wydarzeniem, podczas którego wino mają zamiar otworzyć. Jeśli będzie to romantyczna kolacja – wybiorą to o najciekawszym bukietcie oraz intensywnym kolorze – pozwolą, by to zmysły zdecydowały o ich zakupie. Jeśli wino będzie towarzyszem relaksującego weekendu – zdecydują się na to, które w opisie nie będzie miało zbyt wiele technicznych informacji, które są „za ciężkie” po trudnym tygodniu w pracy. Jeśli wino ma być wskaźnikiem naszej wiedzy lub też będzie podawane na ważnym spotkaniu biznesowym, wówczas jego szczegółowy opis jest jak najbardziej wskazany. Tekst na etykietce wpływa także na skłonność do zapłaty. Im bardziej wyczerpujące informacje, lub im więcej odpowiedzi na pytania, które nurtują konsumentów, tym większa chęć do „odwdzięczenia się” zakupem. Jeśli sama etykieta nie zaintryguje, nie wzbudzi żadnej emocji, to konsument będzie szukał głębiej, próbując na przykład usprawiedliwić wysoką cenę produktu.

Etykieta wina może być pierwszym źródłem, z którego Polacy dowiadują się, jak o winie mówić. Przyswajają słownictwo i zaczynają je powtarzać, wnosząc swój wkład w tworzący się samoistnie słownik terminologii wina. Do wspólnego dzieła w głównej mierze przyczyniają się dystrybutorzy, specjaliści od marketingu oraz tłumacze. Bardzo ważne jest, aby zdawali sobie sprawę z wagi tekstów, które tworzą, i na pewien czas zapomnieli jedynie o korzyściach finansowych związanych z etykietowymi strategiami, a pomyśleli o tym, jak najlepiej, najrzetelniej przekazać wiedzę o winie. Postawić sobie za zadanie wyedukowanie polskich klientów, właśnie po to, aby w przyszłości kupowali więcej wina, umieli się nim cieszyć i umieli o nim mówić. Faktem jest, że nie wszystkim na tym zależy. Dystrybutorzy celowo omijają pewne informacje lub też je dodają, tłumaczą wiernie zagraniczne opisy lub

¹² <http://www.miamiherald.com/2011/11/22/2514793/stricter-rules-considered-for.html>.

też z góry z nich rezygnują, ustawiając na półkach butelki z francuskim winem i ani jednym słowem po francusku.

Wino w Polsce staje się coraz bardziej popularne, spożycie rośnie i, jak mówią prognozy, będzie rosnąć jeszcze bardziej. Pija się wino z wielu powodów: jednym z nich jest podążanie za śródziemnomorskim modelem odżywiania się oraz chęć prowadzenia zdrowego trybu życia. Wzrasta również poziom zamożności Polaków, mogą pozwolić sobie na butelkę dobrego Bordeaux, a więc zaczynają się interesować, co to dokładnie jest. O winie można było wcześniej dowiedzieć się z filmów lub książek, w których zamożni panowie w ekskluzywnych restauracjach wybierali najlepsze roczniki win do kolacji. Dziś Błak dąży do zachodnioeuropejskich wzorców, a więc chce wiedzieć wszystko to, co zapewne jeszcze parę lat temu po prostu ignorował.

W związku ze wzrostem spożycia win rozwija się również terminologia wina. Choć w Polsce nadal pozostaje ona w fazie eksperymentów, wiele szlaków na drogę sprawnego posługiwania się specjalistycznym językiem zostało już przetartych. Warto więc, wdrażając się w terminologię wina, posługiwać się tekstami tłumaczonymi przez wykwalifikowanych tłumaczy, sprawnie posługujących się terminami, lub też odwoływać się do tekstów polskich dziennikarzy lub badaczy związanych z winem od wielu lat. Jeszcze długa droga i wiele lat nauki, aby w pełni mówić o winach i wyrażać swoje opinie na ich temat. Warto pamiętać, żeby uczyć się od najlepszych.

Bibliografia

- Anderson B., *Wina Włoch*, przeł. K. Środa, Warszawa 2003.
- Bieńczyk M., *Nowe kroniki wina*, Warszawa 2010.
- Bochnakowa A., *Jak opisać wino. Między oryginałem a przekładem*, Kraków 2000.
- Cieśla H., Gałuszka J., Łopieńska I., *Podręczny słownik włosko-polski i polsko-włoski*, 2005.
- Graszewicz M., *Czym pije się wino? O komunikacyjnych strategiach opisów wina w czasopiśmie branżowym*, [w:] *Język w marketingu*, red. K. Michalewski, Łódź 2008.
- Jefford A., *Szkoła wina*, przeł. K. Wróbel, 2008.
- Olczak M.A., *10% wzrost wydatków Polaków na wino*, „Gazeta Wyborcza”, 8.10.2009.
- Sobel G., *O handlu winem we Wrocławiu w XVI–XVIII wieku*, „Magazyn Wino”, 18.12.2008.
- Tarnowska-Ciosek I., *Czyja to wina, że w Polsce nie ma wina*, „Magazyn Wino”, 11.01.2011.

Źródła internetowe

- www.winomania.pl
www.institutwina.pl

www.inwestycje-egzotyczne.pl.

www.collegiumvini.pl.

<http://biznes.onet.pl>.

<http://www.wine-economics.org>.

<http://www.miamiherald.com>.

<http://academyofwinebusiness.com>.

<http://www.winebusiness.com>.

Marcin Pielużek

Uniwersytet Wrocławski

Rekonstrukcja tożsamości polskiego nacjonalizmu na podstawie programów i tekstów ideologicznych środowisk skrajnej prawicy

Omawiana w niniejszym artykule problematyka polskiego nacjonalizmu dotyczy w rzeczywistości jedynie wąskiego jego wy cinka, obejmującego środowiska radykalnej prawicy¹. Jednakże wyjaśnienia wymaga polskie rozumienie terminu „nacjonalizm”. W Polsce posiada ono bowiem węższe znaczenie niż w krajach zachodnioeuropejskich, gdzie szerszy jest nie tylko kontekst znaczeniowy, ale także odmienne wartościowanie. Zachodni termin „nacjonalizm” obejmuje szereg różnorodnych koncepcji oraz pozbawiony jest jednoznacznie negatywnego kontekstu. Terminy „nacjonalizm” i „patriotyzm” charakteryzują się odmiennymi semantykami i spełniają różne funkcje komunikacyjne, ale niejednokrotnie używane są wymiennie. Tymczasem w Polsce pojęcie „nacjonalizm” cechuje się negatywnymi konotacjami, podczas gdy „patriotyzm” jest jednoznacznie pozytywnym elementem nacjonalistycznej semantyki. „Nacjonalizm” jest zatem destrukcyjny, irracjonalny i fanatyczny, podczas gdy patriotyzm zawiera w sobie wszelkie wartości pielęgnowania cnoty narodowe². By lepiej pojąć różnicę w odmiennym postrzeganiu i zakresie znaczeniowym polskiego i zachodniego „nacjonalizmu”, niezbędne wydaje się naszkicowanie najważniejszych historycznych koncepcji poświęconych nacjonalizmowi.

¹ Zaliczam tu takie organizacje i środowiska jak Narodowe Odrodzenie Polski, Obóz Narodowo-Radykalny, Obóz Wielkiej Polski, Młodzież Wszechpolska oraz grupy i organizacje skupione wokół serwisów o tematyce nacjonalistycznej, m.in. Nacjonalista.pl.

² Jak zauważa Michael Billig, ów dualizm stanowi praktyczne narzędzie w codziennej komunikacji, nie tylko budujące opozycję „my”/”oni”, ale także służące nobilitacji „naszych” decyzji i stigmatyzacji działania „obcych”. Nasze zachowanie jest patriotyczne, ale identyczne zachowanie innych państw jest przedstawiane jako destruktywny nacjonalizm (Billig 2008: 113–118).

Historyczne koncepcje narodu i nacjonalizmu

Koncepcja „narodu”, jako określonej grupy rasowej, funkcjonowała od XII wieku, pozbawiona była jednakże swojego politycznego charakteru. Dopiero w konsekwencji Rewolucji Francuskiej termin ten stał się integralnym składnikiem działań i programów politycznych, mających na celu wykreowanie koncepcji narodu, a tym samym skoncentrowanie, wokół idei narodowych, rozproszonych i niejednokrotnie podzielonych wspólnot lokalnych funkcjonujących w ramach określonego państwa (Heywood 2007: 166).

Początki koncepcji nacjonalistycznej sięgają myśli oświeceniowej, choć sami reprezentanci tamtego okresu, na których się powoływano, w żaden sposób nie stanowią „ojców” nacjonalizmu ani też sami nie okrzestali się tym mianem. W przypadku nacjonalizmu ciężko też jednoznacznie wskazać jego twórców. Jest on raczej efektem zachodzących zmian społeczno-politycznych, dokonujących całkowitej reorganizacji funkcjonującego systemu społecznego, lub też, jak przekonywał Gellner, stanowi on naturalną konsekwencję procesów modernizacyjnych (por. Gellner 1999). Nacjonaliści odwoływali się do Kantowskiej koncepcji samostanowienia oraz w szczególności idei „dobrej woli” (*the good will*), zgodnie z którą człowiek może być wolny jedynie wtedy, kiedy przestrzega praw płynących z jego wnętrza, a nie ze świata zewnętrznego, co czyni człowieka jednostką w pełni niezależną i walczącą o własną autonomię. Dla nacjonalistów koncepcja samostanowienia staje się najwyższym celem politycznym. Kolejną oświeceniową ideą zaimplementowaną przez nacjonalizm jest koncepcja „wspólnej woli” (*general will*) Rousseau, stanowiąca fundament świadomości narodowej. Największym zagrożeniem dla społeczeństwa, jak przekonywał francuski myśliciel, jest „tyrania woli większości”, cechująca się egoizmem, którą należy przekształcić we „wspólną wolę”, czyli kreację obywatela uzależnionego od środowiska, w którym funkcjonuje, postrzegającego innych obywateli jako wartość nadrzędną, co z kolei wymagało stworzenia mechanizmów kreujących specyficzną więź między jednostkami – patriotyzmu (Özkerimli 2010: 11–13). Jednocześnie narzędzie patriotyzmu nie musiało oznaczać ograniczenia wolności jednostki, a nawet, jak twierdził Stuart Mill, służyć może ono realizacji wolności (por. Lawrence 2007).

Okres romantyzmu, w szczególności jego niemieckiej wersji, jest momentem podziału nacjonalizmu na dwa nurty: liberalny i konserwatywny. Typ liberalny cechował się budowaniem wspólnot narodowych w oparciu o koncepcje wolności, równości i demokracji, co w efekcie umożliwiło powstanie silnych państw o demokratycznych fundamentach, nastawionych na rozwój ekonomiczny. Stabilność i rozwój były czynnikami skutecznie blokującymi agresywne formy nacjonalizmu. Typ konserwatywny koncentrował się tymczasem na budowie tożsamości narodowej w oparciu o narodowe sentymenty i resentymenty, a przyświecającym celem było stworzenie silnego państwa politycznego³.

³ Podkreślić należy, że w kreowanie i promowanie rodzimych nacjonalizmów zaangażowani byli historycy, odkrywający i konstruujący narodową symbolikę, tradycję, mity i zwyczaje (por. Lawrence 2007, Özkerimli 2010, Gellner 1999, Smith 2007). Historia jako dyscyplina

Tym samym, jak przekonuje Lawrence, „liberalny nacjonalizm polityczny XIX wieku został bardzo szybko zneutralizowany przez prawicę, która włączyła go do wykluczających, agresywnych, «całościowych» form nacjonalizmu” (Lawrence 2007: 15). Ów podział nacjonalizmu wykorzystany został przez Friedricha Meineckego do wyróżnienia dwóch typów narodów: politycznych (skonstruowanych w oparciu o „wspólną historię polityczną oraz konstytucję”) oraz kulturowych (opartych na „wspólnym dziedzictwie kulturowym”) (Lawrence 2007: 39), który następnie, na początku XX wieku, posłużył Hansowi Kohnowi do stworzenia własnej typologii. Kohn dokonał geograficznego ulokowania liberalnej i konserwatywnej wersji nacjonalizmu, wychodząc jednocześnie poza dominującą dotychczas europocentryczną perspektywę jego postrzegania. Dla świata zachodniego (Anglia, Francja, Stany Zjednoczone) nacjonalizm stanowił polityczne „wydarzenie”, które poprzedzone było powstaniem państw narodowych. Cechował się on wolnością jednostki, otwartością i multikulturowością. Tymczasem we wschodniej części świata (Europa Centralna i Wschodnia oraz Azja) nacjonalizm koncentrował się na kulturowości własnej historii i tradycji. Istotnym czynnikiem powyższej typologii było funkcjonowanie i siła klasy średniej. W krajach zachodnich, w momencie narodzin nacjonalizmu, funkcjonowała silna klasa średnia, co w połączeniu ze spójnością terytorialną wpłynęło na polityczną i racjonalistyczną jego formę. Tymczasem zacończony ekonomicznie Wschód, pozbawiony silnej klasy średniej, koncentrując się nie na ekonomicznych, ale politycznych aspektach budowania narodu, wytworzył romantyczną, konserwatywną oraz irracjonalną formę nacjonalizmu (Özkan 2010: 35–36). Tym samym, jak zauważył Lawrence, racjonalna idea obywatela została na Wschodzie zastąpiona koncepcją ludu, bazującą na etniczności i autorytaryzmie (Lawrence 2007: 163). Podział ten, choć często krytykowany, stał się dominującą teorią międzywojennego nacjonalizmu.

Włączenie się do dyskursu o nacjonalizmie nauk społecznych wniosło projekty całościowych koncepcji nacjonalizmu oraz analiz jego funkcji. Socjologia, jako dyscyplina pretendująca do badania i wyjaśniania ogólnych zjawisk społecznych, nie koncentrowała się bezpośrednio na samym nacjonalizmie, jednak w pracach Maksa Webera i Émile’a Durkheima widoczne są elementy akcentujące chęć dobrowolnej przynależności jednostek do wspólnot, które cechowały się wspólnymi zwyczajami, tradycjami, wiarą oraz posiadały wspólną historyczną przeszłość, co odzwierciedlało się w wysokiej randze wspólnego przeżywania rytuałów, ceremonii oraz wspólnych zgromadzeń publicznych. Istotną rolę odgrywała religia, za pomocą której realizowane były zbiorowe rytuały i ceremonie. Nacjonalizm zyskał także, na skutek procesów modernizacyjnych, idealne narzędzie kreowania narodowych wspólnot w postaci edukacji, za pomocą której wpajane miały być określone postawy zawarte

akademicka była w tym okresie na etapie powstawania, nie dysponowała zatem charakterystycznymi dla nauki rygorami i metodologiami. Jednocześnie historycy częściej wówczas odgrywali rolę urzędników, będących na usługach rządzących, a nie autonomicznych badaczy. W szczególności widoczne to było w Niemczech (por. szerzej Lawrence 2007).

w „narodowym katechizmie”. W końcu podział pracy i komplementarność ról społecznych minimalizować miały znaczenie „wieszów krwi”, zwiększając rolę czynników funkcjonalnych (Özkirimli 2010: 26–28). Choć druga wojna światowa, zdominowana przez nacjonalizm całościowy, przejściowo zablokowała naukowe rozważania na temat nacjonalizmu, pod koniec lat pięćdziesiątych nauki społeczne ponownie zdominowały ten obszar badań, nadając im jednocześnie nową optykę. Centralnym punktem zainteresowań stała się analiza i wpływ czynników modernizacyjnych na przeobrażenia społeczeństw i narodów, a w szczególności rola takich elementów jak kapitalizm, industrializacja czy sekularyzacja. Badania coraz częściej charakteryzowały się interdyscyplinarnością, co wzbogaciło analizy nacjonalizmu. Wprowadzenie do rozważań o nacjonalizmie składnika związanego z modernizacją społeczeństwa było o tyle istotne, że do dziś pozostaje aktualny podział na nacjonalizmy nowoczesne i prorozwojowe oraz konserwatywne i wsteczne nacjonalizmy antypostępowe, zwłaszcza że podział ten istotny jest dla niniejszych rozważań.

Ze względu na szeroki wachlarz ujęć współczesnego nacjonalizmu skoncentruję się jedynie na tych najistotniejszych z punktu widzenia niniejszego artykułu. Okres modernizmu wzniosł do badań nad nacjonalizmem koncepcje narodów i nacjonalizmów jako bytów wykreowanych. Zgodnie z moim zdaniem najistotniejszą koncepcją Gellnera nie jest tak, że to narody wytworzyły nacjonalizmy, ale wręcz przeciwnie – to nacjonalizmy stworzyły współczesne narody, co stanowiło radykalny zwrot w badaniach, w których dominujący dotychczas historycy promowali pogląd, jakoby to poszukujące wspólnej tożsamości narody wytwarzały nacjonalizm (por. Gellner 1999).

Modernistyczne koncepcje nacjonalizmu bazują na dorobku Webera i Durkheima oraz funkcjonalistycznych i systemowych teoriach Talcotta Parsonsa, który postrzegał społeczeństwa jako określone systemy społeczne, wzajemnie od siebie zależne i pełniące określone role mające zapewnić stabilność systemu. Potrzeby systemu muszą być zaspokojone w celu przetrwania jednostki, dlatego też każdy element systemu spełniać musi określone funkcje (por. Parsons 2009). Koncentrowano się zatem na wyjaśnianiu czynników rozwoju współczesnego społeczeństwa, dla których nacjonalizm był narzędziem spełniającym określone funkcje. Karl Deutch wskazywał na rolę komunikacji społecznej, wykorzystującej językową i kulturową wspólnotę do budowania narodowych więzi. Nacjonalizm w tym rozwiązaniu stanowił więc funkcję industrializacyjną i modernizacyjną, mającą na celu reorganizację społeczeństwa, łącząc i budując więzi między rozwiniętymi centrami a peryferiami, czyniąc z komunikacji podstawowe narzędzie kreowania narodowej tożsamości (Lawrence 2007: 185–188).

Kwestia niwelowania lub też ignorowania różnic między centrami a peryferiami podjęta została później przez neomarksistów. O ile tradycyjny marksizm w niewielkim stopniu podejmował kwestię nacjonalizmu, postrzegając go przede wszystkim jako narzędzie kapitalizmu, o tyle neomarksści chętniej podejmowali problematykę nierównomiernego rozwoju. Nacjonalizm stanowił dla nich element nierównej dystrybucji

procesów modernizacyjnych, a tym samym dyskryminację peryferiów zarówno w wymiarze polityki globalnej (koncepcja kolonializmu Toma Nairna), jak i lokalnym (imperializmu wewnętrznego Hechtera) (por. Lawrence 2007, Özkirimli 2010).

Najistotniejszą spośród teorii modernistycznych jest socjokulturowa koncepcja nacjonalizmu, która punktem centralnym swoich rozważań czyni analizę procesu modernizacyjnego, reorganizującego społeczeństwo w nowy system oparty na nowoczesnych czynnikach. Nacjonalizmy, zgodnie z nią, stanowią „wytwór wykształconej, szerzonej dzięki edukacji «kultury wyższej», wspomaganej przez profesjonalistów oraz powszechny, zestandaryzowany i obowiązkowy system edukacji publicznej” (Smith 2007: 68). Gellner nie zgadzał się z dotychczasowymi koncepcjami, a w szczególności z tymi, które twierdziły, że nacjonalizm był historycznie do uniknięcia. Uważał on bowiem, że choć nacjonalizm jest zjawiskiem przypadkowym, czyli nienaturalnym stanem ludzkości, to jednak nieuniknionym, stanowiącym efekt uboczny modernizacji (Lawrence 2007: 192). Analizując procesy przeobrażeń z fazy preagrarnej do industrialnej, dochodzi do wniosku, że narody są społecznymi konstruktami, w których kwestie narodowości nie są wrodzonymi atrybutami. Narody mogą bowiem istnieć bez państwa, podobnie jak państwa bez narodów. Te ostatnie są bowiem tworem sztucznym, wykreowanym w wyniku procesów modernizacyjnych. Stąd też, jak głosi kluczowa myśl Gellnera, to nie narody tworzą nacjonalizm, ale nacjonalizm, „rozumiany jako globalna dyfuzja zapośredniczonego przez szkolnictwo i nadzorowanego przez uczelnie wyższe idiomu, który skodyfikowano zgodnie z wymogami biurokratycznej i technologicznej precyzji komunikowania się”, tworzy narody (Gellner 1999: 74). Jak dodaje Smith, konstrukcja systemu oparta została na „kulturze wysokiej”, rozumianej nie jako kultura elit, „ale wykształcona, ujednolicona, publiczna kultura «ogrodowa», wdrażana przez specjalistów, system «egzotreningu» oraz powszechna edukacja” (Smith 2007: 89).

Bazując na zdefiniowanych przez Gellnera założeniach modernistycznego nacjonalizmu koncepcje konstrukcjonistyczne sięgają w swoich analizach po narzędzia językowej analizy oraz analizy dyskursu, charakterystyczne dla strukturalizmu, definiując nacjonalizm jako określone konstrukty społeczne. Eric Hobsbawm twierdzi, że nacjonalizm jest efektem „wynalezionego tradycji”, rozumianej jako kreowanie i nadawanie znaczeń określonej symbolice oraz społecznym rytuałom służącym budowaniu tożsamości narodowych, wykorzystywanych jednocześnie przez władzę jako narzędzia kontroli i podporządkowania obywateli (Lawrence 2007: 235–238). Nacjonalizm stał się więc substytutem społecznej spójności, stabilizowanej przez takie czynniki jak powszechna edukacja, wykreowane celebracje publicznych świąt czy produkcja miejsc pamięci w postaci pomników (Özkirimli 2010: 95).

Jeszcze dalej idzie Benedict Anderson, który współczesne narody postrzega jako wspólnoty wyobrażone funkcjonujące dzięki wykreowanemu, kolektywnemu obrazowi grupy wytwarzającej mechanizmy solidarnościowe między jednostkami, będące w stanie integrować obcych sobie i pozbawionych bezpośredniego kontaktu

członków narodowych społeczności. Wykreowanie wspólnot następuje na bazie antropologicznych przeobrażeń społeczeństw, które w następstwie utraty znaczenia przez dominujące w przeszłości systemy religijne oraz monarchiczne uległy fragmentaryzacji, pluralizacji oraz podziałom terytorialnym. Nie bez znaczenia były tu czynniki rozwoju języka i kapitalizmu. Ekspansja rynku kapitalistycznego wymagała językowej redukcji i unifikacji tworzącej jednolite pole do komunikacji oraz rynku zbytu. W konsekwencji unifikacja językowa wykorzystana została jako podstawa nacjonalizmów urzędowych, umożliwiających naturalizację wspólnot wyobrażonych (Anderson 1997). Czytelnictwo prasy codziennej, możliwe na skutek redukcji językowej, wykreowało przekonanie o wspólnotcie zainteresowań czytelników. Tym samym życie codzienne przekładane było na wspólne doświadczenie wspólnot wyobrażonych, lokując jednocześnie narodowe przeżycia w tym, co banalne – codzienności (Edensor 2004: 20).

Banalność nacjonalizmu doskonale została rozwinięta przez Michaela Billiga, który negował ograniczanie postrzegania nacjonalizmu jedynie do „gorącego nacjonalizmu”, charakteryzującego się ekstremizmem politycznym, oraz przeciwstawiał się redukcji pojęcia do badania kwestii korzeni narodowych. Nacjonalizm w rzeczywistości jest integralnym elementem naszej codziennej rzeczywistości, reprodukowanym rutynowo za pomocą codziennej „banalnej” semantyki i „banalnej” symboliki narodowej (Billig 2008). Banalna semantyka charakteryzuje się używaniem przez mass media i w codziennej komunikacji pozbawionego refleksji określenia „my”, służącego do „naturalizacji” narodu, a wykorzystywane w tym celu deiktyczne formy językowe mają sprawiać, że my, czytelnicy/widzowie, „jesteśmy częścią narodu; gospodarka, rząd, wieś, o których mowa, to nasza gospodarka, nasz rząd, nasza wieś” (Edendor 2004: 25). Symbolika narodowa wykorzystywana jest zatem do flagowania naszej codziennej rzeczywistości. Jednakże banalność nie oznacza w żaden sposób „łagodności” tej formy nacjonalizmu, ale jest wyrazem prozaiczności i rutynowości, w jakich jest reprodukowany. Jak pisze Billig, „jest różnica między flagą wznoszoną przez sprawców serbskich czystek etnicznych i tą, która powiewa sobie skromnie przed amerykańską pocztą” (Billig 2008: 32).

Analizowany w niniejszym artykule nacjonalizm polskiej skrajnej prawicy wpisuje się w typ nacjonalizmu „gorącego”, korzystając z terminologii Billiga. Choć dostrzegalne są programowe różnice pomiędzy poszczególnymi grupami polskich nacjonalistów, to środowiska skrajnej prawicy, skoncentrowane wokół kilku ruchów i organizacji, łączy mniej lub bardziej akcentowane nawiązywanie do ideologii i tradycji Narodowej Demokracji, a w szczególności do koncepcji Romana Dmowskiego, Zygmunta Balickiego, Jana Ludwika Popławskiego. Choć określają się mianem „nowoczesnych nacjonalistów”, to reprezentują typ nacjonalizmu autorytarnego, antydemokratycznego i radykalnego, będącego w opozycji względem omawianych wcześniej koncepcji modernistycznych. Sam modernizm jest dla analizowanych środowisk określeniem pejoratywnym i jako takie stanowi egzemplifikację

zagrożenia narodowych wartości i polskiej tradycji. Antydemokratyczny charakter ruchów połączony z totalizującą semantyką i koncepcją „narodu” opartą na etniczności i homogeniczności lokuje analizowany typ nacjonalizmu wśród typologii silnie konserwatywnych zbliżonych do Hayesowskiego typu nacjonalizmu „jakobińskiego”, cechującego się nietolerancją oraz dużym radykalizmem, który wszelkie relacje wewnątrz narodu stabilizował za pomocą restrykcyjnych zasad kultywacji narodowej symboliki (Lawrence 2007: 122). Typ ten opierał się na sile i przemocy, mającej eliminować wszelkie źródła oporu, przybierając jednocześnie ekstremalnie religijny charakter. Nacjonalizm „jakobiński” był wzorem dla dwudziestowiecznych nacjonalizmów, najpierw włoskiego faszystowskiego, a następnie niemieckiego narodowego socjalizmu (Özkirimli 2010: 33). Nacjonalizm całościowy stoi więc w całkowitej opozycji do oświeceniowych koncepcji liberalnych i internacjonalistycznych, stawiając naród jako dobro najwyższe oraz wymagając od obywateli karnej akceptacji idei jednego narodu. Pomimo marginalności polskich środowisk nacjonalistycznych, a tym samym niewielkiego ich udziału w ogólnym dyskursie społeczno-politycznym, w ich aktywności widoczne są elementy nacjonalizmu całościowego. W szczególności instrumentalne zawłaszczanie symboliki narodowej, połączone z promocją alternatywnej symboliki „narodowej”, a także równie przedmiotowym wykorzystywaniem religii, jako elementu konstytuującego ruch narodowy.

W społecznym dyskursie bardzo często środowiska skrajnej prawicy określane bywają mianem „neofaszystowskich”, co aktualnie pozostaje w przypadku części polskich środowisk nacjonalistycznych. Nie jest to oczywiście klasyczna wersja faszystowskiej i nazistowskiej ideologii, deklarując fakt akceptacji pluralizmu politycznego oraz demokratycznej struktury państwa, jednak, jak twierdzi Heywood, ciągle opierają się one na charakterystycznych dla faszystowskich strukturach organizacyjnych, operują semantykami rasistowskimi i antymultikulturowymi. Heywood określa to mianem „faszystowskiego demokratyzmu” (por. Heywood 2007). Flirt polskiej skrajnej prawicy z mniej lub bardziej radykalnymi partiami na całym świecie, jak również z organizacjami otwarcie odwołującymi się do ideologii faszystowskiej (np. „Blood and Honour”), w pełni potwierdza słowa Heywooda. Co istotne, ocena polskiego nacjonalizmu, także na gruncie naukowym, nie jest oczywista. O ile dla amerykańskich badaczy zestawienie Narodowej Demokracji z niemieckim Narodowym Socjalizmem jest rzeczą w pełni uzasadnioną, o tyle polscy historycy nie są skłonni zgodzić się z takim zestawieniem (Porter 2000: 11–15).

Początki polskiego ruchu nacjonalistycznego

Choć współczesne środowiska nacjonalistyczne dumnie podkreślają stabilność światopoglądową, lokując ją w dziedzictwie Narodowej Demokracji, to historia

polskiego ruchu nacjonalistycznego nie jest tak jednoznaczna. Narodziny polskiego ruchu narodowego są silnie skorelowane zarówno z postaciami Jana Ludwika Popławskiego, Zygmunta Balickiego oraz Romana Dmowskiego, jak i ówczesną sytuacją polityczną. Nacjonalizm okresu zaborów cechował się „duchem pozytywizmu” i był ruchem świeckim, którego podstawową rolą było konserwowanie narodu. Choć nie negował on Kościoła, to jednak traktował go jak politycznego rywala, a nacjonałiści zdawali sobie sprawę z rozbieżności interesów narodowych i kościelnych. Nie mogli jednakże całkowicie go zanegować, bowiem dla wielu ludzi stanowił on symbol polskości. Tym samym został on włączony jako element ideologiczny, choć jednocześnie został podporządkowany idei narodowej. Zdaniem Bogumiła Grotta ów wczesny nacjonalizm był także pozbawiony szowinizmu, a brak jednoznacznego światopoglądu wynikał z postawy pragmatycznej – podkreślania i zaspokajania potrzeby chwili (Grott 2010: 51–54).

Narodowy fundamentalizm narodził się dopiero po 1926 roku, kiedy to Roman Dmowski wraz ze swoim Obozem Wielkiej Polski silnie powiązał nacjonalizm z katolicyzmem, stawiając religię ponad dominującą dotychczas koncepcją „narodu”. Dmowski twierdził bowiem, że „katolicyzm nie jest dodatkiem do polskości, zabarwieniem jej na pewien sposób, ale tkwi w jej istocie” (Dmowski 1927: 13). Tym samym nacjonalizm pozytywistyczny zastąpiony został nacjonalizmem chrześcijańskim, zbudowanym w oparciu o etykę i moralność katolicką, co w konsekwencji wykreowało ideę państwa wyznaniowego. Popularność obozowi endeckiemu przyniósł kryzys gospodarczy lat 1929–1933, który endecy wykorzystali do podważenia wiary w liberalizm gospodarczy i ustawienia się w pozycji antykapitalistycznej. Jak podkreśla jednak Grott, chwilowa fascynacja rozwiązaniami faszystowskich Włoch szybko przeminęła, bowiem silnie kontrastowały one z polską kulturą oraz katolicyzmem, ale w efekcie wytworzyła tradycjonalizm, czyli system klerykałno-konserwatywny (Grott 2010: 56–60). Charakteryzował się on z jednej strony całkowitą negacją myśli oświeceniowej, a tym samym współczesności, a z drugiej renesansem filozofii tomistycznej oraz gloryfikacją średniowiecznego ustroju społecznego. Jak pisze Dominika Motak, tradycjonalizm, negując współczesność i spuściznę oświecenia, staje się jednocześnie ruchem obrony zagrożonej tradycji. Ów zwrot przeciwko liberalizmowi przerodził się w ruch *stricte* fundamentalistyczny (Motak 2002: 43–45). Negacja przez Dmowskiego Rewolucji Francuskiej oraz jej spuścizny była w sposób oczywisty hipokryzją. Bowiem to w konsekwencji rewolucji we Francji narodziły się współczesne państwa narodowe.

Jak wspominał Grott, główne środowiska endeckie nie implementowały rozwiązań włoskiego faszystowskiego na polski grunt. Były jednak środowiska bardziej radykalne nie tylko w zakresie „radykalnego działania”, jak działało się w przypadku Obozu Narodowo-Radykalnego ABC, ale także „radykalizmu programowego”, jak w przypadku organizacji Bolesława Piaseckiego. Falanga odwoływała się do ideologii faszystowskiej oraz przejęła część jego form organizacyjnych. Nie tylko hołdowała idei

wodzowskiej i monopartyjnym rządowi, ale także dążyła do wykreowania „nowej kultury” oraz „nowego człowieka” (Grott 2010: 65).

Powojenny nacjonalizm został w dużej mierze zdemontowany przez komunistyczne władze, a część środowisk wchłonięta została przez system państwowy. Odrodzenie nacjonalizmu neoendeckiego nastąpiło po 1989 roku i w zdecydowanej większości ideologiczne założenia ruchu zostały utrzymane. Jednak zdaniem Grotta, jego rozproszenie wskazuje na jego słabość (Grott 2010: 78). Nie sposób się jednak zgodzić z jego opinią, że ani wcześniejszy, ani współczesny ruch nacjonalistyczny nie był szowinistyczny i rasistowski. Ciężko bowiem nie dostrzegać antyżydowskich fobii, izolacjonistycznych modeli polityki. W szczególności w odniesieniu do współczesnych ruchów, które zapewniają przestrzeń publiczną symboliką nazistowską, rasistowską i antysemicką.

Jak zauważa Agnieszka Durska, współczesne środowiska nacjonalistyczne charakteryzują się paradoksalnością i absurdalnością. Brak wypracowanej kompleksowej koncepcji nacjonalistycznej skutkuje tym, że jest ona rozproszona, a programy opierają się na dorobku ideologicznego eklektyzmu z początku XX wieku, obejmującego „romantyczny mesjanizm, pozytywistyczny utilitaryzm, elementy liberalizmu, solidaryzmu, myśli socjalistycznej i doświadczeń ruchu robotniczego” (Durska 2008: 167–169). Sprawia to, że wartości współczesnych ruchów nacjonalistycznych, koncentrujące się na obronie zasad i moralności oraz narodowym heroizmie, stają się pustymi frazesami. Dodatkowo brak jest w ich programach jednoznacznej definicji państwa, jak również jasnej wizji jego ustroju i charakteru. Tym samym narodowa symbolika staje się elementem fetyszyzacji koncepcji narodu, która wykorzystywana jest instrumentalnie do walki o władzę i dominację (Durska: 169–170).

Z przedstawionego zarysu historii polskiego nacjonalizmu wynika zatem obraz środowiska pełnego sprzeczności, nawiązującego do tradycji średniowiecznych, antyliberalnych oraz cechującego się wojującym katolicyzmem oraz konserwatywnym fundamentalizmem. Odrzucenie filozofii oświeceniowej stawia je także w opozycji do koncepcji modernistycznych. Jaka zatem jest różnica między nacjonalizmem wieku XX i początku XXI?

Tożsamość polskiego nacjonalizmu

Pełny projekt badawczy obejmuje trzy poziomy rekonstrukcji wizerunku polskich środowisk nacjonalistycznych. Pierwszym etapem, zawartym w niniejszym artykule, jest konstrukcja tożsamości skrajnej prawicy na podstawie analizy tekstów programowych ruchów i organizacji nacjonalistycznych. Drugim etapem badań będzie rekonstrukcja autowizerunku na podstawie analizy zawartości treści serwisów nacjonalistycznych. Rekonstrukcja semantyk, strategii oraz kodów komunikacyjnych przeprowadzona zostanie z wykorzystaniem metod lingwistyki kwantytatywnej

i korpusowej. Analizie poddane zostaną korpusy tekstowe zawierające teksty o charakterze informacyjnym oraz publicystycznym, zawierające łącznie 600 tys. wyrazów. Trzecim elementem badania będzie badanie wizjerunku nacjonalistów wśród osób niebędących uczestnikami i sympatykami ruchu z wykorzystaniem kwestionariusza ankietowego. Wyniki trzech etapów pozwolą w sposób kompleksowy zobrazować tożsamość i społeczne postrzeganie środowisk nacjonalistycznych.

Niniejszy artykuł obejmuje jedynie pierwszy etap procesu badawczego, koncentrujący się na rekonstrukcji tożsamości nacjonalistów. Analiza programów poszczególnych organizacji oraz wspólnych dla większości ruchu tekstów ideologicznych pozwoli na identyfikację kontekstów, a w konsekwencji określenie ich funkcji komunikacyjnych. Tak zrekonstruowana tożsamość ruchów skrajnej prawicy stanowić będzie punkt odniesienia dla dalszych analiz.

Analizie poddane zostały programy Narodowego Odrodzenia Polski, Obozu Narodowo-Radykalnego, Młodzieży Wszechpolskiej, Opcji Społeczno-Narodowej, Obozu Wielkiej Polski oraz teksty: *Deklaracja Trzeciej Pozycji*, *Zasady ideowe nacjonalizmu*, *Nowoczesny nacjonalizm*, *Wytyczne nowoczesnego nacjonalizmu*.

Naród – Ojczyzna – Państwo

Podstawowymi elementami tożsamości nacjonalistycznej są pojęcia „narodu”, „ojczyzny” i „państwa”. Jednakże terminy te wspólne są dla wszelkich typów nacjonalizmów opisywanych we wstępie do niniejszego artykułu i stanowią podstawę wszelkich konstruktywów narodowych. Identyfikacja określonego typu nacjonalizmu możliwa jest zatem w konsekwencji zbadania kontekstów, w jakich pojęcia te zostały ulokowane, oraz celów komunikacyjnych, jakie zostały im nadane.

Pomimo iluzji nowoczesności, wpisywanej w teksty programowe polskich środowisk radykalnych nacjonalistów, konteksty kluczowych haseł są egzemplifikacją antymodernistycznego charakteru ruchu, symptomatycznego dla Narodowej Demokracji. „Naród” nie stanowi więc społecznego konstruktów opartego na identyfikacji i chęci przynależności do określonej grupy narodowościowej, jak w koncepcjach modernistycznych, ale jest społecznym obowiązkiem oraz celem nadrzędnym. Widoczne są też nawiązania do koncepcji primordialistycznych, bazujących na homogeniczności oraz etniczności jako czynnikach narodotwórczych (por. Özkirimli 2010: 53–55).

Odrzucenie modernistycznych koncepcji nacjonalizmu nie jest tożsame z dezaktualizacją „narodu” jako społecznego konstruktów. Skrajnie nacjonalistyczne środowiska wytwarzają bowiem własne konstrukty, które następnie rozpowszechniane za pomocą kanałów komunikacyjnych podejmują próbę transformacji dominującego dyskursu społecznego. Widoczne jest to w próbach zdominowania przestrzeni symbolicznej przez nacjonalistyczną symbolikę.

Także same pojęcia „narodu”, „ojczyzny” i „państwa” nie mają równej wartości. Poddawane są stopniowaniu, wedle którego najważniejszym elementem jest „naród”, jako wspólnota naturalna i najwyższego rzędu, która funkcjonować może w ramach „ojczyzny” jako bytu symbolicznego, konstruktu złożonego z cech i wartości zawartych w programach nacjonalistów. Przestrzenią funkcjonowania „narodu” jest „państwo”. Nacjoniści są jednak antysystemowi i negują państwo w jego aktualnej postaci. „Państwo” polskich środowisk nacjonalistycznych nie jest jednakże bytem realnym, ale ideowym konstruktem. Jednocześnie programy nie precyzują pożądanego ustroju i charakteru państwa.

Cytaty:

Wspólnotą najwyższego typu – wspólnotą naturalną – jest NARÓD⁴.

Jesteśmy narodowo usposobieni, ponieważ jako polscy patrioci kochamy i szanujemy naszą ojczyznę, którą niekonięcznie utożsamiamy z instytucją współczesnego państwa.

Naszym naczelnym zadaniem politycznym jest utrzymanie niepodległego bytu naszej Ojczyzny. Naród, by mógł bez przeszkód wzmacniać się i rozwijać musi bowiem istnieć w ramach stworzonego przez siebie państwa, którego jest jedynym suwerenem.

Występujemy przeciwko wszechwładzy aparatu państwowego, który wobec własnych obywateli prowadzi politykę rabunkową, i który ogranicza wolności obywatelskie.

Antysystemowość – Antypartyjność – Anarchiczność

Negacja współczesnego państwa nie jest jedynym przejawem antysystemowości środowisk nacjonalistycznych. Co więcej, odzucenie zasad demokracji parlamentarnej, mechanizmów charakterystycznych dla społeczeństw demokratycznych oraz instytucji i instrumentów państwowych lokuje ich blisko środowisk anarchistycznych, które posługują się zbliżoną retoryką antysystemową oraz atakują te same instytucje i mechanizmy. Różne jednakże pozostają cele, idee i semantyki obu środowisk oraz fakt, że anarchiści całkowicie negują koncepcję państwa, a nie jedynie domagają się jego transformacji. Zbliżone pozostają jednak sposoby działania i mechanizmy walki z państwem. Działalność partyjna zastąpiona została działaniami w ramach ruchów społecznych, cechujących się większą otwartością i dostępnością oraz pozorem większego wpływu na realne decyzje. Partie polityczne stanowią bowiem element „szkodliwego systemu”, który wymusza kompromisy nieuwzględniające „narodowego” interesu. Ciężko jednakże w analizowanych programach określić wspólny i idealny proces decyzyjny. Mechanizm demokracji bezpośredniej, najlepszy z tego punktu widzenia, nie sprawdza się w ramach *stricte* hierarchicznych i podporządkowanych

⁴ Wszystkie cytaty z zachowaniem oryginalnej stylistyki i pisowni.

środowisk, jakimi są ruchy i organizacje nacjonalistyczne. Jednocześnie głoszenie antypartyjności nie oznacza rezygnacji z chęci przynależności do „antynarodowego” establishmentu. Narodowe Odrodzenie Polski zarejestrowane jest jako partia polityczna regularnie uczestnicząca w wyborach parlamentarnych.

Cytaty:

Nie jesteśmy związani z żadną partią, gdyż formułę partyjną i jej konsekwencje w postaci parlamentarnej oligarchii uważamy za system szkodliwy, niepotrzebnie dzielący Naród i służący partykularnym interesom polityków i biurokratów.

Odrzucenie demokracji jako r ezimu wrogiego Cywilizacji Europejskiej, który za miernik prawdy przyjmuje wolę większości kierującej się najczęściej niskimi pobudkami.

Narodowe Odrodzenie Polski wyznaczyło sobie za główny cel budowę Nowego Państwa – kraju, którego gospodarzem są jego mieszkańcy, a nie skorumpowana, pozbawiona wszelkiej kontroli kasta polityczna.

Tożsamość budowana w opozycji do funkcjonującego systemu

Kluczowe elementy tożsamości nacjonalistycznej bazują zatem na negacji i budowane są w opozycji do aktualnego systemu społeczno-politycznego. Komponenty te potwierdzają *stricte* antymodernistyczny charakter ruchu, bazujący na koncepcji homogeniczności narodu w opozycji do multikulturowych trendów. Cztery spośród pięciu elementów, występujących w większości tekstów programowych, znów zbieżne są z koncepcjami anarchistycznymi (choć inaczej definiowanymi): antyglobalizacja, antykapitalizm, antyimperializm, sprzeciw względem Unii Europejskiej. Elementem odmiennym jest sprzeciw wobec imigracji.

Antyimperializm

Największym zagrożeniem dla współczesnego skrajnego nacjonalizmu jest nie, jakby się wydawało, współczesna lewica, ale Stany Zjednoczone, których dominująca pozycja militarna i kulturowa podniesiona została do rangi symbolu zagrożenia dla narodowych tożsamości. W rzeczywistości antyimperializm jest wyrazem wszystkich lęków skrajnej prawicy. Zagrożenie dla integralności narodowej dostrzegane jest we współczesnych zachowaniach rynkowych (w szczególności dotyczy to procesów prywatyzacyjnych oraz globalnego powiązania kapitału), które zdaniem nacjonalistów stanowią niszczycielską siłę dla lokalnych gospodarek. Podobnie jak globalna reprodukcja zachodniej kultury, a w konsekwencji uniformizacja społeczeństw. Obawy przed kulturą homogenizacją dotyczą w znacznie większym stopniu otwarcia się

narodowych społeczności na nowe trendy w zakresie multikulturowości, emancypacji różnorodnych mniejszości czy liberalizacji sfery obyczajowej niż faktycznej anihilacji tożsamości kulturowej. Co ciekawe, sojusznikami w walce z „imperialnym wrogiem” mogą być nie tylko bliscy ideowo przywódcy konserwatywni czy wręcz autorytarni, ale także politycy lewicowi, tacy jak Hugo Chávez. Antyimperializm pełni więc funkcję obrony tradycjonalizmu, obejmującego nie tylko narodową suwerenność kulturową i terytorialną, ale także, a może przede wszystkim, wiarę i katolicką moralność.

Cytaty:

Biały Dom dążąc do realizacji interesów gospodarczych i geopolitycznych nie zawahał się przed inwazją na Irak i Afganistan, gdzie jako symbol kulturowej dominacji Zachodu pozwolił otworzyć filie firmy McDonald. Jednocześnie zagrożone interwencją zbrojną są rządy państw, które kontestują imperialistyczne zapędy USA; Hugo Chavez i Mahmud Ahmadineżad poddani są szykanom ze strony globalnej, pro-amerykańskiej opinii publicznej, gdyż nieustępliwie bronią godności i suwerenności swoich nacji. Jako nacjonałiści udzielamy poparcia każdemu ruchowi dążącemu do ustanowienia wielobiegunowego porządku międzynarodowego, a który nie pozostaje wyemancypowany ze wspólnoty narodowej, w ramach której funkcjonuje.

[...] jednak nie popadając w optymizm, widzimy, iż moment, kiedy uda wyzwolić się świat od hegemonii najbardziej agresywnego mocarstwa, jakie istniało w historii jest jeszcze odległy. Zbrojna obecność NATO na wszystkich kontynentach, przejęcie przez amerykański reżim osłabionej państwowości Haiti, szantażowanie rządów Iranu i Wenezueli, dysponowanie środkami masowego prania mózgow i sprzedajność klas politycznych wymaga od nas wielkiej czujności i aktywności nim zbudujemy nowe jutro.

Antyglobalizm

W odpowiedzi na globalną uniformizację środowiska nacjonalistyczne ustawiają się w opozycji do procesów globalizacyjnych (wzmacniając antyimperialną postawę nacjonalistów), co w konsekwencji przekłada się na sprzeciw wobec dominacji Stanów Zjednoczonych, a wyraża się w poszukiwaniach sojuszy w innych środowiskach skrajnej prawicy. Jednocześnie postawa antyglobalistyczna pełni dodatkową, istotną dla ruchu funkcję. Obrona homogeniczności narodowej odbywa się poprzez negację idei multikulturowości oraz sprzeciw wobec koncepcji zjednoczonej Europy. W konsekwencji konteksty te pełnią rolę maskowania rasizmu i narodowego szowinizmu środowisk nacjonalistycznych. Sami nacjonałiści chętnie jednocześnie korzystają z wypracowanych rozwiązań o charakterze globalnym, tworząc ponadnarodowe sojusze nacjonalistyczne oraz uczestnicząc we wspólnych globalnych akcjach.

Cytaty:

Naszym celem jest edukowanie wszystkich tych, którzy nie zgadzają się na terror New World Order – czynienia z ludzi bezrozumnych istot wyemancypowanych z własnych kultur, tradycji narodowych, dla których istota człowieczeństwa sprowadza się do konsumpcji, a którzy w rzeczywistości są mentalnymi niewolnikami światowej klasy politycznej.

Globalizacja, czyli proces międzynarodowego podziału pracy w imię interesów finansowych potęg doprowadza do niszczenia całych sektorów produkcji poszczególnych krajów, gdyż nie są one wystarczająco zyskowne dla menadżerów wielkich korporacji. Wraz z dramatem zwykłych ludzi, których pozbawiono pracy, idzie zwalczanie lokalnych tradycji, z powodu ich niekompatybilności z systemem społecznym, który oczekuje od człowieka tylko zdolności do konsumpcji.

Globalizacja oznacza również otwarcie granic na obcych nam kulturowo imigrantów, którzy nie będąc w stanie dostosować się do otoczenia, w którym się znaleźli, stają się źródłem nowych konfliktów.

Antykapitalizm

Negacji poddany zostaje także dominujący system ekonomiczny, w szczególności neoliberalny kapitalizm. Idea kapitalizmu sama w sobie nie zostaje odrzucona, a nawet jest elementem pożądanym, jako instrument ulepszenia życia obywateli poprzez prawdziwe mechanizmy konkurencyjne, wykluczające koncentrację kapitału w obcych rękach oraz globalne powiązania instytucji finansowych. Zapewnić to ma sprawiedliwość społeczną oraz zminimalizować ekonomiczne wykluczenie. Tak rozumiany kapitalizm wolnorynkowy nie jest jednak tożsamy z równością, zachowuje on bowiem charakter hierarchiczny, który „wprowadza naturalny i zdrowy podział funkcji w społeczeństwie”. Jednakże nacjonalistyczna wersja kapitalizmu pozostaje w sprzeczności z promowaną gdzieś koncepcją korporacjonizmu. Jednocześnie powoływanie się na ideę korporacjonizmu stanowi jawny element identyfikacji z autorytarnymi i faszystowskimi ustrojami państwowymi, w których model ten był realizowany. Korporacjonizm stanowił bowiem fundamentalny element faszystowskich Włoch czy frankistowskiej Hiszpanii (por. Clark 2009: 390 i n.).

Cytaty:

Zabiegamy o wolność i niczym nieskrępowaną działalność człowieka na płaszczyźnie gospodarczej. W związku z tym popieramy kapitalizm wolnorynkowy (nie państwowy). Kapitalizm wolnorynkowy wymusza konkurencję, która prowadzi do poprawy jakości życia społeczeństwa i obniża jego koszty. Zachęca on do aktywności (przedsiębiorczości) oraz wprowadza naturalny i zdrowy podział funkcji w społeczeństwie (hierarchia), przez co jest synonimem praw naturalnych. Celem pożądanym nie jest jednak hierarchia posiadająca oparcie w statusie majątkowym poszczególnych obywateli, lecz taki podział społeczeństwa, który powstaje na gruncie uczciwej konkurencji, pracowitości i umiejętności tychże.

Kapitalizm tak jak sowiecki komunizm doprowadza do koncentracji własności: jeden w rękach grupy kapitalistów, a drugi w rękach państwa. W obu przypadkach społeczeństwo jest faktycznie wyłączone.

Zrównanie kapitału z pracą oraz na tej bazie upowszechnienie własności prywatnej, a więc w konsekwencji zasadnicze ograniczenie koncentracji własności w rękach Państwa i kapitału anonimowego.

Antyintegracja

Konstrukt zagrożenia narodowej tożsamości budowany jest także poprzez negację wartości europejskich wpisanych w założenia Unii Europejskiej. Nacjonalści postrzegają UE jako narzędzie zmierzające do stopniowego unicestwienia państw narodowych. Także finansowo-gospodarcza struktura Unii prezentowana jest jako zagrożenie dla narodowych rynków. Proponowaną alternatywą jest koncepcja izolacjonizmu ograniczającego układy międzynarodowe do krajów o zbliżonych wartościach kulturowo-ekonomicznych oraz jedynie w przypadkach bezwzględnych korzyści narodowych. Odrzucenie idei europejskiej jest także sprzeciwem wobec moralnego zepsucia, które jest utożsamiane z zachodnimi krajami UE.

Cytaty:

Dzisiejsza Europa zdominowana została przez chory system Unii Europejskiej. Ta quasi-państwowa organizacja, której nieukrywanym celem jest całko wite zniszczenie narodów i ich państw, rządzi się swoimi prawami. Są one nam wrogie, ale jednocześnie nie sposób nie dostrzec w nich pewnych luk, które można wykorzystać dla naszej sprawy.

[...] natychmiastowe zerwanie wszelkich działań „integracyjnych” z Unią Europejską, prowadzących do likwidacji Państwa Polskiego – nasz kraj może i powinien wiązać się układami polityczno-gospodarczymi z innymi strukturami zewnętrznymi, ale tylko i wyłącznie na warunkach partnerskich oraz zgodnie z naszymi interesami; niedopuszczalne jest natomiast, by ceną jakichkolwiek układów międzypaństwowych była utrata niezależności Polski jako państwa.

Uważamy, że Unia Europejska tak naprawdę niewiele ma wspólnego z prawdziwą Europą. My jesteśmy zwolennikami Europy budowanej na tradycjach i wartościach Cywilizacji Łacińskiej, a nie na materialistycznych antywartościach i biurokratycznych, absurdalnych przepisach.

Antyimigracja

Postawa izolacjonistyczna oraz antyintegracyjna przejawia się również w postaci ksenofobicznej oraz służyć ma maskowaniu zachowań rasistowskich. Podstawową funkcją komunikacyjnych kontekstów antyimigracyjnych ma być gloryfikacja rdzenno-etnicznych wartości nacjonalistycznych.

Cytaty:

Jesteśmy przeciwni masowej imigracji, ponieważ grupy przybywające tutaj, wywodzą się najczęściej z innego kręgu kulturowego, religijnego etc. Nie są rdzennymi mieszkańcami tej ziemi, a jedynie przejściowymi, są więc koczownikami. Koczownik nie przywiązuje wagi do ziemi, na której zamieszkał ani jej nie szanuje, nie jest to bowiem jego Ojczyzna. Koczownikowi, który posiada zupełnie odmienny system wartości niż tubylcy bardzo ciężko będzie zaakceptować realia, które tutaj zastał i z czasem zacznie domagać się swoich praw, których wprowadzenie spowoduje oczywiście uszczerplenie praw ludności rdzennej.

Kierujemy się uznaniem, iż postawa nastawiona na zachowanie rdzenno-etnicznej struktury naszego narodu jest postawą jak najbardziej pozytywną.

Rasistowska retoryka odwołująca się do koncepcji homogenicznej struktury narodowej wpisuje się w założenia programowe ugrupowań skrajnej prawicy. Uciekając od etykiet rasizmu, szowinizmu i ksenofobii, nacjonaliści konstruują współczesny model etnicznego separatyzmu (nazywanego etnopluralizmem) oraz rasizmu (separatyzm rasowo-kulturowego). Redefinicja znaczeń nie pozbawia ich korrelacji z koncepcjami zawartymi w ideologiach autorytarnych i totalitarnych.

Cytaty:

Jesteśmy wyznawcami postawy plasującej się pomiędzy rasizmem, szowinizmem, a kosmopolityzmem. Uważamy, że każdy ma prawo do rozwoju zgodnie z wartościami wspólnoty, w której się znajduje. Prawdziwe piękno dostrzegamy w naturalnej różnorodności, ukształtowanej w toku historii, nie zaś w procesie przymusowych integracji całkowicie różnych społeczności.

Trzecia Pozycja stwierdza, że prawdziwa miłość własnej rasy musi być zrównoważona przez szacunek dla tych, którzy choć różnią się od nas, to jednak w miłości do swej rasy są tacy sami. Trzecia Pozycja popiera koncepcję rasowego separatyzmu, dzięki któremu różniące się grupy rasowe współpracują ze sobą dla wzajemnego dobra, szanując się wzajemnie. O siedlenie ras w krajach ich pochodzenia jest pierwszym krokiem do pokojowego świata.

Choć, jak przekonuje Heywood, zarówno ideologiczna, jak i symboliczna sfera komunikacyjna współczesnych środowisk skrajnej prawicy pozwala na ulokowanie tychże środowisk w polu organizacji neofaszystowskich, ze względu na organizację, założenia programowe oraz odwołania do tradycji i założeń partii autorytarnych i faszystowskich, same środowiska nacjonalistyczne na poziomie deklaracji odcinają się od skojarzeń z faszyzmem, przyjmując jednocześnie komunikacyjną strategię negacji i deprecjacji ideologii faszystowskiej.

Cytaty:

Nie jesteśmy faszystami, ani hitlerowcami, przede wszystkim dlatego, że jesteśmy ruchem czysto polskim, nie potrzebujemy obcych wzorów. Nie uważamy się za faszystów ani za hitlerowców również dlatego, że oba te ruchy mają wiele wad, a nawet grzechów, którymi obarczać się nie chcemy.

System nazistowski czy faszystowski to ustroje lewicowe, częstokroć wojujące z Kościołem, przedkładające interes biurokracji państwowej, czy partyjnej nad interes narodowy. Dla nas, jak już pisałem najważniejsze wartości to Bóg, Honor, Ojczyzna, Tradycja, Rodzina nie zaś Partia, czy omnipotentne państwo.

Członkowie Obozu Narodowo Radykalnego, nie pozdrawiają się hitlerowskim salutem, używają natomiast tradycyjnego europejskiego pozdrowienia, zwanego również „salutem rzymskim” nie odbijają przy tym rąk od klatki piersiowej niczym hitlerowcy, ani nie wykrzykują hasła „heil Hitler”. Dłoń wyciągnięta w pozdrowieniu w połączeniu ze słowami „Czołem Wielkiej Polsce” ma ewidentnie anty-hitlerowski wydźwięk.

Jednakże codzienna praktyka pozwala wątpić w te deklaracje. Wskazują na to powiązania i bliska współpraca ze środowiskami i partiami jawnie odwołującymi się do ideologii faszystowskiej (takimi jak chociażby grecki Złoty Świt, który w ostatnich wyborach zdobył wystarczającą liczbę głosów, by zasiąść w parlamencie) czy też nie tylko brak odcięcia się, ale wręcz uczestnictwo osób z faszystowskiej organizacji „Blood and Honour” czy „Combat 18” w działaniach polskiej skrajnej prawicy.

Religia – Rodzina

Nawiązania środowisk nacjonalistycznych do koncepcji prawa naturalnego, jako fundamentalnego elementu konstytutywnego narodu, wynikają z odwołań do retoryki religijnej. Symbolika religijna, silnie skorelowana z konserwatywnym światopoglądem, stanowi integralny element nacjonalistycznej tożsamości. Jednocześnie wykorzystywana jest ona instrumentalnie. Religijność wykorzystywana jest także jako próba deradykalizacji organizacji skrajnej prawicy, co w konsekwencji pełnić ma funkcję pozyskiwania sympatii dla polskich środowisk konserwatywnych. Metody działania nacjonalistów w sposób oczywisty wskazują, że symbolika religijna wpisana w programy nie przenosi się na praktykę życia religijnego⁵. W konsekwencji widoczne jest oddzielenie Boga od religii z jednej strony oraz doktryny religijnej od praktyki religijnej z drugiej. Jak podkreśla Durska, „miejsce na piedestale jest tylko jedno – albo dla narodu, albo dla Boga, zwłaszcza gdy ten naród (reprezentowany przez narodowców) hołduje ekskluzywizmowi, antysemityzmowi, a bliźniego, który jest inny lub ma inne poglądy niż eszta prawdziwych Polaków katolików – obrzuca błotem” (Durska 2008: 174).

Cytaty:

Młodzież Wszechpolska odwołuje się do kanonu zasad Jedynej, Prawdziwej, Świętej Wiary Katolickiej, uważając Boga za ostateczny cel człowieka. Młodzież Wszechpolska docenia też wielką rolę Kościoła Katolickiego w tworzeniu i wzmacnianiu tożsamości narodowej Polaków oraz ich wszechstronnym rozwoju.

Kościół Katolicki jeden, święty i apostołski, wychowawcą naszego Narodu, drogą do zbawienia. Zasługuje na szacunek i należne mu miejsce w Państwie.

Celem absolutnym – tak w wymiarze indywidualnym, jak i społecznym – może być tylko BÓG. Jest On bowiem wartością trwałą, niezależną od biegu dziejów w. Jest źródłem norm i praw kształtujących życie jednostki i wspólnoty.

⁵ W kwestii praktyki religijnej widoczne są jednak różnice między środowiskami polskiej skrajnej prawicy. Choć brak empirycznych weryfikacji, na podstawie zawartości serwisów poszczególnych środowisk najbardziej religijną grupą wydaje się Młodzież Wszechpolska. Najbardziej fasadowym religijnym środowiskiem nacjonalistycznym jawi się Narodowe Odrodzenie Polski, od którego w sposób jasny i zdecydowany odcina się część hierarchów kościelnych.

Oparcie pojęć Sprawiedliwości, Moralności, Sumienia i Honoru na doktrynie Chrześcijaństwa jako religii objawionej, a przez to wykluczenie oświeceniowej ideologii praw człowieka, które stały się świeckim wyznaniem i źródłem mnożących się absurdalnych roszczeń społeczeństw, a w szczególności tzw. dyskryminowanych mniejszości.

Doktryna religijna w bezpośredni sposób wpływa na konstrukt rodziny oraz moralności nacjonalistycznej, będących pochodną katolickiej nauki społecznej. Szczególnie w sferze światopoglądowej widoczne są nawiązania do fundamentalistycznych korzeni endecji. „Rodzina” wykorzystywana jest w trzech najważniejszych kontekstach. Po pierwsze stanowi akt normatywny definiujący pojęcie normalności i nienormalności oraz element stabilizujący tożsamość narodową. Rodzina ma więc być ostoją tradycji, obyczajowości i kultury narodowej, tym samym stanowiąc główny filar dziedzictwa narodowego. Kolejny aspekt to funkcja ochrony rodziny, występująca przeciwko aborcji oraz wszelkim formom prawnych regulacji urodzin. Jednocześnie stosowana retoryka jest mocno antyfeministyczna, a sam feminizm symbolizować ma „śmierć tradycyjnej rodziny”. Podobną funkcję posiadają konteksty dotyczące środowisk homoseksualnych, a ich dyskryminacja jest fundamentalnym elementem tożsamości skrajnej prawicy.

Cytaty:

[...] podważanie naturalnej roli rodziny oraz negowanie jej tradycyjnego modelu jest niebezpieczne dla kondycji całego społeczeństwa. Rodzina podstawową wspólnotą wiary i krwi w życiu Narodu, ostoją tradycji i obyczajowości. Zasluguje na ochronę przed moralnymi zagrożeniami i domaga się wsparcia ze strony Państwa w swoim materialnym i duchowym rozwoju.

Rodzina jest podstawą i centrum społeczeństwa, jej siła i jedność są źródłem szczęścia narodu. Trzecia Pozycja opowiada się przeciwko ograniczaniu liczby narodzin narzucanemu przez MFW, UNESCO i inne instytucje Zjednoczonego Świata oraz przeciwko tzw. kontroli urodzin w ogóle; Trzecia Pozycja stwierdza także, że jedyną „uprzywilejowaną klasą” w naszym świecie będą dzieci.

Zwrócenie rodzinie, jako najcenniejszej części narodowej wspólnoty, jej podstawowych praw i wyłączności w decydowaniu o wychowaniu jej najmłodszych członków, które są obecnie zawłaszczane przez system socjal-liberalny usiłujący zrównać związek kobiety i mężczyzny z parą homoseksualną.

Wśród wszystkich powyższych elementów tożsamości polskiego nacjonalizmu najbardziej zaskakuje ostatni wspólny dla wszystkich środowisk i organizacji skrajnej prawicy element. Składnikiem zamykającym programy jest odwołanie do ekologii rozumianej jednak odmiennie od środowisk politycznej lewicy. Szacunek dla natury wynikać winien z poszanowania wytworu dzieła boskiego, a natura i ekologia wpisane zostają jako element narodowej tożsamości, która ma być chroniona i szanowana na równi z „ojczyzną”.

Cytaty:

Szacunek w stosunku do przyrody w połączeniu z dbałością o środowisko naturalne – to podstawowe wyznaczniki naszej ekologii. Faktem jest, że żyjemy w mieście, które niejako stało

się dla nas środowiskiem naturalnym, a w niniejszych warunkach zabieganie o miasta zielone i czyste jest jednym ze sposobów ochrony natury, którą w jakimś sensie postrzegamy również jako dziedzictwo narodowe.

Środowisko naturalne, przyroda ojczysta, to część naszego narodowego dziedzictwa. Mamy obowiązek przekazania go w nienaruszonym stanie następnym pokoleniom. Dlatego dążymy do zmiany stosunku człowieka do przyrody, do ustalenia harmonii pomiędzy rozwojem technicznym a naturalnymi ekosystemami, zapewnienia czystości ojczystego środowiska przyrodniczego, jako podstawy zdrowia Narodu.

Przyroda pięknem odzwierciedlającym Boży Ład na Ziemi. Zasługuje na poszanowanie jej praw i niepowtarzalnego, ojczystego wyrazu.

Tożsamość skrajnej prawicy, zrekonstruowana na podstawie dokumentów programowych i tekstów ideologicznych, jest w rzeczywistości tworem antysystemowym i antynarodowym. Pozbawiona elementów pozytywnego programu, bazuje na narodowych resentymentach oraz społecznych lękach. Jednocześnie postawa oraz zachowania wymierzone przeciw systemowi stają się atrakcyjną, choć zapewne chwilową ofertą polityczną. W rzeczywistości środowiska skrajnej prawicy nie są liczne, choć potrafią mobilizować szeregi osób niebędących stałymi uczestnikami ruchów nacjonalistycznych. Mała liczebność nie jest tożsama ze słabym wpływem na aktualne dyskursy społeczne. Widoczne jest to zwłaszcza w Polsce, gdzie ideologiczna wojna na polskiej prawicy polaryzuje konserwatywny elektorat, a środowiska nacjonalistyczne nobilitowane są jako wzory patriotyzmu. Nie można także nie dostrzegać korelacji między środowiskami skrajnej prawicy a grupami kibiców piłkarskich. Symbolika nacjonalistyczna jest stałym elementem rzeczywistości stadionowej.

Co jednak istotniejsze, środowiska skrajnej prawicy nie różnią się zbytnio od grup/partii protestu. Krytyce i negacji nie towarzyszy budowa programu pozytywnego. Dostrzegalny jest jedynie eklektyzm idei oraz koncepcje rodem z XIX i początków XX wieku, nieadekwatne do współczesnej rzeczywistości. Widocznym efektem obecności nacjonalistycznej retoryki w przestrzeni publicznej jest przejmowanie oraz wykorzystywanie semantyk skrajnej prawicy przez polityków (nie tylko konserwatywnych).

Szczegółowa analiza strategii komunikacyjnych oraz semantyk jest istotą kolejnych etapów badań postrzegania nacjonalizmu.

Bibliografia

- Anderson B. (1997), *Wspólnoty wyobrażone. Rozważania o źródłach i rozprzestrzenianiu się nacjonalizmu*, Kraków.
- Billig M. (2008), *Banalny nacjonalizm*, Kraków.
- Clark M. (2009), *Współczesne Włochy 1871–2006*, Warszawa.

- Dmowski R. (1927), *Kościół, Naród, Państwo, Obóz Wielkiej Polski*, Warszawa.
- Durska A. (2008), *W oparach absurdu – polski współczesny nacjonalizm – ideologia i ekspresja*, [w:] *Kulturowe determinanty nacjonalizmu*, red. M. Jeziński, Toruń, s. 159–180.
- Edensor T. (2004), *Tożsamość narodowa, kultura popularna i życie codzienne*, Kraków.
- Gellner E. (1991), *Narody i nacjonalizm*, Warszawa.
- Grott B. (2010), *Światopoglądowe aspekty polskiego nacjonalizmu*, [w:] *Różne oblicza nacjonalizmów. Polityka, religia, etos*, red. B. Grott, Kraków, s. 49–84.
- Heywood A. (2007), *Ideologie polityczne. Wprowadzenie*, Warszawa.
- Lawrence P. (2007), *Nacjonalizm. Historia i teoria*, Warszawa.
- Motak D. (2002), *Nowoczesność i fundamentalizm. Ruchy antymodernistyczne w chrześcijaństwie*, Kraków.
- Özirimli U. (2010), *Theories of Nationalism. A Critical Introduction*, New York.
- Parsons T. (2009), *System społeczny*, Kraków.
- Porter B. (2000), *When Nationalism Began to Hate. Imagining Modern Politics in Nineteenth-Century Poland*, New York.
- Smith D.A. (2007), *Nacjonalizm. Teoria, ideologia, historia*, Warszawa.

Źródła internetowe

- Deklaracja ideowa*, Młodzież Wszechpolska, <http://mw.org.pl/index.php/about/deklaracja-ideowa/> (dostęp: 04.06.2012).
- Deklaracja ideowa*, Obóz Narodowo Radykalny, <http://onr.h2.pl> (dostęp: 4.06.2012).
- Deklaracja ideowa*, Opcja Społeczno-Narodowa, <http://opcja.wordpress.com/opcja/deklaracja-ideowa/> (dostęp: 4.06.2012).
- Deklaracja Trzeciej Pozycji*, <http://www.nop.org.pl/deklaracja-trzeciej-pozycji/> (dostęp: 4.06.2012).
- Nowoczesny nacjonalizm*, <http://www.nacjonalista.pl/nasze-poglady/> (dostęp: 4.06.2012).
- Wytyczne nowoczesnego nacjonalizmu*, <http://www.nop.org.pl/wytyczne/> (dostęp: 4.06.2012).
- Zasady ideowe nacjonalizmu*, <http://www.nacjonalista.pl/nasze-poglady/> (dostęp: 4.06.2012).
- Zasady programowe NOP*, <http://www.nop.org.pl/zasady-programowe/> (dostęp: 4.06.2012).

Karolina Lachowska

Uniwersytet Wrocławski

Komunikacyjne aspekty terroryzmu w Hiszpanii

Wstęp

Zamachy z 11 września 2001 roku były nie tylko bezprecedensowym wydarzeniem politycznym, ale stały się także początkiem mediatyzacji terroryzmu. W cenie stali się specjaliści od terroryzmu, pozwalający zrozumieć przyczyny ataku na Stany Zjednoczone oraz przewidzieć konsekwencje tych działań. Rozpoczęła się globalna dyskusja na temat politycznych i religijnych motywów zamachowców. Debatowano, czy i dlaczego muzułmanie chcą walczyć z Zachodem. Doszukiwano się źródeł ich działań. Był to pierwszy na tak dużą skalę atak, który podłóża doszukiwano się przede wszystkim nie na gruncie politycznym, ale religijnym. Jednocześnie stał się on ikonicznym obrazem ataku na hegemonię i niezależność USA oraz przekazem, że żaden kraj na świecie nie może czuć się bezpiecznie. W ten sposób zbudowane poczucie strachu stało się „narzędziem i katalizatorem terroryzmu, pomnażając i wzmacniając rzeczywiste incydenty terrorystyczne, które w skali globalnej są nieliczne i zdarzają się w miejscach oddalonych od siebie” (Barber 2005: 28).

Mediatyzacja terroryzmu unaocniła symbiozę łączącą media z terroryzmem. Media, poszukując coraz to atrakcyjniejszych źródeł irytacji systemu (w rozumieniu Niklasa Luhmanna), relacjonowały niemalże na żywo przebieg zamachów. Jednocześnie zamachowcy, wykorzystując tę słabość mediów, przygotowali strategię, dzięki której cały świat bezpośrodkowo obserwował drugą fazę ataku na WTC, oferując widzom unikalny spektakl. Wykorzystanie mediów przez organizacje terrorystyczne nie było czymś nowym, jednakże pierwszy raz zamachowcom udało się trafić ze swoim przekazem do globalnej publiczności. Odbiorcy, poprzez uczestnictwo w tragedii, zrozumieli, że terroryzm jest globalnym i realnym zagrożeniem także dla nich. To wydarzenie było początkiem nowej epoki w sposobie wyobrażania i pojmowania terroryzmu, a także planowania ataków i celów wyznaczanych przez zamachowców.

Terroryzm stał się medialny, a media świadomie lub nieświadomie, wykorzystując swoją niezależność i wolność słowa, zostały promotorem terrorystów. Wskazując sprawców zamachu na WTC, tym samym zwracały oczy odbiorców w stronę krajów Bliskiego Wschodu.

Podobne medialne spektakle odbywały się przy okazji zamachów w Madrycie oraz Londynie, choć w zdecydowanie mniejszej skali. Jednakże mediatyzacja terroryzmu sprawiła, że w krótkim czasie każdy mieszkaniec globu stał się „specjalistą” od terroryzmu i Bliskiego Wschodu lub przynajmniej zdołał wyrobić sobie jakąś opinię na ten temat. Częstotliwość debat nie przekładała się jednakże na ich jakość, co w konsekwencji zaowocowało zdominowaniem globalnego dyskursu o terroryzmie przez stereotypy, a prezentowana w mediach problematyka islamu, Bliskiego Wschodu oraz fundamentalizmu religijnego, pozbawiona głębszej optyki, przyczyniała się do operowania w publicznych debatach swoistymi kalkami.

Nie bez wpływu na taki stan rzeczy miało wypowiedzenie przez Stany Zjednoczone „wojny z terroryzmem”, które dokonało binarnego podziału świata, zgodnie z nową doktryną prezydenta Stanów Zjednoczonych George’a W. Busha: „Jesteście z nami albo z terrorystami” (Barber 2005: 73). W konsekwencji Zachód nie traktował „świata arabskiego” jako partnera w rozwiązywaniu problemu, ale jako potencjalne zagrożenie. Także pozostałe kraje świata, niewyrażające chęci przystąpienia do antyterrorystycznej międzynarodówki lub chcące pozostać neutralnymi graczami, prędzej czy później, na skutek globalnego ostracyzmu, musiały wziąć udział w tym swoistym plebiscycie, opowiadając się najczęściej po stronie Stanów Zjednoczonych, tworząc tym samym dość specyficzny twór polityczno-ideologiczny.

Widoczny jest zatem podział na dwie epoki w postrzeganiu terroryzmu: przed 11 września oraz po atakach na WTC i Pentagon. Prowadzone badania pokazują, jak duży wpływ na postzewanie terroryzmu mają media: intensywność ich przekazu i koncentracja na atakach terrorystycznych islamskich fundamentalistów sprawiły, iż każdy kolejny zamach od razu przypisywany był Al Kaidzie i/lub innym grupom radykalnych islamistów, a typowy zamachowiec to w oczach odbiorcy mediów mieszkaniec Bliskiego Wschodu, islamista z turbanem i brodą (por. Lachowska 2010: 166). Koncentracja mediów na terroryzmie islamskim sprawiła, że mało kto pamiętał o wcześniejszych aktach terroru, zarówno ze strony ekstremistycznej lewicy we Włoszech, Niemczech czy Hiszpanii, jak i ultranacjonalistycznej prawicy (wymieńmy chociażby pierwszy zamach w Oklahoma City). Wnioskować można więc, że po 11 września pojęcie „terroryzm” zostało zredefiniowane, stawiając w centrum fundamentalizm islamski. Doskonale widoczne było to podczas zamachu w Norwegii w 2011 roku, kiedy pierwsze doniesienia medialne wskazywały bezpośrednio na radykalnych muzułmanów jako autorów zamachu, podczas gdy w rzeczywistości był to atak obywatela Norwegii o skrajnie prawicowych poglądach.

Przed zamachami z 11 września terroryzm pojmowany był przez pryzmat intensyfikujących się działań w krajach Trzeciego Świata lub jako element konfliktów

etnicznych. Także wtedy media, które selekcjonowały informacje według stopnia ich „medialności” oraz znaczenia w skali globalnej, prezentowały jedynie wybrane konflikty. Skutkiem była świadomość walki czeczeńskiej, palestyńsko-izraelskiej, ale mało kto słyszał o walczącej od 1988 r. Al Kaidzie.

Prezentowany artykuł poświęcony jest postrzeganiu terroryzmu w Hiszpanii, a dokładniej w Barcelonie oraz Alicante. Przeprowadzone tam badania ankietowe wskazują, że pomimo zamachu Al Kaidy w Madrycie, zarówno w Katalonii, jak i należącym do Wspólnoty Walenckiej Alicante wizerunek terroryzmu i terrorysty zdecydowanie odbiega od „globalnego” obrazu kreślonego w mediach. Doświadczeni działalnością terrorystyczną ETA Hiszpanie wciąż postrzegają ataki baskijskich separatystów jako istotniejsze niż terroryzm islamski, który w przeciwieństwie do innych badanych krajów (Polska, Włochy, Holandia, Norwegia) lokowany jest na pierwszym miejscu. Inaczej portretowani są też sami terroryści.

Nie bez znaczenia dla takiego obrazu badanego problemu jest historia zarówno narodu baskijskiego, jak również terrorystycznej organizacji ETA. Konieczne zatem wydaje się przybliżenie tych dwóch kwestii.

1. Definicje

Pojęcie „terroryzmu” sprawiało duże problemy definicyjne od samego początku wykorzystywania tego terminu. Wynika to z braku jednolitych przyczyn zjawiska, jego historycznego charakteru, skomplikowanej struktury, a także jego politycznej oceny. Wiele zjawisk nosi znamiona terroryzmu, wykorzystuje metody stosowane przez terrorystów i funkcjonuje w słowniku jako odrębne pojęcie. Zatem czy możemy powiedzieć, że walka narodowo-wyzwoleńcza, wojna partyzancka czy separatyzm są terroryzmem na równi z działaniami islamistów? Z drugiej strony, czy dobrze nam znane działania grup islamskich są terroryzmem, czy może walką o wolność? A może chęcią zwrócenia uwagi na konkretny problem?

Większość polskich definicji przedstawia terroryzm jako formę buntu pojedynczych jednostek lub grup przeciwko określonemu porządkowi politycznemu i społecznemu, za którym stoi państwo i prawo.

Terroryzm – stosowanie terroru, zwłaszcza działalność niektórych ugrupowań ekstremistycznych usiłujących za pomocą zabójstw politycznych, porwań zakładników, uprowadzeń samolotów i podobnych środków zwrócić uwagę opinii publicznej na wysuwane przez siebie hasła lub wymusić na rządach państw określone ustępstwa bądź świadczenia na swoją korzyść (Słownik języka polskiego PWN).

Alex Schmid i Albert Jongman, amerykańscy znawcy problematyki terroryzmu, przebadali 109 definicji zjawiska, wyszczególniając elementy opisu. Naukowcy skoncentrowali się na definicjach stworzonych w latach 1936–1981. Zabieg ten został powtórzony przez Leonarda Weinberga, Amiego Pedahzura oraz Sivana

Hirscha-Hoeflera. Badacze, wykorzystując kategorie stworzone przez duet Schmid & Jongman, przeanalizowali 73 definicje terroryzmu pochodzące z czasopism naukowych: „Terrorism” (od roku 1977 do 1991), „Terrorism and Political Violence” (od roku 1990 do 2001) oraz „Studies in Conflict and Terrorism” (od roku 1992 do 2001).

Tabela 1. Częstości wystąpienia kategorii w definicjach terroryzmu¹.

Kategoria opisu	A. Schmid (1988)	L. Weinberg, A. Pedahzur, S. Hirsch-Hoefler (2002)
Przemoc, siła	83,5	71
polityczny charakter	65	60
strach, podkreślenie terroru	51	22
groźba	47	41
(psychologiczne) rezultaty i (przewidywane) reakcje	41,5	5,5
zróźnicowanie ofiara–cel	37,5	25
celowe, planowane, systematyczne, zorganizowane działanie	32	11
metody walki, strategia, taktyka	30,5	31,5
nienormalność, konflikty z przyjętymi regułami, brak humanitarnych ograniczeń	30	0
wymuszanie, zniewolenie, powodowanie uległości	28	5,5
aspekt rozgłosu, reklamy	21,5	18
przypadkowość, bezosobowość, indyskryminacja	21	0
cywile, osoby niezaangażowane w walkę – neutralne i stojące z boku – jako ofiary	17,5	22
zastraszenie	17	11
podkreślenie niewinności ofiar	15,5	10
grupa, ruch, organizacja jako sprawca	14	29
symboliczny aspekt, demonstrowanie siły innym	13,5	5,5

¹ Tabela opracowana na podstawie danych z *Political Terrorism* oraz *The Challenges of Conceptualizing Terrorism*.

Kategoria opisu	A. Schmid (1988)	L. Weinberg, A. Pedahzur, S. Hirsch-Hoefler (2002)
nieobliczalność, nieprzewidywalność, niespodziewany akt przemocy	9	1
potajemny, ukryty charakter	9	7
niepowtarzalność, seryjność lub reklamowy charakter przemocy	7	0
aspekt kryminalny	6	5,5
żądanie stawiane stronom trzecim	4	1

Analiza ponad 300 różnorodnych definicji, dokonana przez oba zespoły badawcze, wskazuje, że brak jednoznacznej definicji nie wynika z braku wspólnych elementów w tychże definicjach, ale w dużej mierze zależy od interpretacji źródeł i skutków zamachów terrorystycznych. Dodatkowo terroryzm definiowany jest przez dużą ilość czynników, stąd wnioskować można o różnych formach terroryzmu i tworzyć określone typologie. Należy więc zaznaczyć w tym miejscu, że złożoność badanego zjawiska oraz wielość jego interpretacji sprawia, że „terroryzm” stanowi konstrukt dość dynamiczny.

Sposoby definiowania terroryzmu uzależnione są zatem od wielu czynników, między innymi kraju, pochodzenia, przynależności kulturowej czy etnicznej. Stany Zjednoczone, jako największe państwo występujące przeciwko terroryzmowi, zarówno pod kątem militarnym, jak i politycznym oferują kilka oficjalnych definicji terroryzmu zamieszczonych w serwisach CIA, FBI oraz Departamentu Stanu.

Terroryzm to wymierzony w cele niewalczące, przygotowany i przeprowadzony z premedytacją, przez grupy ludzi lub ukrytych agentów, akt przemocy o motywacji politycznej. Zazwyczaj wymierzony, aby przyciągnąć widownię – uzyskać szeroki oddźwięk w mediach (Departament Stanu USA).

Co istotne, większość dostępnych definicji terroryzmu pisana jest z punktu widzenia Zachodu: zachodnich obserwatorów, naukowców, uczestników zdarzeń bądź rodzin ofiar. Poszukując definicji zjawiska, warto zwrócić uwagę na sposób, w jaki osoby same uważane powszechnie za terrorystów definiują terroryzm. Osama bin Laden (uważany za najgroźniejszego terrorystę na świecie, a z pewnością najbardziej rozpoznawalnego) stworzył własną definicję, którą przedstawił podczas wywiadu telewizyjnego w 1998 roku:

Ograbiają nas z naszego bogactwa, naszych zasobów naturalnych i ropy. Nasza religia jest pod ostrzałem krytyki. Zabijają i mordują naszych braci. Narażają na szwank nasz honor i godność, a gdy ośmielimy się wypo wiedzieć choć słowo protestu przeciwko tej niesprawiedliwości, jesteśmy nazywani terrorystami (za: Rees 2005: 38).

Jaser Arafat (przewodniczący OWP, założyciel Al Fatah) na Zgromadzeniu Ogólnym ONZ w 1974 roku porównał rewolucjonistów z terrorystami:

[...] różnica między rewolucjonistami a terrorystami leży w sprawie, o którą walczą. Nikt, kto walczy o słuszną sprawę oraz o wolność i niepodległość swojej ziemi, nie może zostać nazwany terrorystą [...].

W kontekście niniejszego tekstu zasadne wydaje się przedstawienie hiszpańskiej definicji terroryzmu:

Gwałtowna forma walki politycznej, która dąży do zniszczenia ustalonego porządku lub tworzy klimat strachu i niepewności: terroryzm jest plagą społeczeństwa².

Brak możliwości stworzenia adekwatnej i akceptowanej powszechnie definicji stał się problemem globalnym. W ramach prac ONZ przy próbach zdefiniowania terroryzmu międzynarodowego zostało stworzonych około 100 definicji. Dla krajów członkowskich ONZ definicja terroryzmu może mieć kluczowe znaczenie. Państwa, które zmagają się z terroryzmem, mogą się zgłosić z prośbą o wsparcie na mocy 12 międzynarodowych konwencji antyterrorystycznych (mogą między innymi żądać ścigania terrorystów na całym terytorium ONZ).

Z badań przeprowadzonych w 2008 roku, podczas których zapytano 300 respondentów: „Czym jest terroryzm?”, wynika, że prawie 25% wszystkich odpowiedzi odnosiło się do „sposobów działania opartych na przemocy”. W dalszej kolejności badani wskazywali: zło (9,6%), dążenie do określonego celu (9,2%) oraz doszukiwali się przyczyn zjawiska (8,5%)(Lachowska 2010: 158).

2. Baskowie

Wszystkie nacjonalizmy są wymyślone. Narody są konwencjami, które nacjonalizm usiłuje przedstawić jako coś wiecznego. Ale nie ma wiecznych narodów ani wiecznej esencji narodowości. Narody wymyślone są przez nacjonalizmy. Opowiadanie się dziś za opcją nacjonalistyczną oznacza czystkę w pluralistycznych, heterogenicznych społeczeństwach (Fernando Savater).

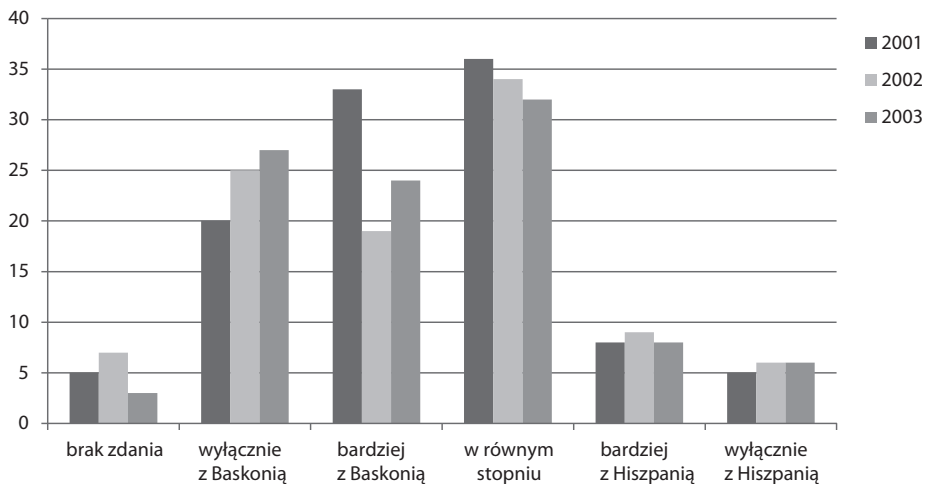
Hiszpania jako jeden z największych krajów w Europie, z liczbą ludności sięgającą 40 milionów, zmagają się z problemami etnicznymi od wielu dziesięcioleci. Strukturę etniczną tworzą tam w ponad 72% Kastylijczycy (Hiszpanie), 16% Katalończycy, 8% Galicyjczycy i w ponad 2% Baskowie. Pomimo iż wydaje się, że Hiszpania to kraj zintegrowany, należy zauważyć, że składa się on z 17 wspólnot autonomicznych, z czego część przejawia dążenia separatystyczne. Walka o autonomię oraz czynniki separatystyczne wynikają z prób odgórnej integracji kraju oraz

² Tłumaczenie własne. Źródło: <http://www.wordreference.com/definicion/terrorismo> (dostęp: 16.06.2012).

chęci zachowania odrębności lokalnych wspólnot i ich tożsamości kulturowej. Jak pisze Z. Bednarowska, „te dwie tendencje wpasowują się w bardziej ogólne zjawisko współczesne, jakim jest globalizacja, która z jednej strony tworzy globalną wioskę, a z drugiej wzbudza chęć wyróżnienia się na tle innych narodów” (Bednarowska 2008: 101).

Historia Hiszpanii znaczone jest wystąpieniami o podłożu nacjonalistycznym, jednak największą sławę zdobyli w walce o swoją niezależność Baskowie. Baskowie (Euskaldunak) są narodem pochodzenia kaukasko-azjatyckiego. Zamieszkują obecnie zachodni kraniec Pirenejów, obejmujący prowincje Guipuzcoa, Vizcaya, Alawa i Nawarra. Po stronie hiszpańskiej żyje ich ok. 2 milionów. Po francuskiej zamieszkują obszary: Basse, Navarre, Soule i Labourd. Tam społeczność baskijska liczy ok. 200 tysięcy (Grotowicz 2000: 335). Kultura, tradycja i język Basków przetrwały do dziś. O ile po stronie francuskiej w wyniku asymilacji język powoli zanika, to w hiszpańskiej części jest on wciąż żywy. Warto podkreślić, iż jest to jeden z nielicznych zachowanych w Europie żywych języków nieindoeuropejskich. Obecnie w *euskara*, czyli języku baskijskim potrafi się porozumieć 15–20% Basków (Bednarowska 2008: 110).

Z badań przeprowadzonych przez Instytut Nauk Politycznych i Społecznych w Barcelonie wynika, że Baskowie są narodem cechującym się silnym poczuciem odrębności i tożsamości narodowej.



Wykres 1. Wyniki badań dotyczących poczucia przynależności narodowej/etnicznej Basków³.

Na przestrzeni wieków Baskowie podkreślali swoją niezależność i fakt, że ich naród nigdy nie został podbity przez najeźdźców, akcentując w ten sposób silną wspólnotę

³ Wykres opracowany na podstawie danych dostępnych na www.icps.es (dostęp: 17.06.2012).

narodową. Przodkowie Basków zamieszkiwali obecne tereny jeszcze w czasach, w których Rzymianie nie opanowali Francji i Hiszpanii. Jednak trzeba podkreślić, iż państwo baskijskie nigdy nie istniało. Pomimo baskijskich korzeni nie było nim też Królestwo Nawarry, na które często się powołują (Kulińska 2001: 55). W XIV wieku na terenach Hiszpanii zostały wyodrębnione regiony kulturowo-historyczne, których różnorodność miała podstawy etniczne, językowe, historyczne i obyczajowe. W XVIII wieku Burbonowie dokonali centralizacji władzy królewskiej, narzucając przy tym język kastylijski jako oficjalny język królestwa. Proces ten nie objął Basków, którzy w tym czasie nie stanowili jedności administracyjnej (zamieszkiwali cztery prowincje). Każda z prowincji miała swoje prawa i przywileje wyrażone w fueros⁴. Fueros w prowincjach zamieszkiwanych przez Basków były podobne, szczególnie w przypadku lokalnego prawa⁵. W XIX wieku niezależność Basków gwarantowana przez fueros została zagrożona przez dominację hiszpańską. Baskijczycy w odpowiedzi poparli Don Carlosa jako pretendenta do tronu (pierwszy karlistowski pretendent do tronu Hiszpanii). Po upadku rebelii karlistów baskijskie fueros zostały odwołane; był to rodzaj kary za poparcie Don Carlosa (*Encyklopedia terroryzmu* 2004: 568).

Za początek nowego baskijskiego nacjonalizmu (zdecydowanie bardziej krwawego) można przyjąć powstanie PNV – Nacjonalistycznej Partii Baskijskiej (1894), której twórcą był Sabino Arana Goiri⁶. Wprowadził on zupełnie nowe pojęcie narodu, „odnosząc się wyłącznie do określonych cech narodu. Cech, które mają znaczenie obiektywne, niezależne od sytuacji prawnej, i również niezależne od woli wyrażanej przez mieszkańców”⁷. Jak pisze Gurutz Jauregui Bereciartu, dla Sabino Arana naród istnieje w „abstrakcji i w absolicie, a w swych elementach konstytutywnych ma charakter stały i ahistoryczny”⁸. Składowymi, które tworzą tożsamość Basków i „demonstrują, że Bizkainos nie są Hiszpanami”, są według Sabino Arana: „1 – rasa, 2 – język, 3 – rząd i prawa, 4 – charakter i zwyczaje, 5 – osobowość historyczna”⁹. W okresie Republiki partia PNV była główną siłą polityczną Basków. W latach

⁴ Fueros – zbiór lokalnych praw i obyczajów, w których zawarte były także przywileje ekonomiczne i polityczne. Z fueros wiąże się także symbol baskijski, dąb Guerniki (historycznej stolicy Baskonii), pod którym każdy z monarchów wstępujących na tron Hiszpanii musiał przysięgać, że będzie przestrzegał nadanych praw (www.historycy.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=333:konceptcje-sabino-arana-y-goiri-i-proces-powstawania-nacjonalizmu-baskijskiego&catid=41:wiek-xix&Itemid=53/ (dostęp: 12.06.2012).

⁵ www.historycy.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=333:konceptcje-sabino-arana-y-goiri-i-proces-powstawania-nacjonalizmu-baskijskiego&catid=41:wiek-xix&Itemid=53/ (dostęp: 12.06.2012).

⁶ Sabino Arana Goiri – ojciec baskijskiego nacjonalizmu, twórca flagi Kraju Basków.

⁷ www.historycy.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=333:konceptcje-sabino-arana-y-goiri-i-proces-powstawania-nacjonalizmu-baskijskiego&catid=41:wiek-xix&Itemid=53 (dostęp: 16.06.2012).

⁸ Ibidem.

⁹ Ibidem.

1936–1939 Baskowie korzystali z szerokiej autonomii, posiadając własnego premiera i ministerstwa (niezależny rząd w Bilbao), które zostały zlikwidowane, gdy do władzy doszedł generał Franco. W 1937 roku nacjonaliści generała podjęli atak na Basków, wysyłając niemieckie lotnictwo z Legionu Condor, które w ataku bombowym doszczętnie zniszczyło Guernikę (swoisty symbol Basków). Wraz z pojawieniem się dyktatury Franco nacjonalizm baskijski był bezwzględnie tępiony. Zakazano posługiwania się językiem baskijskim, który miał dla Basków szczególne znaczenia narodowe, a działacze polityczni zmuszeni byli do emigracji, by uniknąć więzienia (Grotowicz 2000: 336). PNV działało na emigracji w Paryżu oraz posiadało tajny oddział na terenie Hiszpanii. Kultura baskijska przetrwała jednakże pod przykrywką różnorodnych klubów, np. wspinaczki czy turystyki górskiej (*Encyklopedia terroryzmu* 2004: 568). Pomimo iż PNV była organizacją potępianą przez Franco, nigdy nie została sklasyfikowana jako organizacja terrorystyczna, jednak jej bierność przyczyniła się do buntu, a w konsekwencji odejścia grupy studentów. W 1953 roku w Bilbao założyli oni nielegalne pismo „Egin!” („Działać!”). W tym samym roku powołano do życia organizację PNV – Euzko Gastedi (EGI) – młodzieżowe ramię PVN. Właśnie z połączenia tych dwóch jednostek 31 lipca¹⁰ 1959 roku powstała Euskadi Ta Askatasuna¹¹ (Baskonia i Wolność) (Grotowicz 2000: 336).

3. Euskadi Ta Askatasuna – ETA

On nie był żadnym terrorystą. On był bojownikiem o wolność. Był żołnierzem, który poległ w walce o swoją ojczyznę. Jakim prawem Hiszpanie tutaj są? Jakim prawem wmawiają mi, że jestem Hiszpanką, skoro nią nie jestem¹².

Powstanie ETA było jednym z najważniejszych momentów w historii Basków. Wcześniejsze ich dążenia separatystyczne koncentrowały się na innych czynnikach i były z pewnością mniej radykalne. ETA w swoich założeniach była organizacją patriotyczną i bezwyznaniową (co było sprzeczne z historią Basków, powiązaną z katolicyzmem). Jednak z reguły kler popierał ich działania (Grotowicz 2000: 336). Twórcy, powołując organizację, inspirowali się ruchami rewolucyjnymi na Kubie i w Algierii. Głównym celem była walka zbrojna przeciwko państwu, które okupuje tereny Kraju Basków, bez względu na ustrój polityczny tego państwa (Jakubowska 2005: 10). Warto zwrócić uwagę, iż założenia ETA wiązały się po części z koncepcją *utraconej ojczyzny* Sabino Arana. Już na samym początku ujawniły się zóźnicowane

¹⁰ 31 lipca – Dzień św. Ignacego Loyoli – święto patrona Kraju Basków.

¹¹ ETA – E–Euskadi –baskijskie państwo obok innych państw świata; A– Askatasuna – wolni ludzie w ramach baskijskiego państwa.

¹² Słowa wypowiedziane przez Anie (partnerkę Urko – komandosa ETA, który zginął na skutek niekontrolowanej eksplozji podczas przewożenia ładunku wybuchowego) w wywiadzie z P. Rees w Durango, *Kolacja z terrorystą*, s. 210.

oczekiwania względem zakresu działalności organizacji. Z jednej strony byli rewolucjoniści, z drugiej patrioci. Pierwsi domagali się bezwzględnej przemocy, drudzy z kolei chcieli działania terrorystyczne uzupełnić perspektywą polityczną. Podczas pierwszego zgromadzenia w 1962 roku, chcąc połączyć założenia lewicowców z patriotami, określono charakter organizacji jako: „Baskijski ruch rewolucyjny, powstały z patriotycznego oporu”, a kilka lat później sformułowano motto ETA: „Patriotyzm robotników przeciwko nacjonalizmowi burżuazji” (Grotowicz 2000: 339).

ETA od samego początku stawiała siebie i Basków w roli *ofiar*, uciśnionego narodu, który walczy o wolność. W początkowej fazie miała ona zwolenników nawet na arenie międzynarodowej. Sposób walki organizacji z państwem idealnie wpasowywał się w koncepcję Basków-ofiar. ETA walczyła z państwem. Państwo brało odwet na społeczności baskijskiej. Dla ETA stanowiło to usprawiedliwiony powód do kolejnych zamachów, zyskujących w ten sposób poparcie Basków. Pierwsze zamachy ETA miały, w porównaniu z późniejszą działalnością, raczej niewinny charakter, a celami stały się nagrobki, pomniki oraz inne symbole reżimu Franco. Pierwszą poważniejszą akcją organizacji była próba wysadzenia pociągu, którego pasażerami byli kombatancki frankistowscy (w 1961 roku w okolicach San Sebastian). W tym czasie dokonano także zamachu na urzędy w Vitoria i siedzibę policji w Bilbao, wywołując w ten sposób niezadowolenie władz w Madrycie, które aresztowały 100 działaczy ETA.

W 1968 roku, podczas blokady drógowej, w wyniku strzelaniny zginął przywódca ETA w Guipuzcoa. W następstwie tego wydarzenia członkowie organizacji zamordowali szefa policji w San Sebastian. W tym samym roku dokonano zamachu na policjanta Melitona Manzanasa, który został oskarżony o torturowanie więźniów politycznych. Odpowiedzą państwa na zabójstwo było wygnanie z kraju tysięcy Basków (*Encyklopedia terroryzmu* 2004: 569). W 1969 roku w Burgos postawiono przed sądem 16 członków ETA (za zamordowanie policjanta w San Sebastian), z czego sześciu skazano na karę śmierci i łącznie na 754 lata więzienia (S terling 1990: 193). W grudniu tego samego roku ETA porwała konsula Republiki Federalnej Niemiec w San Sebastian – Eugena Beihla. Za uwolnienie konsula zażądano ułaskawienia skazanych na śmierć członków organizacji, na co Franco wyraził zgodę. Akcja ta stanowiła przełom w działalności ETA. Terrorysty zyskali popularność, poparcie społeczności baskijskiej oraz nowych członków. Od tego czasu zaczęły się porwania mające na celu wymuszenie konkretnych zachowań, jak na przykład porwanie w 1972 roku przemysłowca, w którego fabryce odbywały się strajki, który został uwolniony po spełnieniu oczekiwań strajkujących (Grotowicz 2000: 339).

Najgłośniejszy zamach ETA miał miejsce w grudniu 1973 roku, gdy najpierw porwano, a w konsekwencji zamordowano admirała Luisa Cerrero Blanco, który miał być następcą generała Franco. Zamachowcy wykopali tunel pod drogą, którą Blanco codziennie jeździł do kościoła, wypełniając go materiałami wybuchowymi. Zdetonowali je, gdy samochód znajdował się dokładnie nad tunelem. Siła wybuchu była tak duża, że przerzuciła samochód nad ośmiopiętrowym budynkiem. Zamach

ten wywołał gorącą dyskusję wewnątrz organizacji. Umiarkowana frakcja spierała się z bojownikami w zakresie zasadności używania tak radykalnych środków, w wyniku których państwo zaostrzało swój stosunek względem ETA, a dodatkowo organizacja traciła poparcie. W 1974 roku¹³ ETA podzieliła się na dwie frakcje: ETA – militar i ETA – politico-militar (*Encyklopedia terroryzmu* 2004: 569).

Po śmierci Franco w 1975 roku oraz w wyniku demokratyzacji kraju ETA straciła sympatię, którą się dotąd cieszyła. Z a czasów generała uważano ją za grupę bojowników walczących o wolność z reżimem, lecz po jego śmierci status ETA został zdegradowany do grupy terrorystycznej, atakującej powstające państwo demokratyczne. Celem organizacji stało się zatem prowokowanie władz państwowych do brutalnej reakcji przeciwko nim. W latach 1975–1980 można było zauważyć pewną zależność: im większe prawa były przyznawane Baskom, tym akcje ETA były bardziej radykalne. I tak o ile w latach 1968–1975 z rąk ETA zginęły 34 osoby, to w latach 1978–1980 zostało zamordowanych 275 osób. W tym okresie rząd w Madrycie spełnił oczekiwania Basków, przywracając im autonomię z okresu republiki. W 1977 roku wypuszczono na wolność ostatnich 20 aresztowanych członków ETA (także tych oskarżonych o morderstwa).

W 1978 roku została założona partia Herri Batasuna, startująca w regionalnych wyborach jako polityczne ramię ETA. Jednak partia ta nigdy nie uzyskała poparcia większego niż 20%. W wyborach 1986 roku w prowincji Nawarra otrzymała 300 tysięcy głosów na 3 miliony mieszkańców. Warto jednak wspomnieć, że w swoim najlepszym okresie udało się jej zdobyć miejsce w Parlamencie Europejskim. Pomimo iż popularność ETA spadła (w tym okresie popierała ją 1/5 mieszkańców Baskonii), to działacze ETA nadal występowali w imieniu wszystkich mieszkańców Baskonii i nie zważając na spadające poparcie, kontynuowali działalność terrorystyczną. W samym 1986 roku dokonano wielu zamachów, między innymi: zabójstwo wiceadmirała Cristobala Colona, wybuch bomby w autobusie Gwardii Cywilnej w Madrycie (zginęło wtedy 10 osób), wybuch bomby w domu handlowym w Barcelonie (21 ofiar), atak rakietowy na Ministerstwo Obrony, wybuch bomby w turystycznym mieście Mabella. Po serii zamachów opinia publiczna oczekiwała radykalnej reakcji władz. Madryt jednakże wydał zaskakujący dekret o amnestii dla członków ETA, którzy dobrowolnie się zgłoszą (z prawa tego skorzystało około 250 osób). W 1997 roku ETA porwała radnego Miguela Angela Blanco, żądając za jego uwolnienie przeniesienia 500 skazanych członków ETA do jednego więzienia. Władze bały się zgromadzenia w jednym miejscu tylu członków jednej organizacji. Po niespełnionym ultimatum Blanco został zamordowany i porzucony w lesie. To morderstwo stało się przyczyną wielu przemarszów i manifestacji skierowanych przeciwko Batasunie („Baskowie – tak, ETA – nie”). Na terenie kraju kilka siedzib tej organizacji zostało podpalonych przez Basków, którzy wezwali do bojkotu organizacji i jej członków („Nie kupujcie w sklepach członków

¹³ W 1974 roku dokonano kolejnego zamachu w madryckiej kawiarni Rolando.

Herri Batasuna”, „Nie pijcie wina w ich tawernach”). Do 1997 roku w zamachach dokonanych przez ETA zginęło 800 osób (Grotowicz 2000: 347).

W 1997 roku Trybunał w Madrycie skazał na 7 lat więzienia 23 członków Bata-suny za związki z ETA. Skonfiskowano dwie tony materiałów wybuchowych gotowych do detonacji. W 1998 roku sędzia Baltazar Garzon podjął decyzję o zamknięciu gazety „Egin”. Taki obrót spraw zaowocował podpisaniem w 1998 roku Paktu z Lizzary, który stanowił, iż „kwestia baskijska winna być rozwiązana na drodze politycznej, a nie przy użyciu przemocy. W związku z tym 17 IX ETA ogłosiła bezterminowe zawieszanie broni”¹⁴. Po czternastu miesiącach ETA zerwała zawieszenie broni i rozpoczyna walkę zbrojną.

W 1996 roku organizacja została wpisana na listę organizacji terr orystycznych przez Departament Stanu USA na prośbę premiera Hiszpanii José María Aznara. W 2003 roku Sąd Najwyższy Hiszpanii uznał, że Batasuna jest częścią ETA i zdelegalizował partię (był to pierwszy przypadek zdelegalizowania partii od śmierci Franco). Kilka miesięcy później G.W. Bush wpisał Batasunę na listę organizacji terrorystycznych, deklarując, że Stany Zjednoczone podjęły kroki, by „odciąć Bata-sunę od źródeł finansowania”.

Gdy 11 września 2004 roku wybuchły bomby podłożone w podmiejskich po-ciągach w Madrycie, rząd natychmiast obarczył winą ETA. Kilka godzin później premier José María Aznar oficjalnie ogłasza, że ETA jest sprawcą zamachów. W tym czasie hiszpańscy dyplomaci napisali rezolucję potępiającą separatystów i doprowadzili do jej uchwalenia przez Radę Bezpieczeństwa ONZ. Trzy dni po tragedii miały się odbyć w Hiszpanii wybory. Aznar prowadził we wszystkich sondażach. Dwa dni po zamachach jedna z arabskich gazet w Londynie dowiedziała się, że do zamachów przynajmniej Al Kaida. Tysiące Hiszpanów wyszło wtedy na ulicę, protestując przeciwko Partii Ludowej (jej kandydatem był Aznar) za to, że ta chciała wprowadzić ich w błąd. W wyborach zwyciężyła Partia Socjalistyczna (Rees 2008: 226).

Przyglądając się działalności ETA, należy zastanowić się, czyja to jest walka. Czy organizacja, która z początku walczyła z reżimem (jak wiele innych organizacji na świecie, choćby Solidarność za czasów komunizmu, choć w tym przypadku bez sięgania po terror), popierana przez wielu Basków, a nawet na arenie międzynarodowej, zmieniła się z walczącej o wolność w walcząca o uwagę i władzę? Czy ETA, a w dalszej kolejności jej polityczne skrzydło, była głosem Basków, którzy w większości sprzeciwiali się całkowitemu odłączeniu od państwa hiszpańskiego? Może jednak była to grupa radykalnych nacjonalistów dążących do władzy?

Rozwiązaniem problemu baskijskiego może być teza wygłoszona przez Jesusa Eguigurena, sekretarza Baskijskiej Partii Socjalistycznej: „Rozwiązanie problemu baskijskiego nie jest kwestią dogadania się Basków z Hiszpanią, ale Basków z Baskami”¹⁵.

¹⁴ Za: http://www.e-polityka.pl/a.341.d.0.Kwestia_baskijska.html.

¹⁵ Za: <http://www.kulturaihistoria.umcs.lublin.pl/archives/181> (dostęp: 15.06.2012).

4. Terroryzm w Hiszpanii – wyniki badań

Po zamachach z 11 września 2001 roku terroryzm stał się tematem modnym, medialnym i powszechnie znanym. Kilka lat później, po kolejnych zamachach w Londynie i Madrycie, postanowiono zapytać ludzi, w większości niemających styczności z szeroko pojętym terroryzmem ani jego skutkami, co sądzą o tym zjawisku. Przyjęto wtedy, że ich opinie generowane są przez media i zdobytą wiedzę.

Pierwsze badania dotyczące postrzegania terroryzmu przeprowadzono w Polsce w 2008 roku. Zapytano wówczas 300 respondentów o różne aspekty terroryzmu, począwszy od definicji, poprzez zamachy, a na wyobrażeniu o osobie terrorysty skończywszy. Wtedy terroryzm najczęściej kojarzony był z zamachami. Prawie 50% badanych nie potrafiło sobie przypomnieć zamachów, które zostały dokonane przed 11 września 2001 roku. Z zamachów dokonanych po atakach na WTC najczęściej wskazywano zamachy w Madrycie w 2004 roku oraz w Londynie w 2005 roku. Jako najbardziej znaną organizację terrorystyczną wskazywano wtedy Al Kaidę (wskazało ją 240 z 300 badanych). Przyczyn terroryzmu respondenci doszukiwali się w religii, a za główne cele uważali strach i cele religijne. Terroryzm definiowali jako różnorodną przemoc (Lachowska 2010: 171). Po zakończeniu tego badania lekko zmodyfikowano kwestionariusz ankiety, dodając pytania o to, przeciw komu występują terroryści oraz co łączy zamachowców, a następnie wykorzystano go do ponownego badania w Polsce, przeprowadzonego w 2011 roku. Chciano w ten sposób sprawdzić, czy mniejsza ilość nadawanych komunikatów dotyczących terroryzmu wpływa na jego postrzeganie i poczucie zagrożenia. Od 2010 roku przeprowadzono także badania w Danii, Hiszpanii, Włoszech, Norwegii oraz Wielkiej Brytanii. Prezentowane wyniki stanowią jedynie jeden z elementów całego projektu badawczego, będącego przedmiotem dysertacji doktorskiej, i obejmują dane uzyskane w Hiszpanii.

Badanie na łącznej grupie 100 respondentów przeprowadzone zostało w 2011 roku w Barcelonie na Universitat de Barcelona oraz Alicante na Universidad Miguel Hernandez. Podczas badania poproszono respondentów o wypełnienie kwestionariusza składającego się z 16 pytań:

- Z czym kojarzy się terroryzm?
- Jakie pamiętasz zamachy dokonane przed 11 września 2001 roku?
- Jakie pamiętasz zamachy dokonane po 11 września 2001 roku?
- Z czym kojarzy się terrorysta?
- Jakie znasz organizacje terrorystyczne?
- Do jakiego kraju nie pojechałbyś na wakacje?
- Jak jest zagrożenie terroryzmem w Hiszpanii, w Europie i na świecie?
- Jak wygląda terrorysta?
- Jakie są najważniejsze wartości terrorystów?
- Co łączy terrorystów?
- Z jakich przyczyn terroryści podejmują swoje działania?

- Do czego dążą terroryści?
- Przeciwko komu/czemu działają terroryści?
- Co inni ludzie sądzą o terrorystach?
- Czym jest terroryzm?
- Jakim człowiekiem jest terrorysta? (dyferencjał semantyczny)
- Co jest dla Ciebie najważniejsze w życiu?

4.1. Analiza wyników

W tej części opracowania analizie poddane zostały odpowiedzi na wybrane pytania. Za próg relewancji przyjęto 2-procentowy udział danego komponentu wśród wszystkich wskazań otrzymanych w odpowiedzi na dane pytanie, jednak w przypadkach istotnych dla analizy mogą pojawić się także odpowiedzi poniżej przyjętego progu. Wartości procentowe występujące w tabelach są udziałem procentowym wśród wszystkich udzielonych przez respondentów odpowiedzi.

Z czym kojarzy się terroryzm?

W odpowiedzi na pytanie o skojarzenia z terroryzmem badani najczęściej wskazywali śmierć – ponad 15% wskazań (55% respondentów). Zarówno ten, jak i kolejne silnie zmanifestowane komponenty wskazują, że respondenci kwestię terroryzmu postrzegają przede wszystkim przez pryzmat skutków oraz narzędzi terroryzmu, a w mniejszym zakresie odnoszą się do źródeł lub potencjalnych korzeni aktów terrorystycznych. Kategoria ta spójna jest także z definicjami terroryzmu, które zakładają, że śmierć jest nieodłącznym ich elementem – najczęściej skutkiem. Dodatkowo większość medialnych komunikatów, których przedmiotem jest terroryzm, koncentruje się na ofiarach i skutkach zamachów. W przypadku Hiszpanii istotny jest także fakt, że historia ETA usłana była morderstwami (do 1997 roku zamordowano 800 osób).

Tabela 2. Zestawienie odpowiedzi otrzymanych na pytanie: Z czym się kojarzy terroryzm?

Skojarzenia z terroryzmem	Odpowiedzi N	Procent odpowiedzi
śmierć	55	15,2%
broń	41	11,4%
przemoc	29	8,0%
strach	24	6,6%
terror	23	6,4%
zniszczenie	23	6,4%
zło	19	5,3%
uczucia negatywne	17	4,7%

Skojarzenia z terroryzmem	Odpowiedzi N	Procent odpowiedzi
ETA	15	4,2%
zamachy	15	4,2%
wojna/walka	14	3,9%
USA	11	3,0%
fundamentalizm/autorytaryzm	9	2,5%
polityka	8	2,2%
organizacje terrorystyczne	8	2,2%
ideologia/fanatyzm	7	1,9%
religia	7	1,9%
inne	35	9,7%
nie wiem	1	,3%
ogółem	361	100,0%

Kolejną wskazywaną kategorią jest broń – ponad 11% odpowiedzi (41% respondentów). Wskazywano tu głównie *bomby, pistolety, broń*. Na szczególną uwagę zasługują „pistolety”. W badaniach przeprowadzonych w Polsce wśród 600 osób (dwie grupy po 300 osób w 3-letnim odstępie czasowym) było tylko jedno wskazanie tego rodzaju broni. Znacznie częściej pojawiały się bomby. W przypadku hiszpańskich respondentów można przypuszczać, że jest to odzwierciedlenie działań ETA, której ofiary często były zastrzelone (choćby przykład Miguela Angela Blanco). Po połączeniu kategorii związanych bezpośrednio z przemocą („przemoc” i „terror”) uzyskujemy ponad 14% wszystkich odpowiedzi, co wydaje się zgodne z wynikami badań obejmujących analizę definicji terroryzmu (w 71 przypadkach na 73 definicje pojawia się aspekt przemocy). Warto zwrócić jeszcze uwagę na ilość wskazań komponentu „religia” (7% respondentów). W przeciwieństwie do wyników badań w Polsce kategoria ta nie ogranicza się do wskazywania na islam, ale obejmuje elementy odnoszące się do kwestii religijnych w ogóle (*religia, kontekst religijny*). W przypadku badań przeprowadzonych w Polsce w 2011 roku islam był jedyną wskazywaną religią i wskazało go ponad 22% osób. Należy także podkreślić, że o ile w polskiej części badań komponent „Al Kaida” wskazywało prawie 20% badanych, w przypadku hiszpańskich respondentów uzyskano jedynie sześć takich wskazań.

Z czym kojarzy się terrorysta?

Problemy z jednoznacznym zdefiniowaniem terroryzmu i terrorysty widoczne są przy okazji kolejnego pytania, w odpowiedzi na które uzyskano szereg słabo zamianifestowanych komponentów. Pokazuje to z jednej strony brak stabilnego konstruktury terrorysty, a z drugiej widoczne jest mieszanie celów, źródeł, przyczyn i wyglądu w definiowaniu obrazu terrorysty.

Tabela 3. Zestawienie odpowiedzi otrzymanych na pytanie: Z czym kojarzy się terrorysta?

Skojarzenia z terrorystą	Odpowiedzi N	Procent odpowiedzi
broń	39	15,9%
zło	24	9,8%
pozostałe cechy terrorysty	21	8,5%
zamachy	19	7,7%
morderstwa	16	6,5%
przemoc	15	6,1%
szaleństwo	14	5,7%
islam	13	5,3%
fanatyzm	12	4,9%
wygląd	12	4,9%
ekstremizm	9	3,7%
USA	8	3,3%
Osama bin Laden	6	2,4%
uczucia negatywne	6	2,4%
inne	27	11,0%
nie wiem	5	2,0%
ogółem	246	100,0%

Najczęściej pojawiającą się odpowiedź była „broń” – prawie 16% wskazań (prawie 40% respondentów). Należy zauważyć, że komponent ten był drugą co do wielkości kategorią wskazywaną w pytaniu o skojarzenia z terroryzmem (ponad 40% respondentów). „Zło” jest kolejnym komponentem, na którym skoncentrowali się respondenci (24%). W kategorii „pozostałe cechy terrorysty” zostały zebrane wszystkie cechy, których powtarzalność była niska. Należy podkreślić, że tylko dwie z nich: „silny” i „wyzwolony” nie były cechami negatywnymi. Wynika z tego zatem, że obraz terrorysty jest jednoznacznie negatywny. Brak kategorii odnoszących się do wolności czy niezależności wskazuje, że respondenci nie postrzegają terrorystów jako bojowników o wolność lub jednostki dążące do poprawy sytuacji całości/części społeczeństwa, a jako zagrożenie dla własnego życia lub porządku społecznego.

Warto też zwrócić uwagę na kategorie „islam” oraz „fanatyzm”. Wśród hiszpańskich respondentów nie były one zbyt często wskazywane – odpowiednio (13% i 12% respondentów). W przypadku badań przeprowadzonych w Polsce elementy te były najczęściej wskazywanymi komponentami (obydwie kategorie wskazało po 31% respondentów). Widać zatem, że Hiszpanie, doświadczeni historycznie bezpośrednimi aktami terroru, nie ograniczają się tu jedynie do terroryzmu islamskiego, ale mówiąc o „bronii” czy „morderstwach”, odnoszą się do lokalnego wymiaru

terroryzmu. Tymczasem wyniki uzyskane wśród Polaków, którzy nie odczuli bezpośrednio skutków zamachów terrorystycznych, wskazują na kojarzenie terrorystów z konkretnymi wydarzeniami medialnymi, a w szczególności tymi najbardziej spektakularnymi i nagłosnionymi. Co równie ciekawe, Stany Zjednoczone silniej kojarzone są z terroryzmem niż Osama bin Laden.

Zamachy dokonane przed 11 września 2001 roku

Konstruując ankietę, przyjęto, że 11 września wszedł do systemu kultury jako wydarzenie kulturowe, zakotwiczył się w nim i w konsekwencji ma wpływ na nowe wydarzenia, niekoniecznie z nim związane. Zakładając, że ataki na WTC były początkiem epoki nowego postrzegania terroryzmu, zapytano respondentów, jakie wydarzenia związane z terroryzmem pamiętają sprzed tego okresu. Z badań przeprowadzonych w Polsce w 2008 roku wynika, że prawie 50% respondentów nie pamięta żadnego zamachu dokonanego przed atakiem na WTC. To samo pytanie zadano grupie osób w 2011 roku, wtedy ponad 53% badanych nie potrafiło udzielić odpowiedzi. Poniżej przedstawione wyniki pokazują, że w Hiszpanii nawet młodzi ludzie (przedział wiekowy badanych 20–35 lat) potrafią wskazać zamachy, które miały miejsce na terenie ich kraju. Z pewnością wynika to ze sposobu edukacji, koncentracji mediów na tych wydarzeniach, ale także z faktu, iż część respondentów pochodziła z regionów, gdzie ETA dokonywała zamachów.

Tabela 4. Zestawienie odpowiedzi otrzymanych na pytanie: Jakie pamiętasz zamachy dokonane przed 11 września 2001 roku?

Zamachy dokonane przed 11 września 2001 roku	Odpowiedzi N	Procent odpowiedzi
zamachy ETA	101	69,7%
zamachy na Bliskim Wschodzie	8	5,5%
zamachy IRA	7	4,8%
inne	14	9,7%
nie pamiętam	15	10,3%
ogółem	145	100,0%

Wszyscy badani wskazali co najmniej jeden zamach z organizowany przez ETA na terenie Hiszpanii. Najczęściej koncentrowano się jednak na zamachu na hiszpańskiego premiera Luisa Carrero Blanco, dokonanego w 1973 roku. Zamach ten wskazało ponad 50% badanych. W kategorii „zamachy ETA” zostały zawarte między innymi: *zamach na Hipercoor w Barcelonie*, *zamach na radnego Miguela Angelo Blanco*, *zamach na kawiarnie w Madrycie*. Warto zwrócić uwagę, że odpowiedzi badanych były dokładne – wskazywano konkretne miejsca ataków, nie ograniczając się tylko do nazwy miejscowości. W dalszej kolejności odnoszono się do zamachów IRA

(7% respondentów). Jednak w przypadku zamachów dokonanych poza granicami Hiszpanii odpowiedzi nie były już tak szczegółowe i ograniczały się do wskazywania nazwy organizacji stojącej za zamachami lub wskazywania geograficznego ułożenia ataków terrorystycznych: *IRA, zamachy IRA, w Irlandii Północnej*. Wśród odpowiedzi tylko raz pojawiło się wskazanie dotyczące zamachu w Monachium (sklasyfikowany w kategorii *inne*). Jest to ciekawe, gdyż wśród polskich badanych wydarzenie to otrzymało prawie 10% wskazań, w ten sposób stając się najczęściej wskazywanym zamachem dokonany przed 11 września. Zamachy ETA wśród Polaków otrzymały niecałe 6% wskazań, przy czym większość odpowiedzi stanowiły ogólne stwierdzenia: *zamachy ETA*. Warto jeszcze zwrócić uwagę, że wśród hiszpańskich respondentów nikt nie wskazał, istotnego dla Polaków, zamachu na Jana Pawła II.

Zamachy dokonane po 11 września 2001 roku

Kolejne pytanie odnosiło się w sposób bezpośredni do wiedzy respondentów. Poproszono badanych o wskazanie zamachów dokonanych po ataku w Nowym Jorku. W tym czasie doszło na terenie Hiszpanii do wielu zamachów, za którymi stała ETA. Po zerwaniu zawieszenia broni (po 14 miesiącach, w 1999 roku) ETA zintensyfikowała swoje działania zbrojne. Koncentrując się tylko na wydarzeniach, które miały miejsce w interesującym nas przedziale czasowym, można przedstawić całkiem pokazną listę zamachów. W listopadzie 2001 roku zastrzelono w Barcelonie Ernesta Llucha – katalońskiego polityka. W tym samym miesiącu w okolicach San Sebastian z rąk członków ETA zginęło dwóch policjantów. W maju 2002 roku wybuchła bomba przed stadionem Realu Madryt. Miesiąc później wybuchły ładunki w trzech miejscowościach: Fuengirolí, Marbelli i Saragossie (był to wyraz dezaprobaty dla szczytu UE w Sewilli¹⁶). W 2006 roku ETA dokonała zamachu na madryckie lotnisko. W przedziale czasowym objętym badaniem na terenie Hiszpanii dokonano jeszcze jednego zamachu, do którego przyznała się Al Kaida. 11 marca 2004 roku w Madrycie eksplodowały bomby podłożone w pociągach podmiejskich. Winą od razu obarczono ETA.

Tabela 5. Zestawienie i gradacja odpowiedzi otrzymanych na pytanie: Jakie pamiętasz zamachy dokonane po 11 września 2001 roku?

Zamachy dokonane po 11 września 2001 roku	Odp. N	Procent odpowiedzi	Odp. I	Odp. II	Odp. III	Odp. IV
Madryt	92	37,9%	49	39	4	0
Londyn	74	30,5%	38	31	4	1

¹⁶ www.telegraph.co.uk/news/worldnews/europe/spain/8622688/ETA-timeline-list-of-attacks-by-Basque-separatist-group.html (dostęp: 15.06.2012).

Zamachy dokonane po 11 września 2001 roku	Odp. N	Procent odpowiedzi	Odp. I	Odp. II	Odp. III	Odp. IV
zamachy ETA	41	16,9%	3	5	25	8
Norwegia	7	2,9%	1	0	3	3
zamachy Al Kaidy	7	2,9%	4	3	0	0
Rosja	5	2,1%	0	1	2	2
inne	15	6,2%	3	4	5	3
nie wiem	2	,8%	2	0	0	0
ogółem	243	100,0%	100	83	43	17

Respondenci najczęściej wskazywali zamachy dokonane w Madrycie w 2004 roku (92% respondentów). W dalszej kolejności koncentrowali się na zamachach Al Kaidy w Londynie z 2005 roku. Prawie co drugi badany wskazał co najmniej jeden zamach dokonany przez ETA (41% respondentów). Polscy badani najczęściej wskazywali ataki w Londynie (62% respondentów) i w Madrycie (58% badanych). Wśród odpowiedzi Polaków pojawiał się też zamach w Rosji (47% respondentów), który wskazało tylko 5% Hiszpanów. Takie różnice mogą wynikać z dwóch przyczyn. Po pierwsze, z niewielkiej odległości geograficznej dzielącej respondentów od miejsc zamachów, co widoczne jest zarówno w odpowiedziach Polaków, jak i Hiszpanów. Po drugie, ważna jest medialność o wych wydarzeń oraz stopień ich powiązania z zamachem na WTC¹⁷. Zamachy ETA nie były nagłaśniane przez polskie media, być może dlatego żaden z respondentów nie potrafił ich wskazać. W czterech ostatnich kolumnach tabeli 5 została zamieszczona gradacja odpowiedzi. Przedstawiono ilość odpowiedzi w kolejności, w jakiej były udzielane. Warto zwrócić uwagę, że Hiszpanie jako pierwszą odpowiedź najczęściej podawali zamach w Madrycie, następnie w Londynie i zamachy Al Kaidy. Przyjrzymy się dokładniej występowaniu odpowiedzi *zamachy ETA*. Ilość wskazań tej kategorii rosła wraz z każdą kolejną odpowiedzią, odwrotnie niż w przypadku zamachów z Madrytu i Londynu. Pokazuje to, że respondenci najpierw odnosili się do tych największych i najbardziej medialnych zamachów, a w dalszej kolejności koncentrowali na tych lokalnych. Jednocześnie widoczny jest tu efekt mediatyzacji terroryzmu. O ile przed 11 września Hiszpanie wskazywali głównie lokalne akty terroru, po zamachach na WTC, pomimo wciąż żywej aktywności ETA, ich medialność, a tym samym zapamiętywalność była zdecydowanie słabsza.

¹⁷ Na pierwszej stronie „Rzeczpospolitej” (8.07.2005) po zamachach w Londynie zostały zestawione fotografie z miejsc trzech zamachów (Nowy Jork, Madryt, Londyn). Fotografie zajmowały jedną trzecią strony i opatrzone były tytułem: *Terroryści znowu zaatakowali*.

Jakie znasz organizacje terrorystyczne?

W kolejnym pytaniu poproszono respondentów o podanie znanych im organizacji, które cechuje działalność terrorystyczna. Otrzymane wskazania zostały przedstawione w dwóch tabelach. W pierwszej przedstawiona została frekwencyjność wystąpień nazwy konkretnej grupy wraz z gradacją odpowiedzi (tabela 6). W drugiej dokonano podziału według kraju pochodzenia głównego członu organizacji (tabela 7).

Tabela 6. Zestawienie i gradacja odpowiedzi otrzymanych na pytanie: Jakie znasz organizacje terrorystyczne?

Organizacje terrorystyczne	Odp. N	Procent odpowiedzi	Odp. I	Odp. II	Odp. III	Odp. IV
ETA	96	34,8%	75	20	1	0
Al Kaida	90	32,6%	19	44	25	2
IRA	42	15,2%	4	22	14	2
FARC	25	9,1%	0	5	11	9
CIA	5	1,8%	0	3	2	0
Grapo	3	1,1%	1	0	0	2
Hamas	2	,7%	0	0	2	0
GAL	2	,7%	0	0	1	1
Hezbollah	1	,4%	0	0	1	0
Świetlisty Szlak	1	,4%	0	0	0	1
EZNL	1	,4%	0	0	0	1
Yjiad	1	,4%	0	0	0	1
Mosad	1	,4%	1	0	0	0
Terra Lliue	1	,4%	0	1	0	0
KKK	1	,4%	0	1	0	0
Czerwone Brygady	1	,4%	0	0	1	0
Bader Meinhoff	1	,4%	0	0	1	0
Inne	2	,7%	0	0	1	1
Ogółem	276	100,0%	100	96	60	20

Najczęściej wskazywaną organizację terrorystyczną jest ETA (96% respondentów). Jako pierwszą wskazało ją 75 osób podczas gdy Al Kaidę (90% respondentów) jako pierwszą wskazało 19 osób. Warto też zwrócić uwagę, iż IRA (42% respondentów) badani wskazywali jako drugą i trzecią. Czwartą co do częstości pojawiania się był kolumbijski FARC (42% respondentów), najczęściej podawano go jako trzecią odpowiedź. Porównując wyniki pytań o zamachy dokonane przed atakiem na WTC

i po nim, można zauważyć, że ETA, której zamachy były najczęściej wskazywane jako te dokonane przed 11 września (prawie 70% odpowiedzi), znana jest głównie z działalności w tym okresie. Większość spektakularnych zamachów ETA zostało dokonanych przed zawieszeniem broni w 1998 roku. W odpowiedziach respondentów pojawiły się tylko dwa zamachy Al Kaidy dokonane przed 11 września (zawarte w kategorii *zamachy na Bliskim Wschodzie*). Natomiast w pytaniu o zamachy po 11 września ataki dokonane przez tę grupę wskazywane były najczęściej (Madryt – 38% odpowiedzi, Londyn – 31% odpowiedzi). Można zatem przyjąć, że Al Kaida, pomimo iż istnieje od 1988 roku i dokonała kilku zamachów (w tym na WTC w 1993 roku), stała się znaną organizacją dopiero po zamachach na S tany Zjednoczone w 2001 roku, a tym samym po jej wielkim medialnym debiucie.

Tabela 7. Kraje, z których pochodzą organizacje terrorystyczne wskazywane przez respondentów.

Organizacje terrorystyczne/kraj	Odpowiedzi N	Procent odpowiedzi
Hiszpania	102	37,0%
Afganistan	90	32,6%
Irlandia	42	15,2%
Kolumbia	25	9,1%
USA	6	2,2%
inne	11	4,0%
ogółem	276	100,0%

Polacy, których zapytano o znane organizacje terrorystyczne, najczęściej wskazywali Al Kaidę (82% respondentów), IRA (44% respondentów) oraz ETA (prawie 38% respondentów).

Do jakiego kraju nie pojechałbyś na wakacje?

Pytanie to, pozornie niezwiązane z badanym zagadnieniem, osadzone jednakże w tematyce terroryzmu, miało na celu identyfikację miejsc uznawanych przez respondentów za szczególnie niebezpieczne. Tym samym istotnym pytaniem było, czy wśród wskazywanych państw pojawią się jedynie kraje określane jako „terrorystyczne”, czy też znajdują się także inne miejsca. Jest to dość ryzykowna forma pytania, gdyż część respondentów mogła kierować się czynnikami innymi niż bezpieczeństwo. Założono jednak, że tematyka niniejszego badania narzuci respondentom kontekst do jego interpretacji.

Wyniki otrzymane w odpowiedziach na to pytanie zostały zestawione w dwóch tabelach. Jedna zawiera ilość wystąpień danego kraju. W drugiej kategorii zostały zróżnicowane pod względem dominującego wyznania.

Z badań przeprowadzonych w 2008 roku wynika, że 30% Hiszpanów, wybierając się na urlop, nie opuszcza swojego kraju. Wielką Brytanię wybiera 17% badanych, a 14% wakacje spędza we Włoszech¹⁸.

Tabela 8. Zestawienie odpowiedzi otrzymanych na pytanie: Gdzie nie pojechałbyś na wakacje?

Gdzie nie pojechałbyś na wakacje? (kraj)	Odpowiedzi N	Procent odpowiedzi
Irak	46	15,9%
Syria	26	9,0%
Iran	26	9,0%
Afganistan	22	7,6%
Egipt	21	7,3%
Meksyk	20	6,9%
Izrael	16	5,5%
Kolumbia	14	4,8%
Palestyna	14	4,8%
Korea	13	4,5%
Pakistan	9	3,1%
Libia	9	3,1%
Somalia	7	2,4%
USA	7	2,4%
Brazylia	4	1,4%
Wenezuela	4	1,4%
Grecja	3	1,0%
Indie	2	,7%
Haiti	2	,7%
Liban	2	,7%
Włochy	1	,3%
Irlandia	1	,3%
Wielka Brytania	1	,3%
Uzbekistan	1	,3%
Niemcy	1	,3%
Hiszpania	1	,3%
Maroko	1	,3%

¹⁸ <http://www.mojawyspa.co.uk/artykuly/21474/Gdzie-jezdz-na-urlop-Europejczycy,2>.

Gdzie nie pojechałbyś na wakacje? (kraj)	Odpowiedzi N	Procent odpowiedzi
Kongo	1	,3%
Chiny	1	,3%
Senegal	1	,3%
Rosja	1	,3%
inne	8	2,8%
nie wiem	3	1,0%
ogółem	289	100,0%

Z powyższej tabeli wynika, że prawie 50% przebadanych Hiszpanów nie pojechałoby do Iraku. Wskazania te wydają się zasadne, gdyż jest to kraj objęty działaniami wojennymi, a sytuacja polityczna jest niestabilna. Ciekawa wydaje się częstość występowania Syrii (26% respondentów). W chwili obecnej trwają w tym kraju starcia demonstrantów z władzą, jednak należy podkreślić, że w czasie, gdy badanie było przeprowadzane, sytuacja w Syrii była względnie stabilna. I ran był trzecim najczęściej wskazywanym krajem, w którym, co ciekawe, sytuacja polityczna jest od dłuższego czasu ustabilizowana, jednak obowiązuje bardzo restrykcyjny szariat, pozbawiający wielu swobód. Należy zauważyć, że zarówno Iran, jak i Syria są krajami, które zostały zaliczone przez G.W. Busha do „osi zła”, co mogło wpłynąć na postrzeganie ich jako kraje terrorystyczne. Także wyszczególnienie Afganistanu ma swoje empiryczne uzasadnienie, nie tylko z względu na wciąż trwające operacje militarne, ale też z racji tego, iż jest to państwo, na terenie którego powstała i działa Al Kaida.

We wszystkich najczęściej wskazywanych państwach dominującą religią jest islam, a w części z nich obowiązuje szariat. Widać zatem, że o ile islam nie był silnie manifestowany ani w pytaniu o skojarzenia z terroryzmem, ani też o skojarzenia z terrorystą, o tyle kraje muzułmańskie w dużej mierze postrzegane są jako niebezpieczne, a w kontekście badań należy podejrzewać, że powiązane z terroryzmem. Wysoką liczbę wskazań otrzymał także Meksyk. Przyczyn tego można doszukiwać się w obejmującej niemalże cały kraj wojnie karteli narkotykowych. W latach 2006–2010 na terenie całego Meksyku zamordowano 24 tysiące osób, przy czym większość zabójstw miała miejsce w pobliżu granicy z USA (w Ciudad Juárez w styczniu 2009 roku zamordowano 2657 osób – czyniło to z Juárez najniebezpieczniejsze miasto świata) (Vulliamy 2012: 11).

Dla porównania Polacy w 2011 roku, zapytani o to, gdzie nie pojechaliby na wakacje, wskazywali podobne odpowiedzi: Irak (57% respondentów), Afganistan (34% respondentów) oraz Iran (23% respondentów).

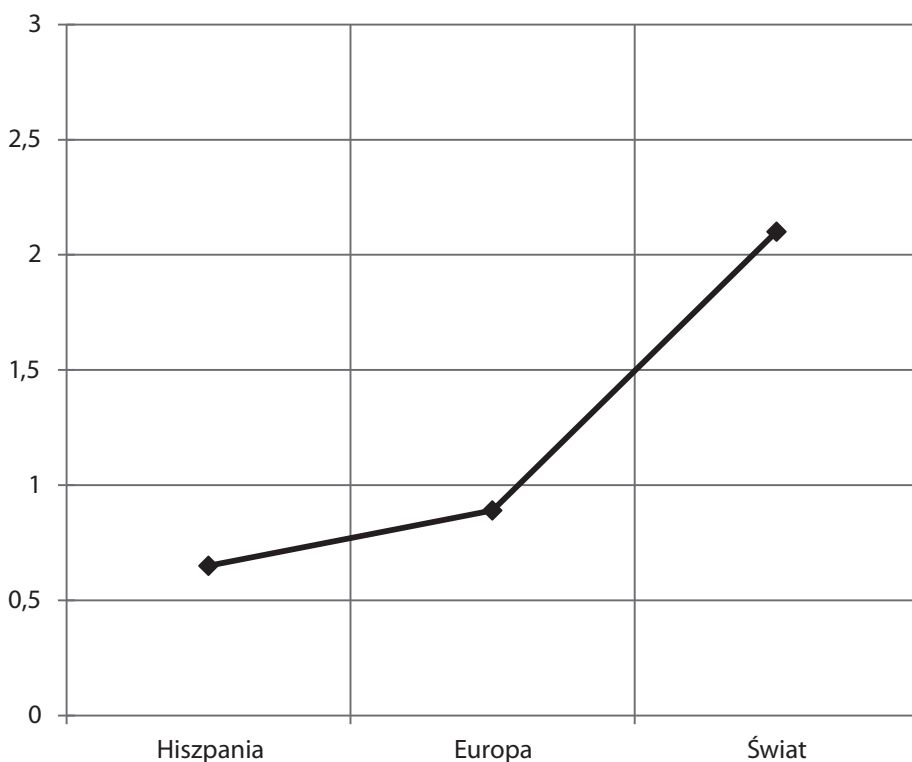
Poniższa tabela obrazuje wyniki uzyskane w odpowiedziach na pytanie „Gdzie nie pojechałbyś na wakacje?”, z uwzględnieniem dominującej we wskazywanych państwach religii.

Tabela 9. Wyznania w krajach, do których nie pojechaliby Hiszpanie.

Gdzie nie pojechałbyś na wakacje? (religia)	Odpowiedzi N	Procent odpowiedzi
islam	185	64,0%
chrześcijaństwo	56	19,4%
judaizm	16	5,5%
ateizm	15	5,2%
prawosławie	4	1,4%
hinduizm	2	,7%
inne	8	2,8%
nie wiem	3	1,0%
ogółem	289	100,0%

Zagrożenie terroryzmem

Kolejne pytanie miało na celu zbadanie siły natężenia poczucia zagrożenia odpowiednio w Hiszpanii, w Europie i na świecie. Badani mieli do dyspozycji skalę od -3 do 3 (-3 – brak zagrożenia, 3 – bardzo duże zagrożenie). Według respondentów



Wykres 2. Natężenie zagrożenia w Polsce, Europie i na świecie.

największe zagrożenie pojawia się nie w skali lokalnej (Hiszpania, Europa), ale globalnej (świat – 2,1). Strach przed terroryzmem jest więc znacznie mniejszy w przypadku Hiszpanii (0,65) oraz Europy (0,89). Można tu jednocześnie zauważyć zależność pomiędzy stopniem zagrożenia a odległością od miejsca zamieszkania. Im dalej od Hiszpanii, tym większe deklarują respondenci obawy o swoje bezpieczeństwo. Wysoki poziom bezpieczeństwa w ich kraju można tłumaczyć odejściem ETA od działań zbrojnych (w 2011 roku ETA oficjalnie ogłosiła, że swoją działalność przenosi na grunt polityczny).

Z jakiego kraju pochodzą terroryści?

Podczas badania poproszono respondentów o określenie narodowości terrorysty, chcąc w ten sposób sprawdzić, czy wśród Hiszpanów funkcjonuje jakiś określony stereotyp zamachowca. Ciekawe, że ponad 40% osób stwierdziło, iż narodowość nie ma znaczenia i terrorystą może być każdy. 34% badanych nie wskazało konkretnego kraju, ale według nich terrorysta jest Arabem. Może więc pochodzić zarówno z ZEA, Kataru czy Libii, jak i Palestyny. Wśród pięciu najczęściej wskazywanych państw, do których nie wybraliby się Hiszpanie, trzy należą do świata arabskiego.

Tabela 10. Zestawienie odpowiedzi otrzymanych na pytanie: Z jakiego kraju pochodzą terroryści?

Z jakiego kraju pochodzą terroryści?	Odpowiedzi N	Procent odpowiedzi
bez znaczenia	41	37,3%
Arab	34	30,9%
Hiszpania	7	6,4%
Irak	5	4,5%
USA	4	3,6%
inne	18	16,4%
nie wiem	1	,9%
ogółem	110	100,0%

Wartości terrorystów

W kolejnym pytaniu poproszono badanych o wskazanie najważniejszych ich zdaniem wartości istotnych dla terrorystów. Otrzymano ciekawy zbiór odpowiedzi. Po pierwsze, pomimo iż we wcześniejszych pytaniach wskazania na religię były słabo zaakcentowane, przy okazji tego pytania komponent „religia” był wskazywany najczęściej (40% respondentów). Interpretować można to na dwa sposoby. Pierwszy wskazywać może, iż kontekstem dla udzielanych odpowiedzi nie była rodzima dla Hiszpanów ETA, tylko inne ugrupowania terrorystyczne. Zestawiając ten wynik z tym otrzymanym w pytaniu o znane organizacje terrorystyczne, można założyć, że

religia jest czynnikiem motywującym dla Al Kaidy która była drugą co do wielkości wskazywaną kategorią (ponad 30% odpowiedzi). Drugi wynikać może z wysokiego stopnia religijności Hiszpanów, co wskazywać może na fakt, że respondenci nie odbierają terrorystom prawa do „bycia religijnym”. Ciężko jednakże jednoznacznie odczytać intencje badanych.

Tabela 11. Zestawienie odpowiedzi otrzymanych na pytanie: J akie są war tości terrorystów?

Wartości terrorystów	Odpowiedzi N	Procent odpowiedzi
religia	40	19,0%
państwo	27	12,9%
wolność	24	11,4%
fanatyzm/ideologia	17	8,1%
władza	11	5,2%
polityka	11	5,2%
obrona/walka	9	4,3%
przemoc	8	3,8%
zimna krew	8	3,8%
ekstremizm	7	3,3%
śmierć	4	1,9%
inne	33	15,7%
nie wiem	11	5,2%
ogółem	210	100,0%

Także druga najsilniejsza kategoria jest zaskakująca, bo wiem z odpowiedzi na wcześniejsze pytania wynika, że działalność terrorystyczna, zwłaszcza w kontekście ETA, jest działaniem antysystemowym, uderzającym w instytucje państwowe. Walka z państwem nie jest więc sprzeczna z patriotyzmem, narodem, niepodległością, stanowiącymi trzon kategorii „państwo” wskazywanej przez 27% respondentów. Odpowiedzi wynikać mogą z symbolicznych treści, jakimi posługiwali się członkowie ETA, operujący hasłami „niepodległość”, „patriotyzm” etc. Prawdopodobnie z tego też powodu trzecim dominującym komponentem jest „wolność”. Warto też zwrócić uwagę, że komponenty państwo, władza, polityka mogą stanowić elementy składowe dążeń separatystycznych (łącznie ponad 23% odpowiedzi). Jednak mimo że w kontekście badanego kraju możemy odnieść je do działań Basków, to w perspektywie globalnej są one znamienne dla wszystkich działań nar odowo-wyzwoleńczych (np. walka palestyńsko-izraelska). W odpowiedzi na pytanie o wartości

terrorystów Polacy, tak jak Hiszpanie, najczęściej wskazywali religię (77% respondentów) oraz państwo (prawie 30% badanych).

Co łączy terrorystów?

Tabela 12. Zestawienie odpowiedzi otrzymanych na pytanie: Co łączy terrorystów?

Co łączy terrorystów	Odpowiedzi N	Procent odpowiedzi
zimna krew	27	15,1%
fanatyzm	24	13,4%
sposób myślenia	21	11,7%
przemoc	18	10,1%
religia	10	5,6%
nienawiść	9	5,0%
państwo	8	4,5%
polityka	7	3,9%
brak wrażliwości	6	3,4%
głupota	5	2,8%
nietolerancja	5	2,8%
zło	5	2,8%
brak szacunku dla życia	4	2,2%
ekstremizm	3	1,7%
inne	25	14,0%
nie wiem	2	1,1%
ogółem	179	100,0%

Pytanie „Co łączy terrorystów?” miało na celu identyfikację charakterystycznych elementów, będących, zdaniem respondentów, czynnikami jednoczącymi działania zamachowców. Z uzyskanych odpowiedzi wynika, że neutralne elementy przeplatają się z silnie emocjonalnymi i podszytymi negatywnymi uczuciami komponentami. Z jednej strony uzyskano kategorię „zimna krew” (15,1% odpowiedzi), wskazującą na determinację terrorystów w wypełnianiu swojej „misji” i zdolność do trwania do końca, niezależnie od aktualnej sytuacji. Drugim neutralnie nacechowanym komponentem jest „sposób myślenia”. Niezależnie zatem od korzeni oraz narodowych tożsamości terrorystów tym, co jest czynnikiem wspólnym dla ich działań, jest podzielenie określonego punktu widzenia (oczywiście odmiennego dla każdego typu organizacji terrorystycznych), łączącego ludzi o podobnej mentalności. Co ciekawe, hiszpańscy respondenci sporadycznie łączą terrorystów z jakąkolwiek religią. Mała istotność tego komponentu wskazuje z jednej strony na odniesienia do ETA, a jednocześnie sygnalizuje świecki charakter terroryzmu. Stanowi to istotny kontrast

wobec odpowiedzi respondentów w innych krajach, który lokowali terroryzm i terrorystów w kategoriach walki prowadzonej pod szyldem religijnym.

Brak jednoznacznych wskazań na religię jako czynnik łączący terrorystów nie jest tożsame z postrzeganiem terroryzmu jako czynnika naturalnego. Elementem wspólnym dla różnego rodzaju form terroryzmu jest „fanatyzm” (13,4% odpowiedzi), rozumiany jako podzielanie wiary w skrajne idee, oraz populizm, oferujący proste i łatwe rozwiązania problemów. „Fanatyzm” prowadzi w konsekwencji do „przemocy” (11,7%), a radykalizm i brak społecznej akceptacji do „nienawiści” (5% odpowiedzi).

Przyczyny działania terrorystów?

Tabela 13. Zestawienie odpowiedzi otrzymanych na pytanie: Jakie są przyczyny terroryzmu?

Przyczyny działania terrorystów	Odpowiedzi N	Procent odpowiedzi
zemsta	32	16,9%
religia	29	15,3%
polityka	17	9,0%
państwo	13	6,9%
wolność	11	5,8%
czynniki społeczne	9	4,8%
pieniądze	8	4,2%
fanatyzm	8	4,2%
niesprawiedliwość	7	3,7%
strach	6	3,2%
obiekty	5	2,6%
WTC	4	2,1%
głupota	4	2,1%
władza	4	2,1%
nienawiść	3	1,6%
inne	19	10,1%
nie wiem	10	5,3%
ogółem	189	100,0%

Respondentów poproszono także o wskazanie przyczyn, z jakich podejmowane są, ich zdaniem, działania terrorystyczne. Najczęściej wskazywaną odpowiedzią jest „zemsta” (16,9% wszystkich odpowiedzi). Badani nie wskazują jednak konkretnych powodów odwetu. Drugim komponentem jest „religia” (15,3%). O ile więc religia nie jest czynnikiem łączącym terrorystów, o tyle element ten stanowi istotną

pobudkę działań terrorystycznych. Ważnymi czynnikami są także wskazywane elementy antysystemowe: „polityka” i „państwo”, które łącznie stanowią równie silne zmanifestowane komponenty. Co ciekawe, te dwa elementy w niewielkim stopniu wiązać można z terroryzmem islamskim. W większym stopniu wskazują one na źródła terroryzmu ulokowane w sprzeczności wobec działań politycznych, w tym także wewnętrznych organów politycznych.

Warto także podkreślić, że choć elementem wspólnym wszelkich działań terrorystycznych jest nienawiść, to nie stanowi ona czynnika składowego pobudek terrorystów. Także marginalnie zmanifestowana jest kategoria „władza”.

Jakie są cele terrorystów?

Respondenci zapytani o cele działania terrorystów najczęściej wskazują definicyjne elementy odnoszące się do strachu (24% badanych), chęci dominacji (23% badanych) oraz śmierci, jako elementu silnie destruktywnego (20% respondentów). Istotna jest duża ilość odpowiedzi świadczących o niemożliwości wskazania jednoznacznego celu działań terrorystycznych. Tym samym, wbrew medialnym doniesieniom, Hiszpanie w dalszym ciągu postrzegają terroryzm jako zjawisko wielowymiarowe, które wykorzystywane może być dla osiągnięcia różnorodnych celów, zarówno politycznych, jak i ideologicznych.

Tabela 14. Zestawienie odpowiedzi otrzymanych na pytanie: Jakie są cele terrorystów?

Cele terrorystów	Odpowiedzi N	Procent odpowiedzi
strach	24	12,1%
dominacja	23	11,6%
wolność	22	11,1%
śmierć	20	10,1%
państwo	14	7,0%
zwrócenie uwagi	12	6,0%
religia	11	5,5%
polityka	10	5,0%
pieniądze	9	4,5%
zemsta	9	4,5%
ideologia	9	4,5%
terror	8	4,0%
ból	6	3,0%
inne	20	10,1%
nie wiem	2	1,0%
ogółem	199	100,0%

Co równie ciekawe, a jednocześnie wyróżniające hiszpańskich respondentów na tle ankietowanych z innych krajów, w których prowadzone były badania, stosunkowo często podkreślają oni „wolność” jako cel terrorystów. Jednocześnie wskazywana wolność ma dwa oblicza. Dominująca jest tu sfera wolności osobistej, będąca wyrazem poczucia utraty swobód obywatelskich i niezależności przez respondentów, co można odnosić do zwiększania restrykcyjności w wielu sferach codziennego życia. Jednocześnie, choć w zdecydowanie mniejszym zakresie, działalność terrorystyczna wskazywana była jako narzędzie walki o niezależność i autonomię grup separatystycznych. Respondenci postrzegają też terroryzm jako działania *stricte* antysystemowe, skierowane przeciwko państwu (14% badanych), polityce (10% badanych) czy ideologii (9% respondentów). Przy czym działania mają na celu destabilizację władzy. W marginalnym stopniu wskazywany był terroryzm jako element służący naprawie świata. Słabo akcentowana była także religia jako cel terrorystów (zarówno w rozumieniu zniszczenia innej religii, jak i zastąpienia jej, względnie promocji islamu), co jest kolejnym elementem podkreślającym nieislamski obraz terroryzmu wśród badanych respondentów.

Przeciw komu/czemu działają terroryści?

Respondentów zapytano także, przeciw czemu lub komu działają terroryści. Z całą pewnością dominującą grupą odpowiedzi były odniesienia do szeroko rozumianej władzy politycznej, podkreślające antysystemowy charakter działań terrorystycznych. Sumując wskazania kategorii związanych z władzą („rząd”, „polityka”, „ideologia”), otrzymujemy prawie 50% wszystkich odpowiedzi. Terroryści działają zatem przede wszystkim przeciw rządowi/działaniom rządowym, a nie ludziom (choć kategoria ta jest równie silnie zmanifestowana). Dominującą odpowiedzią był komponent „rząd” (prawie 33% wskazań – 73% respondentów). Ciężko jednoznacznie określić, czy chodzi o działania skierowane wobec własnego rządu, czy też rządów innych krajów (w 40 na 73 odpowiedzi pojawia się słowo „rząd”), jednakże biorąc pod uwagę pozostałe wskazania w ramach tej kategorii (rząd centralny, policja, instytucje rządowe etc.), widoczne są odwołania do działań ETA. Na odniesienia do sytuacji wewnętrznej i historii Hiszpanii wskazuje także słabe zaakcentowanie komponentów „inne kraje” (4,9% odpowiedzi) oraz „państwa zachodnie” (3,1% odpowiedzi).

Tabela 15. Zestawienie odpowiedzi otrzymanych na pytanie: Przeciwko komu/czemu działają terroryści?

Przeciw komu/czemu działają terroryści	Odpowiedzi N	Procent odpowiedzi
rząd	73	32,7%
ludzie	53	23,8%
polityka	25	11,2%

Przeciw komu/czemu działają terroryści	Odpowiedzi N	Procent odpowiedzi
inne kraje	11	4,9%
religia	10	4,5%
ideologia	8	3,6%
państwa zachodnie	7	3,1%
wróg	7	3,1%
kapitalizm	6	2,7%
inne	23	10,3%
ogółem	223	100,0%

Drugą grupą, przeciw której walczą terroryści, są „ludzie” (53% badanych). Co ciekawe, najczęściej wskazywano obywatela jako cel działań terrorystów (19 spośród 53 wszystkich wskazań), co sugeruje silne konotacje z działalnością ETA. Mało było jednocześnie wskazań podkreślających działanie przeciwko „niewinnym ludziom/obywatelom” – zaledwie jedna odpowiedź.

Choć zarysowany przez respondentów obraz terroryzmu jest zdecydowanie anty-systemowy, zakładać można prawicowy charakter ich działań. W niewielkim stopniu zmanifestowane są cele, przeciwko którym walczą ugrupowania radykalnie lewicowe. Jedynie komponent *kapitalizm* (2,7% wszystkich wskazań) traktować można jako element lewicowy. Pokazuje to także przeobrażenia w ramach postrzegania samej ETA, która choć jest ugrupowaniem nacjonalistycznym, to jednak – odwołując się do koncepcji socjalistycznych, a także stając się symbolem walki z reżimem frankistowskim – zyskała sympatię lewicy. Aktualnie terroryzm baskijski w niewielkim stopniu wiązany jest z działaniami lewicy/skrajnej lewicy.

Zakończenie

Analiza uzyskanych wyników, a także ich zestawienie z danymi otrzymanymi w innych krajach pozwala wnioskować, że choć mediatyzacja terroryzmu ma sporzy wpływ na postrzeganie i konstruowanie terroryzmu i terrorystów, to silniejszy wpływ wywiera ona w krajach niedoświadczonych bezpośrednio działaniami terrorystycznymi. O ile w Polsce terroryzm silnie kojarzony jest z fundamentalizmem islamskim, o tyle w Hiszpanii silniejsze są konotacje z działalnością terrorystyczną ETA. Wskazania dotyczące Al Kaidy i terroryzmu islamskiego są oczywiście widoczne, ale nie są komponentami dominującymi, jak w pozostałych badanych krajach. Podobną zależność widać także we Włoszech, gdzie również otrzymano szereg odniesień do lokalnych aktów terroru.

Pomimo jednostronnego portretowania przez media współczesnego terroryzmu, w Hiszpanii ciągle posiada on wielo wymiarowy charakter. Wskazywanie przez respondentów różnorodnych przyczyn terroryzmu oraz brak możliwości wskazania jednoznacznego celu działań terrorystów sprawiają, iż hiszpański obraz terroryzmu wpisuje się w szeroką definicję zjawiska omawianą na początku artykułu. Przelamuje tym samym wykreowany na początku XXI wieku medialny monopol definicyjny, zrównujący terroryzm z fanatyzmem religijnym.

Zupełnie inaczej postrzegani są także terroryści. Nie są oni jednoznacznie wiązani z wyznawcami islamu, jak ma to miejsce w innych krajach, a co bardziej istotne, w niewielkim stopniu są oni bezpośrednio łączeni z religią. Wyraźniejszy jest akcent antysystemowy, podkreślający walkę terrorystów z dominującym systemem politycznym czy rządem. Ciężko jednoznacznie ocenić, na ile kreowany przez hiszpańskich respondentów obraz terroryzmu jest *stricte* nacjonalistyczny, ale widoczna jest dominująca pozycja tychże komponentów.

Aspekty fundamentalizmu islamskiego silnie akcentowane są jedynie w przypadku wskazania miejsc niebezpiecznych, gdzie dominują kraje muzułmańskie. Zakładać można, że na taki wynik wpływ mają media, które przedstawiają różnorodne konflikty zbrojne w tych krajach. Hiszpanie bowiem, jak wskazują badania, sporadycznie podróżują poza własny kraj, a tym samym wraz z większą odległością od miejsca zamieszkania wzrasta ich poczucie zagrożenia. Lęk ten jest więc medialnie wykreowany, a nie poparty empirycznymi doświadczeniami.

Obraz rekonstrukcji terroryzmu w Hiszpanii jest na tym etapie niepełny bowiem brakuje wyników badań z istotnego, w kontekście prowadzonych badań, Madrytu, który najsilniej doświadczony został nie tylko działalnością terrorystyczną ETA, ale także zamachami Al Kaidy. Pamiętać jednak należy, że przeprowadzone badania koncentrują się jedynie na komunikacyjnym aspekcie terroryzmu, a otrzymane wyniki są charakterystyczne jedynie dla przebadanej grupy.

Bibliografia

Publikacje:

- Barber B.R. (2005), *Imperium strachu. Wojna, terroryzm i demokracja*, Warszawa.
- Bednarowska Z. (2008), *Kraj Basków i Katalonia – gdzie miejsce na Hiszpanię?*, [w:] *Mniejszości narodowe i etniczne*, red. J. Kihl, J. Piecha, M. Galon, A. Gorgosz, T. Pawłuszko, Kraków.
- Encyklopedia terroryzmu* (2004), red. B. Zasieczna, Warszawa.
- Grotowicz V. (2000), *Terroryzm w Europie Zachodniej*, Warszawa–Wrocław.
- Jakubowska Z. (2005), *Madryt 11 marca*, Warszawa.
- Jongman A.J., Schmid A.P. (1988), *Political Terrorism. A New Guide to Actors, Authors, Concepts, Data Bases, Theories, and Literature*, New Brunswick.

- Kulińska L. (2001), *Konflikty i punkty zapalne w Europie*, [w:] *Konflikty współczesnego świata*, red. R. Borkowski, Kraków.
- Kurlansky M. (2001), *The Basque History of the World: The Story of a Nation*, New York.
- Lachowska K. (2010), *Terroryzm jako zjawisko komunikacyjne*, [w:] *Teorie komunikacji i mediów*, t. 3, red. M. Graszewicz, J. Jastrzębski, Wrocław.
- Pedahzur A., Hirsch-Hoefler S., Weinberg L. (2004), *The Challenges of Conceptualizing Terrorism*, „Terrorism and Political Violence”, vol. 16, no 4.
- Rees P. (2008), *Kolacja z terrorystą. Spotkania z najbardziej poszukiwanymi bojownikami na świecie*, Kraków.
- Sterling C. (1990), *Sieć terroru*, Warszawa.
- Tomasiewicz J. (2000), *Terroryzm na tle przemocy politycznej. Zarys encyklopedyczny*, Katowice.
- Vulliamy E. (2012), *Ameksyka. Wojna wzdłuż granicy*, Wołowiec.

Inne źródła:

- www.e-polityka.pl/a.341.d.0.Kwestia_baskijska.html.
- www.historycy.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=333:konceptje-sabino-arana-y-goiri-i-proces-powstawania-nacjonalizmu-baskijskiego&catid=41:wiek-xix&Itemid=53.
- www.icps.es.
- www.kulturaihistoria.umcs.lublin.pl/archives/181/.
- www.mojawyspa.co.uk/artykuly/21474/Gdzie-jezdza-na-urlop-Europejczycy.
- www.swo.pwn.pl.
- www.telegraph.co.uk/news/worldnews/europe/spain/8622688/ETA-timeline-list-of-attacks-by-Basque-separatist-group.html.
- www.terroryzm.com/problem-ze-zdefiniowaniem-zjawiska-terroryzmu.
- www.wordreference.com/definicion/terrorismo.

Piotr Podomarof

Uniwersytet Wrocławski

Fanfiction, czyli czego nie chciał powiedzieć autor. Rzec o ekstremalnej negocjacji w narracji transmedialnej

System medialny należy do najdynamiczniej rozwijających się struktur zaprojektowanych przez człowieka. Tylko w ubiegłym wieku rewolucja w komunikacji międzyludzkiej dokonywała się kilkakrotnie – kolejno triumfowały: radio, telewizja oraz Internet; przy okazji pojawiły się dziesiątki nośników w informacji, spośród których wiele zdążyło już zostać wycofanych z powszechnego obiegu z uwagi na pewne dyskwalifikujące niedogodności (najczęściej zbyt małą pojemność, niewielką liczbę kompatybilnych urządzeń czy nieporęczne gabaryty). Rosnąca ilość kanałów medialnych sprzyja dywersyfikacji treści oraz testowaniu nowych metod oddziaływania na potencjalnego odbiorcę. Sam użytkownik już dawno wciągnięty został w ową informacyjną rozgrywkę i nierzadko bywa także autorem dystrybuowanych globalnie wiadomości, przekształcając się w prosumenta, mającego swój udział w powstawaniu medialnego obrazu rzeczywistości. Wykształcenie nieskomplikowanych narzędzi, takich jak procesory tekstu, programy do obróbki grafiki, muzyki etc., pozwoliło także większej niż dotychczas liczbie osób na kreowanie materiałów noszących znamiona jakiegoś artystycznego manifestu. Powszechne przyzwolenie na grę z konwencją, przerabianie uznanych wzorców, modyfikację kanonów skutkuje zawrotną liczbą nowych wersji cieszących się pewną estymą dzieł. Takie zjawisko nazywane jest kulturą remiksu¹, za archetyp stawiającą postać didżeja, umiejętnie łączącego ze sobą rozmaite utwory muzyczne i nierzadko poddającego je daleko idącym modyfikacjom. Remiks przenosi się także na inne media, na przykład do kina, gdzie widzów oczekują tak zwane

¹ J. Dovey, H.W. Kennedy, *Game Cultures: Computer Games as New Media*, Open University Press, 2009, s. 137.

wersje reżyserskie uprzednio pokazywanych produkcji (wprowadza się do nich zmiany: inny montaż, podmienioną ścieżkę dźwiękową, dodane bądź usunięte sceny itd.). Kultowy obraz widzów generacji techno, czyli *Human Traffic* (reż. Justin Kerrigan, 1999), doczekał się nawet wydania *Human Traffic Remixed* (2002), z nowym soundtrackiem, scenami i efektami specjalnymi. Jeszcze wcześniej mieliśmy do czynienia z opcją *remake*, czyli nową wizją zastanego już dzieła. *Remake* to słowo należące do terminologii kinowej, aczkolwiek w muzyce ten sam proceder obecny jest pod nazwą *cover*; jeżeli zaś chodzi o medium internetowe, użycie znanych motywów kulturowych jest jedną z jego cech charakterystycznych. Internaucie objawia się ona pod postacią sieciowych memów, czyli, jak objaśniają sło wniki, cyfrowych idei rozprzestrzeniających się od osoby do osoby w danej kulturze². Memy są tak popularnym zjawiskiem, że powstały już stosowne ich archiwa³, które pozwalają na zachowanie orientacji w niezwykle dynamicznym digitalnym otoczeniu. Sieciowe idee mają postać pisma, obrazu lub dźwięku; bywa, że stanowią kombinację wszystkich trzech.

Zabawa ze znanymi nam już tekstami kultury jest silnie związana ze zjawiskiem negocjowania znaczeń, któremu należy przyjrzeć się jako osobnemu fenomenowi. Ponadto w niniejszym tekście staramy się pochylić nad specyficznym casusem środowiska modyfikacji, to jest narracjami transmedialnymi. Analizowane w artykule przykłady osadzone są w środowisku medium względnie młodego, za to rozwijającego się z niespotykaną prędkością – mowa tu o grach wideo, prócz produkcji przeznaczonych na komputery obejmujących także tytuły konsolowe i wydane na automaty. Gry wideo to zbiór liczący setki tysięcy tytułów w, posiadający wszakże swój mniej lub bardziej kontrowersyjny kanon oraz rzeszę użytkowników na całym świecie. Popularność cyfrowych zabaw rośnie, a związane z nimi nauki ludologiczne poczynają interesować się także tymi działaniami graczy, które manifestują się gdzieś w pozagrowej przestrzeni i stanowią swoistą syntezę wartości: tych niesionych w zabawie oraz obecnych w innych formach odpowiedników. O owej niezwykle interesującej syntezie chcielibyśmy w niniejszym tekście opowiedzieć.

1. Pojęcie o pojęciach

Narracja transmedialna (NT), zwana także opowieścią międzyplatformową czy opowieścią transmedialną, swoje początki jako koncepcja nauko wa miała w latach dziewięćdziesiątych XX wieku, kiedy to Marsha Kinder opisywała tak zwane supersystemy – zespoły różnych produktów powiązane ze sobą konkretną marką i obecne w kilku mediach jednocześnie⁴. O wielopatformowej opowieści wiele pisał także Henry Jenkins,

² www.meriam-webster.com/dictionary/meme.

³ Jedno z najpopularniejszych – knowyourmeme.com.

⁴ Zob. M. Kinder, *Playing with Power in Movies, Television, and Video Games: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles*, University of California Press, 1993.

obecnie uznawany za największy chyba autorytet w tej dziedzinie⁵. Autor *Kultury konwergencji* szczególną uwagę zwraca na korzyści płynące z nowego sposobu opowiadania historii odbiorcom – NT jest bowiem w swej istocie pewną opowieścią, która składa się jakby z kilku modułów, egzystujących niezależnie od siebie w różnych dystrybucjach medialnych, lecz połączonych poprzez wspólne postaci, wydarzenia czy miejsca akcji⁶. Jest to proces intencjonalny, wymagający korzystania ze wszystkich zaangażowanych przez nadawcę mediów, aby móc w pełni zrozumieć wystosowywany komunikat. Wykorzystanie narracji transmedialnej często prowadzi do wykształcenia struktury zwanej uniwersum (bądź światem) danej marki. Niegdyś samo słowo „uniwersum” odnosiło się przede wszystkim do realiów kreowanych przez autorów komiksów, obecnie zdecydowanie poszerzyło swoje znaczenie; niektórzy używają go także do opisywania realiów tworzonych przez fanów-graczy na bazie szczególnie popularnych tytułów⁷ – w tym kontekście jest to rozumienie najbliższe prezentowanym poniżej wywodom.

W ogólnosiwiatowym wymiarze jednymi z najpopularniejszych i szczególnie szeroko dyskutowanych NT są: saga *Gwiezdných wojen* George’a Lucasa i serial *Lost* J.J. Abramsa, Damona Lindelofa i Jeffreya Liebera. *Gwiezdne wojny* stały się opowieścią snutą na kilku poziomach medialnych, jeszcze zanim ukuto obowiązującą dziś terminologię naukową. Po sukcesie oryginalnej trylogii powstały komiksy, książki, a w dalszej perspektywie czasowej – gry komputerowe, wszystkie bazujące na uniwersum wykreowanym przy okazji premiery *Nowej nadziei* w 1977 roku. Co ciekawe, Lucas zdecydował na w miarę swobodne kontynuowanie przygód swoich herosów (z wyłączeniem akcji drastycznych, np. śmierci jednej z głównych postaci), zabronił natomiast interesowania się ich przeszłością, której poświęcił kolejne trzy filmy (od tej zasady istniały pewne wyjątki, jak choćby trylogia o przygodach Hana Solo autorstwa Briana Daleya⁸). Książkowi autorzy opisywali perypetie potomstwa Hana i księżniczki Lei, kolejne podróże Luke’a Skywalkera czy odradzające się tu i ówdzie siły złowrogiego imperium. Nazwiska takie jak Brian Daley, Timothy Zahn, Kevin J. Anderson, Rebecca Moesta czy James Kahn stały się popularne wśród zaprzysięgłych gwiezdnowojennych fanów. Wraz z upływem czasu i rozwojem Kina Nowej Przygody młodzi widzowie kinowi zaczęli się zachwycać coraz popularniejszą techniką komputerową. Twórca kosmicznej sagi powołał firmę LucasArts, która wslawiła się grammi opatymi nie tylko na motywach *Gwiezdných wojen*, ale także *Indiany Jonesa* i na treściach nowych, przeważnie zaklętych w formułę tak zwanych przygótówek (choćby seria *Monkey Island*). Po premierze nowej

⁵ Zob. przede wszystkim dwa kluczowe teksty: *Transmedia Storytelling* (www.technology-review.com/biomedicine/13052/) oraz *Transmedia 202: Further Reflections* (henryjenkins.org/2011/08/defining_transmedia_further_re.html).

⁶ Więcej o NT znajdziemy u Jamesa Newmana, w pozycji *Playing with Videogames*, Routledge, 2008, s. 49.

⁷ S.E. Jones, *The Meaning of Video Games*, Routledge, 2007, s. 69.

⁸ B. Daley, *Han Solo na krańcu gwiazd*, Amber, 1996 (oryg. 1979), *Zemsta Hana Solo*, Amber, 1996 (oryg. 1979), *Han Solo i utracona fortuna*, Amber, 1997 (oryg. 1980).

trylogii ukazał się także animowany serial telewizyjny *Wojny klonów*, zaś wcześniej eksploatowane media znowu zaczęły pracować dla jednej z najszlachetniejszych światowych franczyz. Znamienne, iż treści dystrybuowane poza sześcioma oficjalnymi filmami w zasadzie przeznaczone są dla fanów w uniwersum, a przeciętny odbiorca spokojnie może obejść się bez ich znajomości. Niemniej ukazują one nowe przygody znanych i lubianych postaci, czasem zaś ukazują filmowe wydarzenia z innej perspektywy, co wzbogaca ich obraz i najczęściej zwiększa spójność fantastycznego świata.

Lost to prawdziwy fenomen początku XXI wieku. Serial, który stał się legendą jeszcze w momencie swej transmisji w telewizji ABC; znakomicie przygotowana kampania promocyjna obejmowała także serię książek, mini-odcinki przygotowane specjalnie dla posiadaczy telefonów komórkowych i smartfonów, umiejętnie spreparowane strony internetowe (wśród nich tzw. ARG – *Alternate Reality Game* – zabawę, która jednoczyła internautów w poszukiwaniu cennych informacji rozrzuconych po Sieci, te zaś miały odkryć niektóre z serialowych tajemnic) oraz grę komputerową. Odcinki po swej emisji w telewizji trafiały na oficjalną stronę ABC, gdzie mógł je za darmo obejrzeć każdy internauta – podobny patent stosują m.in. autorzy *Miasteczka South Park*. Olbrzymia popularność *Lost* wynikała, oprócz mistrzowsko rozegranego marketingu, także z niezwykle interesującego, profesjonalnie prowadzonego scenariusza, który trzymał widzów w napięciu i oczekiwaniu na kolejny odcinek (serial ukazywał się z tygodniową regularnością, z wyjątkami kilkumiesięcznych przerw pomiędzy poszczególnymi seriami)⁹. Do tego autorzy w rozlicznych wywiadach stale podkreślali, iż jedynie umiejętne korzystanie z wielu mediów naraz pozwoli właściwie śledzić zagnieżdżoną fabułę i uzyskać pożądane odpowiedzi na mnożące się wraz z ilością odcinków pytania. Niestety, z biegiem czasu okazało się, iż strategia medialna była w tym przypadku zbyt rozdmuchana i w pewnym momencie oczekiwania odbiorców stanęły na tak wysokim poziomie, że praktycznie niemożliwością byłoby sprostanie wszystkim gustom. Ten błąd popełniono co najmniej dwa razy: przy premierze gry *Lost: Via Domus* (Ubisoft, 2008) oraz przy zakończeniu serialu. W pierwszym przypadku cyfrowa wersja przygód bohaterów miała odświeżyć szczególnie ważne szczegóły, będące „wielkimi podpowiedziami” co do prawdziwej istoty prezentowanych na ekranie wydarzeń; w praktyce okazało się, iż produkt jest przeciętnie grywalny, posiada niezbyt finezyjną fabułę, zaś zapowiadane „rewelacyjne zakończenie” okazało się zbyt miałkie, by zainteresować wymagających fanów. Zbierający średnie ocen serwis metacritic przyznaje tej produkcji 52 punkty na 100, co lokuje ją w tak zwanych przeciętnych stanach przeciętności¹⁰. Co do samego zakończenia serialowej opowieści – także obiecywano nieogładaną dotychczas wolę,

⁹ Analizą historii prezentowanej w serialu zajmuje się Jason Mittell w swym opracowaniu *Lost in a Great Story: Evaluation in Narrative Television (and Television Studies)*, web.mit.edu/uricchio/Public/television/mittell%20evaluation.pdf.

¹⁰ Jest to ocena wersji na komputery PC. Dla pozostałych odmian gry oceny to odpowiednio: 55/100 (Xbox 360) i 54/100 (PS3); źródło: www.metacritic.com/search/all/lost+via+domus/results.

tymczasem rozwiązanie fabularne pokrywało się z podejrzeniami rzucanymi przez fanów już kilka lat wcześniej i nie zadowoliło absolutnie nikogo. *Lost* był fenomenem, ale jest to serial, który ogląda się tylko raz, bo nie ma po co po wracać do już rozwiązanej zagadki. Co interesujące, popularność telewizyjnej franczyzy objawiła się na serwisach torrentów – metaplików pozwalających na ściąganie zasobów udostępnionych przez użytkowników w Sieci. Nowe odcinki ściągane były masowo, co przyczyniło się do pozostającego już w realiach Internetu zjawiska oglądania seriali na ekranach komputerów (notabene proceder ten zauważany jest także przez samych twórców serii telewizyjnych – wspomnienie o nim pojawia się chociażby w kreskówce *Family Guy*).

Popularność poszczególnych narracji medialnych skutkuje czasem wzmoczoną aktywnością części fanów, pragnących wzbogacić dane uniwersum. Zjawisko powstawania amatorsko konstruowanych treści bazujących na powszechnie rozpoznawanym i w jakimś sensie poważanym pierwowzorze nosi nazwę fanfiction (FF) i w swej istocie jest fenomenem liczącym sobie setki lat. Z pewną rezerwą można upatrywać jego początków jeszcze w wiekach antycznych, co tłumaczyłoby rozmaite księgi apokryficzne i pisma przypominające dzieła wielkich twórców, wszakże o niepotwierdzonej proveniencji¹¹. Z pewnością natomiast o zjawisku FF możemy mówić przy okazji pojawienia się tajemniczej drugiej części przygód Don Kichota¹², później natomiast przy parodiach przygód Alicji, wykreowanej przez Lewisa Carrolla¹³. Jeżeli chodzi o samą terminologię – przed latami sześćdziesiątymi XX wieku termin „fan fiction” oznaczał po prostu amatorskie opowiadania w konwencji SF, publikowane w rozlicznych amerykańskich magazynach. Sytuacja zmieniła się po rozpowszechnieniu takiego fanowskiego magazynu (tzw. fanzinu) „Spockanalia”, będącego hołdem dla uniwersum *Star Treka*, pierwszej tak zwanej *space opery* – filmowej produkcji w realiach zaawansowanego science fiction, z odpowiednim budżetem i rozmachem fabularnym. Fani serialu *Star Trek*, zwani później *Trekkies*, zawsze stanowili dosyć zwartą i energiczną grupę, tak zatem oni pierwsi rozpoczęli produkcję historii związanych z ich ulubionymi bohaterami. Z czasem trend ten przeszedł i na inne, niekoniecznie podobne gatunkowo produkcje i w ogóle wykroczył poza medium filmowe. Zaznaczyć należy tu, iż najczęstsze dzieła powstające w obrębie FF to nadal teksty pisane¹⁴ – wy-

¹¹ Tematyka ta jest dobrze zarysowana w artykule z zasobów Wikipedii: en.wikipedia.org/Wiki/Fan_fiction.

¹² Zob. recenzję E.T. Aylwarda, zamieszczoną początkowo w biuletynie „Cervantes: Bulletin of the Cervantes Society of America”, 2003, s. 262–264, także pod adresem: www.hnet.org/~cervantes/csa/artics03/aylward.pdf.

¹³ H. Jenkins, *Digital Land Grab*, whoosh.org/jenkins.txt.

¹⁴ Osobną kwestią są prawa autorskie i zjawisko plagiatu – temat ten poruszają w dość ciekawym artykule Elizabeth Burns i Carlie Webber: *When Harry Met Bella: Fanfiction Is All the Rage. But Is It plagiarism? Or the Perfect Thing to Encourage Young Writers?*, „School Library Journal”, 1.08.2009, także pod adresem www.schoollibraryjournal.com/article/CA6673573.html.

magają najmniejszego nakładu na środki wspomagające wyobraźnię; tylko ona jest wymagana od odbiorcy takowego materiału (oczywiście oprócz pewnej znajomości realiów, w których osadzona jest dana historia). Fanfiction rychło objęło także gry komputerowe, w przypadku których obok pism znaleźć można także modyfikacje gier oraz jej składników (postaci, plansz, trybów rozgrywki etc.). Zmianianie aplikacji jest wszakże procesem nieco bardziej skomplikowanym i należałoby się zajmować nim jako zjawiskiem osobnym. W niniejszym tekście przyjrzymy się szczególnemu rodzajowi fanowskiego pisania, przy którym dochodzi do ekstremalnej negocjacji znaczeń.

Negocjowanie istoty treści komunikatu jest zjawiskiem dosyć c powszechnym. W wersji tekstowej jest powiązane ze swoistą filozofią dialogu sprowadzoną do poziomu gatunków literackich (czym zajmował się swego czasu Bachtin, wskazując na niedostatki komunikatów pisemnych¹⁵); oto intencja nadawcy może zostać świadomie bądź nie wypaczona przez odbiorcę, przy czym akt negocjacji winien być procesem zaplanowanym, gdyż jedynie wtedy odbiorca osiągnąć może optymalny rezultat i wynieść z komunikacji jak najwięcej. W przypadku modyfikacji znaczeń przez FF dopuszczalne będzie na przykład zmienianie pewnych realiów, losów postaci, przebiegu opisywanych już zdarzeń itd. Negocjacje ekstremalne, którymi się interesujemy, idą jeszcze dalej i głoszą, iż wszystkie chwytły są dozwolone – amatorski sposób kreacji i dystrybucji tekstu pociąga za sobą pełną dowolność, nieskrępowaną wymogami franczyzy czy względami komercyjnymi. Sam dialog pomiędzy twórcą a odbiorcą może być procesem owocnym, choćby dzięki wykorzystaniu najnowocześniejszych technologii¹⁶, lecz w odróżnieniu od fanowskiej fikcji zawsze przecież posiadał będzie pewne konwencjonalne granice. Brak bezpośredniej kontroli nad przerabianiem dzieła to nienarzucanie żadnej „jedynej słusznej” wizji, jedynego właściwego wytłumaczenia. Co więcej, nawet nieskomplikowane historie mogą zostać diametralnie odmienione, nierzadko trafiając w nowe rejony gatunkowe. Negocjacje ekstremalne wprowadzają wreszcie niezwykle interesujący wątek abstrakcyjny, szczególnie dobrze widoczny w przypadku tekstów bazujących na doświadczeniach wyniesionych z obcowania z grami wideo.

2. Sytuacja FF opartych na grach wideo – małe studium przypadku

Analizowane materiały pochodzą z najpopularniejszego serwisu zajmującego się fikcją amatorską – witryny fanfiction.net. Miejsce to zorganizowane jest na wzór pierwszych sieciowych przestrzeni – za wyjątkiem kilku reklam układ strony opiera

¹⁵ Zob. E. Kac, *Negotiating Meaning: The Dialogic Imagination in Electronic Art*, www.ekac.org/dialogicimag.html.

¹⁶ Zob. *ibidem*.

się *de facto* wyłącznie na tekście, z którego sporą część stanowią odnośniki do dalszych partii pisemnych. Ascetyczny układ pozostaje jednak bardzo przejrzysty i wygodny nawet dla początkującego użytkownika.

Fanfiction.net to zasób opowiadań przygotowanych przez internautów z całego świata. Strona dzieli owe materiały ze względu na pochodzenie źródeł, którymi inspirowali się autorzy. Mamy dziewięć kategorii: **anime/manga**, **książki**, **kreskówki**, **komiksy**, **gry**, **filmy**, **sztuki/musicales**, **programy telewizyjne** oraz sekcję *Misc*, czyli **rozmaitości**. Obecnie fanfiction.net wyróżnia także utwory będące crossoverami, czyli łączące realia kilku źródeł (tu kategorie są tożsame z powyższymi). Gdy już skorzystamy z wybranego działu, ukazuje nam się lista wykorzystywanych przez fanów dzieł, na podstawie których powstały jakieś prezentowane przez witrynę teksty. Po wybraniu interesującego nas pierwowzoru możemy skorzystać z wyszukiwarki zawierającej kilka ciekawych opcji. Sortować wyniki można pod względem daty (publikacji bądź ostatniej ingerencji autora w tekst), gatunku, oceny¹⁷, języka, w którym napisano przechowywane teksty, długości (wyrażonej w znakach), postaci (uwzględniania popularnych w danym przypadku bohaterów), a także statusu tekstu (ukończony bądź „w pisaniu”).

W przypadku interesującej nas FF, czyli tej opartej na ekstremalnych negocjacjach z treścią oryginału, a zatem jak najdalej odchodzącej od pierwowzorów, za materiał podlegający analizie uznaliśmy gry wideo operujące pewną dozą abstrakcji. Tytuły te nie posiadały właściwej fabuły bądź była ona zarysowana w szczątkowych jedynie ilościach, sama rozgrywka zaś umieszczona musiała być w mniej lub bardziej abstrakcyjnych przestrzeniach, niestarájących się oddawać realiów pozacyfrowego świata. Takie przedstawianie otoczenia reprezentacji (awatara) gracza znakomicie koresponduje z negocjowaniem obrazu zastanego w grze przez autora FF¹⁸, jeżeli owemu twórcy przydać etykiety świadomego konsumenta treści medialnych, konstruującego na ich podstawie pewne wariacje¹⁹.

Abstrakcyjne gry wideo nie cieszą się tak wielką popularnością wśród piszących graczy, co tytuły zasobne w fabułę, wyraźnie zarysowane sylwetki bohaterów oraz dającą się w łatwy sposób śledzić akcję. Porównując ilości tekstów stworzonych na podstawie gier, doskonale widzimy to w pojawiających się przed oczami liczbach²⁰. Tak zatem najczęściej fikcja pisemna powstawała na bazie następujących abstrakcji: serii *The Sims* (268 tekstów), *Dance Dance Revolution* (202), *Pong* (119), *Minesweeper* (96), *Tetris* (90), *Bomberman* (74), *Spore* (68) i *Asteroids* (11). Tymczasem amatorskie przeróbki fabuł przedstawiały się następująco: cykl *Kingdom Hearts* (64 144

¹⁷ Oceny podobne do systemu stosowanego w kinematografii przez MPAA; bazują na odpowiednim wieku czytelnika – zob. www.fictionratings.com.

¹⁸ J. Newman, op. cit., s. 67–68.

¹⁹ S.E. Jones, op. cit., s. 58.

²⁰ Stan ilości tekstów z listopada 2011 r.

teksty), seria *Pokemon* (45 733), *Final Fantasy VII* (35 757 tekstów – tylko siódma część cyklu *Final Fantasy!*), *Sonic the Hedgehog* (23 156), *Legend of Zelda* (18 755), *Resident Evil* (8235), *Halo* (5345), *Phoenix Wright: Ace Attorney* (4357). Działa tu także zasada cyklu: wymienione najchętniej modyfikowane przez fanów pozycje mają po kilka tytułów w serii (np. *Resident Evil* to pięć gier, nie licząc tak zwanych spin-offów), przez co długość linii fabularnej, ilość bohaterów, ich przygód itp. zdecydowanie wzrasta. Inną ciekawą tendencją jest po wstawianie znacznie większej ilości tekstów opartych na grach ukazujących się na konsole aniżeli komputery PC; zjawisko to można wszakże wytłumaczyć, biorąc pod uwagę genezę serwisu fanfiction.net. Wraz ze wzrastającym na świecie dostępem do Sieci witryna ta zaczęła zamieszczać także publikacje stworzone w języku francuskim, portugalskim czy polskim, jednakże pierwotnie było to miejsce stworzone w języku angielskim i popularne szczególnie wśród internautów amerykańskich²¹. Do dziś najwięcej tekstów pochodzi właśnie od obywateli Stanów Zjednoczonych²², zaś rozwinięte rynki zachodnie w ciągu dwóch ostatnich dekad stały się głównymi punktami zbytu dla producentów konsol. Urządzenia te postrzegane są przed wszystkim jako platformy zapewniające rozrywkę, w odróżnieniu od wszechstronnego, bo służącego także do nauki i pracy komputera. Interesujące nas gry abstrakcyjne ukazują się wszakże e praktycznie na wszystkich platformach i przy studiowaniu tekstów opartych na produkcjach cyfrowych pochodzenie samej gry nie ma żadnego znaczenia.

3. Rezultaty negocjacji i nowe narracje – prace fanów gier

Przykłady, które zaprezentowane zostaną poniżej, są oryginalnymi wizjami internautów; zostały wybrane ze względu na swoje specyficzne konstrukcje, realizujące pewne wzorce narracyjne, a jednocześnie pozostające w zauważalnym oddaleniu od popularnych metod przedstawiania opowieści. Przez te ostatnie rozumiemy utwory najbliższe typowemu opowiadaniu – posiadające jakąś fabułę, wyszczególnione postaci, ale i sięgające po popularną tematykę (historie miłosne i przygodowe stanowią bardzo dużą część fanfiction) oraz rozwiązania techniczne (dialogi, opisy otoczenia, opisy wykonywanych przez bohaterów akcji itd.). Tak zatem narracje ekstremalne są nie tylko wariacją na temat historii przedstawianych w grach wideo, lecz także swoistą zabawą z konwencjami pisarskimi, do uczestnictwa w której piszący musi posiadać pewne kompetencje literackie, pozwalające mu na swobodniejszy (lecz wciąż wierne kategorii spójności) obchodzenie się ze wszelkimi regułami konstruowania opowieści.

²¹ en.wikipedia.org/Wiki/FanFiction.Net.

²² Ibidem.

Spójrzmy na pierwszy z interesujących nas przypadków. *jealousy package*²³ autorki skrywającej się pod pseudonimem SweetScarletFox to historia w formie podobnej do tzw. miejskich legend – opo wiadana z perspektywy użytkownika gry (tu: *The Sims 2 i 3*, EA, 2004, 2009). „Nigdy nie ściągał podejrzanie wyglądającego pliku” – tymi słowami zaczyna się krótki tekst traktujący o tajemniczym scaleniu dwóch gier z serii *Sims* i następujących później dramatycznych wydarzeniach zachodzących pomiędzy postaciami występującymi w grze, mających także wpływ na pozakomputerową rzeczywistość:

Mysłałam, że moje głośniki lub uszy eksplodują od hałasu. Na ekranie Ruki trzymała nóż. Zadźgała wszystkich z rodziny Barriento, zaś kałuża ich krwi zmieniła się w jezioro. Hałas skończył się razem z morderstwami Ruki.

Gdy ostatnie słowo zostało wypowiedziane, mój komputer nagle się wyłączył. Obawiałam się nacisnąć przycisk Power ze strachu, że coś może pojawić się na moim ekranie. Nie chciałam się włączyć z powrotem.

Czytając, możemy wyobrazić sobie, iż mówiącą w tekście osobą faktycznie jest jego autorka. Przedstawione w FF wydarzenia (morderstwa Simów, zwracanie się cyfrowej postaci bezpośrednio do grającej, awaria komputera) układają się w krótką historię grozy, udającą rzeczywiste wydarzenia. Ten motyw od pewnego czasu zyskuje coraz większą popularność w Internecie, gdzie zyskał nazwę *creepypasta*. Sformułowanie to pochodzi od wcześniejszego angielskiego neologizmu *copyypasta*, oznaczającego zamieszczone w danym komunikacie (np. wpisie na forum czy tablicy) treści pochodzące z innego źródła (a więc „przeklejone”)²⁴. *Creepypasta* oznacza powielane teksty „z dreszczykiem”, częstokroć nawiązujące do schematycznych sztafażów grozy (np. wampiryzm, opuszczone i nawiedzone siedziby ludzkie, kanibalizm, szpitale psychiatryczne) i przybierające krótką, skondensowaną formę. Są to legendy nowego medium, obecne wyłącznie w Sieci, która pozwala na stałe kopio wanie i szeroką dystrybucję wpisów. Niegdyśejsze bajania o upiorach czających się w mroku zastępowane są przez niepokojące doniesienia o nawiedzonych serialach, nośnikach (takich jak kasety wideo, by przypomnieć kliszę znaną z filmowej serii *Ring*) oraz grach wideo, szczególnie tych, które pierwotnie emanują tajemniczością i niedopowiedzeniami. W tym kontekście groza obecna w *The Sims*, cyklu raczej pogodnym, może przerażać jeszcze bardziej. Autorka pozostaje wierna konwencji – jej tekst jest

²³ www.fanfiction.net/s.6681055/1/jealousy_package; pisownia wszelkich tytułów i cytaty zgodne z wersjami oryginalnymi, tłumaczenie moje.

²⁴ knowyourmeme.com/memes/copyypasta – strona ta podaje, iż termin pojawił się w powszechnym użyciu około 2006 roku. Dane te są praktycznie niemożliwe do dokładnej weryfikacji, jako iż słowo to narodziło się w otoczeniu niezwykle dynamicznych forów 4chan (www.4chan.org), które nie magazynują długoterminowo zawartości poszczególnych dyskusji.

krótki, odnosi się do konkretnych pozycji cyfrowej rozrywki i posiada pesymistyczne zakończenie, także wysoce charakterystyczne dla odmiany *creepypasta*, gdzie legendy nigdy nie kończą się dobrze.

Growy pierwowzór zakłada stworzenie jednej bądź większej ilości postaci, a następnie zajmowanie się jej/ich losami – pracą, mieszkaniem, relacjami z innymi mieszkańcami cyfrowego świata etc.; *The Sims* to seria, którą w pewnym uproszczeniu można nazwać rozbudowaną digitalną modyfikacją zabawy lalkami – mamy tu do czynienia z podobną transmisją pragnień użytkownika oraz posługiwaniem się utartymi wzorcami narzucanymi przez środowisko kulturowe (co obejmuje także bunt przeciwko tradycyjnym wartościom). *jealous package* natomiast jest opowieścią opartą na dekonstrukcji realiów rozrywki poprzez zastosowanie szablonu medialnej legendy; zupełnie zmienia obraz gry w oczach potencjalnego czytelnika²⁵, pozostawiając jednocześnie charakterystyczne niedopowiedzenie – nie wiemy, skąd wzięł się plik powodujący tajemnicze procesy. Ten rodzaj twórczości, jako i już wspomnieliśmy, najlepiej określać mianem **legendy**.

Zupełnie inny model odnajdziemy w fanfiction opartym na kolejnej produkcji, która jest dziełem autora serii *The Sims*, Willa Wrighta – *Spore* (EA Games, 2008). *Spore* to zabawa w tworzenie i kontrolowanie rozwoju rozmaitych form życia w fikcyjnych środowiskach digitalnych. Ta swoista symulacja ewolucji nie ma jasno określonej fabuły – praktycznie jedynym celem jest jak największa ekspansja stworzeń zaprojektowanych przez gracza. Pomimo obecności pisma w konstrukcji gry (tj. przede wszystkim interfejsie) szczególną rolę odgrywa tu projekt wizualny, stanowiący pewną artystyczną wizję realiów symulowanych (używamy tego określenia, ponieważ świat przedstawiony cechuje się dość skomplikowanymi mechanizmami działania, co odróżnia go od przestrzezeń, obowiązujących w produkcjach nastawionych przede wszystkim na szybkość, dynamiczną akcję). Na podstawie tychże realiów autor ukrywający się pod pseudonimem VeeVeeNightingale przygotował dokumentację fikcyjnego gatunku organizmów, które nazwał był Artlenami²⁶:

Artlen jest porywczą, pierzastą, kociopodobną personą [sic!]. To z długimi uszami, smukłym ciałem (bardziej u samic), wielkimi oczami, szponami u obu rąk i stóp i bardzo kolorowe jak żyjąca tęcza! Choć czasami „Herzo-Futro” Artlenów normalnie jest jednego koloru z trzema do pięciu różnych odcieni, inne są wielokolorowe mając od trzech do szesnastu różnych rodzajów kolorów w rozmaitych odcieniach.

Dokumentacja prowadzona jest w mało gramatyczny sposób (w oryginale autor popełnia błędy, które staraliśmy się przelożyć w powyższym cytacie), nie jest to wszakże w żaden sposób oceniane w niniejszym tekście – musimy jednak zaznaczyć możliwość występowania niezręcznie sformułowanych wypowiedzi, które następnie

²⁵ Czytelnik modelowy jest w tym wypadku także graczem, znającym pozycje, do których odnoszą poszczególne teksty.

²⁶ www.fanfiction.net/s/6240294/1/An_Artlen_Documentary.

zamieszczamy w polskim przekładzie z celowo popełnionymi podobnymi pomyłkami – w ten sposób znajdujemy się bliżej oryginału, nie ryzykując modyfikacji, które mogłyby fałszować informacje zawarte w tekście pierwotnym. Sądząc po kompozycji całego oryginału, błędy nie są wynikiem jakichś negocjacji poprawności językowej, lecz mają związek z lukami w wiedzy autora. To wszakże w żaden sposób nie przekłada się na formułę, z której piszący korzysta, opisując fantastyczne postaci: materiał pisemny jest w swej istocie dokumentacją, jaką mógłby poczynić w notatniku zoolog-amator. Autor opisuje sposób poruszania się Artlenów, ich predyspozycje łowieckie, metody obronne i sposoby ataku. Wyszczególnia cechy zaniepokojonego Artlena, opisuje zdolności gatunku do naśladownictwa werbalnego innych organizmów (w tym równie fikcyjnych Groxów); wspomina nawet o zamiłowaniu tych zwierząt do czekolady (!). W dalszych partiach piszący dokonuje podziału osobników na następujące kategorie: Ar tleny Skrzydlate, Artleny Uziemione²⁷, Artleny Fałszywe, Artleny Większe i Artleny Mniejsze. Spójrzmy na jeden z opisów:

Artlen Mniejszy swą nazwę otrzymał od zaskakująco matowego pierzo-futra. Jego pióra są albo szarawe, białawe, albo w innym matowym kolorze, ale głównie jest to kolor piaskowy, ponieważ ten Artlen żyje w pustynnej części swego świata.

Artlen Mniejszy jest także najmniejszym i najsłabszym z rodziny Artlenów. Ma rozmiary piętnastoletniego człowieka. Artlen Mniejszy nadrabia swoją słabość i małość prędkością i zwinnością. Artlen Mniejszy jest w stanie osiągnąć od 45 do 70 mil na godzinę na czworaka i jest bardzo trudny do złapania.

Artlen Mniejszy jest najbardziej koczowniczym Artlenem, nigdy nie zostaje w miejscu zbyt długo [...].

Przywołanie wyglądu zewnętrznego, cech charakterystycznych, wydawanych odgłosów, osiągnięć oraz zwyczajów żywieniowych składa się na w miarę bogaty opis reprezentanta cyfrowej fauny. Choć tworzony niezbyt zgrabnym językiem, daje pewne pojęcie o Artlenach i ich zachowaniach. Ponieważ zaś tekst jest zbiorem spostrzeżeń natury biologicznej, z powodzeniem można uznać go za rodzaj **dokumentu**, choć korzystając z dzisiejszej terminologii, moglibyśmy także zdecydować się na formę *mockument*, czyli fikcję sprawnie udającą rzeczywistość. Byłoby to z jednej strony nadużyciem – Artleny są od początku do końca kręcają i jako takie naśladują realiów świata analogowego. Z innej perspektywy wszakże – z tekstu nie wynika, czy twórca rzeczywiście wymyślił takie postaci podczas gry w *Spore*, czy istnieją one jedynie w obrębie fanfiction. Dokumentacja odnosi się zatem do pomysłu, lecz nie wiadomo, czy ten został zrealizowany podczas zabawy z grą.

Przedstawiając wariacje na temat oryginalnych historii czy przebiegu akcji charakterystycznej dla danej gry wideo, twórcy FF sięgają także po sprawdzone, acz kojarzone z bardzo odległymi czasami wzorce formułowania wypowiedzi pisemnych – jeden ze znalezionych tekstów ukształtowany jest na obraz i podobieństwo

²⁷ Użyte słowo *grounded* zamiast *ground*.

epopei²⁸ i dotyczy meczu rozgrywanego w *Pongu* (Atari, 1979); jest to jeden z prekursorów zabaw cyfrowych, będący w istocie minimalistyczną digitalną interpretacją ping-ponga (mamy obszar gry, dwie jego połowy, przedstawienie paletek i piłeczki oraz punktację – to wszystko w wersji monochromatycznej). *Pong* w swym prymitywizmie technicznym ukazuje rozgrywkę w pierwotnym stanie, bez ulepszeń audiowizualnych, rozbudowanych fabuł i tym podobnych. Celem grającego jest pokonanie przeciwnika – to cała filozofia zabawy.

Epos był, jak wspomina jego autor, Almighty God of Paper, projektem realizowanym w ramach zajęć z języka angielskiego, gdzie uczniowie mieli popełnić parodię *Iliady*. Rezultat działania fana luźno przypomina układ tekstu w poemacie epickim – nie jest zachowana podobna liczba sylab w wersach, sam utwór zaś jest bardzo krótki; niemniej pozostawiono pewne cechy gatunku, takie jak: obecność inwokacji, retardacje, stałe epitety, a także swoisty paralelizm fabuły – zamiast boskiego panteonu występują postaci ludzkie. Spójrzmy na fragmenty tekstu, tym razem pozostawione w pierwotnej, nietłumaczonej wersji:

Oh great gods of Atari, please aid me in telling the tale of
The two Caucasian warriors, locked in a fateful battle;
A melee with a fearful weapon: the crisp ashen orb.
The blessed individual who triumphs this fight
Will advance forward in this dreadful war,
This conflict that is caused by that one terrible orb.

Kilkadziesiąt wersów dalej odnaleźć można boski ekwiwalent – dwóch graczy:

In a moment as quick as when one blinks their eye,
Quite instinctively as to keep their eyes from gradually drying out,
The world of the warriors blacked out, and faded to another land.
The gray-haired Joseph of the documentation devices smiled in success,
While his rival, the patronizing Larry frowned in loss,
Dropping his complicated electronic controlling device on the hard floor.

W *Taken to Epic Proportions* elementy gry podlegają znacznym modyfikacjom – ich personalizacja jest zmianą białych („kaukaskich”) prostokątów w wojowników o francuskich imionach (*Gauche* i *Droite*, czyli Lewy i Prawy – po tych stronach rozmieszczone są paletki w samej grze). Kontrolujący starcie Joseph i Larry wyznają nieco odmienne wartości: pierwszy mieni się mistrzem, wspominając, iż „bogowie Atari są jego sprzymierzeńcami”. Larry natomiast wskazuje na nieistotność ich konfliktu, mówiąc: „But our conflict, you see, was nothing more than a game of Pong”.

Niedostatki stylistyczne i niezgodności z kanonem poematów epickich tracą na znaczeniu w obliczu jawnie parodystycznego charakteru utworu. Niemniej warto zaznaczyć dysonans, jaki objawia się przy zestawieniu źródeł. *Iliada* cieszy się nieustającym

²⁸ www.fanfiction.net/s/2098311/1/Taken_to_Epic_Proportions.

szacunkiem jako Homerowe arcydzieło, pełne rozbudowanych opisów i szczegółowo przedstawionych wydarzeń; *Pong* tymczasem, jako już wspomnieliśmy, jest jedną z najprostszych gier wideo, jakie kiedykolwiek ujrzały światło dzienne, przynależy do początków historii digitalnej rozgrywki. Przywoływane fanfiction jest umiejętnym połączeniem tych, zdawałoby się, zupełnie nieprzystających do siebie światów. Wyobraźnia ludzka nie uznaje wszakże większości granic, tak zatem dwa prostokąty odbijające kwadrat mogą przeistoczyć się w wojowników posługujących się „kruchą popielatą sferą”.

Innym rodzajem „pieśni pochwalnej” jest sonet traktujący o *Asteroids* (Atari, 1979). W tej grze kierowało się reprezentacją statku kosmicznego, który rozbijał krążące w kosmosie asteroidy; zasady rozgrywki uproszczone były do niezbędnego minimum, podobnie jak pierwotna grafika – wraz z upływem czasu pojawiło się wiele mutacji tytułu, głównie o ulepszonym wyglądzie, korzystających z tego samego mechanizmu zabawy. Autor sonetu *The Giant's Dance*²⁹ pisze o swym tekście: „[...] honorujący *Asteroids*. One wciąż czekają w pustce nad nami...”:

Stone giants dance in the Heavens above
Drifting, floating far by gravity's command
Their embrace far from gentle as a dove
They offer no guidance and no demand

The battle is joined by one flesh and bone
Who tries to these rocks, from the void, erase
The disparate sailor always is lone
His foes shall not fade 'less he earns some grace

The intruder who strikes with spears of light
'Gainst titans who've wrought against him no fault
They hold no malice against the errant knight
But are not helpless against his assault

For one false step amongst these stars
And you're shrapnel drifting in Heaven far

Teksty zasobne w pewne poetyckie właściwości w przypadku FF zwałibyśmy **kreacją poetycką**, jako iż termin ów ma dosyć szeroki zakres, w obrębie którego pomieścić można i tradycyjne formy poezji, i utwory w rodzaju *Taken to Epic Proportions*.

W obrębie tekstów fanowskich odnajdziemy także specyficzne powiastki dotyczące filozofii elementów występujących w grach. *Cruel Games* (autor: yog) to utrzymany w poważnym tonie opis zmagania wielokształtnej postaci z tajemniczym Bogiem, który zabrania im wstępu do nieba³⁰. Autor wykorzystuje tu połączenie motywu wieży Babel (tekst mówi o nieustannym budowaniu konstrukcji prowadzącej w górę) z realiami niezwykle popularnej gry *Tetris* (różni wydawcy, od 1984), w której gracz musi

²⁹ www.fanfiction.net/s/3395423/1/The_Giants_Dance.

³⁰ www.fanfiction.net/s/7118919/1/Cruel_Games.

tak manewrować spadającymi z góry ekranu klockami, by dzięki ich odpowiedniemu ułożeniu systematycznie oczyszczać przestrzeń i nie dopuścić do tzw. „zabudowania” – kiedy położone jeden na drugim bloki osiągną szczyt planszy, gra kończy się. Tak zatem Bogiem z opowiadania jest sam grający właśnie, zaś klocki autor obdarza świadomością. Ogląd sytuacji z drugiej strony w tej samej produkcji odnaleźć można w tekście *The Game*³¹, gdzie widzimy próbę wyłuszczenia filozofii stojącej za odpowiednim dopasowywaniem do siebie różnych figur o różnych kształtach. O chrześcijańskich wartościach używanych w realiach wspomnianego już cyklu *The Sims* mówi z kolei *God Help the Outcasts*³², zaś *Sunglasses at Night*³³ odnosi się do roli okularów ikonki Smiley w popularnym *Minesweeper*, zwanym w Polsce *Saperem* (Microsoft, 1989) – zaimplementowanej w systemach rodziny Windows grze, w której celem jest odkrycie i odpowiednie oznaczenie wszystkich zaminowanych pól. Te filozofie cechują się sporym zróżnicowaniem, jeśli chodzi o wagę poruszanej tematyki, jednakże zawsze konstruowane są w oparciu o jakieś mechanizmy funkcjonujące w danych tytułach i są jakby próbą ich wyjaśnienia, oczywiście w fikcyjnym wydaniu. Co istotne, nie idzie tu o nieświadomość piszących fanfiction graczy – oni bowiem doskonale wiedzą, jak przebiega rozgrywka. Zasady nie są trudne do opanowania, szczególnie w prostych grach abstrakcyjnych, takich jak *Tetris*, *Asteroids* czy *Saper*. Podejmowane przez autorów tekstów wysiłki zamieniają *stricte* mechaniczne, zaprogramowane aspekty gier wideo na bardziej „ludzkie” odpowiedniki – motywacje wynikające z uwzględniania uczuć, aspiracji elementów pozornie nieożywionych i tym podobne. Można tu upatrywać analogii z zabawą postaciami – lalkami, ludzikami z klocków Lego czy żołnierzami – i obdarzaniem ich typowo ludzkimi cechami, animacją i personifikacją. W wersji negocjującego znaczenia FF człowieczeństwa przydaje się także konstrukcjom nawet niepróbującym naśladować jakichkolwiek postaci – ikonkom czy klockom z układanki. Tworzenie historii wyjaśniających wydarzenia zachodzące na ekranie monitora czy telewizora są zatem **mitologizacją aplikacji**, ujmującą realia rozgrywki podobnie jak niegdysiejsze mity starożytnych starały się odnosić do zjawisk świata analogowego, nie zawsze pojmowanych przez ludzi.

4. Cechy negocjacji ekstremalnych i ich miejsce w transmedialnej narracji

Wracając do przedstawionych we wcześniejszych partiach tekstu ilości FF bazujących na grach abstrakcyjnych, można zaobserwować, iż tego rodzaju formy cieszą się umiarkowanym (by nie rzec: niewielkim) powodzeniem wśród piszących. Ci

³¹ www.fanfiction.net/s/2157946/1/The_Game; autor: The Artisan.

³² www.fanfiction.net/s/6734293/1/God_Help_the_Outcasts; autorka: crazyrandomgurl.

³³ www.fanfiction.net/s/4967971/1/Sunglasses_at_Night; autor(-ka?): Thingbe.

wszakże, którzy zdecydowali się opierać pisemne fantazje na stosunkowo niewdzięcznym i wymagającym dużej wyobraźni materiale bazowym, zachowują w swoich historiach podstawową mechanikę owych gier: motyw układania klocków, zarządzania rodziną i domem, odbijanie piłeczki i tym podobne. Abstrakcyjna przestrzeń, w której rozgrywa się akcja cyfrowej zabawy, zamieniona zostaje na bogatsze w szczególności realia – zarys jakiejś rzeczywistości, niestanowiącej już jakiegoś umownego wymiaru. To grove niedopowiedzenie, wynikające z braku większych struktur kodyfikujących dane digitalne uniwersum, wydaje się najbardziej pociągające dla fanów, którzy dają upust swojej wyobraźni.

W prostych formach elektronicznej rozrywki, w których występuje przełożenie cyfrowe, to jest reprezentowanie działań podejmowanych przez gracza przez narzędzia, nie awatara, łatwiej odnajdziemy obszary szczególnie podatne na poddawanie fantastycznej obróbce. Zabawa (po raz kolejny: układanie klocków, odbijanie piłeczki, odkrywanie min i wiele innych) staje się punktem wyjścia dla snucia historii, ubarwiających monotonne w swej podstawie działanie. Tak jak dzieci potrafią praktycznie wszystkie swe zabawy osadzać w wymyślonych realiach, tak i autorzy FF przenoszą czytelnika w zmodyfikowane otoczenie, gdzie banalne na pozór czynności nabierają nowego, poważnego znaczenia. Przywołane casusy fanfiction są przy tym historiami z przeszłości – nie powstają bezpośrednio podczas rozgrywki, tak zatem bliżej im do spisanych baśni aniżeli podań przekazywanych ustnie i opowieści snutych przy domowym ognisku.

Grove fanfiction to oznaka novej wrażliwości literackiej – narracji snuty ch w oparciu o cyfrowe medium gry wideo, nieraz silnie przeplatających się z pozapowieściową rzeczywistością, jak w przypadku *creepypasta*.

Mamy tu do czynienia z bardzo specyficzną narracją transmedialną: sztuka guntownych modyfikacji niemożliwy jest do zauważenia bez znajomości przerabianych konwencji. Czytelnik musi znać realia gry, a czasami także pozostałe inspiracje autora (w cytowanych przypadkach choćby *Iliadę* czy inny epos), by mieć pełny odbiór prezentowanej mu opowieści. Ta NT nie składa się z e wzajemnych dopełnień; to raczej prosty schemat:

- dzieło/dzieła bazowe (gra/gry wideo)
- + inspiracje modyfikacji (inne media: literatura, sztuka, muzyka etc.)
- + własna historia (oryginalna koncepcja autora)
- fanfiction

Konieczna jest znajomość przynajmniej dwóch różnych od siebie treści przedstawianych w odrębnych mediach; liczba ta może oczywiście być większa – wszystko zależy od preferencji twórców amatorskich fikcji.

Filmy wykorzystujące mechanikę gry wideo już rozgościły się na ekranach (vide *Scott Pilgrim kontra świat*, *Gamer*, *Crank 1, 2*); powieści oparte na realiach cyfrowej rozrywki także od dobrych kilku lat ukazują się na księgarskich półkach (książki

napisano m.in. w oparciu o *Diablo*, serię *Mass Effect* czy *Crysis*). Być może fanowskie poszukiwania i negocjowanie znaczeń zawartych w popularnych grach wideo (nie tylko abstrakcyjnych) doczekają się odbicia w literaturze pierwszego obiegu, nie tylko na zasadzie postmodernistycznego cytowania i skromnych nawiązań, lecz choćby w postaci organizacji (kompozycji) całych utworów. Gdy oficjalnie wydawane literackie przestrzenie będą miejscem szczególnego modyfikowania treści zastanych w innych mediach, będziemy mieli do czynienia z triumfem narracji dojrzewających dziś pośród tekstów fanowskich. Pasjonatów poszczególnych tekstów kultury coraz trudniej jest ignorować.

Bibliografia

- Burns E., Webber C., *When Harry Met Bella: Fanfiction Is All the Rage. But Is It plagiarism? Or the Perfect Thing to Encourage Young Writers?*, „School Library Journal”, 1.08.2009 (także pod adresem www.schoollibraryjournal.com/article/CA6673573.html).
- Daley B., *Han Solo i utracona fortuna*, Amber, 1997 (oryg. 1980).
- Daley B., *Han Solo na krańcu gwiazd*, Amber, 1996 (oryg. 1979).
- Daley B., *Zemsta Hana Solo*, Amber, 1996 (oryg. 1979).
- Dovey J., Kennedy H.W., *Game Cultures: Computer Games as New Media*, Open University Press, 2009.
- Jenkins H., *Digital Land Grab*, whoosh.org/jenkins.txt.
- Jenkins H., *Transmedia 202: Further Reflections*, henryjenkins.org/2011/08/defining_transmedia_further_re.html.
- Jenkins H., *Transmedia Storytelling*, www.technologyreview.com/biomedicine/13052/.
- Jones S.E., *The Meaning of Video Games*, Routledge, 2007.
- Kac E., *Negotiating Meaning: The Dialogic Imagination in Electronic Art*, www.ekac.org/dialogicimag.html.
- Kinder M., *Playing with Power in Movies, Television, and Video Games: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles*, University of California Press, 1993.
- Mittell J., *Lost in a Great Story: Evaluation in Narrative Television (and Television Studies)*, web.mit.edu/uricchio/Public/television/mittell%20evaluation.pdf.
- Newman J., *Playing with Videogames*, Routledge, 2008.

Paweł Gregorczyk

Uniwersytet Wrocławski

Specyfika komunikacji tekstowej w grze *Call Of Duty: Modern Warfare 2*

Wprowadzenie

Wydana pod koniec 2009 roku gra *Call Of Duty: Modern Warfare 2* pobiła wszelkie rekordy popularności i trafiła w ręce milionów graczy na całym świecie. Tytuł ten udowodnił przy tym, że ogromne przychody w branży rozrywkowej nie są zarezerwowane tylko i wyłącznie dla kinowych superprodukcji. Jak się okazuje, ten popkulturowy fenomen jest ciekawym obiektem badań nie tylko dla kulturoznawców. Równie interesujący jest wpływ tej gry na popularyzację specyficznego języka graczy w sieciowym trybie gry wieloosobowej, jak też na procesy słowotwórcze mające miejsce w ich komunikacji.

W niniejszym artykule przedstawiona została historia serii najpopularniejszych obecnie na rynku gier wideo; zaprezentowano również specyfikę komunikacji tekstowej graczy uczestniczących w potyczkach online w *Call Of Duty: Modern Warfare 2*. Sporo uwagi poświęcono charakterystycznemu językowi i słownictwu występującemu podczas meczów (jego część typowa jest dla wielu gier, jednak sporo neologizmów ściśle związanych jest ze specyfiką rozgrywki w tym tytule). By ułatwić zrozumienie pewnych procesów słowotwórczych, przybliżone zostały również główne cechy rozgrywki online.

Seria gier *Call of Duty*

Po raz pierwszy graczom z nazwą *Call of Duty* przyszło się zetknąć w 2003 roku. Wówczas to wydana została pierwsza gra, której sukces miał wkrótce zapoczątkować popularną serię. Jej producentem było amerykańskie studio Infinity Ward,

a wydawcą firma Activision. Akcja gry toczy się w czasach drugiej wojny światowej, a sama gra zaliczana jest do gatunku first person shooter (w skrócie FPS), w którym to gracz widzi wirtualny świat z perspektywy kierowanego przez siebie bohatera. W Polsce gatunek ten powszechnie nazywany jest strzelaninami (ew. strzelankami) z perspektywy pierwszej osoby. Gra została doceniona nie tylko przez graczy, ale również krytyków. W serwisie internetowym Metacritic (portal agregujący recenzje gier, filmów, seriali oraz albumów w muzycznych, który na podstawie zawartych w nich ocen wylicza średnią dla danej produkcji) średnia ocen gry *Call of Duty* w wersji na komputery osobiste wyniosła 91 punktów na 100¹.



Rys. 1. Zrzut ekranu gry z gatunku First Person Shooter (FPS), w której wirtualny świat widziany jest oczami kierowanego przez gracza bohatera.

Druga odsłona serii ujrzała światło dzienne dwa lata później, stając się pierwszym tytułem na konsolę Microsoft Xbox 360, który został sprzedany w ilości miliona egzemplarzy². Zasady rozgrywki nie uległy zmianie, gracz nadal miał okazję „uczestniczyć” w walkach na frontach drugiej wojny światowej. Pisma i serwisy branżowe również i tę grę oceniły wysoko. Średnia ocen w serwisie Metacritic wyniosła 86 punktów na 100 możliwych dla wersji na PC³ oraz 89 dla wersji na konsolę Xbox 360⁴. Producentem gry ponownie było studio Infinity Ward.

Trzecia odsłona tej wojennej serii została wydana rok później, jednak tym razem za jej produkcję odpowiedzialne było kalifornijskie studio Treyarch. Gracze po raz

¹ <http://www.metacritic.com/game/pc/call-of-duty> (luty 2012).

² *Guinness World Records 2011. Edycja dla graczy*, Buchmann, Warszawa 2011, s. 41.

³ <http://www.metacritic.com/game/pc/call-of-duty-2> (luty 2012).

⁴ <http://www.metacritic.com/game/xbox-360/call-of-duty-2> (luty 2012).

kolejny mogli rozegrać zbrojne potyczki w realiach drugiej wojny światowej, wcielając się w żołnierza amerykańskiego, brytyjskiego i po raz pierwszy w historii serii w kanadyjskiego oraz polskiego. Wydawca gry (tradycyjnie już firma Activision) zrezygnował z wydania wersji na komputery osobiste, skupiając się na wersjach konsolowych. Średnia ocen recenzentów była niższa niż w przypadku poprzednich dwóch gier z serii *Call of Duty*. Według obliczeń serwisu Metacritic tytuł ten w wersji na konsolę Xbox 360⁵, jak też na konsolę Sony PlayStation 2, uzyskał średnią ocen 82 punkty⁶. Wartości te są zbieżne z wyliczeniami innego serwisu agregującego recenzje gier wideo – GameRankings, który obliczył średnią ocen na poziomie 82,51% dla wersji na konsolę Microsoftu⁷ i 82,17% w wersji na konsolę sygnowaną przez Sony⁸.

Przełomowa pod wieloma względami okazała się czwar ta odsłona serii z 2007 roku, w której po raz pierwszy pojawił się podtytuł *Modern Warfare*. Wydawca, firma Activision, ponownie skorzystał z usług studia Infinity Ward, które przeniósł akcję do czasów współczesnych. Tradycyjnie już gra należała do gatunku FPS, a osią napędową fabuły był światowy konflikt, w którym po jednej stronie stanęły wojska Stanów Zjednoczonych i Wielkiej Brytanii, a po drugiej rosyjscy i bliskowschodni separatyści. Gra została entuzjastycznie przyjęta zarówno przez graczy, jak i krytyków. Tytuł *Call of Duty 4: Modern Warfare* uzyskał według średniej wyliczonej przez serwis Metacritic 92 punkty w wersji na PC⁹ i 94 punkty w wersji na konsolę Xbox 360¹⁰ i PlayStation 3¹¹. Tytuł ten trafił do Księgi Rekordów Guinnessa jako najczęściej granej w trybie sieciowym, bowiem „w *Call of Duty 4: Modern Warfare* zagrało ponad 13 milionów graczy na Xbox Live od jej wydania w 2007 r.”¹². Gra okazała się również największym sukcesem komercyjnym w ówczesnej historii serii Call Of Duty. Według danych z 10 marca 2012 roku tytuł ten sprzedał się w ponad 8,6 miliona egzemplarzy w wersji na Xbox 360, 6,07 miliona egzemplarzy w wersji na konsolę PlayStation 3, edycja na komputery osobiste znalazła 1,06 miliona nabywców, a użytkownicy przenośnej konsoli Nintendo DS zakupili 980 tysięcy egzemplarzy (dane pochodzą z serwisu monitorującego rynek gier komputerowych vgchartz.com i nie obejmują dystrybucji cyfrowej)¹³.

Firma Activision, chcąc zachować roczny cykl wydawniczy serii *Call Of Duty*, w 2008 roku wypuściła na rynek grę *Call of Duty: World at War*, jej produkcję powierzając firmie Treyarch. Tym razem gracz miał okazję powrócić do czasów drugiej

⁵ <http://www.metacritic.com/game/xbox-360/call-of-duty-3> (luty 2012).

⁶ <http://www.metacritic.com/game/playstation-2/call-of-duty-3> (luty 2012).

⁷ <http://www.gamerankings.com/xbox360/928655-call-of-duty-3/index.html> (luty 2012).

⁸ <http://www.gamerankings.com/ps2/932965-call-of-duty-3/index.html> (luty 2012).

⁹ <http://www.metacritic.com/game/pc/call-of-duty-4-modern-warfare> (luty 2012).

¹⁰ <http://www.metacritic.com/game/xbox-360/call-of-duty-4-modern-warfare> (luty 2012).

¹¹ <http://www.metacritic.com/game/playstation-3/call-of-duty-4-modern-warfare> (luty 2012).

¹² *Guinness World Records 2011*, op. cit., s. 41.

¹³ <http://www.vgchartz.com/game/7608/call-of-duty-4-modern-warfare/> (marzec 2012).

wojny światowej, biorąc udział w potyczkach na Pacyfiku, froncie wschodnim i w Niemczech. Gra ani artystycznie, ani komercyjnie nie powtórzyła sukcesu *Call of Duty 4: Modern Warfare*. Średnia ocen w serwisie Metacritic na wszystkich platformach jedynie w wersji na konsolę firmy Sony osiągnęła pułap 85 punktów na 100 możliwych¹⁴. Wyniki sprzedaży również były niższe od wydanej rok wcześniej gry.

Call Of Duty: Modern Warfare 2 – popkulturowy fenomen

Rok 2009 jest przełomowy zarówno dla firmy Activision, serii *Call of Duty*, jak i branży gier komputerowych. Wydana zostaje wówczas gra, która jest przedmiotem niniejszej analizy komunikacji tekstowej graczy. Tytuł *Call Of Duty: Modern Warfare 2* w błyskawicznym tempie pobił wszystkie możliwe rekordy popularności. Gra osiągnęła zysk „w wysokości 410 690 771 dolarów (242 424 795 funtów) w ciągu pierwszych 24 godz. od wprowadzenia na rynek 11 listopada 2009 r. Był to największy zysk po pierwszym dniu sprzedaży, jaki osiągnął kiedykolwiek produkt przemysłu rozrywkowego”¹⁵. Według Księgi Rekordów Guinnessa „5 565 669 to szacunkowa liczba sprzedanych w pierwszym dniu egzemplarzy *Call Of Duty: Modern Warfare 2*”¹⁶. Był to moment przełomowy dla światowej rozrywki. Okazało się bowiem, że wieloletnie liderowanie hollywoodzkich superprodukcji w rankingach najwyższych zysków w historii branży rozrywkowej właśnie się zakończyło, a ich pogromcą okazała się nawiązująca do filmowego rozmachu, lecz w odróżnieniu od propozycji hollywoodzkich interaktywna historia o światowym konflikcie. Gra wyprzedziła film *Harry Potter i Księżę Półkrwi*, ówczesnego rekordzistę weekendowego otwarcia, który na całym świecie przyniósł w pierwszych dniach wyświetlania dochód 394 milionów dolarów¹⁷. Wynik ten udało się osiągnąć pomimo faktu, że ogólnoeuropejski system klasyfikacji gier (Pan-European Game Information, PEGI) nadał jej status gry tylko i wyłącznie dla dorosłych odbiorców.

Tabela 1. Najlepsze otwarcia weekendowe w historii kina do końca 2009 roku.

Lp.	Film	Wynik otwarcia	Rok premiery
1	<i>Harry Potter i Księżę Półkrwi</i>	394 mln dol.	2009
2	<i>Spider-Man 3</i>	381,7 mln dol.	2007
3	<i>Piraci z Karaibów: Na krańcu świata</i>	344 mln dol.	2007

¹⁴ <http://www.metacritic.com/game/playstation-3/call-of-duty-world-at-war> (marzec 2012).

¹⁵ *Guinness World Records 2011*, op. cit., s. 40.

¹⁶ *Ibidem*, s. 41.

¹⁷ *All Time Box Office – Worldwide Openings*, <http://boxofficemojo.com/alltime/world/worldwideopenings.htm> (luty 2012).

Lp.	Film	Wynik otwarcia	Rok premiery
4	<i>Harry Potter i Zakon Feniksa</i>	332,7 mln dol.	2007
5	<i>Gwiezdne wojny, część III: Zemsta Sithów</i>	303,9 mln dol.	2005
6	<i>Saga „Zmierzch”: Księżyc w nowiu</i>	274,9 mln dol.	2009
7	<i>Indiana Jones i Królestwo Kryształowej Czaszki</i>	272,2 mln dol.	2008
8	<i>Władca Pierścieni: Powrót króla</i>	250 mln dol.	2003
9	<i>Avatar</i>	241,6 mln dol.	2009
10	<i>Kod da Vinci</i>	232,1 mln dol.	2006

Opracowanie własne na podstawie: Box Office Mojo – Worldwide Openings.

18 listopada firma Activision poinformowała, że gra przyniosła 550 milionów przychodów, co było rekordem sprzedaży produktu rozrywkowego w okresie pięciu dni od premiery¹⁸. W połowie stycznia 2010 roku firma opublikowała z kolei informację, że przychody ze sprzedaży gry przekroczyły już miliard dolarów¹⁹. Koszty produkcji błyskawicznie zwróciły się z nawiązką, bowiem według wyliczeń gazety „Los Angeles Times” na produkcję gry przeznaczono od 40 do 50 milionów w dolarów. Dodając do tego koszty promocji oraz produkcji i dystrybucji płyt, łączny budżet oszacowano na ok. 200 milionów dolarów²⁰. Takie kwoty są normą przy produkcji hollywoodzkich filmów, jednak w branży gier komputerowych sumę tę trzeba uznać za wysoką. Studio Infinity Ward, które odpowiedzialne było za produkcję gry, podeszło do jej tworzenia z dużym rozmachem, stawiając sobie za cel zintensyfikowanie wrażeń wywartych na graczach przy okazji wydania *Call of Duty 4: Modern Warfare*. O rozmachu świadczyć może m.in. zatrudnienie do stworzenia części ścieżki dźwiękowej Hansa Zimmera, jednego z najpopularniejszych kompozytorów w Hollywood (autor muzyki do takich filmów jak: *Piraci z Karaibów*, *Batman*, *Madagaskar*, *Król Artur*, *Kod da Vinci*, *Anioły i demony*, *Pearl Harbor*, *Gladiator* czy *Król Lew*). Fabuła tej części toczy się wokół działań wojennych armii rosyjskiej na terenie Stanów Zjednoczonych (to następstwo wydarzeń z gry *Call of Duty 4: Modern Warfare*).

Twórcy postanowili wykorzystać ogromne zainteresowanie grą, dlatego już w marcu 2010 roku wydali zestaw pięciu dodatkowych map do rozgrywki online pod nazwą *Stimulus Package*. Zestaw ten był dostępny tylko w dystrybucji cyfrowej i również on został wpisany do Księgi Rekordów Guinnessa, jako „najszybciej

¹⁸ *Call of Duty(R): Modern Warfare(R) 2 Sets All-Time Entertainment Industry Record Grossing an Estimated \$550 Million Worldwide in First Five Days*, <http://investor.activision.com/releasedetail.cfm?ReleaseID=425018> (luty 2012).

¹⁹ *Call of Duty(R): Modern Warfare(R) 2 Surpasses \$1 Billion in Retail Sales Worldwide*, <http://investor.activision.com/releasedetail.cfm?releaseid=437383> (luty 2012).

²⁰ B. Fritz, *Video Game Borrows Page from Hollywood Playbook*, <http://articles.latimes.com/2009/nov/18/business/fi-ct-duty18> (luty 2012).

sprzedawana zwartość do ściągnięcia z Xbox Live²¹. Dodatek ten „w ciągu pierwszych 24 godz. sprzedaży 30 marca 2010 r. został ściągnięty ponad milion razy, a w pierwszym tygodniu – ponad 2,5 mln razy²²”.

Za sukcesem komercyjnym w parze poszedł również sukces artystyczny. Gra otrzymała bardzo wysokie oceny recenzentów. W serwisie Metacritic średnia ocen wyniosła 94 punkty na 100 możliwych dla wydania na Xbox 360 (średnia ze 100 recenzji)²³, 94 punkty dla wydania na PS3 (średnia z 67 recenzji)²⁴ oraz 86 punktów dla wydania PC (średnia z 40 recenzji)²⁵. Podobne średnie podaje serwis GameRankings (średnia 93,39% dla wersji na konsolę firmy Microsoft²⁶, 93,35% dla edycji przeznaczonej na konsolę Sony²⁷ oraz 88,05% dla wersji na PC²⁸).

Od wydania w 2009 roku *Call Of Duty: Modern Warfare 2* tylko dwie inne gry były w stanie pobić ustanowiony przez ten tytuł rekord finansowy – były to dwie kolejne odsłony serii *Call of Duty*. Pod koniec 2010 roku firma Activision wydała *Call of Duty: Black Ops* (odpowiedzialne za ten tytuł było studio Treyarch), której akcja toczy się w czasach zimnej wojny. Pierwszych pięć dni sprzedaży gry przyniosło firmie 650 milionów dolarów przychodu²⁹. Na pobicie tego rekordu trzeba było czekać zaledwie rok. Wydana 8 listopada 2011 roku gra *Call Of Duty: Modern Warfare 3* (za jej produkcję odpowiadało studio Infinity Ward) po pierwszych pięciu dniach sprzedaży miała na swoim koncie 775 milionów dolarów przychodu. Tytuł ten potrzebował raptem szesnastu dni, by przychody z jego sprzedaży przekroczyły próg miliarda dolarów. Dzięki temu grze udało się pobić rekord filmu *Avatar*, który osiągnął ten pułap po siedemnastu dniach³⁰.

Do przedstawienia specyfiki komunikacji między graczami w trybie multiplayer wybrana została gra *Call Of Duty: Modern Warfare 2* z 2009 roku, ponieważ tytuł ten był pierwszym tak spektakularnym sukcesem branży gier wideo i bez wątpienia to

²¹ *Guinness World Records 2011*, op. cit., s. 41.

²² Ibidem.

²³ <http://www.metacritic.com/game/xbox-360/call-of-duty-4-modern-warfare> (luty 2012).

²⁴ <http://www.metacritic.com/game/playstation-3/call-of-duty-modern-warfare-2> (luty 2012).

²⁵ <http://www.metacritic.com/game/pc/call-of-duty-modern-warfare-2> (luty 2012).

²⁶ <http://www.gamerankings.com/xbox360/951944-call-of-duty-modern-warfare-2/index.html> (luty 2012).

²⁷ <http://www.gamerankings.com/ps3/951943-call-of-duty-modern-warfare-2/index.html> (luty 2012).

²⁸ <http://www.gamerankings.com/pc/951942-call-of-duty-modern-warfare-2/index.html> (luty 2012).

²⁹ *Call of Duty®: Black Ops Sets New Five Day Entertainment Industry Record Grossing More Than \$650 Million Worldwide*, <http://investor.activision.com/releasedetail.cfm?ReleaseID=531581> (marzec 2012).

³⁰ *Call of Duty®: Modern Warfare® 3 Sets New Five-Day Entertainment Record Grossing More Than \$775 Million Worldwide*, <http://investor.activision.com/releasedetail.cfm?ReleaseID=624766> (marzec 2012).

właśnie ta część cyklu spopularyzowała gatunek First Person Shooter. Skoro gra pobiła ówczesne rekordy sprzedaży, można założyć, że wielu graczy za pośrednictwem tego tytułu zetknęło się po raz pierwszy z rozgrywkami online i charakterystycznym dla gatunku FPS językiem, który im posługują się gracze. W grze wieloosobowej pojawia się zarówno słownictwo znane z wielu innych tytułów zaliczanych do tego gatunku gier wideo, jak i neologizmy wywodzące się z gry *Call of Duty 4: Modern Warfare*, ale mamy również do czynienia z procesami słowotwórczymi związanymi bezpośrednio ze specyfiką rozgrywki w *Call Of Duty: Modern Warfare 2*.

Tryb gry wieloosobowej w *Call Of Duty: Modern Warfare 2*

Gra *Call Of Duty: Modern Warfare 2* oferuje możliwość gry w trzech różnych trybach. Pierwszy z nich to *Kampania* – fabularna rozgrywka przeznaczona dla jednego gracza, podczas której z perspektywy pierwszej osoby kieruje się postaciami żołnierzy uwikłanych w międzynarodowy konflikt pomiędzy Stanami Zjednoczonymi a Rosją. Drugi z dostępnych w grze trybów to *Operacje specjalne*, pozwalające wykonywać różnorodne zadania, takie jak misje snajperskie, przebijanie się przez linię wroga, rozbrajanie na czas ładunków wybuchowych czy wyścig na skuterach śnieżnych. W tym rodzaju rozgrywki twórcy przewidzieli możliwość wykonywania zadań samodzielnie lub, za pośrednictwem Internetu, przez dwóch graczy w ramach kooperacji.

Trzeci z trybów to *Gra wieloosobowa*, umożliwiająca rozgrywkę z innymi graczami za pośrednictwem sieci lokalnej lub Internetu (powszechnie taki typ rozgrywki określa się mianem multiplayer, z kolei gra przeznaczona dla jednego gracza to singleplayer). Maksymalnie udział w grze może wziąć 18 graczy. W tej odsłonie serii zrezygnowano z serwerów dedykowanych, a w zamian twórcy wprowadzili nową usługę przeznaczoną do tworzenia meczów, nazwaną IWNET. System ten automatycznie wyszukuje wolne serwery na podstawie wybranych przez gracza parametrów, takich jak np. wariant rozgrywki. Gracze mogą wybierać pomiędzy wieloma wariantami rozgrywki. Do podstawowych trybów gry wieloosobowej zaliczyć można:

- *Deathmatch drużynowy* – podział na drużyny, gracze zabijają przeciwników aż do osiągnięcia limitu punktów;
- *Tryb dowolny* – każdy gracz działa na własną rękę i próbuje zabić innych;
- *Dominacja* – podział na drużyny, należy przejąć 3 flagi na mapie, drużyna otrzymuje punkty za przejęcie i utrzymanie kontroli nad flagą, aż do osiągnięcia limitu;
- *Wysadzanie* – drużyna atakująca ma za zadanie zniszczyć dwa cele w ciągu określonego czasu, drużyna broniąca musi temu zapobiec;
- *Sabotaż* – jedna z drużyn musi podłożyć bombę w pobliżu wrogiego celu. Druga z drużyn musi zapobiec detonacji;

- *Sztab* – losowo na mapie rozgrywki pojawia się sztab, który obie drużyny starają się zdobyć i bronić jak najdłużej. Im dłużej drużyna utrzyma się przy sztabie, tym większą liczbę punktów zdobywa;
- *Znajdź i zniszcz* – rozgrywka podobna do trybu *Sabotaż*. W tym jednak przypadku gracz odradza się nie zaraz po zostaniu wyeliminowanym, a dopiero po zakończeniu rundy;
- *Zdobądź flagę* – podział na drużyny, punkty zdobywa się za zabranie flagi z bazy wroga i przeniesienie jej do swojej bazy.

Ponadto istnieje jeszcze kilka innych wariantów opartych na powyższych trybach, takich jak *Wojna lądowa* (*Deathmatch drużynowy* oraz *Dominacja* – udział w nim biorą liczniejsze drużyny), rozgrywka z perspektywy trzeciej osoby (widok zza pleców kierowanej postaci) czy *Deathmatch drużynowy – najemnicy* (losowy dobór graczy do drużyn). Gracze mogą również wybierać pomiędzy rozgrywką tradycyjną i w wersji *hardcore*. W drugiej z wymienionych wersji na ekranie gry nie jest wyświetlany wskaźnik ilości pozostałej amunicji oraz wyposażenia, brakuje również kompasu, mapy, wskaźnika postawy, pomocniczego celownika oraz kilku innych udogodnień. W rozgrywce *hardcore* broń zadaje również większe obrażenia oraz włączony jest ogień sojusznicy (można zabić członka własnej drużyny, ewentualnie rany zadane członkom drużyny „wracają” do strzelającego).

Istotny dla rozgrywki oraz komunikacji między graczami jest wprowadzony przez twórców gry system nagród za serie ofiar – po określonej liczbie zabójstw bez poniesienia śmierci gracz może skorzystać z wybranych wcześniej pomocy, takich jak działko strażnicze, radar wskazujący pozycję wroga czy określenie miejsca nalotu precyzyjnego.



Rys. 2. *Call Of Duty: Modern Warfare 2* w trybie gry wieloosobowej – lista nagród za serie ofiar.

W grze obowiązuje również system nagród za serie zgonów – po kilku zgonach z rzędu bez wyeliminowania członka przeciwnej drużyny gracz może skorzystać z następujących nagród:

- *Naśladowca* – gracz otrzymuje taką samą klasę broni jak jego zabójca;
- *Środek przeciwbólowy* – gracz otrzymuje dodatkowe zdrowie po odrodzeniu;
- *Męczeństwo* – gracz po śmierci opuszcza odbezpieczony granat;
- *Finałowy bastion* – gracz ma możliwość kontynuowania gry w pozycji leżącej aż do odzyskania pełni sił po zranieniu.

Komunikacja w grze wieloosobowej

Studio Infinity Ward umożliwiło graczom uczestniczącym w grze wieloosobowej za pośrednictwem komputerów osobistych dwa rodzaje komunikacji – głosową oraz tekstową. Pierwsza z wymienionych cieszy się dużo mniejszą popularnością od komunikacji tekstowej. Wynika to między innymi z faktu, iż rozgrywce towarzyszy spora liczba odgłosów wystrzałów i wybuchów, przez co gracze mogą się wzajemnie nie usłyszeć. Ponadto komunikaty głosowe są słyszane przez wszystkich uczestników gry (również z drużyny przeciwnej), co może utrudniać omawianie taktyki podczas rozgrywki. W przypadku komunikacji tekstowej istnieje możliwość zaadresowania swoich wypowiedzi do wszystkich graczy lub tylko i wyłącznie do członków swojej drużyny. By ułatwić określanie adresatów danej wypowiedzi, komunikaty skierowane do wszystkich wyświetlane są na ekranie w białym kolorze, a wypowiedzi adresowane do członków własnej drużyny pojawiają się w kolorze niebieskim.



Rys. 3. *Call Of Duty: Modern Warfare 2* w trybie gry wieloosobowej – wypowiedzi tekstowe graczy wyświetlane są po lewej stronie, mniej więcej w połowie wysokości ekranu.

Oprócz możliwości komunikacyjnych zaoferowanych graczom przez twórców osoby grające w trybie multiplayer czasem posilają się opr ogramowaniem ze-wnętrznym podczas komunikacji. Popularnym programem służącym do rozmów głosowych podczas gry jest komunikator *Teamspeak* – często korzystają z niego gracze zrzeszeni w tzw. klanach, by przyspieszyć komunikację oraz uniemożliwić podsłuchanie wypowiedzi przez uczestników gry z innych drużyn.

Charakterystyka komunikacji tekstowej w grze

Do analizy posłużył materiał zebrany podczas dwudziestu godzin rozgrywki wieloosobowej w trybie zatytułowanym *Kocioł Hardcore* (skupione są w nim różne typy gry *hardcore* na jednej liście). Wybór tego typu rozgrywki nie był przypadkowy. W trybach *hardcore* większość graczy stawia na umiejętności i sprzeciwia się używaniu łatwych w obsłudze broni o dużej sile rażenia, takich jak granatniki czy wyrzutnie rakiet. W tym trybie gracze zwracają również większą uwagę na taktykę i drużynowe podejście do rozgrywki. System IWNET, który służy do tworzenia meczów multiplayer, w naturalny sposób wprowadził ponadto losowość uczestników rozgrywki, a co za tym idzie – także i wypowiedzi. W przypadku serwerów dedykowanych taka przypadkowość byłaby trudna do osiągnięcia – wówczas trzeba wybierać grę na konkretnym serwerze, który może być oblegany przez graczy np. tylko anglojęzycznych. Ponadto gdyby na serwerze odbywały się mecze wyłącznie jednego trybu rozgrywki, słownictwo mogłoby być bardzo ograniczone. *Kocioł Hardcore* pozwolił wyeliminować takie problemy, ponieważ losowo odbywają się w nim rozgrywki niemal wszystkich dostępnych w grze trybów.

Po pojawieniu się na ekranie wypowiedzi graczy wykonywany był rzut ekranu. Łącznie wykonano 1012 zrzutów, z których spisano 1143 wypowiedzi. Pod uwagę brane były wszystkie wypowiedzi w języku polskim, niemieckim oraz angielskim (dwa ostatnie języki przeważały w wypowiedziach graczy).

W komunikacji tekstowej w trybie multiplayer często pojawia się słownictwo, które powszechnie używane jest w Internecie, takie jak skrót „lol” (oznaczający roz-bawienie), ale w komunikatach graczy powszechnie stosowane jest również słownictwo charakterystyczne tylko i wyłącznie dla gier typu FPS czy słowa zarezerwowane dla rozgrywki online w *Call Of Duty: Modern Warfare 2*. Poniżej zaprezentowano wykaz pojęć często pojawiających się w wypowiedziach graczy podczas rozgrywki wieloosobowej.

Tabela 2. Charakterystyczne słownictwo występujące w trybie gry wieloosobowej w *Call Of Duty: Modern Warfare 2*.

<p>aimbot – oszustwo polegające na wykor zystaniu hackerskiego oprogramowania, które umożliwia automatyczne skierowanie broni na przeciwników;</p>

bg (skrót od ang. *bad game*) – zła gra, pojawia się na zakończenie rundy lub meczu, zazwyczaj komunikat ten wypowiedziany jest przez osobę z przegranej drużyny;

camp, camping – przesiadywanie w jednym miejscu (zazwyczaj w ukryciu) i czekanie na przeciwnika. Osoba uprawiająca „camping” nosi miano „campera” (określenie często stosowane w grach FPS);

gg (skrót od ang. *good game*) – dobra gra, stwierdzenie pojawiające się zwyczajowo po rundzie lub na zakończeniu meczu;

gj (skrót od ang. *good job*) – dobra robota, stwierdzenie pojawiające się zazwyczaj po rundzie lub na zakończeniu meczu;

gl (skrót od ang. *granade launcher*) – określenie granatnika, który można wybrać w grze jako dodatek podwieszany do broni lub jako samodzielną broń;

hacker – haker, osoba wykorzystująca w czasie gry nielegalne oprogramowanie, takie jak aimbot czy wallhack;

lol (skrót od ang. *laughing out loud* lub *lots of laughs*) – głośno się śmiać, kupa śmiechu;

ls (skrót od ang. *last stand*) – nazwa wywodzi się z serii zgonów *Finalowy bastion* (po otrzymaniu trafienia postać może kontynuować grę w pozycji leżącej, aż do odzyskania zdrowia);

marty (skrót od ang. *martyrdom*) – nazwa wywodzi się z serii zgonów *Męczennik* (gracz po śmierci wypuszcza odbezpieczony granat). W ten sposób często określa się gracza korzystającego z tej serii zgonów;

newb (ew. *newby, nwby*) – nowy, określenie zarezerwowane dla graczy rozpoczynających swoją przygodę z grą, początkującego gracza;

n1 (skrót od ang. *nice one*, ew. *number one*) – wyrażenie aprobaty wobec gracza, który wykonał ciekawe zagranie podczas rozgrywki;

noob, n00b – określenie o wydźwięku pejoratywnym, oznacza gracza o bardzo niskich umiejętnościach (nie wynikają one z braku doświadczenia w grze ze względu na krótki staż – takich graczy określa się jako *newby*), wykorzystującego broń nieakceptowane przez większość graczy, przeszkadzającego lub nieangażującego się w rozgrywkę;

np (skrót od ang. *no problem*) – nie ma sprawy;

nuke (skrót od ang. *tactical nuke*) – nazwa wywodzi się z serii ofiar Atomówka, po której gracz może zrzucić bombę atomową, która kończy rozgrywkę, a jego drużyna wygrywa;

omg (skrót od ang. *oh my God*) – o mój Boże;

spawncamp – camping w miejscu odradzania się graczy drużyny przeciwnej;

spawnkill – zabicie właśnie odradzającego się gracza;

sry, soz (skrót od ang. *sorry*) – przepraszam;

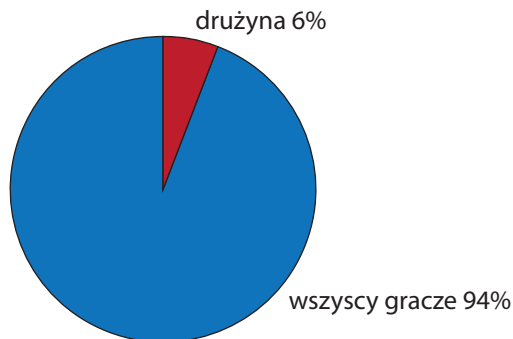
teamkill, teamkilling, tk – zabicie gracza z własnej drużyny;

tube, tuba – określenie granatnika stosowane zamiennie z **gl** (*granade launcher*);

tuber – gracz korzystający z granatnika;

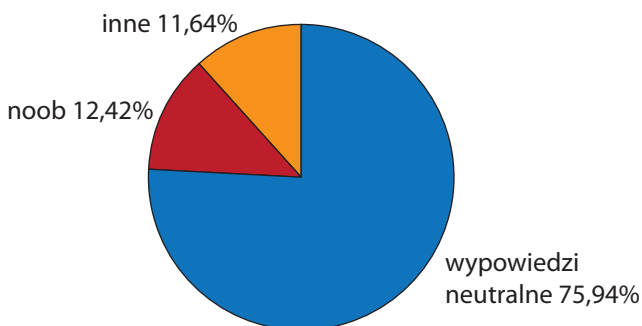
wh (skrót od ang. *wallhack*) – oszustwo polegające na wykorzystaniu hackerskiego oprogramowania, które umożliwia patrzenie przez ściany.

Gracze uczestniczący w grze wieloosobowej w *Call Of Duty: Modern Warfare 2* mogą adresować swoje wypowiedzi do wszystkich uczestników rozgrywki lub jedynie do członków własnej drużyny. Podczas analizowanych dwudziestu godzin rozgrywki z tej drugiej możliwości korzystało niewiele osób. Raptem 6 procent z wszystkich komunikatów adresowanych było do członków drużyny. Zazwyczaj dotyczyły one przeprosin za tzw. *teammurdering* oraz rozwiązań taktycznych podczas rozgrywki (np. wybór jednego z dwóch obiektów, pod który podłożona zostanie bomba w trybie *Znajdź i zniszcz*).



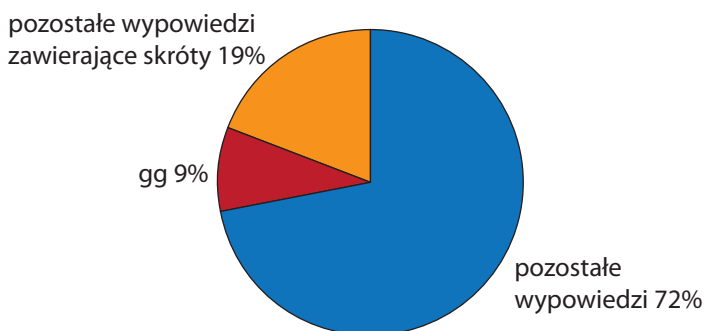
Wykres 1. Odbiorcy komunikatów tekstowych w rozgrywce wieloosobowej w grze *Call Of Duty: Modern Warfare 2*.

Niemal co czwarta wypowiedź w grze wieloosobowej miała charakter pejoratywny. Najczęściej wykorzystywanym określeniem o negatywnym wydźwięku było słowo „noob”, które padło w blisko połowie krytycznych wypowiedzi. Słowo to było nieraz częścią złożonych struktur słowotwórczych, takich jak „noobtuber” czy „noobspawkiller”. W przypadku 47 wypowiedzi gracze użyli angielskiego przekleństwa „fuck”, występującego w różnych formach: czasownikowej, przymiotnika odrzeczownikowego, a w jednym przypadku był on częścią „wyszukanego” zrostu „noobfuck”.



Wykres 2. Wypowiedzi o charakterze pejoratywnym w rozgrywce multiplayer w *Call Of Duty: Modern Warfare 2*.

Skróty są powszechnie używane w komunikacji internautów. Nie inaczej sytuacja prezentuje się wśród graczy rozgrywających potyczki za pośrednictwem sieci w grze *Call Of Duty: Modern Warfare 2*, co widać zresztą wyraźnie po zaprezentowanym wyżej wykazie charakterystycznego słownictwa występującego podczas meczów. Spośród wszystkich 1143 wypowiedzi blisko 30 procent zawierało w sobie różnego rodzaju skróty. Wśród nich najpopularniejszy był wywodzący się angielskiego stwierdzenia „good game” skrót „gg”, który pojawił się 101 razy. Wśród innych często pojawiających się skrótów warto wymienić takie jak „sry” (od angielskiego „sorry”), „lol” (od angielskiego „laughing out loud”, ew. „lots of laughs”) czy ściśle związany z grą *Call Of Duty: Modern Warfare 2*, wywodzący się z serii *Finalowy bastion*, skrót „ls” (od angielskiego „last stand”).



Wykres 3. Skróty w komunikacji tekstowej w trybie wieloosobowym gry *Call Of Duty: Modern Warfare 2*.

Podsumowanie

Nie sposób jednoznacznie stwierdzić, czy wiele słów występujących w komunikacji graczy podczas rozgrywki wieloosobowej w grze *Call Of Duty: Modern Warfare 2* zarezerwowanych jest tylko i wyłącznie dla tej gry. Pewne jest jednak to, że gra stała się kanonem pośród gier z gatunku First Person Shooter, przez co producenci gier czerpią garściami z rozwiązań zaprezentowanych przed studio Infinity Ward, a gracze rozpropagowali charakterystyczne dla niej słownictwo podczas rozgrywki w inne tytuły. Wpływ gry *Call Of Duty: Modern Warfare 2* na procesy słotwórcze wśród graczy można zatem rozpatrywać dwutorowo. Z jednej strony mamy do czynienia z neologizmami stworzonymi przez graczy na podstawie systemu rozgrywki tego tytułu (choćby słowa „marty”, „martynoob” czy powszechny skrót „ls”). Z drugiej strony dzięki jednej z najpopularniejszych gier w historii rozrywki można wskazywać na rozpowszechnienie się słownictwa, które występowało już wcześniej w grach typu FPS.

Wstępna analiza słownictwa graczy wyraźnie pokazuje, jak krętywnie podchodzą oni do wzajemnej komunikacji. Mnożność skrótów czy złożone struktury

słowotwórcze, takie jak „noobspawncamper” czy „gaymore” (obraźliwe określenie gracza używającego miny Claymore), na dobre weszły do słownika graczy. Połączenie go z powszechnym słownictwem wśród osób grających w inne gry w trybie wieloosobowym daje nam spory objętościowo słownik pojęć, który stale jest uzupełniany o kolejne neologizmy i ich narodowe wersje (np. polski czasownik „kampić”, będący spolszczoną wersją angielskiego pojęcia „camp”/„camping”). Słownictwo to jest stosowane również poza światem gry. Można je spotkać na forach internetowych, blogach czy w opisach filmów w serwisach wideo. Coraz częściej ten nieformalny język graczy przenika do oficjalnej prasy branżowej, poświęconej grom wideo, czego dowodem może być następujące zdanie w miesięczniku „CD-Action”: „znacznie lepszym pomysłem jest zasłanianie widoku nisz czytelnikowi czołgów, dzięki czemu będzie musiał się ruszać, a nie tylko kampić w krzakach”³¹.

Rekord sprzedaży gry *Call Of Duty: Modern Warfare 2* został pobity przez kolejne dwa tytuły z tej bardzo popularnej serii, zatem grono osób grających w gry typu FPS stale się powiększa. W związku z powyższym można spodziewać się dalszej ekspansji neologizmów oraz kolejnych procesów słowotwórczych wśród graczy. Również śmiało można stawiać tezę, że w kolejnych latach media branżowe będą coraz bardziej przesiąkać słownictwem zarezerwowanym dotychczas dla świata potyczek typu multiplayer.

Bibliografia

Literatura

Guinness World Records 2011. Edycja dla graczy, Buchmann, Warszawa 2011.
Trollowanie dla opornych, „CD-Action” 2012, nr 2.

Źródła internetowe

All Time Box Office – Worldwide Openings, <http://boxofficemojo.com/alltime/world/worldwideopenings.htm> (luty 2012).
Call of Duty®: Black Ops Sets New Five Day Entertainment Industry Record Grossing More Than \$650 Million Worldwide, <http://investor.activision.com/releasedetail.cfm?ReleaseID=531581> (marzec 2012).
Call of Duty(R): Modern Warfare(R) 2 Sets All-Time Entertainment Industry Record Grossing an Estimated \$550 Million Worldwide in First Five Days, <http://investor.activision.com/releasedetail.cfm?ReleaseID=425018> (luty 2012).
Call of Duty(R): Modern Warfare(R) 2 Surpasses \$1 Billion in Retail Sales Worldwide, <http://investor.activision.com/releasedetail.cfm?releaseid=437383> (luty 2012).

³¹ *Trollowanie dla opornych*, „CD-Action” 2012, nr 2.

Call of Duty®: Modern Warfare® 3 Sets New Five-Day Entertainment Record Grossing More Than \$775 Million Worldwide, <http://investor.activision.com/releasedetail.cfm?ReleaseID=624766> (marzec 2012).

Fritz B., *Video Game Borrows Page from Hollywood Playbook*, <http://articles.latimes.com/2009/nov/18/business/fi-ct-duty18> (luty 2012).

<http://www.gamerankings.com>.

<http://www.metacritic.com>.

<http://www.vgchartz.com>.

Karolina Lachowska, Michał Grala, Marcin Pielużek

Uniwersytet Wrocławski

Wizerunek rodziny. Rodzina współczesna a rodzina idealna

Wstęp

„Rodzina” jest pojęciem wielowymiarowym i wieloznacznym. Termin ten, choć powszechnie używany i pozornie jednoznacznie definiowany, posiada jednakże wiele znaczeń oraz pełni różnorodne funkcje komunikacyjne. Od wieków stanowi on nie tylko przedmiot sporów i dyskusji, ale bywa wykorzystywany instrumentalnie jako „narzędzie” przez partie polityczne, które próbują narzucić własne koncepcje definicyjne. Dzisiaj również dyskusje i spory wokół znaczenia pojęcia „rodzina” nie ustają. Zmienna jest także pojemność kategorii wchodzących w zakres „rodziny”. Przysłuchując się dyskusjom, jakie toczą się aktualnie w mediach, można łatwo usłyszeć o przemianach współczesnej rodziny, o jej upadku czy ewolucji. Posługując się metodami zaczerpniętymi z badań społecznych i korzystając z teorii komunikacyjnych wypracowanych w ramach paradygmatu konstruktywistycznego, postanowiliśmy zrekonstruować wizerunek współczesnej rodziny oraz wyobrażeń na temat rodziny idealnej.

Rodzina definicyjnie stanowi podstawową jednostkę społeczną. Jan Piotrowski zwraca uwagę na to, że „w każdym społeczeństwie, od najbardziej pierwotnych i prostych, do najbardziej rozwiniętych i złożonych, niezależnie od sposobu zdobywania środków do życia i form gospodarowania, a więc niezależnie od ustroju społecznego, rodzina jest komórką zaspokajającą podstawowe potrzeby swoich członków” (Piotrowski 1970: 171). Całościowe spojrzenie na kwestię rodziny jest jednakże problematyczne. Pierwszym kłopotem jest jej podatność na przemiany związane z otoczeniem kulturowym, historycznym czy politycznym. Istotnym problemem jest także przyjęcie pewnej optyki, przez którą na rodzinę się spogląda. Ta zależy

nie tylko od światopoglądu, ale także od wyznawanej religii czy preferowanej opcji politycznej. Niezaprzeczalną cechą rodziny są jej korzenie sięgające biologicznego pochodzenia człowieka. Przyglądając się rodzinie, można zastosować kilka różnych punktów widzenia. I tak mamy do czynienia z podejściem strukturalnym, w którym największy nacisk kładziony jest na strukturę rodziny – więc jej poszczególnych członków i ich wzajemne powiązania. Podejście funkcjonalne normatywnie określonych celów i funkcji odnosi się do pewnych zdefiniowanych społecznych oczekiwań dotyczących rodziny, zarówno w wymiarze jednostkowym, jak i społecznym. W tym przypadku owe funkcje działają na zasadzie negocjacji znaczeń dla „rodziny” poprzez komunikację. Podejście inkluzywne bądź otwarte jest dużo szersze i odnosi się do relacji, nie zwracając uwagi na wypełnianie komunikacyjnych norm społecznych czy określonej struktury. Podejście uniwersalne z kolei opiera się na odniesieniu do funkcji prokreacyjnej i norm społecznych.

Jak widać na powyższych przykładach, „rodzina” jest pojęciem dość pojemnym. Jednoznaczne zdefiniowanie, czym rodzina tak naprawdę jest, jest problematyczne, nie wspominając już o licznych funkcjach, jakie może pełnić, czy osobach zaliczanych do członków rodzinnej społeczności. Odcinając się jednak od problematów czysto definicyjnych, które pozostawiamy kulturoznawcom, antropologom, socjologom i psychologom, skupiliśmy się na nieco innym problemie.

Założeniem naszego badania nie była bowiem chęć stworzenia uniwersalnej definicji, ale sprawdzenie, czy można mówić o konkretnym lub dominującym modelu rodziny, oraz wyodrębnienie cech pożądaných w idealnej komórce rodzinnej. Uczestnikami badań były osoby młode, które dopiero będą zakładać własne rodziny lub są w związkach małżeńskich/partnerskich od krótkiego czasu. Zasadniczą kwestią jest, na ile ludzie młodzi, czepiający swoją wiedzę z doświadczenia i mediów, które bezsprzecznie kreują rzeczywistość, w swoich deklaracjach reprodukcją będą obrazy rodziny kreowane w mass mediach.

1. Schemat badania

Chcąc zrekonstruować wizerunek rodziny wśród polskiej młodzieży, w dniach 1–8 kwietnia 2011 roku przeprowadzono badanie ankietowe na przypadkowo wybranej grupie 170 osób. Badanie zostało przeprowadzone przy pomocy kilku ankietów na terenie Wrocławia. Kwestionariusze przedstawione zostały respondentom w formie papierowej do samodzielnego wypełnienia. Krótki czas przeprowadzania badania uniemożliwił zachowanie proporcji pomiędzy zmiennymi zawartymi w metryczce. Jednak warto podkreślić, iż większość respondentów stanowiły osoby poniżej 26. roku życia, co było niezbędnym czynnikiem wynikającym z celu badania. Dokładny skład grupy respondentów przedstawiono w tabeli 1.

Tabela 1. Skład grupy respondentów.

miejsce zamieszkania	wiek	wykształcenie				Σ	miejsce zamieszkania				Σ	stan cywilny			Σ			
		wyższe	licencjat	średnie	zawodowe		wieś	małe miasto	średnie miasto	duże miasto		wolny	związek nieregularny	związek małżeński				
kobieta	19-22	76	32	14	122	15	51	48	8	122	16	21	24	61	57	56	9	122
	23-25	30	15	3	48	2	12	33	1	48	9	9	8	22	29	18	1	48
Σ	19-22	106	47	17	170	17	63	81	9	170	25	30	32	83	86	74	10	170
wiek	19-22					1	39	57	9	106	17	20	19	50	63	43	0	106
	23-25					7	22	18	0	47	8	9	11	19	19	23	5	47
	26<					9	2	6	0	17	0	1	2	14	4	8	5	17
Σ					17	63	81	9	170	25	30	32	83	86	74	10	170	
wykształcenie	wyższe										1	2	2	12	5	8	4	17
	licencjat										5	9	14	35	28	35	0	63
	średnie										18	16	15	32	47	28	6	81
	zawodowe										1	3	1	4	6	3	0	9
Σ										25	30	32	83	86	74	10	170	
miejsce zamieszkania	wieś														17	7	1	25
	małe miasto														18	12	0	30
	średnie miasto														12	17	3	32
	duże miasto														39	38	6	83
	Σ														86	74	10	170

Pytania składające się na kwestionariusz ankiety odnosiły się do dwóch wymiarów postrzegania rodziny:

1. rodzina współczesna – w obrębie tego aspektu zadano następujące pytania:

- Rodzina to...
- Jaka jest Pani/Pana rodzina?
 - Co jest najważniejsze dla Pani/Pana rodziny?
 - W jaki sposób spędza Pan/Pani czas z rodziną?
 - Rodzina jest... (dyferencjał semantyczny).

2. rodzina idealna – w obrębie tego aspektu zadano następujące pytania:

- Jaka powinna być Pani/Pana rodzina?
- Jaka powinna być idealna rodzina?

Dodatkowo zapytano respondentów o wartości, które są dla nich najważniejsze w życiu. Celem tego pytania było nie tylko umiejscowienie rodziny w hierarchii wartości młodych ludzi (do czego z pewnością przyczynił się temat badania), ale także otrzymanie zbioru cech charakterystycznego dla badanej grupy respondentów. W ostatnim pytaniu poproszono respondentów o wskazanie partii politycznej, której program jest im najbliższy. Założono, że partie polityczne w różnorodny sposób definiują rodzinę. Zestawiając wyniki otrzymane w odpowiedziach na powyższe pytanie z wynikami pytań „Jaka jest Pani/Pana rodzina?” oraz „Jaka powinna być idealna rodzina?”, otrzymamy obrazy charakterystyczne dla zwolenników danej partii. Przy czym należy pamiętać, iż z racji niewielkiej próby przedstawione wyniki stanowią jedynie szkic, a badanie stanowić będzie wyznacznik do dalszych badań.

2. Analiza wyników

Należy zaznaczyć, że wartości procentowe opisywane podczas całej analizy odnoszą się do wszystkich odpowiedzi uzyskanych na konkretne pytanie. Jednocześnie w tabelach zawarte są komponenty, które przekroczyły przyjęty 2-procentowy próg relewancji.

2.1. Rodzina to...

Podstawowym celem pytania było otrzymanie płaszczyzn, poprzez które respondenci definiują pojęcie rodziny. Pytanie miało formę otwartą, dzięki czemu chciano uzyskać szereg konotacji związanych z rodziną ogólnie, a nie tylko w odniesieniu do własnej rodziny respondentów.

Wśród otrzymanych wyników można zauważyć dwie grupy odpowiedzi. Pierwsza mająca wymiar fizyczny (ludzie, miejsca) oraz druga odnosząca się do pojęć abstrakcyjnych (miłość, przyjaźń).

Po zsumowaniu kategorii określonych przez badaczy jako wymiar fizyczny otrzymujemy 37% wszystkich odpowiedzi. Do rodziny opisanej przez pryzmat pojęć abstrakcyjnych odnosi się ponad 45% wskazań.

Tabela 2. Rodzina to...

Rodzina to...	odpowiedzi	procent	procent respondentów
członkowie rodziny	74	11,5%	43,5%
miłość	72	11,2%	42,4%
bezpieczeństwo	52	8,1%	30,6%
wsparcie	49	7,6%	28,8%
wspólnota	49	7,6%	28,8%
dom	48	7,4%	28,2%
szczęście	38	5,9%	22,4%
najbliżsi ludzie	35	5,4%	20,6%
ciepło	34	5,3%	20,0%
grupa społeczna	33	5,1%	19,4%
zaufanie	19	2,9%	11,2%
przyjaźń	15	2,3%	8,8%
spokój	13	2,0%	7,6%

Zasięg rodziny wskazywany przez respondentów jest dość szeroki i charakteryzuje się zróżnicowanym stopniem bliskości. Pojęcie rodziny obejmuje nie tylko członków rodzin, ale także dopuszcza włączenie w jej obręb osób niestanowiących rodziny w sensie prawnym, ale bliskich duchowo lub fizycznie (np. przyjaciele, znajomi). Odniesienie do relacji w ramach komórki rodzinnej może być też bliższe – jest to wspólnota konotująca emocjonalną więź między poszczególnymi jednostkami – lub dalsze – grupa społeczna, definiowana w kategoriach socjologicznych.

Sfera afektywna koncentruje się wokół kwestii związanych z zapewnieniem podstawowych potrzeb, w szczególności z poczuciem szeroko pojętego bezpieczeństwa i stabilności („miłość”, „bezpieczeństwo”, „wsparcie”). Warto zwrócić uwagę, że rodzina nie jest postrzegana w kontekście rozwoju, (samo)realizacji czy problemów poszczególnych członków rodziny. Dodatkowo większość odpowiedzi nacechowana jest pozytywnie, żaden z respondentów nie zdefiniował rodziny za pomocą cech negatywnych, choć w dalszej części badania takie kategorie się pojawiają. Należy się zatem zastanowić, czy mówiąc o rodzinie respondenci nie odnosili się bardziej do cech pożądanых niż rzeczywistych. Co więcej, pojawiające się określenia są na tyle ogólne, że mogłyby służyć odniesieniom do innych niż rodzina relacji międzyludzkich.

2.2. Jaka jest Pani/Pana rodzina?

Kolejne pytanie miało na celu zdefiniowanie własnej rodziny. Dzięki temu możliwe będzie porównanie obrazu rodziny respondentów z ogólnym wyobrażeniem rodziny wyszczególnionym w poprzednim pytaniu.

Tabela 3. Jaka jest Pani/Pana rodzina?

Jaka jest Pani/Pana rodzina?	odpowiedzi	procent	procent respondentów
kochająca	67	11,9%	39,4%
wspierająca	66	11,8%	38,8%
negatywne określenia	49	8,7%	28,8%
szczęśliwa	48	8,6%	28,2%
zżyta	44	7,8%	25,9%
duża	28	5,0%	16,5%
mała	25	4,5%	14,7%
tradycyjna	24	4,3%	14,1%
niepełna	22	3,9%	12,9%
dobra	21	3,7%	12,4%
wyrozumiała	13	2,3%	7,6%
aktywna	12	2,1%	7,1%
otwarta	12	2,1%	7,1%
przyjazna	11	2,0%	6,5%
nowoczesna	11	2,0%	6,5%

Respondenci, opisując swoją rodzinę, najczęściej odnosili się do kategorii „kochająca” i „wspierająca” (wskazania te uzyskały prawie po 12% wszystkich odpowiedzi). W pytaniu wcześniejszym kategoria „miłość” zmanifestowana była równie wysoko (ponad 11% wszystkich wskazań). Komponent „wsparcie” był natomiast rzadziej podkreślany przez badanych (niecałe 8% wskazań). Widać jednakże, że uzyskane odpowiedzi, zwłaszcza te związane ze sferą afektywną, są zbieżne z obrazem uzyskanym w odpowiedziach na pierwsze pytanie.

Co ciekawe, w odpowiedziach otrzymanych na powyższe pytanie udało się wyodrębnić grupę określeń nacechowanych negatywnie (trzecia co do wielkości kategoria). Należy jednakże zaznaczyć, że kategoria ta zawiera szereg różnorodnych negatywnych aspektów związanych z rodziną. Wszystkie odpowiedzi nacechowane pejoratywnie zostały zawarte w jednej kategorii, nazwanej „określenia negatywne”. W przypadku nieprzeprowadzenia tego zabiegu otrzymalibyśmy szereg cech o niewielkiej wartości procentowej. Wyjątkiem jest kategoria odnosząca się do niepełności rodziny („niepełna”, „bez taty”, „bez rodziców”), która jako jedyna z negatywnych występowała dość często i została sklasyfikowana jako niezależna. Wynika zatem, że rzeczywista rodzina nie jest bytem idealnym, ale posiadającym wiele mankamentów. Należy jednakże owe negatywne określenia traktować raczej jako elementy wyrażania zawodu lub dyferencjacji względem idealnego modelu promowanego w społeczeństwie niż czynniki świadczące o dezintegracji rodziny. Jak wynika bowiem z dalszej części

badani, elementy negatywne nie przekładają się na poziom szczęśliwości członków rodziny. Podkreślana wcześniej duża pojemność terminu „rodzina” przekłada się na różne realne i pożądane obrazy rodziny, co najlepiej obrazuje występowanie opozycyjnych określeń rodziny, np. tradycyjna–nowoczesna, mała–duża.

2.3. Co jest najważniejsze dla Pani/Pana rodziny?

Pytanie to miało na celu otrzymanie hierarchii wartości rodziny.

Tabela 4. Co jest najważniejsze dla Pani/Pana rodziny?

Co jest najważniejsze Pani/Pana rodziny?	odpowiedzi	procent	procent respondentów
miłość	59	11,9%	34,7%
wsparcie	43	8,7%	25,3%
dobre relacje	39	7,9%	22,9%
zrozumienie	35	7,1%	20,6%
zaufanie	29	5,8%	17,1%
wspólnota	27	5,4%	15,9%
członkowie rodziny	22	4,4%	12,9%
zdrowie	21	4,2%	12,4%
bliskość	19	3,8%	11,2%
bezpieczeństwo	19	3,8%	11,2%
wspólne dobro	19	3,8%	11,2%
wspólnie spędzony czas	19	3,8%	11,2%
szczęście	16	3,2%	9,4%
stabilność	14	2,8%	8,2%
pieniądze	14	2,8%	8,2%
ciepło	13	2,6%	7,6%
szacunek	12	2,4%	7,1%
dom	10	2,0%	5,9%

Analiza odpowiedzi wyraźnie wskazuje na duże nasycenie cech emocjonalnych. Jednocześnie ponownie widoczne jest wskazywanie takich samych elementów, jak w poprzednich pytaniach, co świadczy o dużej stabilności tychże semantyk. Wśród najczęściej występujących odpowiedzi nie ma odniesień do kw estii materialnych. Pojawiają się odniesienia do pieniędzy czy domu, który można traktować jako cechę materialną, jednakże lokują się one na jednym z ostatnich miejsc. Wynika zatem, że rodzina postrzegana jest przez pryzmat pozytywnych relacji między jej członkami, zapewniających poczucie bezpieczeństwa i stabilności. Warto podkreślić, że dla określania pozytywnych i pożądanych cech rodziny respondenci wykorzystują

słowa sztandarowe, o dużym potencjale pozytywnym, w tym w szczególności słowo „miłość”.

2.4. W jaki sposób spędza Pani/Pan czas z rodziną?

Tabela 5. W jaki sposób spędza Pani/Pan czas z rodziną?

W jaki sposób spędza Pani/Pan czas z rodziną?	odpowiedzi	procent	procent respondentów
posiłki	106	20,0%	62,4%
rozmowy	92	17,3%	54,1%
oglądanie tv	66	12,4%	38,8%
wyjazdy	51	9,6%	30,0%
zabawa/rozrywka	49	9,2%	28,8%
spacery	45	8,5%	26,5%
zakupy	35	6,6%	20,6%
spotkania rodzinne	28	5,3%	16,5%
przebywanie razem	21	4,0%	12,4%
sporty	18	3,4%	10,6%
praca/obowiązki	7	1,3%	4,1%

Respondenci wskazują na dość różnorodne sposoby spędzania wolnego czasu z rodziną. Najczęściej spotkania rodzinne odbywają się przy posiłkach. Drugim komponentem jest kategoria „rozmowy”, które, co należy zakładać, odbywają się często równoległe z posiłkami. Na trzecim miejscu wskazano na wspólne oglądanie telewizji. Wynika zatem, że badani respondenci próbują aktywnie wykorzystać czas z rodziną, uzupełniając go biernymi aktywnościami, takimi jak oglądanie telewizji. Wskazywane kategorie „wyjazdy” i „zabawa/rozrywka” podkreślają aktywny sposób spędzania wolnego czasu z rodziną. Warto jednakże zauważyć, że kontakty z rodziną (okazjonalne, bowiem większość respondentów mieszka sama) koncentrują się na przyjemnościach. Natomiast sporadycznie wskazywana była pomoc w codziennych pracach i obowiązkach. W tym kontekście kwestia wsparcia, wielokrotnie wskazywana przez respondentów w niniejszym badaniu, odnosi się raczej do wsparcia duchowego niż bezpośredniej pomocy.

By lepiej zobrazować sposoby spędzania czasu z rodziną, dokonano gradacji odpowiedzi polegającej na analizie kolejnych udzielanych odpowiedzi. Pamiętając, że respondenci mogli wskazać pięć odpowiedzi, należy zakładać, że te wskazywane jako pierwsze są ważniejsze lub częściej realizowane niż te, które podawane były jako ostatnie. Wyniki prezentuje poniższa tabela.

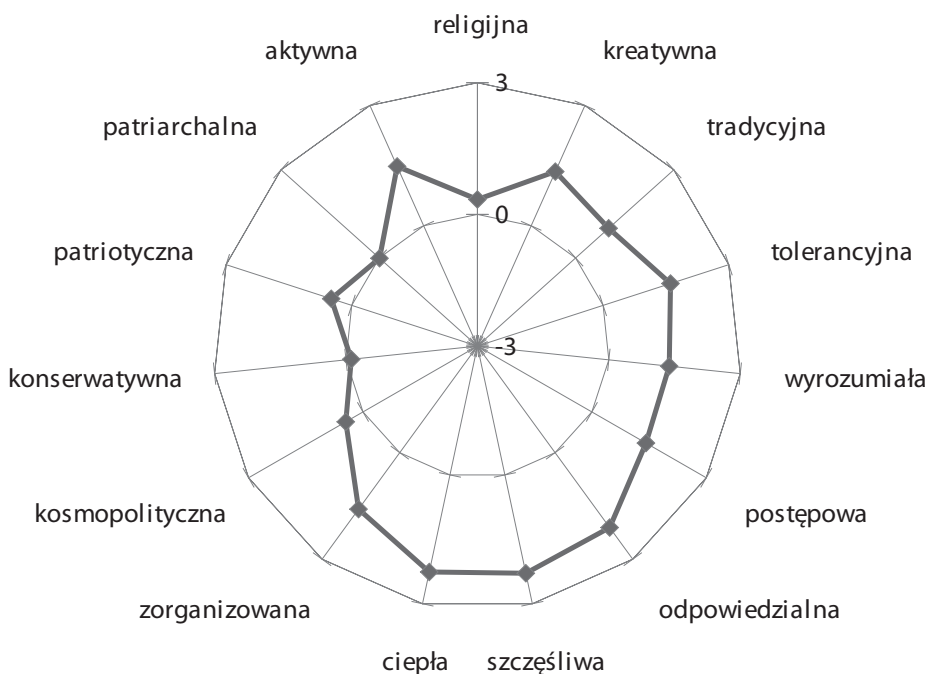
Tabela 6. Gradacja odpowiedzi na pytanie „W jaki sposób spędza Pani/Pan czas z rodziną?”.

W jaki sposób spędzasz czas z rodziną?	Częstość I	Częstość II	Częstość III	Częstość IV	Częstość V
rozmowy	55	17	14	6	0
posiłki	49	29	21	6	1
przebywanie razem	12	4	3	2	0
oglądanie tv	11	22	19	12	2
zabawa/rozrywka	11	15	10	8	5
wyjazdy	8	10	22	9	2
spacery	8	19	12	5	1
spotkania rodzinne	6	8	6	4	4
sporty	4	3	5	4	2
zakupy	3	15	8	7	2
inne	2	3	1	2	4
nie wiem	1	0	0	0	0
praca/obowiązki	0	2	4	1	0
Ogółem	170	147	125	66	23

Choć widać, że dominujące kategorie z poprzedniej tabeli są mocno zamanifestowane, widoczne są liczne przesunięcia w ramach poszczególnych kolumn. W pierwszej kolejności wskazywane były kategorie: „rozmowy”, „posiłki” oraz „przebywanie razem”. Ta trzecia cecha jest o tyle istotna, że dopełnia dwie najsilniejsze kategorie, wskazując na potrzebę wspólnego spędzania czasu, w jakiegokolwiek formie (kategoria ta w ogólnej tabeli znalazła się jednak na końcu). Warto też podkreślić, że to rozmowy, choć generalnie stawały drugą co do wielkości kategorię, najczęściej wskazywane były jako pierwsza cecha.

Wśród odpowiedzi wskazywanych jako drugie najczęściej pojawiają się kategorie „posiłki”, „oglądanie tv” oraz „spacery”, co zbliżone jest do schematów „weekendowego obiadu”. Warto jednakże podkreślić, że w tej grupie dość wyraźnie została podkreślona także kwestia obowiązków – kategoria „zakupy” – która, jak wskazują respondenci, może być elementem wspólnie spędzanego czasu. Trzecie odpowiedzi wskazują na podobny model rodzinnego spędzania czasu: „wyjazdy”, „posiłki”, „oglądanie tv”, choć inaczej akcentowane są poszczególne elementy.

2.5. Jaka jest współczesna rodzina?



Wykres 1. Jaka jest współczesna rodzina?

Pytanie to miało na celu zbadanie stopnia natężenia określonych cech w kontekście rodziny. Dobór pojęć dokonany został w oparciu o wartości konserwatywne (religijność, tradycyjność, patriotyzm, konserwatywność, patriarchalność) oraz liberalne (tolerancja, postępowość, kosmopolityzm etc.), które miały na celu zbadanie, czy obraz rodziny współczesnej kreowany przez respondentów jest modelem konserwatywnym, czy bardziej postępowym. Dodatkowo dyferencjał semantyczny zawierał cechy „osobowościowe” (kreatywny, wyrozumiały, ciepły etc.).

Z uzyskanych odpowiedzi wynika, że polska rodzina to model pośredni między rodziną konserwatywną a liberalną. Żadna z badanych cech odnosząca się do wspomnianych modeli nie uzyskała wyraźnego natężenia, choć można mówić o nieznacznym przechyleniu w kierunku wartości liberalnych. Wskazują na to silniejsze zaakcentowania cech liberalnych niż konserwatywnych. Wśród tych pierwszych liczą się pojęcia „tolerancyjności” oraz „postępowości”. Wśród wartości konserwatywnych największe natężenie cechy odnosiło się do komponentu „tradycyjny”. Słabe natężenie posiadały takie konserwatywne wartości jak „patriotyzm”, „religia” czy „konserwatyzm”. Najbardziej zaskakujący jest wynik komponentu „patriarchalny”, którego słabe natężenie wskazywać może na zmiany zachodzące w relacjach i wymienności ról w obrębie rodziny.

Największe natężenie uzyskały cechy „osobowościowe” rodziny – „ciepła” i „szczęśliwa”, które stanowią pewne słowa kluczowe, pojawiające się w odpowiedziach respondentów wielokrotnie.

2.6. Jaka powinna być Pani/Pana rodzina?

Głównym celem kolejnej sekwencji pytań była chęć zbadania deklaracji na temat tego, jaka powinna być rodzina, oraz zestawienia uzyskanych danych ze zrekonstruowanym obrazem rodziny rzeczywistej. W dalszej kolejności podjęto próbę skonstruowania rodziny idealnej i zestawienia uzyskanych wyników z wynikami uzyskanymi w odpowiedziach na pytanie „Jaka powinna być rodzina?”. Interesowało nas spojrzenie respondenta na własną rodzinę z perspektywy zmian i modyfikacji, jakie można wprowadzić.

Tabela 7. Jaka powinna być Pani/Pana rodzina?

Jaka powinna być Pani/Pana rodzina?	odpowiedzi	procent	procent respondentów
wspierająca	104	20,6%	61,2%
zżyta	68	13,4%	40,0%
kochającą	63	12,5%	37,1%
ciepła	40	7,9%	23,5%
tolerancyjna	33	6,5%	19,4%
szczęśliwa	28	5,5%	16,5%
otwarta	22	4,3%	12,9%
dająca poczucie bezpieczeństwa	17	3,4%	10,1%
godna zaufania	16	3,2%	9,4%
duża	15	3,0%	8,8%
dobre relacje	13	2,6%	7,6%
pełna	12	2,4%	7,1%

Na podstawie uzyskanych wyników można mówić o braku różnic między istniejącym obrazem rodziny a tym, jak powinna ona wyglądać. Wskazywane są te same komponenty, co w pytaniu drugim (należy pamiętać, że pytanie miało charakter otwarty). Jedynym nowym elementem pożądanym w rodzinie jest tolerancja, rozumiana jako akceptacja określonych sposobów życia poszczególnych członków rodziny.

2.6.1. Jaka jest Pani/Pana rodzina? / Jaka powinna być Pani/Pana rodzina?

Tabela 8. Zestawienie odpowiedzi otrzymanych na pytanie „Jaka jest Pani/Pana rodzina?” oraz „Jaka powinna być Pani/Pana rodzina?”.

	Jaka powinna być Pani/Pana rodzina?	Jaka jest Pani/Pana rodzina?
wspierająca	20,6%	11,8%
zżyta	13,4%	7,8%
kochającą	12,5%	11,9%
szczęśliwa	5,5%	8,6%
otwarta	4,3%	2,1%
duża	3,0%	5,0%
pełna	2,4%	1,4%
wyrozumiała	2,2%	2,3%
dobra	2,0%	3,7%

Zestawiając ze sobą odpowiedzi na pytania „Jaka jest Pani/Pana rodzina?” i „Jaka powinna być Pani/Pana rodzina?”, wyraźnie widzimy wskazania tych samych kategorii, o czym wspomniano wyżej. Zmiany zachodzą w zakresie natężenia określonych cech. Rodzina powinna być zatem bardziej wspierająca i bardziej zżyta. Dodatkowo pożądana jest większa otwartość rodziny oraz tolerancyjność jej członków względem wyborów innych jednostek (komponent „tolerancja” nie został ujęty w tym zestawieniu ze względu na fakt, że kategoria ta nie była wskazana w pytaniu drugim). Co ciekawe, zmniejsza się siła komponentu odnoszącego się do dużej liczby członków rodziny. Przyczyn tego faktu można upatrywać w młodym wieku badanych respondentów, w większości bezdzietnych, dla których większym priorytetem w chwili obecnej jest osiągnięcie stabilności i bezpieczeństwa finansowego, rozwijanie swoich umiejętności zawodowych oraz korzystanie z życia. Wpływ na taki stan może mieć także fakt aktualnych trendów społecznych, w których rodziny są mniej liczne i coraz częściej pojawiają się bezdzietne związki nieformalne.

2.7. Jaka powinna być rodzina idealna?

Wyniki uzyskane w odpowiedziach na to pytanie są dość zaskakujące. Uzyskano nie tylko identyczne kategorie, ale jednocześnie stopień manifestacji poszczególnych cech jest dość zbieżny. Tak jak w poprzednich pytaniach najsilniej reprezentowane są cechy tradycyjnie kojarzone z bezpieczeństwem. Respondenci konstruują obraz rodziny idealnej przez pryzmat cech niematerialnych. Co ciekawe, niewielki procent respondentów neguje pojęcie rodziny idealnej. Co więcej, zestawiając ze sobą najsilniejsze cechy wskazywane przez respondentów w odpowiedziach na pytania o to,

jaka jest rodzina, jaka powinna ona być oraz jaka jest idealna komórka rodzinna, dochodzimy do zaskakującej konkluzji, że polska rodzina jest rodziną idealną.

Tabela 9. Jaka powinna być rodzina idealna?

Jaka powinna być idealna rodzina?	odpowiedzi	procent	procent respondentów
wspierająca	73	16,7%	43,2%
kochającą	61	13,9%	36,1%
zżyta	47	10,7%	27,8%
szczęśliwa	35	8,0%	20,7%
otwarta	23	5,3%	13,6%
ciepła	20	4,6%	11,8%
zapewniająca bezpieczeństwo	19	4,3%	11,2%
wyrozumiała	16	3,7%	9,5%
nie ma takiej	13	3,0%	7,7%
szczerą	12	2,7%	7,1%
dużą	12	2,7%	7,1%

2.7.1. Jaka powinna być Pani/Pana rodzina? / Jaka powinna być idealna rodzina?

Tabela 10. Zestawienie odpowiedzi otrzymanych na pytanie „Jaka powinna być Pani/Pana rodzina?” oraz „Jaka powinna być idealna rodzina?”.

	Jaka powinna być Pani/Pana rodzina?	Jaka powinna być idealna rodzina?
wspierająca	20,6%	16,7%
zżyta	13,4%	10,7%
kochającą	12,5%	13,9%
ciepła	7,9%	4,6%
szczęśliwa	5,5%	8,0%
otwarta	4,3%	5,3%
zapewniająca bezpieczeństwo	3,4%	4,3%
duża	3,0%	2,7%
pełna	2,4%	1,8%
wyrozumiała	2,2%	3,7%

Powtarzalność tych samych kategorii wskazuje na stabilność semantyk związanych z rodziną. Uzyskanie identycznych kategorii oraz niewielkie przesunięcia natężenia poszczególnych elementów podkreślają brak rozbieżności między oczekiwaniami względem własnej rodziny a pojęciem „rodziny idealnej”.

2.8. Co jest dla Pani/Pana najważniejsze w życiu?

Tabela 11. Co jest dla Pani/Pana najważniejsze w życiu?

Co jest dla Pani/Pana najważniejsze w życiu?	odpowiedzi	procent	procent respondentów
rodzina	111	20,0%	65,3%
miłość	68	12,2%	40,0%
kariera/praca	57	10,3%	33,5%
przyjaźń	43	7,7%	25,3%
pieniądze	39	7,0%	22,9%
rozwój	38	6,8%	22,4%
zadowolenie z życia	37	6,7%	21,8%
zdrowie	36	6,5%	21,2%
szczęście	32	5,8%	18,8%
zainteresowania	24	4,3%	14,1%
wartości	24	4,3%	14,1%
bezpieczeństwo	14	2,5%	8,2%
religia	11	2,0%	6,5%

Wskazywane przez respondentów wartości, które są dla nich najistotniejsze, znów w dużej mierze zbieżne są z wyszczególnionymi przez Pisarka słowami sztandarowymi. Trzy najsilniejsze kategorie wskazywane w badaniu – „rodzina”, „miłość”, „praca” – lokują się w pierwszej dziesiątce słów sztandarowych. Co więcej, „miłość” i „rodzina” to najważniejsze słowa sztandarowe według Pisarka (Pisarek 2000: 26–27).

Warto zauważyć, że w pytaniu tym po raz pierwszy wskazywane są komponenty „egoistyczne” i „hedonistyczne”, które nie pojawiały się dotychczas, a rodzina kreowana była przez pojęcia afektywne koncentrujące się na wspólnocie interesów i przeżyć. Tymczasem poza sztandarowymi słowami respondenci wskazują także potrzebę samorealizacji w zawodzie, zarabiania pieniędzy, nie tylko w celu uzyskania stabilności finansowej, ale także korzystania z uroków życia oraz realizowania własnych pasji i zainteresowań.

Po raz kolejny widać dość małe znaczenie wartości religijnych wśród młodych osób (widoczne było to w dyferencjale semantycznym), co jest o tyle dziwne, że inne wartości konserwatywne wskazywane są znacznie częściej.

2.9. Program jakiej partii politycznej jest Pani/Panu najbliższy?

Tabela 12. Program jakiej partii politycznej jest Pani/Panu najbliższy?

Program jakiej partii politycznej jest Pani/Panu najbliższy?	odpowiedzi	procent	procent respondentów
żadnej	49	28,0%	28,8%
PO	42	24,0%	24,7%
SLD	22	12,6%	12,9%
nie interesuję się polityką	12	6,9%	7,1%
PIS	9	5,1%	5,3%
Ruch Poparcia Janusza Palikota	8	4,6%	4,7%
inne	13	7,4%	7,6%
brak odpowiedzi	20	11,4%	11,8%

Dyskurs rodziny próbowano także analizować w zestawieniu z poglądami politycznymi deklarowanymi przez respondentów. Inne koncepcje rodziny prezentują przedstawiciele SLD, a inne reprezentanci bardziej konserwatywnych ugrupowań – PO i PiS. Najwięcej odpowiedzi uzyskano od respondentów, którzy nie utożsamiają się z żadną z funkcjonujących na polskiej scenie politycznych partii czy ugrupowań. W dalszej kolejności wskazywano na PO, SLD, P i S oraz Ruch Poparcia Janusza Palikota. Rozkład politycznych preferencji respondentów wskazywać powinien na konserwatywne wartości rodzinne, jako że partie prawicowe wskazywane były znacznie częściej niż lewicowe.

2.9.1. Rodzina respondentów a program partii politycznej

Tabela 13. Zestawienie odpowiedzi otrzymanych na pytanie „Jaka jest Pani/Pana rodzina?” z uwzględnieniem preferencji politycznych.

Jaka jest Pani/Pana rodzina?	PO	PIS	SLD
szczęśliwa	10,8%	,0%	2,4%
wspierająca	10,8%	14,3%	12,2%
kochająca	8,6%	8,6%	9,8%
zżyta	7,2%	5,7%	7,3%
negatywne wartości	6,5%	14,3%	9,8%
dobra	5,8%	,0%	2,4%
duża	5,8%	5,7%	3,7%
tradycyjna	5,0%	5,7%	4,9%
przyjazna	5,0%	8,6%	4,9%

Jaka jest Pani/Pana rodzina?	PO	PiS	SLD
niepełna	5,0%	2,9%	1,2%
mała	3,6%	5,7%	1,2%
pełna	2,8%	,0%	,0%
otwarta	2,2%	,0%	2,4%
skomplikowana	2,1%	,0%	1,2%
szalona	1,4%	,0%	2,4%
nowoczesna	1,4%	2,9%	3,7%
cenna	,7%	,0%	1,2%
wyrozumiała	,7%	5,7%	2,4%
aktywna	,0%	2,9%	1,2%

Wyniki politycznych preferencji zestawiono z odpowiedziami na pytanie, jaka jest rodzina respondentów oraz w dalszej kolejności (następne pytanie) jaka powinna być idealna komórka rodzinna. W niniejszej analizie wykorzystano odpowiedzi od respondentów wskazujących konkretną partię polityczną. Jednocześnie nie uwzględniono danych od respondentów deklarujących sympatię dla Ruchu Poparcia Janusza Palikota jako najbliższego ideowo, ze względu na fakt, że w momencie realizacji badania było to ugrupowanie wchodzące na polską scenę polityczną, nieprezentujące w tym czasie żadnego programu dotyczącego kwestii rodziny.

Uzyskane dane pozwalają twierdzić, że ideologiczne założenia, w tym dotyczące rodziny, nie przekładają się na obraz rodziny zrekonstruowany na podstawie odpowiedzi respondentów. Odnoszą się one bardziej do relacji między członkami rodziny i uniwersalnych wartości niż wartości transferowanych w programach i założeniach poszczególnych partii politycznych. Choć jednocześnie dostrzegalna jest różnica między wartościami wskazywanymi przez respondentów sympatyzujących z poszczególnymi opcjami politycznymi. Różnica ta widoczna jest nie tylko pomiędzy formacjami prawicowymi i lewicowymi – inna jest bowiem rodzina zwolenników PO i PiS, które pomimo wielu różnic łączą wartości konserwatywne.

Rodzina „PO” jest ‘szczęśliwa’, ‘wspierająca’, ‘kochająca’ i ‘zżyta’. Rodzina „PiS” jest ‘wspierająca’, ‘kochająca’ i ‘przyjazna’ (choć należy pamiętać, że liczba respondentów wskazujących tę partię była najmniejsza). Lewicowa rodzina „SLD” jest ‘wspierająca’, ‘kochająca’ i ‘zżyta’. Widać wyraźnie, że podstawowe wartości wskazywane przez respondentów są takie same.

Warto jednakże zwrócić uwagę na cechy różnicujące. Największym zaskoczeniem jest fakt, że tylko rodzina „PO” jest rodziną szczęśliwą (!). Rodzina „SLD” w niewielkim stopniu. Brak tej wartości wśród respondentów wskazujących na PiS, co jest o tyle zaskakujące, że to partia, która najczęściej odwołuje się do wartości

rodzinnych. Pozytywny wizerunek rodziny „PO” podkreśla również fakt najmniejszej ilości wskazań negatywnych związanych z rodziną (6,5%), podczas gdy najczęściej generuje rodzina „PiS” (14,3%). W przypadku rodziny „PO” mała liczba negatywnych opinii jest o tyle istotna, że w tej grupie respondentów wskazywano najczęściej niepełność rodziny (najmniej wskazań było po stronie SLD). Także komponent „tradycyjna” nie stanowi żadnego wyznacznika, bo wbrew pomimo faktu, że najczęściej wskazywała na to rodzina „PiS” (5,7%), to różnice między pozostałymi partiami nie są duże (PO – 5%, SLD – 4,9%). Lewicowa rodzina jest najbardziej „nowoczesna” (3,7%), ale zaskakujący jest fakt, że cecha ta nie wydaje się istotna dla zwolenników PO, bowiem liczba wskazań jest mniejsza niż w przypadku SLD i PiS.

Wynika zatem, że przekonania polityczne nie przekładają się na postrzeganie rodziny. Jednocześnie uzyskany obraz pokazuje, że najlepsze i najszczęśliwsze rodziny posiadają zwolennicy Platformy Obywatelskiej.

2.9.2. Idealna rodzina a program partii politycznej

Tabela 14. Zestawienie odpowiedzi otrzymanych na pytanie „Jaka jest rodzina idealna?” z uwzględnieniem preferencji politycznych.

Jaka jest idealna rodzina?	PO	PIS	SLD
wspierająca	22,5%	11,1%	15,7%
kochająca	19,1%	14,8%	14,3%
zżyta	7,9%	7,4%	10,0%
ciepła	6,7%	7,4%	2,9%
szczęśliwa	6,7%	,0%	7,1%
otwarta	6,7%	7,4%	4,3%
nie ma takiej	2,2%	,0%	1,4%
szczerą	2,2%	,0%	1,4%
dużą	2,2%	3,7%	2,9%
nowoczesną	2,2%	,0%	2,9%
wyrozumiałą	1,1%	7,4%	8,6%
pełną	1,1%	3,7%	,0%
zapewniająca bezpieczeństwo	1,1%	3,7%	8,6%
tradycyjną	1,1%	3,7%	1,4%
zdrową	,0%	,0%	4,3%
stabilną	,0%	3,7%	2,9%

Także zestawienie odpowiedzi na pytanie o idealną rodzinę z poglądami politycznymi pokazuje niewielki wpływ wartości politycznych na obraz idealnej rodziny. Podobnie zresztą obrazy idealnej rodziny w zestawieniu z sympatiami politycznymi respondentów nie różnią się między sobą, a wskazywane wartości są identyczne jak w obrazie rzeczywistej rodziny (choć widoczne są przesunięcia natężenia poszczególnych komponentów). Można zatem twierdzić, że (przynajmniej w zakresie najważniejszych wartości) obraz rodziny rzeczywistej jest jednocześnie obrazem rodziny idealnej. Koncentrując się nie na elementach dyferencjujących, widzimy, że rodzina „PiS” jest najbardziej konserwatywna. Jednocześnie w tej samej grupie widoczna jest potrzeba większego „ciepła” rodzinnego, co znów jest zaskakujące w kontekście obrazu rodziny kreowanego przez liderów tej partii.

Rodzina „SLD”, choć wydaje się najbardziej otwarta, jest najmniej wyrozumiała oraz pozbawiona poczucia bezpieczeństwa jej członków, stąd cechy te są dość znacznie zmanifestowane jako niezbędne w pożądanym obrazie rodziny.

Zakończenie

Zarówno zaproponowane badanie, jak i próba usystematyzowania pojęcia w obrębie funkcjonujących obecnie wzorców komunikacyjnych jest cenne co najmniej z kilku punktów widzenia. Zmiany społeczne mają charakter ciągły i stały, przez co redefiniuje się cały szereg zarówno pojęć, jak i obszarów ich znaczeń. Rodzina nie jest wyjątkiem. Warto obserwować rozmaite przekształcenia, bo są one często zarówno przyczyną, jak i skutkiem. Dynamiczne przemiany społeczne skłaniają do zadawania pytań badawczych w obszarach, które do tej pory uznawano za definitywnie zdefiniowane zarówno pod kontem funkcji, jak i znaczenia. Stabilność konstruktów nie jest jednak tak silna, jak wydaje się wielu badaczom. Wyniki uzyskane w badaniu pozwalają na wyciągnięcie wniosków o pewnej dynamice przemian w odniesieniu do definiowania rodziny i jej funkcji. Samo badanie potwierdza też tezę o zróżnicowaniu modeli normatywnych w obrębie struktur komunikacyjnych indukowanych społecznie.

Bibliografia

Piotrowski J. (1970), *Socjologia*, Warszawa.

Mariusz Wszolek

Uniwersytet Wrocławski

Konstrukcja miłości w niemieckiej i polskiej kulturze

Wprowadzenie

Choć miłość jako kategoria nauko wo-teoretyczna była przedmiotem wielu publikacji, to nie zauważam w literaturze przedmiotu podejścia *stricte* empirycznego do tego zagadnienia. Interesuje mnie zatem weryfikacja miłości w różnych komunikacjach za pomocą wybranej metodologii badawczej. Na potrzeby niniejszego artykułu przyjmuję za M. Fleischerem, że miłość jest konstr uktem stabilizującym oraz ważnym w kulturze polskiej i niemieckiej, symbolem kolektywnym. Szerzej o samej miłości jako kategorii analitycznej w dalszej części artykułu. Podstawowym problemem postawionym w pracy jest weryfikacja symboli kolektywnych, a w zasadzie próba weryfikacji jednego – miłości w wymiarze interkulturowych badań komunikacji. Jako badacza z jednej strony interesuje mnie, co i jak mówi się o miłości w kontekście samego pojęcia, ale z drugiej strony – równie ciekawy jest obszar analityczny dwóch koncepcji widzenia i mówienia o miłości, wyrażanych przez respondentów z Polski i Niemiec. Istotne dla kompletności obszaru badawczego jest również wyróżnienie poszczególnych funkcji miłości dla systemu społecznego. Ten obszar szerzej omówię w części poświęconej designowi badania.

Zaplecze teoretyczne

Teorią, którą przyjmuję jako relewantną dla perspektywy badawczej i niniejszej pracy, jest teoria komunikacji Michaela Fleischera, w której autor konstatuje, że

komunikacja to proces negocjacji znaczeń, z którego wynika (niechcący) generowanie i utrzymywanie w ruchu systemu społecznego. Nie mniej, nie więcej. Chcąc natomiast usieciowić zjawiska komunikacyjne z systemem społecznym, a ten z systemem biologicznym oraz

z systemem fizycznym, z ustaleń powyższych wynika możliwość sformułowania następującego algorytmu, bazującego na trzech generujących te systemy modusach organizacyjnych: współoddziaływanie to generator systemów fizycznych, postrzeganie to generator systemów biologicznych, zaś komunikacja to generator systemu społecznego. W skrócie: $\{[(\text{współoddziaływanie} + \text{organizm}) = \text{postrzeganie}] + \text{znaki}\} = \text{komunikacja}$ (Fleischer 2010: 174–175).

Z tego mniej lub więcej wynika celowość komunikacji, która dla M. Fleischera zawiera się w kilku punktach:

- mówimy w pierwszej linii po to, by utrzymać mówienie w ruchu
- mówimy, by brać udział i przynależeć (do czegoś), ponieważ przez to możemy mniemać (wiedzieć), że jesteśmy członkami grup, organizacji, społeczeństw itp. i dobrze się z tym czujemy
- mówimy, ponieważ wszyscy inni też mówią
- mówimy, by sprawdzić, czy sposób, w jaki mówimy, stosowany jest też przez innych
- mówimy, by sprawdzić, czy używane w tym celu konstrukty używane są też przez innych w ten sam sposób i tak samo są semantyzowane
- mówimy, by w trakcie mówienia dowiedzieć się, czy inni też tak i to co my mówią
- mówimy, ponieważ chcemy i możemy się przez to orientować
- mówimy, by dowiedzieć się, czy nasz stan wiedzy jest taki sam, jak stan wiedzy innych
- mówimy z indywidualnych powodów, by zaspokoić nasze osobiste potrzeby
- mówimy, ponieważ zmuszają nas do tego instytucje socjalizacyjne
- mówimy, ponieważ zmuszają nas do tego społeczne systemy funkcyjne
- mówimy, by uniknąć restrykcji społecznego rodzaju
- mówimy, ponieważ odpowiednie instytucje, organizacje, urzędnicy są tak ukierunkowane, że przez nasze mówienie są one utrzymywane w ruchu
- mówimy, ponieważ nie mamy innego wyboru i nie daje się nam innego wyboru (Fleischer 2007: 174).

Przyjmuję zatem, że komunikacja jest jedynym producentem systemu społecznego. Tym samym zauważam, że komunikacja wyprodukowała wszelkie „komunikowalne” elementy systemu społecznego – prawo, politykę, gospodarstwo, miłość itd. Jako badacze możemy przyjąć perspektywę badania samej komunikacji, a nie tzw. faktów naukowych. Przyjmując taką perspektywę, zauważymy, że wszystko, co jest komunikowalne (a co nie jest, nie istnieje), może być społecznie i komunikacyjnie weryfikowalne – również miłość. Z uwagi na przedmiot badania widzę potrzebę przedstawienia koncepcji programów komunikacji zaproponowanej przez M. Fleischera w książce *Ogólna teoria komunikacji*. Programy komunikacji są swoistymi kategoriami komunikacyjnymi, które odpowiadają za generowanie i utrzymywanie systemów funkcyjnych, pozostając przy tym dla swoich produktów niewidocznymi. Programy komunikacji składają się bezpośrednio z modusów wewnętrznych, służących stabilności wewnątrz subsystemu i zabezpieczających jego spójność i tożsamość, oraz modusów zewnętrznych, zapewniających wymianę między subsystemami.

Tak więc modus wewnętrzny odpowiedzialny jest za kontakt z otoczeniem subsystemu i ewentualne wzajemne wpływy między subsystemami komunikacji. P rzy czym postuluje się, że e

modus zewnętrzny jest produktem modusu wewnętrznego, wytworzonym właśnie w celu kontaktu z otoczeniem. Modusy służą do rozróżnienia i stabilizacji programów komunikacji (Grech 2010: 22).

Trzecim elementem programów komunikacji są konstrukty stabilizujące, które zabezpieczają komunikację między poszczególnymi programami. Miłość według Fleischera jest konstruktem stabilizującym program komunikacji *rozrywka*, który generowany jest przez modus wewnętrzny *gra/zabawa* i utrzymywany w relacyjności w subsystemie przez modus zewnętrzny *fikcjonalność*. Pozostałe konstrukty stabilizujące programu komunikacji *rozrywka* to *fun*, *radość*, *moda*. Podobną koncepcję widzenia miłości przyjmuje Niklas Luhmann, niemiecki socjolog, który widzi ją w kategoriach komunikacyjnej gry. Szerzej o samym podmiocie badania – miłości – w dalszej części pracy.

Istotne dla merytorycznej wartości pracy jest wyróżnienie symboli kolektywnych, które można uznawać za pewne konstrukcje stabilizujące system społeczny, w ramach danego kodu kulturowo-komunikacyjnego. Symbole kolektywne, czyli pojęcia, które są istotne dla danej grupy komunikacji, stały się podstawą i przyczynkiem do weryfikacji owych symboli w kontekście komunikacji interkulturowej. Zauważam bowiem różnicę nie tylko w stratyfikacji ważności symboli kolektywnych, ale również w dyferencjacjach różnych semantyk, które manifestowane są w komunikacjach. Innymi słowy, stratyfikacja ważności symboli kolektywnych dla Niemców i Polaków, w przypadku konstrukcji symbolu kolektywnego *miłość*, wydaje się podobna, jednak manifestacja konstruktów miłości w komunikacjach obydwu kultur wydaje się całkiem różna.

Miłość jest – jak się wyjawia – najistotniejszym symbolem kolektywnym polskiej kultury. Wyraz ten jest najczęściej wymieniany i występuje bardzo wysoko w hierarchii. Zauważa się stosunkowo niewielką liczbę wyrażań i wariantów oraz wielką liczbę opisów, co wskazuje na symbol nasycony. Na pierwszym miejscu stoi komponent znaczeniowy „uczucie”, klasyfikujący miłość do obszaru „dobra”. Obok komponentu miłość fizyczna (seks, kochanie), bardzo silnie wyrażona jest strona instytucjonalna (rodzina, małżeństwo). Ciekawe, że miłość jest w kulturze polskiej związana z religią (Bóg, wiara). Obok tego pojawia się cały szereg opisów etycznych lub ogólnospołecznych, które można zebrać pod wspólnym pojęciem „szczęście”. Z systemem wyraz ten połączony jest pięcioma innymi, charakteryzującymi go słowami. Samo słowo służy charakterystyce czternastu innych. Chodzi więc o kluczowy symbol kultury polskiej, organizujący cały system (Fleischer 2003: 174).

W tym miejscu nieco szerzej skupię się na omówieniu konkretnych koncepcji widzenia miłości, ze względu na wybór tego konstruktów jako kategorii analitycznej. Zauważam potrzebę przyjęcia podwójnej perspektywy dla opisu pojęcia miłości. Wewnątrzsystemową i analogicznie zewnątrzsystemową. Pierwsza perspektywa jest szeroko perpetuowana w dyskursie medialnym, jak również w codziennych komunikacjach i manifestacjach zachowań. Jest to jednak perspektywa korzystająca z mechanizmu miłości i ta perspektywa będzie mnie interesowała w kolejnej części

pracy, poświęconej weryfikacji konstruktów stabilizujących w ramach dwóch różnych kultur. Analizowanie tej perspektywy z punktu widzenia teorii jest mało praktyczne naukowo, gdyż nie wyjaśnimy samego mechanizmu, a jedynie dokonamy hermeneutycznego opisu zagadnienia. To trochę tak, jak z definicją chodzenia przytaczaną przez M. Fleischera w książce *Communication design*. Fleischer krytycznie odnosi się do pojmowania mechanizmu komunikacji jako opisu procesu i do tego używa definicji chodzenia:

To tak jakby, chcąc wyjaśnić chodzenie, powiedzieć – chodzenie składa się z prawej nogi i z lewej nogi oraz z posiadacza tych nóg i przebiega tak, że posiadacz nóg tymi ostatnimi przebiega. I mamy opis chodzenia. Ponadto natomiast nie wiemy nic (na przykład nic na temat tego, dlaczego chodząc posiadacz nóg się nie przewraca i co się dzieje z chodzeniem, kiedy tenże stoi) (Fleischer 2010: 166).

W tym miejscu będzie nas interesowała perspektywa zewnątrzsystemowa, która będzie odnosić się do opisu zjawiska z perspektywy mechanizmu, kultury i komunikacji oraz społeczeństwa. I tak np. Niklas Luhmann widzi miłość jako symboliczne, uogólnione medium komunikacji.

Miłość rozumiana jako medium nie jest uczuciem, lecz kodem komunikacji, zgodnie z regułami którego ludzie uczucia wyrażają, kształtują, symulują, zakładają u innych, wypierają się i liczą ze wszystkimi konsekwencjami, jakie mieć będzie uzczywistnienie określonego komunikatu [...] przy silnym ekspozowaniu miłości jako namiętności, istnieje zarazem świadomość tego, iż chodzi o pewien sposób zachowania, który można odgrywać i który ma się na uwadze jeszcze przed wyruszeniem na poszukiwanie miłości, że zatem zanim się jeszcze znajdzie partnera, już zna się nastawienie i wie się o jego istotności, co zresztą sprawia, iż nieobecność partnera staje się dotkliwa, czy też nawet traktowana jest jako bolesne zżądzenie losu. Z początku więc miłość może się rozwijać poniekąd w próżni, wedle pewnego uogólnionego wzorca, który ułatwia selekcję, jednocześnie jednak może stanąć na przeszkodzie spełnieniu bardziej emocjonalnie głębokiemu. To kodeks narzuca wzmocnienie znaczeń, które pozwala uczyć się miłości, pomaga interpretować i przekazywać dobre oznaki, aby w ten sposób prowadzić do większego uczucia. I to właśnie kodeks pozwala ukazywać się różnicom, a także dramatyzuje brak spełnienia (Luhmann 2003: 21).

Luhmann zauważa bardzo istotną zależność w funkcjonowaniu komunikacji miłości:

Nawet jeśli zakochanym wydaje się zrazu inaczej, to jednak w miłości nie chodzi o „totalne zrozumienie”, to znaczy nie o całkowite skupienie komunikacji na partnerze czy na związku miłosnym. Oczekuje się nie totalności, lecz uniwersalności związku, co znaczący ma stałe współuwzględnienie partnera we wszystkich sytuacjach życiowych albo stałe wzbogacanie trójki wszystkich komunikatów o aspekt „dla niego”. [...] Szczególny kod miłości powstaje wtedy, gdy wszystkie informacje są poddawane z uwagi na to, co w ogólnym, anonimowo ukonstytuowanym świecie i co znaczą dla Ciebie, dla nas, dla naszego świata (Luhmann 2003: 23).

Luhmann widzi miłość jako kod, który wymaga nie tyle funkcjonowania partnera, ile wyobrażenia relacji dwóch podmiotów komunikacji oraz konstytuowania

świata w oparciu o partnera. Innymi słowy, miłość to widzenie siebie w drugiej osobie (partnerze). W książce *Semantyka miłości* Luhmann wyraźnie zaznacza, że miłość musiała powstać z samego mechanizmu komunikacji, tym samym pojawia się pytanie o to, kiedy i jak powstała miłość. Luhmann zaczyna od opisu semantyki miłości zaczerpniętej z średniowiecznej liryki, z szczególnym uwzględnieniem miłości dworskiej.

Miłosnej liryce średniowiecza, a zwłaszcza miłości dworskiej, zależało przede wszystkim, aby *uniknąć wulgarności*. Stąd bierze się marginalizacja nawiązań do zmysłowości, stąd idealizacja, sublimacja, ograniczenia formalne, gdyż dopiero na tym tle nabierają kształtu swobodne rozwiązania. [...] Najważniejszy jest tu wzgląd na pozycję społeczną, a nie indywidualność, a temu dobrze służyło przesunięcie miłości w sferę tego, co idealne, nieprawdopodobne, co osiągalne jedynie za sprawą niezwykłych zasług.

Dopiero w nowożytności pojawiają się na tym tle – pr zy zachowaniu wielu tematycznych kontynuacji – nowe wątki. Dostrzegamy dwa momenty w drugiej połowie XVII wieku i w okolicach roku 1800, odpowiednio do których możemy wyróżnić: *amour passion* i miłość romantyczną. [...] W drugiej połowie XVII stulecia forma kodowania zmienia się z idealizacji w paradoksalność, aby około roku 1800 przy przejściu do miłości romantycznej stać się refleksją nad autonomią, a więc samoodniesieniem (Luhmann 2003: 46–47).

W tym miejscu warto zaznaczyć, że metodologiczną kategoryzacją kodu miłości dla Luhmanna były 4 kategorie:

- forma kodu;
- podstawa miłości;
- problem, na który reakcją jest zmiana, usiłująca go przyswoić;
- antropologia, którą można powiązać z nowym kodem.

Najważniejsza dla Luhmanna wydaje się forma kodu, która generuje kompleksowość zachowań i komunikacji. Zmieniający się kod generuje nowe komunikacje o miłości, a najczęściej zmiana ta wynika z szerokiego kontekstu społecznego. Opis historycznej semantyki miłości Luhmann przyjął za pośrednictwem literatury.

Transformacja semantyki medium, jego pojęcia jedności i pola uzasadniania wiąże się z *wprowadzaniem do kodu nowych problemów*, tych, które w efekcie wyróżnicowania pewnego obszaru jako pola intymnych związków musiały zostać objęte przez kod. Historyczna analiza pokazuje wyraźnie, że to nie pewien problem narzuca reorganizację semantyki, lecz że przeciwnie – najpierw dokonują się ewolucyjne przemiany kodu i dopiero potem możliwe się staje wmontowanie problemu, względne rozwiązanie odpowiednich niezgodności.

Już średniowiecze w kontekście „miłości dworskiej” [...] uruchomiło proces semantyzacji i koncentracji. Nie zniosło bynajmniej różnicy między rodzinną reprodukcją a miłosnymi aferami na zewnątrz, ale przetworzyło ją za sprawą idei wielkiej miłości, związanej z jedną i tylko jedną kobietą, której łaski trzeba sobie zaskarbić, a nie można ich wywalczyć, a przede wszystkim wymusić. Erotyce wskazuje się cel, który y każdemu zapewnić może tylko jedna konkretna kobieta. To rzuca rycerza na kolana. [...]

Wiek XVII wykracza poza takie zorientowanie miłości i seksualności. Ideał staje się frazesem. Wcześniej już zaczyna się zrywanie z kontrastem między „wzniosłą” a „zmysłową” miłością, zaś przepojona paradoksem semantyka miłości stanowi zwieńczenie tego procesu, zaczyna bowiem wbudowywać seksualność w miłość jako jej istotny składnik (Luhmann 2003: 48–49).

Współczesne pojmowanie miłości czerpie bezpośrednio z romantycznego kodu tego konstruktów, który nastawiony jest na Luhmannowskie samoodniesienie. Nie ma tutaj znaczenia, czy mówimy o społeczeństwie medialnym, gdyż dla kodu komunikacyjnego narzędzia wykorzystywane do komunikacji nie są relewantne. Procesy transformacji kodu komunikacyjnego nabierają innego, szybszego wymiaru, jednak korzystają z tego samego mechanizmu komunikacji, co miłość romantyczna. Nie zauważam możliwości bezpośredniej zmiany kodu komunikacji, tylko za pomocą innych narzędzi komunikacyjnych. Taką perspektywę postulują psychologowie, którzy zauważają, że miłość z ekranu telewizora wymiennie wpływa na komunikację poza szklanym ekranem. Ta ciekawa konstatacja spotyka się jednak z krytyką logiki, bo skąd owe koncepcje miłości są implementowane do komunikacji medialnej? Otóż z tego samego środowiska, które reprodukuje medialne konstrukcje. Zatem mamy do czynienia z zamkniętym systemem zależności komunikacyjnych, które nie są zdolne do systemowych irytacji za pośrednictwem mediów, ale wewnątrzsystemowo do takich irytacji są zdolne – media, jako takie, proces rekonstrukcji kodu mogą skutecznie akcelerować – pytanie, czy są tym zainteresowane.

To, co postuluje Niklas Luhmann, można nazwać systemowym generowaniem kodu miłości i następnie korzystaniem z niego. Jak pokazuje w swojej książce *Semantyka miłości*, kod miłości zmienia się, ale w stosunku do ogólnego kontekstu społecznego i wynikających skrajnych, przejętych przez system społeczny irytacji. Ciekawe może być postawienie pytania badawczego: które irytacje zostały przez system wciągnięte, a które odrzucone ze względu np. na społeczną aberrację i systemowe konsekwencje? Mając na uwadze teorię systemów, możemy stwierdzić, że system wewnętrznie dokonuje redukcji kompleksowości, przez co niektóre irytacje systemowe są przez system odrzucane. Interesującą tezę Luhmann stawia na końcu książki, gdzie zauważa, że

miłość kieruje się na świat drugiej osoby, a w swym stawianiu się może zmieniać to, co obserwuje. Nie może trzymać się na dystans. Sama czyni się częścią swego przedmiotu. Jej „obiekt” nie trwa niewzruszony, lecz przyjmuje w sobie jej operację, co samego go odmienia. „B yć przeżywanym przez drugą osobę” staje się składnikiem operatywnej reprodukcji. Własna reprodukcja i cudza reprodukcja dokonują się w oddzielnych systemach, a przecież rozgrywiają się *uno actu*. [...]

Wszelka komunikacja w relacjach intymnych zdana jest na niekomunikowalność, która samą komunikację konstytuuje. [...] Także to można wyjaśnić przy użyciu pojęcia interpenetracji. W jej warunkach każde działanie jest oceniane dwoiście: wedle jego intencji i wedle tego, co znaczy w procesie atrybucji. [...]

Za interpenetrację trzeba też uznać sytuację, gdy kochający uznają swoistość swoich światów i rezygnują z prób uczynienia z nich jednej totalności. *Uniwersalność* sensu miłości nie potrzebuje, a nawet nie może obejmować *wszystkich* przeżyć i działań (Luhmann 2003: 213–214).

Przyjmując koncepcję Luhmanna, możemy stwierdzić, że miłość jest komunikacyjną grą interpretacyjną, w której nie można odkryć kart, nawet jeśli mamy na

to ochotę. Obserwatorzy „uwikłani” w miłość są skazani na interpretację interpretacji interpretatora, przy czym w tej sekwencji dochodzi do sprzężenia zwrotnego pomiędzy interpretatorami.

Zupełnie inną perspektywę widzenia i definiowania miłości przyjmuje Diane Ackerman, która skłania się w stronę koncepcji rynkowo-feministyczno-biologicznych. O czym pisze:

Dokonując selekcji zdolności do miłości, jako podstawowego elementu naszej biologii, ewolucja uczyniła z nami to, czym jesteśmy. Wbrew temu, co twierdzą filozofowie, moralści teoretycy, teściowie i psychologowie z poradni małżeńskich, miłość nie jest kwestią wyboru. To imperatyw biologiczny. Tak jak ewolucja upodobała sobie istoty zdolne do przyjęcia pozycji wyprostowanej, upodobała sobie również ludzi – bo umieją kochać. Była im przychylna, ponieważ miłość ma wielką wartość w procesie przetrwania. Ci, którzy odczuwali miłość, dbali o przeżycie swojego potomstwa. Potomstwo dziedziczyło zdolność do miłości, żyło dłużej i licznie się rozmnażało. Z czasem skłonność do miłości stała się częścią naszego posagu genetycznego i zakorzeniła się głębiej niż zwykła predyspozycja, podatność czy spadek. Bogactwo miłości udzieliło się naszym wielkim życiowym przedsięwzięciom (Ackerman 1997: 180–181).

Rozumienie miłości przez niemieckiego badacza Maksa Webera nierozzerwalnie wiąże się z dwoma procesami, które w jego twórczości zyskują zasadnicze znaczenie dla wyłonienia się nowoczesnych społeczeństw. Jeden z tych procesów to odczarowanie świata z religijnej legitymizacji, drugi to generowanie nowych porządków życia: gospodarki, polityki, nauki, sztuki i erotyki. Weber poświęcił wiele miejsca erotyce,

co może nasuwać przypuszczenie, że chodziło mu wyłącznie o jeden aspekt miłości – cielesny. Jednak używał on pojęcia erotyki przede wszystkim po to, aby odróżnić specyfikę miłości erotycznej od miłości, jaka pojawiała się w obrębie doświadczenia religijnego. Erotyka nie jest po prostu sferą, gdzie realizują się wymogi biologicznej reprodukcji, lecz obszarem świadomie pielęgnowanym, powstałym poprzez oddzielenie od naiwnie naturalistycznego stosunku do seksualności. Jest sferą lokowaną poza codziennością i zorganizowaną wokół sublimacji seksualności [...]. Weberowskie ujęcie miłości wydaje się nie odbiegać zbyt od romantycznego rozumienia miłości, dominującego w kulturze europejskiej tamtego okresu. Istotne jest jednak, że Weber, bazując na potocznych definicjach, odnosi je do kontekstu społeczeństw nowoczesnych i relacji między różnicującymi się sferami życia – erotyka wyłania się jako reakcja na tendencje racjonalizacji i monotonię codziennej pracy nad sobą (Gdula 2009: 18–19).

Jeszcze inne podejście do problematyki miłości zaproponował Pierre Bourdieu, który konstytuuje gust jako katalizator łączący nie tylko ludzi, ale również kolory, elementy natury itp.

Ci, którzy przypadają nam do gustu, używają w działaniu smaku, którego i my używamy, postrzegając ich praktyki. Dwie osoby nie mogą dać sobie lepszy ego dowodu na powinowactwo smaków nad apetyt, jaki mają do siebie [...] Zaproponowane przez Bourdieu rozumienie miłości jako miłości przeznaczenia jest kontynuacją standardowego dla refleksji socjologicznej wątku reprodukcji społecznej, dokonującej się przez dobór partnerów. Jednak, o ile wcześniej miłość była uważana za zagrożenie dla porządku reprodukcji, o tyle Bourdieu jest jednym z socjologów, którzy zauważają, że małżeństwo z wyboru wyparło małżeństwo kontraktowe (Gdula 2009: 45–46).

Hipoteza badawcza

Z jednej strony założyłem, że miłość jest konstruktem stabilizującym, z drugiej – że miłość to kod sterujący i regulujący zachowania socjalne, który posiada irytacyjny, z perspektywy teorii systemów, charakter. Obie teorie, reprezentowane kolejno przez Michaela Fleischera i Niklasa Luhmanna, nie wykluczają się, ale przynależą do innych kategorii teoretycznych. Fleischer widzi miłość znacznie szerzej niż Luhmann, który opisuje zjawisko na poziomie samych komunikacji, przez co skonceptualizował swoisty kod miłości, który wraz z kontekstem społecznym podlega ciągłym irytacjom. Fleischer również widzi miłość jako sferę komunikacji, jednak nie operacjonalizuje jej na poziomie kodu, ale pewnych konstrukcji społecznych, wynikających oczywiście z komunikacji. Tym samym, w ramach prowadzonych badań, korzystam z dokonań naukowych obydwu badaczy, starając się z jednej strony zweryfikować kod miłości – w jaki sposób funkcjonuje on społecznie, z drugiej zaś oczekując wskazania, że ów kod jest produktem konstruktów stabilizujących system społeczny.

Wracając do hipotezy, zauważam również, że miłość jest pewnego rodzaju nakładką komunikacyjną na proces biologicznej prokreacji. Jako zwierzę społeczne człowiek potrzebuje wyjaśnień komunikacyjnych dla procesów biologicznych. Wydaje mi się, że te trzy koncepcje nie gryzą się ze sobą, przy czym ostatnia funkcjonuje w ramach Fleischerowskiej drugiej rzeczywistości.

Cel badania

Miłość, jak pokazuje pierwsza część niniejszej pracy, była przedmiotem wielu rozważań, głównie w kontekście teorii socjologicznych i kulturoznawczych. Równie często o miłości można usłyszeć lub przeczytać w dyskursie filozoficznym lub meta-teologicznym. Wszystkie te koncepcje, jakkolwiek ważne i wnoszące wiele do dyskusji naukowej, są bardzo oderwane od funkcjonującego obrazu miłości w codziennych komunikacjach. Nauka zapomniała poniekąd o tym, że przedmiotem analizy była koncepcja reprodukowana przez społeczeństwo, tym samym tworząc nierелеwantne dla społeczeństwa koncepcje i odniesienia. Głównym celem tej pracy jest próba zrekonstruowania wizerunku miłości, właśnie w kontekście *stricte* społecznym. Interesuje mnie, jako badacza, co ludzie mówią i, co ważniejsze, jak mówią o miłości. W tym miejscu przyjmuję za relewantną koncepcję Michaela Fleischera, że miłość jest konstruktem stabilizującym system społeczny w ramach programu komunikacji *rozrywka*. Nie dokonuję własnej operacjonalizacji pojęcia, z względu na próbę odejścia od istniejących hermeneutycznych koncepcji miłości. Perspektywa Fleischera, zarysowana na gruncie meta-teoretycznym, zwalnia mnie z potrzeby budowania osobnej koncepcji definicyjnej, na rzecz empirycznej weryfikacji zjawiska miłości.

Drugim istotnym celem badania jest próba sprawdzenia semantyki symboli kolektywnych w kontekście interkulturowym. Ciekawa wydaje się próba sprawdzenia,

jak jeden z najważniejszych symboli kolektywnych dla Polaków i Niemców jest konstruowany i semantyzowany. Niniejsze badanie może stać się przyczynkiem do szerszej dyskusji nad prowadzeniem badań w kontekście różnych kultur, tym bardziej że dotychczasowe osiągnięcia na tym polu pozostawiają wiele niedomówień i problemów. W tym miejscu pragnę również zwrócić uwagę na problem badań komunikacji. Otóż stoję na stanowisku, że komunikację, jako taką, można i trzeba badać. Tym samym chciałbym stanowczo podkreślić, że nie do końca interesuje mnie, co respondenci faktycznie postrzegają, ale to, co za pomocą języka udaje im się konstruować i w jaki sposób tego dokonują. Jakich używają konceptów, programów komunikacji i konstruktów. Przyjmuję za Wittgensteinem, że „granice mojego języka są granicami mojego świata”.

Problem badawczy

Zaprezentowane poniżej badanie odpowiada na dwa zasadnicze pytania: w jaki sposób w komunikacjach konstruuje się wizerunek miłości – za pomocą jakich konstrukcji językowych, oraz czy można wyóżnić różnice w świecie przeżyć miłości reprezentowanym przez interdyskurs niemiecki i polski. Przy czym pojęcie interdyskursu rozumiem za Fleischerem:

Interdyskurs jest specyficznym dyskursem suprasystemu danej kultury jednostkowej, spełniającym w jej systemie funkcję pośredniczącą, integrującą, zapewniającą komunikację oraz stanowiącym o jej kulturowej spójności. Interdyskurs nie jest jedynym dyskursem funkcjonującym w danej kulturze jednostkowej. Tworzy on jedynie sferę integrującą, do której kulturowe formacje, jeśli to konieczne, mogą się odwoływać w celu utrzymania systemu (Fleischer 2002: 347).

W ramach niniejszej pracy chodzi o sprawdzenie, jak w komunikacjach mówi się o miłości, w jakich sytuacjach komunikacyjnych występuje miłość oraz jakie są rodzaje miłości. Mniej interesuje mnie sfera związana z zapleczem biologicznym, przez co stosunkowo mniej miejsca poświęciłem tej części w pierwszym etapie pracy. Interesuje mnie, co ludzie mówią o miłości, jak wypowiedzi są konstruowane, ze szczególnym uwzględnieniem różnicy pomiędzy badanymi interdyskursami (Polska i Niemcy).

Logistyka badania

Do udziału w badaniu zaprosiłem dwie względnie równe pod względem demograficznym grupy respondentów z dwóch sąsiadujących ze sobą krajów – Polska i Niemiec. Grupą badawczą byli studenci reprezentujący:

- ▶ Polska – Uniwersytet Wrocławski, Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej, wydział zamiejscowy we Wrocławiu, Uniwersytet Ekonomiczny;

- ▶ Niemcy – studenci biorący udział w warsztatach z zakresu budowania kompetencji społecznych, komunikacji społecznej, Uniwersytet w Bielefeld, Uniwersytet w Berlinie.

Problemy logistyczne wynikające z międzynarodowego charakteru badania zostały rozwiązane przez dostępne metodologie badawcze, głównie metodę kuli śnieżnej – w przypadku studentów z Niemiec; oraz uczestnictwo we wspomnianych wyżej warsztatach. W przypadku polskiej części respondentów metodologia badawcza została ograniczona do badania *in house* – w ramach zajęć i praktyk studenckich. Badanie było prowadzone w okresie październik 2010 – styczeń 2011. W wyniku postępowania metodologicznego zebrano 120 ankiet po stronie polskiej i 120 ankiet po stronie niemieckiej. Struktura demograficzna w przypadku polskiej grupy ankietowanych rozkładała się w stosunku: 67% kobiet i 33% mężczyzn, podobne natężenie płciowe występowało w przypadku grupy niemieckiej: 59,50% kobiet i 40,50% mężczyzn.

Metodologia badawcza

W niniejszej pracy nacisk został położony na badania komunikacji z wykorzystaniem kwestionariusza ankietowego ze standaryzowaną listą pytań. Tak zaprojektowane badanie pozwoli na pełną kontrolę nad rekonstruowaniem komunikacji o ‘miłości’. Wybór metodologii badawczej podyktowany został przez problem badawczy, w którym podejmuję próbę weryfikacji konstrukcji komunikacyjnej, przez co oczekuję dużej ilości nieskomplikowanych wypowiedzi. Uważam, że w przypadku tego typu badania zaproponowana metodologia badawcza jest najpewniejsza dla określenia stałości konstrukcji komunikacyjnej, z uwagi na szeroką próbę ankietowanych, oraz dla weryfikacji fleksybilności badanego konstruktów miłości.

Kwestionariusz badania składał się z 14 pytań głównych i 3 pobocznych. Pierwsza część pytań odnosiła się do rekonstrukcji świata przeżyć i weryfikacji symboli dyskursywnych, w celu porównania ich z badaniami prowadzonymi przez Fleischera w 2003 roku. Kolejne pytania dotyczyły bezpośrednio wizerunku miłości i rekonstrukcji kodu opisującego miłość. Trzecia grupa pytań została zbudowana w kontekście weryfikacji funkcji i znaczenia miłości w badanym interdyskursie. Ostatnia grupa pytań to rekonstrukcja sytuacji socjalnych z uwzględnieniem miłości – rodzaje miłości, miłość w codziennych sytuacjach, zachowania świadczące o miłości.

Kwestionariusz (część niemiecka)

1. Was ist für Sie im Leben wichtig?

--	--	--	--

2. Was ist, Ihrer Meinung nach, für andere im Leben wichtig?

--	--	--	--

3. Woran denken Sie bei Liebe?

--	--	--	--

4. Was bedeutet für Sie Liebe?

--	--	--	--

5. Was bedeutet, Ihrer Meinung nach, Liebe für andere Menschen?

--	--	--	--

6. Wie sollte, Ihrer Meinung nach, die Liebe sein?

--	--	--	--

7. Wie sollte, Ihrer Meinung nach, die Liebe nicht sein?

--	--	--	--

8. Warum verlieben sich Menschen, Ihrer Meinung nach?

--	--	--	--

9. Wozu dient, Ihrer Meinung nach, die Liebe?

--	--	--	--

10. Welche Arten von Liebe gibt es, Ihrer Meinung nach?

--	--	--	--

11. Wie ist, Ihrer Meinung nach, die Liebe im Alltag?

--	--	--	--

12. Welche Situationen oder Verhaltensweise zeugen, Ihrer Meinung nach, von Liebe?

--	--	--	--

13. Wodurch unterscheidet sich, Ihrer Meinung nach, Liebe von:

a. Freundschaft;

--	--	--	--

b. Partnerschaft;

--	--	--	--

c. Verliebtsein;

--	--	--	--

d. Begeisterung/Vergucktsein.

--	--	--	--

14. Was ist für Sie im Leben das Wichtigste? Und warum?

--	--	--	--

Alter: _____ Jahre

Geschlecht: m f

Bildung: Grundschule Abitur Hochschulabschluß Student

Beruf: _____

Familienstand: singel liiert verheiratet verlobt

Welche Zeitungen lesen Sie? _____

Welche Fernsehsendungen schauen Sie sich am liebsten an? _____

Welchen TV-Sender schauen Sie am liebsten? _____

Kwestionariusz (część polska)

1. co jest dla Pani/Pana ważne w życiu? Proszę podać kilka krótkich odpowiedzi.

_____	_____	_____	_____
-------	-------	-------	-------

2. co, według Pani/Pana jest dla innych ważne w życiu? Proszę podać kilka krótkich odpowiedzi.

_____	_____	_____	_____
-------	-------	-------	-------

3. z czym kojarzy się Pani/Panu miłość? Proszę podać kilka krótkich odpowiedzi.

_____	_____	_____	_____
-------	-------	-------	-------

4. co dla Pani/Pana oznacza miłość? Proszę podać kilka krótkich odpowiedzi.

_____	_____	_____	_____
-------	-------	-------	-------

5. co dla innych Pani/Pana zdaniem oznacza miłość? Proszę podać kilka krótkich odpowiedzi.

_____	_____	_____	_____
-------	-------	-------	-------

6. jaka Pani/Pana zdaniem powinna być miłość? Proszę podać kilka krótkich odpowiedzi.

_____	_____	_____	_____
-------	-------	-------	-------

7. jaka Pani/Pana zdaniem nie powinna być miłość? Proszę podać kilka krótkich odpowiedzi.

_____	_____	_____	_____
-------	-------	-------	-------

8. dlaczego Pani/Pana zdaniem ludzie się zakochują? Proszę podać kilka krótkich odpowiedzi.

_____	_____	_____	_____
-------	-------	-------	-------

9. do czego Pani/Pana zdaniem służy miłość? Proszę podać kilka krótkich odpowiedzi.

_____	_____	_____	_____
-------	-------	-------	-------

10. jakie Pani/Pana zdaniem są rodzaje miłości? Proszę podać kilka krótkich odpowiedzi.

_____	_____	_____	_____
-------	-------	-------	-------

11. jak Pani/Pana zdaniem wygląda miłość w codziennych sytuacjach? Proszę krótko opisać.

--	--	--	--

12. jakie Pani/Pana zdaniem sytuacje i zachowania mogą świadczyć o miłości? Proszę podać kilka krótkich odpowiedzi.

--	--	--	--

13. czym Pani/Pana zdaniem miłość różni się od:

a. przyjaźni; proszę podać kilka krótkich odpowiedzi;

--	--	--	--

b. partnerstwa; proszę podać kilka krótkich odpowiedzi;

--	--	--	--

c. zakochania; proszę podać kilka krótkich odpowiedzi;

--	--	--	--

d. zauroczenia; proszę podać kilka krótkich odpowiedzi.

--	--	--	--

14. co jest dla Pani/Pana najważniejsze w życiu i dlaczego?

--	--	--	--

płeć: k m

wiek: _____

wykształcenie: podstawowe średnie wyższe w trakcie studiów

wykonywany zawód: _____

stan cywilny: singiel w związku żonaty/zamężna zaręczony

najchętniej czytane gazety: _____

najchętniej oglądany program w telewizji: _____

najchętniej oglądany kanał telewizyjny: _____

Co jest ważne w życiu?

Niemcy	rodzina	19,35%
	przyjaciele	15,30%
	zdrowie	12,70%
	miłość	09,00%
Polska	rodzina	19,35%
	przyjaźń	18,82%
	miłość	15,59%
	zdrowie	08,60%

Niemieccy respondenci przede wszystkim wskazali na rodzinę, przyjaciół oraz zdrowie i miłość. W przypadku polskich ankietowanych zauważamy bardzo podobne odpowiedzi, z wyróżnieniem różnych stratyfikacji ważności poszczególnych wskazań. Dla obydwu kultur najważniejsze są kategorie społeczno-kontrolne – rodzina, przyjaciele. W drugiej kolejności kategorie intymne – miłość.

Co jest dla innych ważne w życiu?

Niemcy	pieniądze	21,07%
	rodzina	13,23%
	przyjaciele	08,82%
	zdrowie	07,35%
Polska	rodzina	18,83%
	miłość	15,58%
	pieniądze	15,58%
	przyjaźń	08,44%

Niemiecki obraz obcy jest konstruowany w oparciu o pieniądze – 21%. Jest to kategoria, która nie pojawiła się w tak silnym natężeniu w przypadku pytania pierwszego. 'Dla mnie najważniejsza jest rodzina, a dla innych najważniejsze są pieniądze'. W przypadku wyników po polskiej stronie również pieniądze stają się silną kategorią – 15,58%. Pozostałe odpowiedzi oscylują w tych samych kategoriach, co w przypadku pytania pierwszego.

Proste skojarzenia z miłością

Niemcy	seks	19,38%
	szczęście	12,40%
	zaufanie	10,08%
	bezpieczeństwo	09,40%
Polska	seks	11,49%
	szczęście	10,13%
	zaufanie	08,11%
	związek	06,08%

Podstawowe pytanie dotyczące spontanicznych skojarzeń z obszarem miłości w przypadku niemieckich studentów określa się za pośrednictwem kilku wyraźnych odpowiedzi, przy czym kategoria seksu – jako stosunku płciowego – jest najwyraźniej manifestowana przez respondentów. Jakkolwiek polska część ankietowanych nie wnosi wiele więcej do obrazu miłości, w kategoriach najwyższej manifestowanych, to warto zwrócić uwagę na kategorie opisujące miłość:

1. kategorie społeczne: rodzina, dom, małżeństwo, religia, partnerstwo;
2. kategorie ekonomiczne: pieniądze, domowy budżet, zarabianie;
3. kategorie intymne: seks, zauroczenie, bliskość, oddanie;
4. emocje: namiętność, radość, współczucie.

Można zatem przypuszczać, że miłość konstytuuje się w ramach wyżej wspomnianych kategorii komunikacyjnych. W pytaniu dotyczącym prostych skojarzeń z miłością zauważam następujący rozkład kategorii opisowych (tabela).

Co oznacza miłość?

Niemcy	zaufanie	15,07%
	szczęście	12,33%
	być razem	09,59%
	bezpieczeństwo	08,90%
Polska	szczęście	11,93%
	emocje	06,82%
	być razem	06,25%
	uczucia	06,25%

Miłość dla ankietowanych z niemieckiej części badania kojarzy się z zaufaniem – 15%, szczęściem – 12% i bezpieczeństwem – 9%. Wszystkie odpowiedzi można skategoryzować w dwie bazy tematyczne, związane z cielesnością, rodziną i szczęściem z jednej strony, miękkimi wartościami z drugiej. Ankietowani poza dwiema głównymi kategoriami nie widzą powiązań miłości z innymi funkcjami i konstrukcjami komunikacyjnymi – ekonomia, prawo, media.

Co dla innych oznacza miłość?

Niemcy	seks	13,29%
	zaufanie	12,59%
	pewność	10,49%
	wierność	09,09%
Polska	seks	15,34%
	bliskość	10,43%
	oddanie	09,20%
	partnerstwo	07,36%

Dla innych miłość to przede wszystkim seks – cielesność jest tutaj nadrzędną kategorią, jeśli wziąć pod uwagę wszystkie odpowiedzi. Ankietowani zauważają również koncepcję przyszłości – myślenia o przyszłości w kontekście miłości. Miłość dla ankietowanych kojarzy się również z pewnością. Może to odnosić się do zapewnienia

o bezpieczeństwie w systemie interakcyjnym – ‘moja przyszłość jest pewna, bo nie jestem sam – ktoś mnie kocha i ja kogoś Kocham’. Abstrahując od tych wypowiedzi, można zauważyć dualistyczny charakter miłości – seksualny i sensualny.

Jaka powinna być miłość?

Niemcy	szczera	17,49%
	szczęśliwa	12,50%
	piękna	09,16%
	ufna	07,50%
Polska	prawdziwa	11,36%
	szczera	10,60%
	bezgraniczna	09,08%
	wierna	08,33%

Respondenci doszukują się elementów baśniowych: nieśmiertelna, delikatna, spełniona, piękna. Można postawić hipotezę, że zastany wizerunek miłości różni się od postulowanego – wyidealizowanego obrazu miłości wśród niemieckich respondentów. Polscy ankietowani jako główną kategorię wskazują ‘prawdziwa’, przez co z góry zakładają, że musi funkcjonować miłość nieprawdziwa.

Jaka nie powinna być miłość?

Niemcy	fałszywa	12,87%
	gwałtowna	09,90%
	ograniczająca	07,92%
	egoistyczna	06,93%
Polska	fałszywa	10,29%
	interesowna	08,82%
	zaborcza	08,82%
	toksyczna	07,35%

Powyższe wyniki mogą świadczyć o niezdecydowaniu lub wyraźnej stabilności stratyfikacji ważności odpowiedzi wśród niemieckich respondentów. W pytaniu dotyczącym tego, jaka nie powinna być miłość, zebrano 17 różnych odpowiedzi, z których tylko jedna – ‘fałszywa’ – posiadała więcej niż 10% natężenia. Wahania odpowiedzi w tym pytaniu obrały punkt natężenia od 9% do 4% odpowiedzi. Niemieccy respondenci ponownie korzystają z tych samych konceptów i konstruktywów komunikacyjnych dla opisanego miłości, a w zasadzie tego, jaka miłość nie powinna być. Respondenci uznali, że miłość przede wszystkim nie może być nastawiona na blokadę drugiej osoby – wyrażają to za pośrednictwem kategorii:

brutalna, ograniczająca, gwałtowna, fałszywa, stresująca, zależna. Widać wyraźnie, że polska i niemiecka konstrukcja miłości są do siebie bardzo podobne, zwłaszcza na płaszczyźnie komunikowania o miłości – za jednym i drugim wizerunkiem stoją bardzo podobne koncepty komunikacyjne. Tutaj nie można mówić o konkretnych kategoriach czy konceptach komunikacyjnych – spójność komunikacji o miłości jest bardzo wysoka.

Dlaczego się zakochujemy?

Niemcy	emocje	10,78%
	hormony	10,78%
	naturalny popęd	10,78%
	uznanie	07,84%
Polska	naturalny popęd	32,04%
	strach przed samotnością	39,80%
	potrzeba bliskości	12,62%
	szukają partnera	07,77%

W analizie niniejszego pytania można zauważyć bardzo wyraźne różnice w konstruowaniu funkcji zakochiwania się w Polsce i w Niemczech. Najwyższą wartością w polskich wynikach jest naturalny popęd. Możemy mówić w tym wypadku o kategorii biologicznej – związanej bezpośrednio z emocjami. Dodatkowo w polskiej konstrukcji pojawiają się elementy świadczące o społecznych funkcjach miłości – strach przed samotnością, potrzeba bliskości. W polskiej kulturze samotność wiąże się bezpośrednio z konsekwencjami, o czym mogą świadczyć wyrażenia: 'stara panna', 'stara paka'. Zatem w komunikacjach zauważamy, że zakochujemy się, żeby podtrzymać pewną konwencję społeczną – schodzenia się w pary.

Do czego służy miłość?

Niemcy	reprodukcja	16,28%
	szczęście	16,28%
	oparcie	11,68%
	seks	09,30%
Polska	reprodukcja	17,70%
	budowanie rodziny	14,16%
	szczęście	10,62%
	nadaje sens	08,85%

Powyższe odpowiedzi mogą świadczyć o zmianie paradygmatu wśród niemieckich respondentów. Najsilniejszą kategorią jest reprodukcja – ponad 16% odpowiedzi,

która uzupełnia się o seks – 9,30%. Miłość służy do rozmnażania się. Oczywiście nie jest mechanizmem rozmnażania się, ale wyjaśnieniem tego procesu. Niemieccy studenci zauważają, że mechanizm reprodukcji wyjaśniany jest obecnie za pomocą miłości, szczęścia, rodziny. Polscy respondenci wskazują na dodatkową funkcję – budowanie rodziny, co jest bardzo silną kategorią – 14% – druga tak wysoko wskazywana kategoria. Można powiedzieć, że miłość oprócz reprodukcji i samej komunikacji konstrytuuje się społecznie – nie ma rodziny, kiedy nie ma miłości. Jeśli funkcją miłości nie jest budowanie rodziny, to również może być to budowanie par. Zatem funkcja budująca, tworząca czy generująca w przypadku konstruktów miłości jest bardzo widoczna.

Rodzaje miłości

Niemcy	przyjaźń	16,79%
	rodzinna	09,92%
	seksualna	09,16%
	matczyzna	07,63%
Polska kategorie kognitywne	platoniczna	17,65%
	jednostronna	11,76%
	fizyczna	10,29%
	romantyczna	08,82%
Polska kategorie społeczne	rodzicielska	34,85%
	partnerska	15,15%
	braterska	15,15%
	męsko-damska	12,12%

Ankietowani widzą kilka głównych rodzajów miłości, przy czym interesujące jest wskazanie przyjaźni – 16,79%, jako najsilniejszej kategorii. Taka odpowiedź nie pasuje do rekonstrukcji kodu komunikacji miłości zaproponowanego przez Niklasa Luhmanna. Kolejne odpowiedzi: rodzinna, matczyzna są ściśle związane z ogólnym dyskursem społecznym, w którym proces socjalizacji opiera się m.in. na miłości rodzinnej (zakładanie rodzin), matczynej (opieka nad potomstwem, utrzymanie systemu społecznego). Pojawia się rodzaj miłości seksualnej, która naturalnie nie jest zaskakująca, ale pokazuje, po raz kolejny, ewolucję konstruktów miłości.

W przypadku respondentów ze strony polskiej odpowiedzi zostały podzielone na dwa obszary funkcyjne. Z jednej strony obszar kategorii społecznych określających funkcyjnie typ, rodzaj miłości, uzależniony od roli społecznej. W tym przypadku możemy mówić w Polsce przede wszystkim o miłości rodzicielskiej (bez rozróżnienia miłości matczynej i ojcowskiej). Również wysoko manifestowane są miłości: partnerska, braterska i co ciekawe – męsko-damska. Ankietowani nie wskazują na miłość męsko-męską i damsko-damską w kontekście miłości męsko-damskiej. Drugi obszar

funkcyjny miłości to kategorie kognitywne, określające stopień zależności, zażyłości, bez bezpośredniego wskazania na role społeczne. Mamy tutaj do czynienia z miłością platoniczną, jednostronną, fizyczną oraz miłością romantyczną.

Sytuacje i zachowania świadczące o miłości

Niemcy	seks	11,61%
	pocałunki	11,61%
	wierność	09,82%
	zaufanie	08,04%
Polska	skupienie się na partnerze	21,79%
	poświęcanie się	15,38%
	pomoc	14,10%
	czułość	12,82%

Pytanie o czynności i zachowania świadczące o miłości w przypadku niemieckich respondentów w pewnym sensie rozwiązuje problem powstały w poprzednim pytaniu. O ile miłość w codziennych sytuacjach nie ma bezpośrednich konotacji z obszarem biologicznym naszego funkcjonowania, a raczej społecznym, to w pytaniu o czynności towarzyszące miłości klaruje się socjalność i biologia tego obszaru. Seks jest najwyżej wskazywaną kategorią w tym pytaniu. Kolejne odpowiedzi, poza pocałunkami, które poza czystym wyzwoleniem endorfin nie wnoszą wiele do samej miłości, wskazują na potrzebę bezpieczeństwa, zabezpieczania własnej przestrzeni – świadczy o tym kategoria zaufanie, bezpieczeństwo, wierność. Zatem, jeśli ma pojawić się miłość, trzeba zachować wierność, utrzymać bezpieczeństwo, być wyrozumiałym i uprawiać seks.

Polska część respondentów nie zauważa seksu jako wykładnika miłości w relacji partnerskiej. Ankietowani skupiają się przede wszystkim na komunikacji na zewnątrz – skupienie na partnerze. Widzą, że podstawą miłości jest dbałość o partnera, przez co miłość nabiera bardzo interakcyjnego charakteru. Warto również zauważyć powtarzającą się któryś raz z kolei komunikację hierarchiczną na linii: potrzebujący pomocy – niosący pomoc. Może mieć to bezpośrednie konotacje z katolicką koncepcją pomocy bliźniemu, jednak taki wniosek jest zbyt ryzykowny na podstawie przytoczonych wyników badań. Poza pomocą nadal pokutuje wśród polskiej młodzieży romantyczna koncepcja poświęcania się dla drugiej osoby, stąd również wyraźnie widać, że w relacji komunikacyjnej obojga partnerów jedna osoba nie może czuć przyjemności z uwagi na poświęcenie, które oddaje w zamian za utrzymanie w ruchu komunikacji miłości. Odpowiedzi polskiej i niemieckiej grupy respondentów bardzo różnią się w tym pytaniu. Otóż z punktu widzenia obserwatora mamy do czynienia ze stosunkowo „pozytywnym – funkcjonalnym” obrazem miłości po niemieckiej stronie i „martyrologiczną” polską koncepcją badanego kodu komunikacji.

Dyferencjacja miłości

	miłość	zauroczenie	zakochanie	partnerstwo	przyjaźń
D	seks szczęście zaufanie bezpieczeństwo	pewne entuzjizm powierzchnowe krótkoterminowe	uczucie siła prekursor entuzjizm	przyzwyczajenie uczucie miłość zaufanie	seks intensywność uczucie bliskość
PL	seks szczęście zaufanie związek	czas trwałość stałość oddanie	trwałość stabilność poświęcenie oddanie	czułość seks uczucie wsparcie	seks bliskość emocje namiętność

Po polskiej stronie problem z odróżnieniem miłości od zauroczenia został rozwiązany przy wykorzystaniu konceptu czasu. Tutaj można zauważyć pewną analogię w stosunku do relacji miłość–zakochanie. Wydawać by się mogło, że w polskiej kulturze przyjęła się zasada hierarchizowania ważności komunikacji, od kodu komunikacji zauroczenia, przez zakochanie, do miłości. W polskiej przestrzeni komunikacyjnej nie zauważa się związków komunikacyjnych pomiędzy miłością a przyjaźnią i partnerstwem. Innymi słowy, wykorzystujemy do komunikowania przyjaźni i partnerstwa zupełnie inne kody niż w przypadku zauroczenia, zakochania, miłości. Próbując wyróżnić siłę komunikacji, można powiedzieć, że najsilniejsza, mająca największe konsekwencje społeczne jest miłość, przed nią zakochanie i zauroczenie, przy czym ostatnia kategoria nie ma praktycznie żadnych konsekwencji społecznych, jest raczej konotowana jako zabawa komunikacyjna. W części poświęconej różnicom pomiędzy miłością a konkretnymi typami interakcji społecznych najsilniej zróżnicowana jest przyjaźń. Niemieccy respondenci wskazują na podstawowy wyznacznik tego zróżnicowania – seks – ponad 60%. Najmniejsza różnica pomiędzy miłością a wskazanymi typami interakcji zachodzi pomiędzy miłością a zakochaniem i partnerstwem. Różnice występują, ale są one słabsze niż w przypadku innych obszarów. Można powiedzieć, że miłość w stratyfikacji ważności stoi pomiędzy zakochaniem się, które prowadzi do miłości, a partnerstwem, w które miłość się przeistacza. Partnerstwo w stosunku do miłości jest pewniejsze społecznie, trwalsze. Miłość natomiast jest pewniejsza niż zakochanie się, a już na pewno niż zauroczenie. O ile ankietowani wskazywali na typ miłości przyjacielskiej, o tyle w powyższej grupie pytań nie znajduje się powiązań komunikacyjnych, które mogłyby zachodzić w kontekście chronologicznego warunkowania miłości w stosunku do innych typów interakcji społecznych. Bardzo interesujące wydaje się różnicowanie z wykorzystaniem konceptu czasu, co może wskazywać na fakt, że miłość „trwa” przez pewien okres, nie może być nieskończona. Równie istotna jest całkowita różnica w postrzeganiu partnerstwa w Polsce i w Niemczech. Być może kategoria „partnerstwo” nie

występuje w Polsce w kontekście komunikacji miłości. Można szukać partnerstwa raczej w programach komunikacji *gospodarka*, gdzie mamy do czynienia z partnerami handlowymi, partnerami do współpracy.

Wnioski

Na podstawie przeprowadzonych badań i analiz nie można bezpośrednio stwierdzić, czy miłość jest konstrukt stabilizującym komunikację w ramach programu komunikacji *rozrywka*, czy jedynie kodem komunikacji w Luhmannowskim rozumieniu. W niniejszej pracy nie chodzi również o jednoznaczne udzielenie odpowiedzi czy zajęcia jednego z pewnego stanowiska. Bardziej interesujące wydaje się wyróżnienie kategorii opisujących komunikację miłości oraz wykazanie pewnych różnic na poziomie komunikacji w opisie miłości i wszelkich aspektów z nią związanych.

1. Podstawową wartością zaprezentowanej pracy badawczej jest wyróżnienie kategorii opisujących konstrukt miłości; są to kategorie społeczne – socjalne, ekonomiczne, intymne, emocje oraz czas. Najbardziej interesujące wydają się kategorie ekonomiczna oraz czas. Wskazują one na czasowość komunikacji miłości oraz na powiązanie z różnymi systemami społecznymi, w tym wypadku z gospodarką.
2. Miłość, jeśli przyjąć koncepcję Fleischera, który kwalifikuje ją jako konstrukt stabilizujący, należy również opisać jako konstrukt, który ma funkcję stabilizującą, ale też sam jest stabilizowany i semantyzowany. Być może będzie to interesujące zagadnienie teoretyczne przy próbie kompleksowego opisu stratyfikacji poziomów komunikacji, zaczynając od konceptów, przez kategorie opisu, które w przypadku miłości, na podstawie przytoczonych badań, można sprowadzić do 5 kategorii – konstrukty stabilizujące, modusy wewn./zewn., programy komunikacji – kończąc na systemach funkcyjnych.
3. Na podstawie przytoczonych wyników badań można stwierdzić, że w ramach różnych kultur możemy mówić o różnym postrzeganiu pewnych konstrukcji komunikacyjnych – w tym przypadku chodzi o miłość. Naturalnie warto zwrócić uwagę na niską pr obę badawczą oraz tendencyjność samej pr oby. Niemniej jednak z punktu widzenia samego zjawiska różnice w komunikacjach są łatwo dostrzegalne, przez co możemy mówić o ważności, relewancji tego typu badań.

Bibliografia

- Ackerman D. (1997), *Historia naturalna miłości*, Warszawa.
 Babbie E. (2007), *Badania społeczne w praktyce*, Warszawa.
 Babbie E. (2009), *Podstawy badań społecznych*, Warszawa.

- Bourdieu P. (2004), *Męska dominacja*, Warszawa.
- Fleischer M. (2002), *Teoria kultury i komunikacji*, Wrocław.
- Fleischer M. (2003), *Polska symbolika kolektywna*, Wrocław.
- Fleischer M. (2007), *Ogólna teoria komunikacji*, Wrocław.
- Fleischer M. (2008), *Koncepty, elementy sterujące komunikacji*, Wrocław.
- Fleischer M. (2008), *Konstrukcja rzeczywistości 2*, Wrocław.
- Fleischer M. (2009), *Non-dualistyczny świat, konstruktywizm i dōgen zenji*, Łask.
- Fleischer M. (2010), *Communication design*, Łódź.
- Fleischer M. (2010), *Wartości w wymiarze komunikacyjnym*, Łódź.
- von Foerster H., von Glasersfeld E. (1999), *Wie wir uns erfinden: eine Autobiographie des radikalen Konstruktivismus*, Heidelberg.
- Gdula M. (2009), *Trzy dyskursy miłosne*, Warszawa.
- Gergen K. (2009), *Nasycone Ja. Dylematy tożsamości w życiu współczesnym*, Warszawa.
- Grech M. (2010), *Komunikacja i wizerunek uczelni niepublicznych. Metodologia i wyniki badań empirycznych*, Łódź.
- Hofstede G., Hofstede G.J. (2007), *Kultury i organizacje*, Warszawa.
- Illouz E. (2010), *Uczucia w dobie kapitalizmu*, Warszawa.
- Luhmann N. (2003), *Semantyka miłości. O kodowaniu intymności*, Warszawa.
- Luhmann N. (2007), *Systemy społeczne. Zarys ogólnej teorii*, Kraków.
- Luhmann N. (2009), *Realność mediów masowych*, Wrocław.
- Mandal E. (2008), *Miłość, władza i manipulacja w bliskich związkach*, Warszawa.
- Mary M. (2003), *Pięć kłamstw w sprawach seksu i miłości*, Kraków.
- Maturana H., Varela F. (1998), *The Tree of Knowledge. The Biological Roots of Human Understanding*, London.
- Rapley T. (2010), *Analiza konwersacji, dyskursu i dokumentów*, Warszawa.
- Retter H. (2005), *Komunikacja codzienna w pedagogice*, Gdańsk.
- Szlendak T. (2002), *Architektonika romansu*, Warszawa.

Na tom składają się rozprawy badaczy mediów, kulturoznawców oraz socjologów z różnych polskich ośrodków naukowych (m.in. Wrocławia, Lublina, Torunia, Szczecina). Jest to przegląd ich warsztatu badawczego; w swych tekstach dzielą się z odbiorcami refleksjami na tematy obecnie bardzo popularne: teorii komunikacji wizualnej, public relations, filozofii dziennikarstwa, etyki, rywalizacji o medialnego odbiorcę, mediatyzacji terroryzmu, gier komputerowych, narracji transmedialnej z pozycji polskiego obserwatora. Mimo tej różnorodności tematycznej zawarte w książce artykuły logicznie się układają w całość tematyczną i wzajemnie uzupełniają. Zaletą publikacji jest to, że Autorzy poszczególnych tekstów porządkują dany wycinek wiedzy w sposób klarowny, przywołują najnowsze badania i dyskusje, wyciągają ciekawe wnioski, które inspirują do przemyśleń.

Kazimierz Wolny-Zmorzyński

Jedno, czego na pewno uczą zebrane w tym tomie artykuły, to pokora poznawcza. Oto współczesne media i gadzety medialne zmieniają się w takim tempie, że problemy, które rok czy dwa temu badacz mógł uznać za fundamentalne czy paradygmatyczne, prędko stają się częstką kroniki zdarzeń medialnych albo nawet niewielką fiszką gigantycznego ich archiwum. Skoro determinanty i dystynkcje, jakie na te wydarzenia nakładamy – przynajmy, pierwotnie bulwersujące, szokujące, pobudzające wyobraźnię – zdumiewająco prędko wietrzeją, erodują, stają się nikłe, okrywa je kurz wyprzedaży w sklepach mediowych, to lichota rzeczywistości medialnej nie jest winą obranych tematów naukowych (choć czy można tu mówić o jakiejś winie, to po prostu prawa rynku), lecz efektem upraszczania samych mediów.

Dlatego czytamy te studia jako dopełniające się traktaty, wnikliwe, kulturoznawcze, historyczno-medialne czy niemal socjologiczne i politologiczne analizy dla wielu z nas powszednich, lecz nadal magicznych relacji pomiędzy człowiekiem-użytkownikiem mediów a światem-zbiorem wszystkich mediów.

Leszek Pułka

ISBN 978-83-7432-871-5



9 788374 328715 >