

JANINA HAJDUK-NIJAKOWSKA

ORCID: 0000-0001-9958-5771

UNIwersytet Opolski

# Ekspansja wizualności. Wpływ współczesnych mediów na sposób postrzegania rzeczywistości

**Abstrakt:** Ekspansja wizualności w kulturze współczesnej wpływa na kreowanie nowego typu odbiorcy, akceptującego medialne wizualizacje świata oraz niezdolnego, zdaniem Giovanniego Sartoriego, do myślenia abstrakcyjnego (*homo videns*). Proces ten autorka śledzi na przykładzie telewizji, która podlegając nasilającej się tabloidyzacji, wypracowała obrazową narrację (relacje „na żywo” z przebiegu wydarzeń medialnych), wspomagając kształtowanie odbiorcy nie tylko podatnego na manipulację obrazami, lecz także zniewolonego pamięcią eksponowanych, a do tego powtarzanych, obrazów. Taka sytuacja inspirowała powstanie nowego typu dziennikarza, zainteresowanego sensacją oraz skłonny do korzystania z niezweryfikowanych informacji oraz przypadkowych materiałów filmowych, tak zwanej waty informacyjnej. Doświadczenie zapośredniczone (*mediated experience*) — typowe dla współczesnej kultury audiowizualnej, eksponującej medialne obrazy — nadaje nowy wymiar zmysłowemu doświadczeniu rzeczywistości, narzucając odbiorcy sposób jej postrzegania, rozumienia i interpretacji.

**Słowa kluczowe:** *homo videns*, obrazy medialne, doświadczenie zapośredniczone, tabloidyzacja.

## Wprowadzenie

Wizualność jest nieodłączną cechą każdej kultury, choć jej obecność w kulturze podlega istotnym przemianom uwarunkowanym społecznie i kulturowo. Jednocześnie tak jak każdy środek przekazu wymusza ona na odbiorcy zdobycie niezbędnych kompetencji do jej odbierania, rozumienia i interpretowania, co przeko-

nująco dowiedli antropologowie i kulturoznawcy<sup>1</sup>. Zdaniem filmoznawcy Marka Hendrykowskiego odbiór „ruchomych obrazów” staje się dla odbiorcy „partyturą, tekstową podstawą, z której bierze swój początek [...] indywidualny proces przyswajania (przetwarzania) przez adresata komunikatu zawartej w nim informacji”<sup>2</sup>. Funkcjonowanie kultury wizualnej to bowiem, jak określił to Krzysztof Olechnicki, „nieustający proces konstruowania ikonicznego środowiska”<sup>3</sup>, współcześnie gwałtownie się rozwijającego, co oczywiście wpływa na sposób postrzegania rzeczywistości i kreowania postaw społecznych. Współcześnie za sprawą mediów elektronicznych wizualność, zwłaszcza ruchomych obrazów, podlega także znaczącym wpływom polityków i uwarunkowaniom komercyjnego rynku medialnego. Ekspansja wizualności ma zatem niepodważalne znaczenie w kształtowaniu postrzegania rzeczywistości.

## *Homo videns*

Konwencja komunikacyjna dominująca we współczesnych mediach (*infotainment*), eksponowana w związku z nasilającym się procesem tabloidyzacji mediów, utrwała świat w postaci obrazów, co jednocześnie kreuje nowy typ odbiorcy — podatnego na manipulację obrazami i akceptującego medialne wizualizacje świata oraz niezdolnego do myślenia abstrakcyjnego. Giovanni Sartori, uznając, że „tele-widzenie” zmienia naturę człowieka, który słowo „zdetronizował na rzecz obrazu” i w efekcie „telewizja wychowała i wychowuje ludzi, którzy już nie czytają [wyr. oryg.], gnuśnych umysłowo, »rozmiękczonech« przez bierne patrzenie, zdolnych do życia w grach komputerowych”<sup>4</sup>, nazwał współczesnego człowieka/telewidza mianem *homo videns*. Powtarzając za Maciejem Mrozowskim, można przyjąć, że aby zrozumieć obraz, wystarczy po prostu mu się przyjrzeć:

Obraz inaczej niż słowo reprezentuje rzeczywistość. Aby zrozumieć słowa, trzeba znać pojęcia i posiadać umiejętność abstrakcyjnego myślenia. Obraz nie wymaga takiego myślenia, gdyż odnosi się do tego, co pokazuje, bez pośrednictwa pojęć<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> Por. R. Vorbrich, Czy „patrzeć” oznacza zawsze „widzieć”. *Eksperyment w antropologii wizualnej*, [w:] *Obrazy kultur*, red. R. Vorbrich, G. Pełczyński, Poznań 2007, s. 71–86; R. Sulima, *Album „cieni”*. *Słowo i fotografia w kulturze ludowej*, [w:] *idem, Słowo i etos. Szkice o kulturze*, Kraków 1992, s. 115–126.

<sup>2</sup> M. Hendrykowski, *Semiotyka ruchomych obrazów*, Poznań 2014, s. 24.

<sup>3</sup> K. Olechnicki, *Uwagi o kulturze wizualnej w ujęciu socjologiczno-antropologicznym*, „Dyskurs. Pismo Naukowo-Artystyczne ASP” 16, 2013, s. 14.

<sup>4</sup> G. Sartori, *Homo videns. Telewizja i post-myślenie*, przeł. J. Uszyński, Warszawa 2005, s. 19.

<sup>5</sup> M. Mrozowski, *Media i polityka. Demokracja czy mediokracja?*, [w:] *Media audiowizualne. Podręcznik akademicki*, red. W. Godzic, Warszawa 2010, s. 280.

### Przywołajmy jeszcze opinię Pierre'a Bourdieu:

duża część ludzi nie czyta żadnej prasy codziennej. Są oni całkowicie zależni od telewizji, jest ona dla nich jedynym źródłem informacji. Telewizja dysponuje tym samym rodzajem monopolu na kształtowanie umysłów sporej części populacji<sup>6</sup>.

Dzisiaj bez wątpienia wyraźnie wspomaga ją także internet.

Osiągnięcie przez telewizję statusu „ponadmedialnego instrumentu”, jak to określił Neil Postman, instrumentu, „który nie tylko ma władzę nad naszą wiedzą o świecie, ale także nad sposobami zdobywania tej wiedzy”<sup>7</sup>, nie tylko narzuca nam sposób rozumienia rzeczywistości, lecz wyzwala również swoisty przymus nieustannego oglądania. Blisko dwadzieścia lat później Zygmunt Bauman z goryczą potwierdził siłę oddziaływania telewizji, pisząc: „świat widziany postrzegamy tak jak w telewizji. [...] Świat uobecnia się oku jako następstwo możliwych do utrwalenia obrazów i należy doń tylko to, co nadaje się do utrwalenia w postaci obrazu”<sup>8</sup>. Do tego w gruncie rzeczy sprowadza się współcześnie *homo videns* wykreowany przez wizualną kulturę popularną. Nie ulega wątpiwości, że obrazy mają zdolność „do wytwarzania u ludzi określonych dyspozycji do działania, pobudzania do aktywności”<sup>9</sup>.

## Obrazowa narracja — medialne obrazy świata

Obrazowa narracja wymaga specyficznego konstruowania przekazu telewizyjnego, przede wszystkim przekazu atrakcyjnego dla odbiorcy, o czym z kolei decyduje przede wszystkim transmisja „na żywo” — transmisje są regularnie nadawane i nieustannie powtarzane, niemal na wszystkich kanałach, „tak że jedynie pustelnicy mogą uniknąć ich oglądania”<sup>10</sup>. Pierre Bourdieu dodał: „Telewizja sprawia, że ludzie widzą coś i wierzą w to, co ona pokazuje”<sup>11</sup>. Zresztą już Umberto Eco stwierdził przed laty, że wszystko, co transmitowane jest „na żywo”, wydarzyło się naprawdę — „wydarzyło się właśnie tak, jak się wydarzyło, ponieważ była tam

<sup>6</sup> P. Bourdieu, *O telewizji. Panowanie dziennikarstwa*, przeł. K. Sztandar-Sztanderska, A. Ziółkowska, Warszawa 2009, s. 43.

<sup>7</sup> N. Postman, *Zabawić się na śmierć. Dyskurs publiczny w epoce show-businessu*, przeł. L. Niedzielski, Warszawa 2002, s. 120.

<sup>8</sup> Z. Bauman, *Spółeczeństwo w stanie obłąnienia*, przeł. J. Margański, Warszawa 2006, s. 186.

<sup>9</sup> M. Kociuba, *Między poznaniem obrazowym a pojęciowym*, [w:] *Człowiek wobec uniwersum. Księga jubileuszowa z okazji 75. rocznicy urodzin Pana Profesora Mariana Filipiaka*, red. A. Biała et al., Lublin 2010, s. 245.

<sup>10</sup> Z. Bauman, *op. cit.*, s. 127.

<sup>11</sup> P. Bourdieu, *op. cit.*, s. 47.

telewizja<sup>12</sup>. A skoro była tam telewizja, to zgodnie z teorią rozwijaną przez Eco doszło tam do wyreżyserowania wydarzenia. Oczywiście w momencie zaistnienia katastrofy nie można mówić o świadomej, zamierzonej reżyserii wydarzenia medialnego (jak na przykład dzieje się w wypadku koronacji czy pogrzebu), jednak — na co zwraca uwagę Eco — jest ona wówczas „instynktowna i niezamierzona (przynajmniej na poziomie świadomości), lecz zdolna radykalnie zmienić przebieg wydarzenia<sup>13</sup>. Zwrócił na to uwagę też Bourdieu, który stwierdził, że „Telewizja wykorzystuje »dramaturgię« w podwójnym sensie tego słowa; reżyseruje wydarzenie (inscenizuje je w obrazach) oraz wyolbrzymia jego znaczenie (nadaje mu charakteru dramatu i tragedii)<sup>14</sup>.

Dwaj medioznawcy badający siłę oddziaływania telewizji — Daniel Dayan i Elihu Katz — uznali wydarzenia medialne za „swoisty, nowy gatunek narracyjny” [wyr. — J.H.N.], albowiem — jak to określili — przekaz „na żywo” aktualnego wydarzenia, odbywa się „w formie odwiecznej [wyr. oryg.] opowieści. Wydarzenia takie powodują, że wokół odbiornika pojawia się aureola, a sposób oglądania telewizji ulega całkowitej przemianie<sup>15</sup>, ponieważ bardzo ważną rolę odgrywa wówczas ceremoniał i zbiorowe świętowanie, co wzmacnia proces rytualizacji zachowań. Dyskusje wokół wydarzenia medialnego nasiliły się z chwilą, gdy telewizja stanęła przed koniecznością relacjonowania ataków terrorystycznych. „Dla terrorystów posługujących się drastyczną prowokacją z pewnością najważniejszym z mediów jest telewizja, zarówno tradycyjna, narodowa, jak i globalna satelitarna<sup>16</sup> — twierdzi Tomasz Goban-Klas, a skoro

niemal wszystkie gwałtowne czyny i wielkie katastrofy (na przykład tsunami, huragan Katrina) przyciągają uwagę mediów, dlatego też należy dodatkowo wyróżnić [odrębny — J.H.N.] typ wielkich wydarzeń medialnych — wstrząsające kryzysowe wydarzenie [wyr. — J.H.N.], które przerywa ramówkę telewizyjną na wiele dni i staje się dominującym tematem dnia<sup>17</sup>.

### Zgodzić się wypada ze Zbigniewem Bauerem, iż

bezpośrednim adresatem (widzem, obserwatorem) przekazu wytwarzanego przez terrorystów są właśnie media. [...] to media muszą dokonać swojego przekładu otrzymanego od terrorystów przesłania [wyr. oryg.] na właściwy język — który jest przecież zarazem językiem widzów, czytelników, słuchaczy. [...] terroryści doskonale znając specyfikę medialnego dyskursu, starają się wytworzyć możliwie najsilniejsze napięcie między tym, co dociera do odbiorców, a tym czego się oni spodziewają. [...] Akty terroru, relacjonowane przez media, ujawniają swoją paradoksalną naturę: są niezwykle widowiskowe. [...] Spektakl terrorystyczny [...] jest możliwy dzięki me-

<sup>12</sup> U. Eco, *Przejrzystość utracona*, przeł. P. Salwa, [w:] *idem, Semiologia życia codziennego*, przeł. J. Ugniewska, P. Salwa, Warszawa 1966, s. 188.

<sup>13</sup> *Ibidem*, s. 190.

<sup>14</sup> P. Bourdieu, *op. cit.*, s. 45.

<sup>15</sup> D. Dayan, E. Katz, *Wydarzenia medialne. Historia transmitowana na żywo*, przeł. A. Sawsz, Warszawa 2008, s. 39.

<sup>16</sup> T. Goban-Klas, *Media i terroryści. Czy zastrasza nas na śmierć?*, Kraków 2009, s. 124.

<sup>17</sup> *Ibidem*.

diom i [...] biorą one [w nim] istotny udział [...]. Chociaż dramaturgia powstaje poza mediami — mogą one, przynajmniej na pewnym etapie, pokazywać to, co jest samo przez siebie spektakularne. To efekt lustra w lustrze<sup>18</sup>.

Wystarczy przypomnieć zachowania mediów po ataku terrorystycznym na World Trade Center 11 września 2001 roku: obrazy zarejestrowane w czasie wielogodzinnej bezpośredniej transmisji z Nowego Jorku<sup>19</sup>, swoista anatomia zbrodni (wbicie się drugiego samolotu w południową wieżę, samobójcze skoki uwięzionych w niej ludzi, walenie się wież) — wszystkie stacje telewizyjne na całym świecie powtarzały wielokrotnie ten spektakl z różnych okazji, uczestnicząc w mityzacji i symbolizacji relacjonowanych wydarzeń i doprowadzając do tego, że stały się one swoistą ikoną XXI wieku, czy jak twierdzą niektórzy, największym „widowiskiem telewizyjnym”, które zafascynowało wyobraźnię widzów całego świata.

Konrad Wojnowski na przykład, uzasadniając swą tezę o performatywności katastrof na przykładzie WTC, stwierdził, że o „wyjątkowości” tej katastrofy „stanowi zakotwiczenie w uniwersum obrazów cyfrowych [wyr. — J.H.N.], prawie natychmiastowe wdarcie się do spektakularnego świata telewizyjnych relacji na żywo”, z dominującym (początkowo jedynie dostępnym dla reporterów) „obrazem płonącego budynku z odległości kilku kilometrów”<sup>20</sup>.

Natomiast zdaniem Jeana Baudrillarda, przypomnę, „akt terrorystyczny dokonany w Nowym Jorku wskrzesił obraz i wydarzenie”<sup>21</sup>. Błyskawiczna transmisja na cały świat obrazów zapadających się wież spowodowała, że obraz wzmocnił całe wydarzenie — „to raczej obraz jest pierwszy i to do niego dodaje się dreszczyk rzeczywistości. Coś w rodzaju spotęgowanej fikcji, fikcji, która przewyższa fikcję”<sup>22</sup>. I tak chyba trzeba odczytywać obecność katastrof w mediach — „pozostaje nam nade wszystko pamięć obrazów. Musimy donosić tę ciężką obciążenie, wraz z fascynacją, jaką budzą, ponieważ obrazy te, chcemy tego czy nie, są naszą sceną pierwotną”<sup>23</sup>.

Siłę telewizyjnego obrazu, który wpływa na sposób „odczuwania” współczesnie miejsca tragedii, przeanalizowała Anna Duda, która odwiedziła z grupą turystów Manhattan:

Obraz ataku na World Trade Center na trwałe wpisał się w kulturę wizualną, co zdeterminowało myślenie o nowojorskiej Strefie Zero bez względu na to, że obecnie jest to jedno z przyjemniej-

<sup>18</sup> Z. Bauer, *Terroryzm i media — dwa spektakle*, [w:] *Media audiowizualne. Podręcznik akademicki*, red. W. Godzic, Warszawa 2010, s. 218.

<sup>19</sup> Por. J. Uszyński, *Atak terrorystyczny na Amerykę — strategię widowiska informacyjnego*, [w:] *Zamach 11 września: wybór publikacji przygotowany na III Konferencję Mediów Publicznych, „Media wobec terroryzmu”*, Kraków 2002.

<sup>20</sup> K. Wojnowski, *Performatywność katastrof: WTC*, „Didaskalia” 2013, nr 115–116, s. 68.

<sup>21</sup> J. Baudrillard, *Duch terroryzmu. Requiem dla Twin Towers*, przeł. R. Lis, Warszawa 2005, s. 31.

<sup>22</sup> *Ibidem*, s. 33.

<sup>23</sup> *Ibidem*, s. 30.

szych miejsc na Dolnym Manhattanie. [...] Autentyczny wygląd Strefy Zero nie istnieje w globalnej świadomości. Miejsce Pamięci ze spokojnym parkiem dębowym to w wyobraźni turystycznej nadal walące się wieże *Twin Towers*<sup>24</sup>.

Dokładne zaprezentowanie przez autorkę procesu „zagospodarowywania” przestrzeni pokatastrofalnej ujawnia jednocześnie stopniowe przekształcanie miejsca „autentycznej” tragedii w „nieautentyczną” przestrzeń turystyczną z platformą widokową, muzeum i „niewyobrażalną komercjalizacją”.

Według Tadeusza Jagodzińskiego owe telewizyjne obrazy są przykładem narastania we współczesnych mediach info-rozrywki:

Obraz, jaki przedstawiła telewizja, bardziej przypominał film fabularny aniżeli rzeczywistość, chociaż był przeraźliwie realny [...]. Setki miliony widzów na całym świecie ślęczały przed telewizorami. I nie trzeba było specjalnie zabiegać o utrzymanie ich uwagi. Wystarczyło wycelować oko kamery na Manhattan. Kultura info-rozrywki, złaknięta szoku, sensacji i krwi, miała swój nieoczekiwany festyn<sup>25</sup>.

Z kolei Bogusław Sułkowski obrazy przemocy na ekranie telewizyjnym uznał za perfidne przynęty medialne.

Pornografią śmierci zafascynowani są sami terroryści, to oni wykonują filmową dokumentację wykonywanych egzekucji, oni pozostawili po sobie film pokazujący setki dzieci w Biesłanie, widzące przygotowania do kaźni w sali gimnastycznej. [...] Jeżeli dramat porwanych zakładników trwa dłużej niż godzinę, jak w szkole w Biesłanie, to jest pewność, iż będzie on transmitowany na żywo przez kilka stacji telewizyjnych i radiowych. Na miejscu tragedii, pod szkołą w Biesłanie pojawili się ludzie z BBC, CNN, Reuters, reporter TVN i korespondenci wojenni innych stacji<sup>26</sup>.

## Zniewolenie odbiorców pamięcią obrazów

Pojawianie się coraz większej ilości scen tragicznych, obrazów drastycznych, ostrych w programach telewizyjnych jest zjawiskiem trwałym, ale i systematycznie narastającym. Badania prowadzone w różnych krajach, w tym w Polsce, potwierdzają tę prawidłowość. Jedną z przyczyn tego stanu rzeczy jest ekspozycja przez producentów wskaźnika oglądalności jako rozstrzygającego kryterium oceny wartości emitowanego programu. „Ponieważ całkowita suma oglądalności nie może wzrosnąć — stwierdza Zygmunt Bauman — rywalizacja o widza jest grą, w której zwycięża jedna strona<sup>27</sup>”, oferująca widzowi przekaz wyrazisty i szokujący, jak na przykład ekspozycja w programach telewizyjnych relacji z miejsc dotkniętych niewyobrażalną katastrofą i ludzi ginących lub cudem ocalałych.

<sup>24</sup> A. Duda, *Turystyka szoku — między sensacją a empatią. 9/11 studium przypadku*, „Folia Turistica” 2016, nr 39, s. 245.

<sup>25</sup> T. Jagodziński, *Przekleństwo info-rozrywki*, „Znak” 2002, nr 2, s. 5–6.

<sup>26</sup> B. Sułkowski, *Przemoc i pornografia śmierci jako przynęty medialne*, Łódź 2006, s. 69.

<sup>27</sup> Z. Bauman, *op. cit.*, s. 189.

Medialna pogoń za śmiercią „na żywo” ma służyć tworzeniu specyficznego nastroju relacji<sup>28</sup>. Najważniejsze jest bowiem dostarczenie widzowi „silnych wrażeń”. Dzięki cyfrowym rejestracjom obrazów powszechne jest zatem korzystanie ze zdjęć amatorów, którzy nie tylko umieszczają swoje filmiki na YouTube, ale przesyłają je również na portale specjalnie w tym celu uruchomione przez stacje telewizyjne. Profesjonaliści zresztą też są w stałej gotowości. Po potężnym trzęsieniu ziemi w Japonii (11 marca 2011 roku) w oczekiwaniu na nadchodzącą falę tsunami ekipy telewizyjne przygotowały się do transmisji „na żywo”. Kamery podpięte pod helikoptery rejestrowały nacierające na ląd fale, wdzierające się do milionowego miasta i pochłaniające wszystko, co napotkały na swej drodze, i przekazywały obrazy zniszczenia na ekrany telewizyjne na całym globie<sup>29</sup>. I oto realne katastroficzne obrazy konkurowały w odbiorze z obrazami zapamiętanymi z filmów katastroficznych, aby dowieść prawdziwości refleksji francuskiego filozofa, „że od obrazu do jego urzeczywistnienia nie jest znów tak daleko”<sup>30</sup>. Zwróćmy uwagę na to, że najbardziej dramatyczne zdarzenia, najbardziej drastyczne ujęcia, są w każdej stacji telewizyjnej przemontowywane, otrzymują podkład muzyczny i emitowane są niczym dżingle, aż do wywołania mdłości u odbiorcy. Dla Gobana-Klasa jest to „terrorwizja”<sup>31</sup>, dla niezależnego publicysty — „disco polo dziennikarstwa”<sup>32</sup>.

Kazimierz Krzysztofek na wstępie swego eseju *Zmiksowana kultura* przytacza opowieść Amerykanki,

która oglądała przez okno swego mieszkania płonące wieże WTC i czuła, że za chwilę nie wytrzyma jej ośrodkowy układ nerwowy. Zaciągnęła więc zasłony i usiadła przed telewizorem. Na ekranie oglądała to samo, ale jakoś dziwnie się uspokoiła. Inny przekaznik niósł inny przekaz<sup>33</sup>.

<sup>28</sup> Medialną pogoń za śmiercią „na żywo” oraz formy informowania o śmierci w mediach omówił P. Majchrzak, *Media w objęciach Tanatosa*, [w:] *Ekran, mit, rzeczywistość*, red. W.J. Burszta, Warszawa 2003, s. 94–116. Porażający obraz „śmierci na żywo” obserwowali widzowie telewizji CNN 22 lutego 2012 roku — na wizji pokazano umierającego na rękach ojca dwuletniego chłopca postrzelonego w syryjskim mieście Homs. Nagranie komentowała amerykańska reporterka Marie Colvin, która sama zginęła kilka godzin później w wybuchu bomby — M. Zawadzki, *Świat patrzy na śmierć*, „Gazeta Wyborcza” 25–26.02.2012, s. 10.

<sup>29</sup> Kilka miesięcy później (28 sierpnia 2011) stacje telewizyjne transmitowały „na żywo” również atak huraganu Irene na Nowy Jork. Oba „widowiska” — japońskie tsunami i nowojorski huragan — zarówno w profesjonalnych, jak i w amatorskich zapisach, są uporządkowane i skatalogowane i w związku z tym stale dostępne na stronach internetowych, np. <http://www.google.pl/search?q=tsunami+w+Japonii+2011&hl=pl&prmd=imvns&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ei=HntbT4TtLcOC4gS91-nADw&ved=0CFYQsAQ&biw=1680&bih=853> lub [http://www.youtube.com/watch?v=6WTZVBIbInU&feature=player\\_embedded](http://www.youtube.com/watch?v=6WTZVBIbInU&feature=player_embedded) (dostęp: 30.08.2011).

<sup>30</sup> J. Baudrillard, *op. cit.*, s. 10.

<sup>31</sup> T. Goban-Klasa, *op. cit.*, s. 126.

<sup>32</sup> *Niech się święci katastrofa*, Salon24.pl, <http://lubczasopismo.salon24.pl/tsunami/podst/286527,niech-sie-swieci-katastrofa> (dostęp: 15.08.2011).

<sup>33</sup> K. Krzysztofek, *Zmiksowana kultura*, „Magazyn Sztuki” 2001, nr 28, [http://dsw.muzeum.koszalin.pl/magazynsztuki/archiwum/kewa/polityka\\_9.htm](http://dsw.muzeum.koszalin.pl/magazynsztuki/archiwum/kewa/polityka_9.htm) (dostęp: 30.08.2011).

I dalej, komentując ów syndrom zacierania granic między rzeczywistością a jej symulacją, syndrom jego zdaniem typowy dla „zmiksowanej kultury”, stwierdza wprost: „Kiedy nie bardzo można już odróżnić, co rzeczywiste, a co nadrzeczywiste, to czy nie wszystko jedno, do jakiego świata się odwoływać, realnego czy też wykreowanego w mediach?”<sup>34</sup>. A może owa Amerykanka, odgradzając się od świata realnego, siadając przed telewizorem, po prostu „włączyła” swój umysł fikcyjny i dzięki temu mogła zaakceptować oglądane obrazy?

Sądzę, że systematyczne doświadczanie przez jednostkę wizualnej przemocy w audiowizualnym świecie oznacza równoczesne funkcjonowanie procesu osłabiania przeżyć traumatycznych i stępienia wrażliwości emocjonalnej, wywoływanych początkowo przez owe obrazy. Z czasem ulegają one jakby „oswojeniu”. Po prostu potrafimy więcej zobaczyć i coraz dłużej śledzić wzrokiem ekran, starając się jednocześnie dystansować od emitowanych obrazów.

Wpływ przemocy medialnej i wirtualnej na zachowania przestępcze młodzieży przeanalizowała Mirosława Skawińska, która dowiodła, że „oswojenie obrazów” nie tylko prowadzi do „zmniejszenia wrażliwości widza na prezentowaną przemoc”, lecz także oznacza „niedocenianie realizmu zagrożenia jej oddziaływaniem” oraz „bagatelizowania jej szkodliwości dla rozwoju osobowego widza i jego wzorów zachowań”<sup>35</sup>. Jednym ze zjawisk wyzwalających taki proces „zniewolenia” odbiorców przez obrazy medialne jest powtarzanie przez telewizję tych samych zdjęć filmowych jako wizualnej oprawy do różnych informacji, zwłaszcza związanych z działaniami wojennymi. Widz rozpoznaje obrazy, ale te same zdjęcia służą już innym kontekstom. Tym samym „pokazana na ekranie przemoc traci dramatyzm autentycznego przekazu, obraz zaczyna się odnosić bardziej do samego siebie niż do tego, co przedstawia”<sup>36</sup>.

Po 11 września 2001 roku rola telewizji znacząco wzrosła, ponieważ w fazie Wojny Nowego Typu — pisanej przez Umberto Eco od dużych liter — nie ma jednego frontu (nie ma konfrontacji terytorialnej), a wróg znajduje się na naszym zapleczu, co więcej

mass media, krytykując go [bin Ladena — J.H.N.] stały się najlepszym sojusznikiem ben Ladena, który dzięki nim wygrał pierwszą rundę. Z drugiej strony, również próby ocenzurowania komunikatów, które ben Laden wysyłał za pośrednictwem Al.-Dżaziry, okazały się praktycznie porażką. Globalna sieć informacji była silniejsza od Pentagonu, a więc powracała znów podstawowa zasada Wojny Nowego Typu, a mianowicie, że wróg przemawia do ciebie w twoim domu [wyr. — J.H.N.]<sup>37</sup>.

<sup>34</sup> *Ibidem*.

<sup>35</sup> M. Skawińska, *Edukacja medialna w świecie globalnym. Wpływ przemocy medialnej i wirtualnej na zachowania przestępcze młodzieży*, [w:] *Współczesne oblicza mediów*, red. J. Marszałek-Kawa, Toruń 2005, s. 145–146.

<sup>36</sup> M. Jazdon, *Obrazy przemocy w telewizyjnych serwisach informacyjnych*, [w:] *Przemoc na ekranie*, red. M. Hendrykowska, M. Hendrykowski, Poznań 2001, s. 202.

<sup>37</sup> U. Eco, *Kilka uwag na temat wojny i pokoju*, przeł. J. Ugniewska, [w:] *idem, Rakiem. Gorąca wojna i populizm mediów*, przeł. J. Ugniewska, K. Żaboklicki, A. Wasilewska, Warszawa 2007, s. 23.



Według W.J.T. Mitchella „potencjał tych obrazów [ataku na WTC — J.H.N.] nie wiąże się jedynie z ich aktualnością czy popularnością tematów, lecz również tym, że są one tajemnicami i omenami, zwiastunami niepewnej przyszłości”<sup>38</sup>. Warto też wrócić uwagę, że po 11 września 2001 roku, co udowodnił Stuart Allan, gwałtownie rozwija się dziennikarstwo amatorskie (indywidualne, obywatelskie). Wzrosło bowiem zapotrzebowanie na „wiarygodną” informację, pojawiły się „relacje naocznych świadków, amatorskie fotografie, a nawet filmy wideo [...] internet rozbrzmiewał głosami mieszkańców Nowego Jorku i Waszyngtonu opowiadających, co naprawdę się zdarzyło”, blogi obfitowały w fotografie, a jednocześnie „stawały się wielogłosową wieżą Babel, reakcją na wołanie o media, które robiłyby coś naprawdę wartościowego”<sup>39</sup>.

## Tabloidyzacja dziennikarzy

W procesie tabloidyzacji mediów i ekspansji wizualności kształtuje się równocześnie nowy typ dziennikarza zainteresowanego sensacją oraz skłonny do korzystania z niezweryfikowanych informacji (pogłosek) funkcjonujących w obiegu potocznym. „Czy można myśleć w biegu?” — pyta retorycznie Bourdieu, starając się sprecyzować postawy dziennikarzy. „Jak udaje im się myśleć w warunkach, w których nikt już nie myśli? [...] Telewizja uprzywilejowuje *fast thinkers* proponujących kulturowy *fast-food* — już przetrawiony i prze-myślany kulturowy pokarm”<sup>40</sup>.

Warto także — za Zbigniewem Bauerem — zwrócić uwagę i na to, że dziennikarz coraz rzadziej jest świadkiem zdarzeń, o których informuje, staje się

dosłownie rozumianym „medium” przekazującym relacje świadków rzeczywistych, niekiedy zupełnie mu nieznanymi, bo oddalonych odeń o tysiące mil. W naturalny sposób pojawiały się więc pytania o wiarygodność takich zapośredniczonych relacji i w równie naturalny sposób zjawiały się również odpowiedzi na podobne wątpliwości — prawdziwe stawało się to, co za prawdziwe uznali odbiorcy<sup>41</sup>.

Dodatkowo podnosi to rangę audytorium, do którego adresowane są przekazywane treści, oraz uzasadniania potrzebę wnikliwej analizy procesu odbioru tychże treści.

<sup>38</sup> W.J.T. Mitchell, *Czego chcą obrazy? Pragnienia przedstawień, życie i miłość obrazów*, przeł. Ł. Zaremba, Warszawa 2013, s. 49.

<sup>39</sup> S. Allan, *Newsy w sieci. Internet i dziennikarstwo*, przeł. A. Sadza, Kraków 2008, s. 69–71.

<sup>40</sup> P. Bourdieu, *op. cit.*, s. 56–57. W rozumieniu autora *fast thinkers* to „szybcy” myśliciele, myślący komunałami, dysponujący listami stałych, dyspozycyjnych rozmówców.

<sup>41</sup> Z. Bauer, *Dziennikarstwo wobec nowych mediów. Historia. Teoria. Praktyka*, Kraków 2009, s. 178.

Dziennikarze, jak wiadomo, eksponują informacje, które można wzbogacić obrazem, niekoniecznie bezpośrednio pochodzącym z miejsca zdarzenia.

Dołączony *ad hoc* materiał filmowy — nienależący bezpośrednio do relacjonowanego wydarzenia — służy wówczas [jak to określił Marek Hendrykowski — J.H.N.] jako wypełniacz i wata informacyjna, aby adresat nie zauważył braku ilustracji. Odpowiedzialność za słowo nie kończy się na nim samym, obejmuje swym zakresem również obraz<sup>42</sup>.

Powtórzmy, dziennikarz jest także odpowiedzialny za obraz, którym wzbogaca własne relacje. Ekspansja wizualności we współczesnych mediach, co jest przedmiotem mojej refleksji, prowadzi w efekcie do powstawania „obrazowej sfery publicznej”<sup>43</sup>. Sam proces jej tworzenia wymaga od widzów skomplikowanego „oswajania” obrazów i negocjowania ich znaczeń. W efekcie konkretna zbiorowość (audytorium telewizyjne) jest jednocześnie nosicielem „wspólnoty wyobrażeń” (wyobrażonej)<sup>44</sup>.

Warto też zwrócić uwagę na celowe kształtowanie przez media u odbiorców postawy „współuczestnictwa” w różnych wydarzeniach, promowania strategii „widza-reportera”, zachęcania do przesyłania relacji z ważnych wydarzeń. Dzięki cyfrowym rejestracjom obrazów amatorzy przesyłają zdjęcia i filmiki na portale specjalnie w tym celu uruchomione przez stacje telewizyjne (na przykład *Kontakt24* utworzony przez TVN), które często nie tylko są potem wykorzystywane w profesjonalnych serwisach informacyjnych, ale inspirują zawodowych dziennikarzy do uzupełnienia zdjęć komentarzami. Te filmowe amatorskie relacje *Reporterów24*, archiwizowane na stronach internetowych, tworzą swoiste obrazowe serie z prostymi, często emocjonalnymi komentarzami. Oto przykłady z wiosny 2018 roku: pożary, wypadki samochodowe, wykolejone pociągi, anomalia pogodowe, ulewy, gradobicie, wiry powietrzne („Uciekliśmy do domu. Było jak w filmie”) i przede wszystkim zawalenie się kamienicy w Poznaniu — katastrofa, która ciągle obrasta kryminalnymi doniesieniami o sprawcy tragedii<sup>45</sup>.

## Podsumowanie

Audiowizualność współczesnej kultury zdecydowała o pojawieniu się nowej formuły poznawania świata — doświadczenia zapośredniczonego. Tym samym w znaczący sposób wzrosła rola i znaczenie sposobu odbioru przekazywanych treści oraz

<sup>42</sup> M. Hendrykowski, *News. Antropologia. (Po)etyka. Kultura*, Poznań 2016, s. 147.

<sup>43</sup> Pojęcie wprowadzone przez T. Gobana-Klasa, *Media i dziennikarstwo w społeczeństwie spektaklu*, „Przyszłość. Świat–Europa–Polska” 2012, nr 1, s. 27–44.

<sup>44</sup> Por. „mediaobrazy” w rozumieniu A. Appadurai’a, *Nowoczesność bez granic. Kulturowe wymiary globalizacji*, Kraków 2005, s. 55.

<sup>45</sup> Adres witryny: <http://kontakt24.tvn24.pl>.

mechanizmów ich interpretacji i rozumienia. Kulturowe wyznaczniki postrzegania i interpretowania treści polegają głównie na ich indygenizacji, czyli nadawaniu sensu globalnym treściom przez „sprowadzanie” ich do zrozumiałego, „oswojonego” obrazu (wizji) świata. Proces ten polega również na popularyzowaniu w bezpośrednim obiegu treści przekazywanych przez *mass media*, interpretowaniu obrazów oraz idei — i jako taki staje się czymś naturalnym. Zjawisko dwustopniowego przepływu informacji (*two-step-flow*) szczególnie widoczne jest w trakcie przekazywania informacji społecznie ważnych oraz atrakcyjnych obrazów inspirujących wyobraźnię. Rodzi się wówczas potrzeba pogłębienia informacji, przedyskutowania jej z innymi, uzgodnienia sposobu jej oceny i interpretacji, osadzenia w znanej (oswojonej) tradycji. Z tego też względu odbierane (przyjmowane, akceptowane lub odrzucane, negowane) treści i obrazy przekazywane przez media służą „wytwarzaniu lokalności” i uzyskują wyraźne środowiskowe zróżnicowanie. W efekcie owego procesu (indygenizacji) cała obserwowana (analizowana) zbiorowość dysponuje nie tylko wspólnotą informacyjną, lecz także wspólnotą wyobraźni.

Nowy wymiar zmysłowego doświadczania przez jednostkę rzeczywistości, tak zwane doświadczenie zapośredniczone (*mediated experience*), polega — jak to określił Anthony Giddens — między innymi na „wtargnięciu odległych wydarzeń do sfery codziennych doświadczeń”, zdarzeń, o których może nigdy byśmy nie wiedzieli, gdyby nie ich medialna wizualizacja:

Jednostka może odbierać wiele relacjonowanych w programach informacyjnych wydarzeń jako zewnętrzne i odległe, ale wiele innych może też regularnie wpływać na jej codzienne czynności. Towarzyszące doświadczeniu zapośredniczonemu wrażenie swojskości może odpowiadać za powszechne poczucie „odwrócenia porządków”, gdy napotkany rzeczywisty przedmiot lub wydarzenie wydają się mniej realne niż ich medialne przedstawienie. Co więcej, liczne doświadczenia, które w życiu są rzadkością (jak na przykład bezpośredni kontakt ze śmiercią i umierającymi), są regułą na poziomie przedstawień medialnych, podczas gdy rzeczywiste zetknięcie z samymi zjawiskami jest psychologicznie trudne. [...] W sumie w warunkach nowoczesności środki przekazu nie tyle odzwierciedlają rzeczywiste zdarzenia, ile częściej je tworzą<sup>46</sup>.

Ekspansja wizualności we współczesnych mediach skutecznie narzuca zatem sposób postrzegania rzeczywistości. Nie oznacza to jednak, że gotowa jestem zaakceptować diagnozę współczesnego *homo videns* w interpretacji Giovanniego Sartoriego i uznać wszystkich telewidzów i użytkowników internetu za ludzi „gnuśnych umysłowo, rozmiękczonech przez bierne patrzenie”<sup>47</sup>. Co nie zmienia faktu, że telewizja ma znaczący wpływ na sposób postrzegania, rozumienia i oceny rzeczywistości przez sporą grupę współczesnego audytorium telewizyjnego i znaczącą grupę użytkowników internetu.

<sup>46</sup> A. Giddens, *Nowoczesność i tożsamość. „Ja” i społeczeństwo w epoce późnej nowoczesności*, przeł. A. Szulżycka, Warszawa 2007, s. 38–39.

<sup>47</sup> G. Sartori, *op. cit.*, s. 19.

## Bibliografia

- Allan S., *Newsy w sieci. Internet i dziennikarstwo*, przeł. A. Sadza, Kraków 2008.
- Appadurai A., *Nowoczesność bez granic. Kulturowe wymiary globalizacji*, przeł. Z. Pucek, Kraków 2005.
- Baudrillard J., *Duch terroryzmu. Requiem dla Twin Towers*, przeł. R. Lis, Warszawa 2005.
- Bauer Z., *Dziennikarstwo wobec nowych mediów. Historia. Teoria. Praktyka*, Kraków 2009.
- Bauer Z., *Terroryzm i media — dwa spektakle*, [w:] *Media audiowizualne. Podręcznik akademicki*, red. W. Godzic, Warszawa 2010, s. 207–236.
- Bauman Z., *Spółczesność w stanie obłąkania*, przeł. J. Margański, Warszawa 2006.
- Bourdieu P., *O telewizji. Panowanie dziennikarstwa*, przeł. K. Sztandar-Sztanderska, A. Ziółkowska, Warszawa 2009.
- Dayan D., Katz E., *Wydarzenia medialne. Historia transmitowana na żywo*, przeł. A. Sawisz, Warszawa 2008.
- Duda A., *Turystyka szoku — między sensacją a empatią. 9/11 studium przypadku*, „Folia Turistica” 2016, nr 39, s. 241–260.
- Eco U., *Kilka uwag na temat wojny i pokoju*, przeł. J. Ugniewska, [w:] *idem, Rakiem. Gorąca wojna i populizm mediów*, przeł. J. Ugniewska, K. Zaboklicki, A. Wasilewska, Warszawa 2007, s. 13–35.
- Eco U., *Przejrzystość utracona*, przeł. P. Salwa, [w:] *idem, Semiologia życia codziennego*, przeł. J. Ugniewska, P. Salwa, Warszawa 1966, s. 174–199.
- Giddens A., *Nowoczesność i tożsamość. „Ja” i społeczeństwo w epoce późnej nowoczesności*, przeł. A. Szulżycka, Warszawa 2007.
- Goban-Klas T., *Media i dziennikarstwo w społeczeństwie spektaklu*, „Przyszłość. Świat–Europa–Polska” 2012, nr 1, s. 27–44.
- Goban-Klas T., *Media i terroryści. Czy zastrasza nas na śmierć?*, Kraków 2009.
- Hendrykowski M., *News. Antropologia. (Po)etyka. Kultura*, Poznań 2016.
- Hendrykowski M., *Semiotyka ruchomych obrazów*, Poznań 2014.
- Jagodziński T., *Przekleństwo info-rozrywki*, „Znak” 2002, nr 2, s. 5–12.
- Jazdon M., *Obrazy przemocy w telewizyjnych serwisach informacyjnych*, [w:] *Przemoc na ekranie*, red. M. Hendrykowska, M. Hendrykowski, Poznań 2001, s. 193–204.
- Kociuba M., *Między poznaniem obrazowym a pojęciowym*, [w:] *Człowiek wobec uniwersum. Księga jubileuszowa z okazji 75. rocznicy urodzin Pana Profesora Mariana Filipiaka*, red. A. Biała, M. Gwozda, J. Kociuba, E. Krawczak, U. Kusio, Lublin 2010, s. 239–250.
- Krzysztofek K., *Zmiksowana kultura*, „Magazyn Sztuki” 2001, nr 28, [http://dsw.muzeum.koszalin.pl/magazynsztuki/archiwum/lewa/polityka\\_9.htm](http://dsw.muzeum.koszalin.pl/magazynsztuki/archiwum/lewa/polityka_9.htm) (dostęp: 30.08.2011).
- Majchrzak P., *Media w objęciach Tanatosa*, [w:] *Ekran, mit, rzeczywistość*, red. W.J. Burszta, Warszawa 2003, s. 94–116.
- Mitchell W.J., *Czego chcą obrazy? Pragnienia przedstawić, życie i miłość obrazów*, przeł. Ł. Zaremba, Warszawa 2013.
- Mrozowski M., *Media i polityka. Demokracja czy mediokracja?*, [w:] *Media audiowizualne. Podręcznik akademicki*, red. W. Godzic, Warszawa 2010, s. 266–296.
- Niech się święci katastrofa*, Salon24.pl, <http://lubczasopismo.salon24.pl/tsunami/podst/286527,niech-sie-swieci-katastrofa> (dostęp: 15.08.2011).
- Olechnicki K., *Uwagi o kulturze w ujęciu socjologiczno-antropologicznym*, „Dyskurs. Pismo Naukowo-Artystyczne ASP” 16, 2013, s. 6–15.
- Postman N., *Zabawić się na śmierć. Dyskurs publiczny w epoce show-businessu*, przeł. L. Niedzielski, Warszawa 2002.
- Sartori G., *Homo videns. Telewizja i post-myślenie*, przeł. J. Uszyński, Warszawa 2005.

- Skawińska M., *Edukacja medialna w świecie globalnym. Wpływ przemocy medialnej i wirtualnej na zachowania przestępcze młodzieży*, [w:] *Współczesne oblicza mediów*, red. J. Marszałek-Kawa, Toruń 2005, s. 134–149.
- Sulima R., *Album „cieni”. Słowo i fotografia w kulturze ludowej*, [w:] *idem, Słowo i etos. Szkice o kulturze*, Kraków 1992, s. 115–126.
- Sułkowski B., *Przemoc i pornografia śmierci jako przynęty medialne*, Łódź 2006.
- Uszyński J., *Atak terrorystyczny na Amerykę — strategię widowiska informacyjnego*, [w:] *Zamach 11 września: wybór publikacji przygotowany na III Konferencję Mediów Publicznych, „Media wobec terroryzmu”*, Kraków 2002.
- Vorbrich R., *Czy „patrzeć” oznacza zawsze „widzieć”. Eksperyment w antropologii wizualnej*, [w:] *Obrazy kultur*, red. R. Vorbrich, G. Pełczyński, Poznań 2007, s. 71–86.
- Wojnowski K., *Performatywność katastrof: WTC*, „Didaskalia” 2013, nr 115–116, s. 67–72.
- Zawadzki M., *Świat patrzy na śmierć*, „Gazeta Wyborcza” 25–26.02.2012, s. 10.