

Marian Golka

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

Czy można ukryć się przed kulturą medialną?

STRESZCZENIE W artykule najpierw przywołano rozważania dotyczące enklaw, które mogą być oceniane pozytywnie – czyli takich, które są rodzajem „zamknięcia przed”. Następnie przypomniano najważniejsze sprawy dotyczące rozumienia kultury masowej, internetu oraz innych elektronicznych urządzeń współtworzących dzisiejszą kulturę medialną. Przede wszystkim jednak rozważany jest problem, czy w cywilizacji współczesnej, choćby potencjalnie, możliwe jest pełne odizolowanie się od tej medialnej kultury. W konkluzji stwierdzono, że niestety taka izolacja, gdyby miała być pełna i konsekwentna, praktycznie nie jest możliwa.

SŁOWA KLUCZOWE KULTURA,
MEDIA, UZALEŻNIENIE,
WOLNOŚĆ, IZOLACJA,
ENKLAWA

Trudno stwierdzić, czy są ludzie pragnący ukryć się przed oddziaływaniem mediów. Zapewne można takich znaleźć, chociaż prawdopodobnie jest ich niewielu. Inni może niekiedy marzą o ukryciu się przed mediami, lecz zazwyczaj poddają się ich wpływowi. Jeszcze inni nawet nie wyobrażają sobie takiej sytuacji, gdyż albo polubili tę medialną kulturę, albo ona sama wmówiła im, że nie mają alternatywy. Zresztą to wszystko nie jest akurat najważniejsze. Istotniejszym problemem jest bowiem

kwestia czy w ogóle, choćby potencjalnie, w cywilizacji współczesnej jest możliwe odizolowanie się od tej kultury. I temu właśnie problemowi poświęcono artykuł. Na początku należy jednak przywołać kilka teoretycznych założeń, które dotyczą pojmowania enklaw; potem krótko przywołam rozumienie kultury medialnej, by przejść do refleksji dotyczącej podjętego problemu.

Pojmowanie enklaw

Enklawy kojarzą się z zamknięciem¹. Jak zaś kojarzy się nam zamknięcie? Otóż łatwo rozróżnić dwa rodzaje zamknięcia i – tym samym – dwa rodzaje enklaw. Jedno, to nasze zamknięcie przed kimś czy przed czymś. Takie zamknięcie chroni nas, daje nam poczucie bezpieczeństwa, a nawet błogości. Tego rodzaju enklawy są w dużym stopniu synonimem azylu. Drugie znaczenie to zamknięcie nas przez kogoś lub przez coś. To zamknięcie jest naszym zniewoleniem, odebraniem nam podmiotowości, a niekiedy nawet możliwości funkcjonowania. Jak łatwo dostrzec, jedno zamknięcie ma – z punktu widzenia danej osoby czy grupy – wymiar pozytywny, drugie zaś negatywny; jedno jest pożądane, drugie może być przekleństwem. W skrócie można je nazywać „zamknięciem przed” (dotyczy to enklaw pozytywnych) oraz „zamknięciem przez” (co dotyczy enklaw negatywnych). Zasadniczym kryterium oceny społecznych enklaw i stosunku do nich jest poczucie stopnia wolności *versus* przymusu w ich kreowaniu.

Prawdopodobnie nie ma nigdy pełnego i jednoznacznego „zamknięcia przed” i pełnego „zamknięcia przez”. Zawsze są jakieś pęknięcia, luki, prześwity, wyjścia. W najbezpieczniejszych i najbardziej prywatnych azylach pojawić się mogą zewnętrzne ingerencje, a przynajmniej wścibstwo zakłócające pełne odczuwanie intymności i wolności. Także we wszelkich formach zniewolenia jednostki starają się uratować resztki swej godności, prywatności, wolności wewnętrznej. Oczywiście te pośrednie przypadki nie zmieniają zasadniczej opozycyjności dwu rodzajów zamknięcia i enklaw.

Skoro definiujemy enklawy przez takie czy inne sposoby „zamknięcia”, warto przez moment zastanowić się nad ontycznym charakterem owego zamknięcia i granic, które tworzą enklawy. Mamy tu do czynienia z dużą różnorodnością. Wszak zamknięcia i granice enklaw mogą mieć, po pierwsze, charakter fizyczny (np. mury, rzeki, wyspy, ściany domów, przepierzenia, płoty ogrodzeń). Po drugie, mogą mieć charakter konwencjonalny (tak jak umowne są granice państw, regionów, miast czy dzielnic). Po trzecie, mogą mieć charakter społeczny (przynależność do takiej a nie innej kategorii społecznej, miejsce w strukturze władzy, poczucie interesu, prestiż i status społeczny itp.). Po czwarte, zamknięcia i granice mogą mieć charakter kulturowy (taki a nie inny ubiór, język, wyznawana religia). Wreszcie, po piąte, mogą mieć one charakter czysto psychiczny (zinternalizowane wzory zachowań, poczucie wyniosłości czy – przeciwnie – poczucie deprywacji, obawa czy wstręt przed znalezieniem się w danej enklawie czy – w innym przypadku – poza nią). Nie trzeba dodawać, że najczęściej te formy mieszają się, a widoczne i niewidoczne aspekty enklaw dopełniają się. W tym tekście interesować nas będą dwa ostatnie aspekty – kulturowy i psychiczny.

Ogólnie można więc powiedzieć, że enklawy to swoiste mikrokosmosy w makrokosmosie społecznym, a sam ów makrokosmos ma budowę niejednorodną, nie izomorficzną, a przy tym nieco chaotyczną. Wynika to z wieloaspektowości enklaw, różnego charakteru ich granic, różnej wielkości.

¹ Wykorzystuję tu niewielkie fragmenty moich wcześniejszych tekstów: M. Golka, *Mała ontologia enklaw*, w: *Enklawy życia społecznego*, red. L. Goldyka, I. Machaj, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2007, s. 25 i n.; M. Golka, *Imiona wielokulturowości* (rozdział pt. *Zakamarki enklaw*), Warszawskie Wydawnictwo Literackie Muza, Warszawa 2010, s. 242 i n.

Bierzemy tutaj pod uwagę pozytywne skojarzenia związane z enklawami. Takie enklawy to sfery bezpieczne, a przynajmniej kojarzone z poczuciem bezpieczeństwa; to obszary intymne, bliskie, znane, spokojne. W tym rozumieniu enklawami są nasze własne grupy społeczne, nasi bliscy, nasze domy czy mieszkania (a w nich ulubione fotele z lampą obok), nasze ogrody, kluby. Słowem, wszystko to, co jest przez dane podmioty uznawane, a nawet wykreowane na użytek własnej wolności, a przynajmniej jej poczucia. To nasz prywatny świat.

Problemem tutaj podjętym jest pytanie o to, czy w takim prywatnym świecie można się zamknąć przed oddziaływaniem kultury medialnej.

Kultura medialna

By dojsć do określenia kultury medialnej, zacznę od uwag na temat kultury masowej².

Obecnie prawdopodobnie większość osób powyżej dwudziestego roku życia najwięcej wolnego czasu spędza przed telewizorami (zazwyczaj jest to tak powszechne zachowanie, że ludzie nie mają świadomości, iż dzieje się to właśnie w wolnym czasie). Dużo czasu upływa też ludziom na słuchaniu radia lub muzyki z wszelkich odtwarzaczy. Dość często ludzie też czytują (czy choćby przeglądają) ilustrowane czasopisma. To jest aura kulturowa, w której żyje większość współczesnych ludzi. Tam powstają ich marzenia, tęsknoty, nadzieje; tam umiejscowione są ich fikcyjne „grupy odniesienia” (z nader realnym jednak oddziaływaniem!). Zauważamy przy tym, że w pewnym stopniu zmienia się to wszystko pod wpływem internetu, który skądinąd staje się całym światem dla wielu ludzi, szczególnie młodych.

Biorąc pod uwagę sugestie różnych autorów, można przyjąć, że kultura masowa to treści przekazywane za pomocą technicznych środków masowego przekazu (prasy, radia i telewizji), które cechują się, z jednej strony, dużym scentralizowaniem procesu nadawania i, z drugiej strony, dużym rozproszeniem bardzo licznych i różnorodnych odbiorców.

Trzeba wyraźnie podkreślić, że nie należy całkowicie utożsamiać kultury masowej i kultury popularnej. Choć te pojęcia, a właściwie określane przez nie zjawiska społeczno-kulturowe wiele łączy, to jednocześnie wiele dzieli. Tak więc częściowo nakładają się one na siebie, a częściowo krzyżują. To, co je łączy, to duża liczba odbiorców, choć w obu formach może być ona różna. To, co dzieli te pojęcia, to mechanizm funkcjonowania kultury i komunikowania – w kulturze masowej jest on z natury rzeczy oparty na technicznych środkach przekazu, zaś w kulturze popularnej może przejawiać się kontakt bezpośredni.

Kulturę popularną można określić jako treści, które – niezależnie od środka przekazu – są łatwe w odbiorze, często bardzo skonwencjonalizowane oraz zawierające wyraźne elementy zabawowe i, tym samym, przyciągające liczną publiczność.

Kultura masowa zdefiniowana jest więc przez charakter przekazu: obejmuje wszystko to, co jest publikowane, nadawane przez prasę wysokonakładową, przez radio, częściowo także przez kinematografię, a przede wszystkim przez telewizję (lecz już nie przez internet).

Kultura popularna zdefiniowana jest raczej przez cechy treści przekazu: obejmuje zarówno te przejawy kultury masowej, które budzą zainteresowanie licznych odbiorców (oczywiście z pominięciem treści bardziej wyrafinowanych, interesujących niewielu odbiorców), jak i – przede wszystkim – przejawy kultury ludycznej funkcjonującej poza środkami masowego przekazu (festyny, mecze, pokazy jarmarczne, odpusty itp.).

Nieco inaczej jawi się internet i jego oddziaływanie. Choć jest i będzie coraz powszechniejszy, to nie można nazwać go medium masowym w sensie socjologicznym, gdyż

² Wykorzystuję tu niewielkie fragmenty mej książki: M. Golka, *Socjologia kultury*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2013, s. 171 i n.

wymaga i animuje większą aktywność odbiorców-nadawców, a także powszechność reakcji zwrotnej. Nie zmienia to jednak faktu, że jest to nader techniczny środek porozumienia. Tym bardziej, że oprócz licznych i niezwykłych własnych możliwości, inkorporuje dawne media: prasę, radio i telewizję, których odbiór w każdych okolicznościach umożliwiają wszechobecne aplikacje i rozliczne laptopy, smartfony, tablety oraz inne zminiaturyzowane a wszechstronne media przenośne.

Choć funkcjonowanie internetu (i wszystkich mobilnych cyfrowych urządzeń) różni się od klasycznej radiowej i telewizyjnej kultury masowej, to razem – z braku bardziej wyrafinowanego określenia – można je zaliczyć do kultury medialnej.

Kultura medialna miała i ma wielu komentatorów, którzy przy okazji swoistej jej wiwisekcji dokonali ogromnego dzieła zbiorowego, na który składa się opis z najczęściej wskazywanymi cechami: stechnicyzowaniem przekazu, ogromną liczbą uczestników, brakiem kulturowej autonomii, dominacją atrakcyjności w jej treściach i przekazach, zmianami w procesie twórczym, wytwarzaniem systemu zjawisk projekcji i identyfikacji oraz nieokreślonym związkiem z rzeczywistością.

Ogromna liczba uczestników kultury medialnej jest nieporównywalna z jakimikolwiek innymi wcześniejszymi i dzisiejszymi przejawami komunikowania i kultury. Oczywiście, poszczególne treści programowe (rozrywkowe, informacyjne, popularno-naukowe czy artystyczne) różnią się pod względem liczby zainteresowanych nimi odbiorców. Zawsze jednak są to liczby olbrzymie. Prawdopodobnie za życia Leonardo da Vinci jego obraz mogło obejrzeć kilka tysięcy osób; tymczasem wideoklip popularnej piosenkarki lub piosenkarza tylko w ciągu jednego tygodnia może obejrzeć kilkaset milionów osób (nieważne: w telewizji czy w internecie). Dążeniem nadawców kultury medialnej jest zdobycie odbiorcy światowego. I niektóre programy (np. transmisja z uroczystości otwarcia czy zamknięcia Igrzysk Olimpijskich) potrafią przykuć uwagę ok. 4 miliardów widzów. Trudno się więc dziwić, że jedną z cech kultury medialnej jest swoisty planetaryzm i kosmopolityzm, bowiem tylko to, co zawiera treści uniwersalne, a przy tym łatwe w odbiorze, może osiągnąć najwyższą popularność.

Kultura medialna jest źródłem rozpowszechniania się wzorów konsumpcji i pragnień, wzorów zachowań i stylów życia. I co ważne – dotyczy to nie tylko reklamy, która z założenia pełni taką funkcję, ale też wielu innych programów, a szczególnie filmów fabularnych, seriali telewizyjnych, *talk-show* itp. Sposób ubierania się i zachowania, typ uczesania i makijażu, używane meble i samochody, nawet sposób wysławiania się i powitania, stają się systemem odniesienia i, najczęściej, pragnień. Stają się też swoistą nową rzeczywistością, gdy zostają przyjęte i stosowane. Jest też kultura medialna źródłem większości mitów współczesnych, a przede wszystkim mitu wolności, miłości, sukcesu, szczęścia.

Formułowano wiele różnych, często bardzo wyrazistych zarzutów wobec kultury medialnej, którą uważa się za instrument manipulacji politycznej, ekonomicznej; która wpływa na bierną postawę wobec życia; na brak wiary odbiorców w cokolwiek; stępią wrażliwość odbiorców; jest trywialna i ogranicza życie wewnętrzne; zniekształca obraz rzeczywistości; zrywa związki z przestrzenią i z czasem; wpływa negatywnie na dzieci; nie troszczy się o dobro publiczne, a jedynie o rozrywkę odbiorców. Niektóre z tych zarzutów bardziej dotyczą telewizji, inne bardziej internetu, a jeszcze inne obu tych mediów.

„Wchodzenie w życie” wielu dzieci żyjących w cywilizacji współczesnej dokonuje się nie poprzez kontakt z rodzicami czy rówieśnikami, nawet nie przez kontakt z rzeczywistością, tylko właśnie poprzez kontakt z telewizją lub, coraz częściej, z internetem. Dla wielu z nich to wszystko stało się nową „rzeczywistością”. Jest to w dużym stopniu świat nieprawdziwy, wykreowany, sztuczny – choć jego sztuczności już się nie dostrzega. W wielu rodzinach „nie

żyje się”, nie rozmawia, nie współdziała, nie spaceruje – tylko namiętnie ogląda telewizję lub przesiaduje przed monitorem komputera. Gdy teledania przerodziła się w internetoholizm, owo sztuczne życie zmieniło się pozornie, pozostając nadal życiem mało realnym. Zarzuty te skądinąd mogą być przejawem nostalgii za przeszłością, poczucia jakiegoś arystokratyzmu czy nawet swoistej pogardy wobec mas, ale mogą być też wyrazem uzasadnionego, choć w istocie bezradnego niepokoju. I choć nie ma sensu ich ciągle rozpatrywanie, to zastanowić się należy, czy jest możliwe uchronienie się przed ich oddziaływaniem poprzez jakąś postać *désintéressement*. Uprzedzając dalsze wywody można stwierdzić, że praktycznie jest to niemożliwe.

Przypomniano powyżej kilka gorzkich, ale uzasadnionych opinii na temat kultury medialnej. Równie zasadnie można też wymienić kilka pozytywnych cech i funkcji tej kultury: popularność może być kryterium pozytywnym; dzięki niej następuje demokratyzacja odbioru tzw. kultury wyższej; spełnia działania edukacyjne i dydaktyczne; wypełnia lukę po kulturze ludowej; jest czynnikiem integracji społecznej; jest odpowiedzią na alienację dnia codziennego. Do dyskusji pozostawić należy, czy te zalety równoważą wcześniej wspomniane zarzuty.

Kultura medialna tak bardzo przeniknęła w życie członków cywilizacji współczesnej, a jednocześnie to życie tak wrosło w kulturę medialną, że trudno wyobrazić sobie, iż tej symbiozy może nie być. Dostrzegają to wszyscy ci, którzy z jakiegoś powodu (np. wakacji) znajdują się poza zasięgiem (choć jest to nader trudne) oddziaływania prasy, radia, telewizji czy internetu. Większość odczuwa to jako brak niemal uniemożliwiający im normalne funkcjonowanie. Kończąc próbę obrony kultury medialnej, zauważmy więc, że znaczące usprawiedliwienie tkwi w samym fakcie jej powszechnego istnienia. Tu pojawia się istotna filozoficzna i moralna kwestia dotycząca tego, jak oceniać rzeczywistość – a w tym tak złożone i rozległe zjawisko społeczno-kulturowe, jakim jest kultura medialna – czy można się na nią „obrazić”, totalnie krytykować i odrzucić? Czy można odpowiedzialnie stwierdzić, że jest ona czymś niepotrzebnym, złym, wręcz szkodliwym? Nie ma w tym względzie kategorycznych odpowiedzi. Kulturę medialną wytworzyły takie a nie inne uwarunkowania i na swój sposób „musi ona istnieć”. Stanowi ona jakąś odpowiedź na wiele ważnych potrzeb człowieka żyjącego w nowoczesności (tym bardziej tzw. późnej nowoczesności) i nie da się temu faktowi zaprzeczyć. Nie można jednoznacznie stwierdzić, czy jest ona przekleństwem, czy dobrodziejstwem cywilizacji współczesnej. Jest pewnie po trosze tym i tym – jak wiele innych zjawisk społeczno-kulturowych.

Mimo tej ambiwalencji, mimo że są ogromne różnice w formach funkcjonowania i odbioru np. telewizji i internetu, warto zastanowić się, jakie są szanse uniknięcia oddziaływania tej mediatyzowanej kultury – szczególnie, gdy ktoś uzna, że w jej ocenie jednak przeważają negatywne cechy, przed którymi należy się bronić. Tym bardziej, że do niemal każdego przekazu, ba – do niemal każdego elementu cywilizacji współczesnej przyczepiona jest, jak siostra syjamska – reklama, zazwyczaj bagatelizowana i pomijana, jednak często w poczuciu bezsilności – w niechciany sposób odbierana.

Uzależnienie czy zniewolenie?

Socjologowie dobrze wiedzą, że nie ma ludzi „przeciętnych”, „zwykłych”, „typowych” czy „normalnych”. Wyobraźmy jednak sobie jakiegoś mieszkańca Europy, mającego ponad dwadzieścia lat, studiującego czy pracującego, w miarę zdrowego, bywającego zarówno w mieszkaniu, jak i poza nim, przejawiającego jakieś formy uczestnictwa społecznego oraz refleksyjnego. Spróbujmy zrekonstruować jeden dzień życia takiego człowieka (kiedyś podobną rekonstrukcję przeprowadził Ralph Linton zwracając uwagę na przejawy dyfuzji

kulturowej, w której chcąc nie chcąc na co dzień uczestniczy „typowy” Amerykanin). Należy jednak uprzedzić, że ten zwykły bohater poniższej opowieści jest jednak trochę „nietypowy” w swych reakcjach.

Nasz przykładowy przedstawiciel cywilizacji zachodniej budzi się rano wypoczęty i w dobrym nastroju. Szybko włącza znajdujące się przy łóżku małe radio-budzik, które krótko go budziło, lecz bardzo długo nadawało reklamy, potem jakąś piosenkę oraz kilka słów mających być rozrywkowym komentarzem prezentera czy jakieś lakoniczne informacje. W łazience niepotrzebnie zaczyna się bać, że z prysznica nie będzie płynąć woda, lecz dalszy ciąg reklam.

Przy śniadaniu w kuchni domownicy na małym telewizorze oglądają telewizję śniadaniową. Nasz bohater przelyka grzankę i łyk kawy w pośpiechu, trochę zażenowany, że nie bierze udziału w porannym rytuale.

Wychodząc z domu otwiera skrzynkę na listy. Nie było żadnego listu, był natomiast plik ulotek reklamowych. Zamiast listów odbierze później mejle.

W tramwaju czy autobusie musi oglądać jakieś afisze, a przede wszystkim widoczne za oknem gigantyczne *billboardy* na ścianach budynków i setki mniejszych i większych plansz.

Przesiadł się. W taksówce najpierw zobaczył reklamy hotelu na przednim siedzeniu, a dopiero potem kierowcę. Ten tylko na chwilę ściszył radio, gdy pasażer mówił dokąd chce jechać. Z radia płynęła popularna, i co tu dużo mówić, tandetna muzyka oraz oczywiście reklamy. Nasz bohater nie miał odwagi poprosić o wyłączenie radia, więc cierpiąc jechał dalej.

W pracy koleżanki długo i skwapliwie komentowały wczorajsze odcinki ulubionych seriali oraz przebieg jakiegoś tańca z gwiazdami. Nie mógł uczestniczyć w tej dyskusji, a musiał się jej przysłuchiwać. Wie, że traktują go z politowaniem, a on czuje się obco. Niestety, nie zdoła zaproponować do dyskusji swoich wrażeń z wczorajszej lektury.

Po pracy szedł chwilę pieszo. Z każdego kiosku spoglądały na niego śliczne twarze ze stert kolorowych pism, wabiły go przyklejone afisze i rozdawane ulotki. Przejeżdżał samochód z głośną dźwiękową reklamą jakiejś imprezy. Wszedł do sklepu, by kupić koszulę. Z radia płynęła... W pobliskiej kawiarni chciał wypić kawę. Włączone radio nadawało...

Wrócił do domu. Już w przedpokoju usłyszał dźwięki telewizora. Zaczął zadawać sobie pytanie, czy może nie oglądać telewizji, która zapowiada tyle atrakcji? Tak, może umówić się sam ze sobą, że go nie włączy. Co ma jednak zrobić, gdy któryś z domowników będzie miał inne zdanie i nie zechce poddać się jego woli? Choć można sobie na tym tle wyobrazić jakąś „wojnę domową”, to przecież ostatecznie jednak ktoś ulegnie perswazji lub rodzinnej „hierarchii dziobania”. Jeżeli przeważy opcja włączonego telewizora, to pokonany może jeszcze wyjść do innego pokoju, zakładając, że jest wolny – przede wszystkim wolny od obecności w nim telewizora (choć może to być już trudne, bowiem coraz większa liczba współczesnych rodzin ma już kilka odbiorników telewizyjnych).

Nasz bohater przeszedł jednak do innego pokoju, gdzie nie ma telewizora. Ma poczucie przegranej oraz poczucie dyskomfortu, że nie może przebywać razem ze wszystkimi domownikami. Załóżmy, że jakoś się trzyma i w nerwowym odruchu nie wcisnął włącznika odbiornika radiowego. Włączył internet, sprawdził pocztę, zauważył, że na YouTube od poprzedniego dnia przybyło ponad milion oglądających jakiś krótki filmik z gwiazdą, która gdzieś zrobiła głupią minę. Wygasił ekran zmęczony spamem reklamowym. Wziął do ręki książkę i gdy zaczął skupiać się na lekturze, zza drzwi dobiegały go dźwięki emitowane przez telewizor. Nie pomaga ani koncentracja na lekturze, ani zatyczki do uszu. Odkłada książkę, bo stwierdza, że niczego, co czyta, nie rozumie. Spogląda na leżące obok czasopisma ilustrowane. Bierze do ręki pierwsze z brzegu.

Z okładki spogląda na niego jakaś piękna twarz. Nie wie, czy jej uroda jest imponującym wytworem natury czy umiejętności grafika dzielnie operującego możliwościami *photoshopu*. Nawet nie zaczął się tym martwić, gdyż pojawił się inny problem – wcale nie wiedział kto to jest i dlaczego jej twarz znajduje się na okładce poczytnego pisma. Zupełnie też nie wiedział, kim jest ten ktoś, z kim podobno ta pani ostatnio się spotyka. Przeląkł się własnej niewiedzy, bo przecież osoby z okładek są podobno tak znane.

Zdesperowany ciska czasopismo, bierze psa na spacer i wychodzi. Na ulicy sąsiad pyta go, czy będzie oglądał mecz i komu będzie kibicował. Coś tam niezrozumiale mruknął, bo w ogóle nie wiedział, o jaki mecz chodzi i kto z kim będzie grał, nawet w jakiej dyscyplinie. Przeraził się swojej ignorancji i braku elementarnego uspołecznienia. To ostatnie było tak potrzebne za chwilę, bo oto trochę dalej, z okna jakiegoś mieszkania dobiega głośna muzyka. Może ktoś zbyt blisko przysunął głośniki do otwartego okna, może całkowicie zapomniał o sąsiadach, którzy akurat tej muzyki nie lubią, może też wie, że żadna straż miejska nie będzie interweniowała. Słusznie martwimy się nadprodukcją gazów cieplarnianych; nadprodukcją hałasu jakoś nikt się nie przejmuje.

Odszedł, współczując sąsiadom zmuszonym do słuchania głośnej muzyki. Poszedł z psem trochę dalej. Niewielki podmiejski lasek obiecywał spokój. Widocznie miał pecha, bo przez otwarte drzwi słyszał głośno włączone radio samochodowe, którym na piknik przyjechało kilka osób.

Wrócił do domu. W salonie włączony był jeden telewizor, drugi w kuchni, w którymś z pokoi słychać było radio.

Uciekł do sypialni. Przez pewien czas czuł się błogo. Przyśnił mu się jednak sen – oto z powodu jego nastawienia oddano go do zakładu psychiatrycznego, gdzie najlepiej mu było w izolatce. Potem, gdy mu się poprawiło, mógł już przebywać w sali dziennego pobytu. O to, co należy oglądać na włączonym tam telewizorze, kłóciło się kilku pacjentów. Prosił lekarza o pomoc w rozwiązaniu tego problemu. Ten powiedział, że tego, co jedynie byłoby skuteczne, jednak nie poleca – to pełna demencja.

Obudził się na dźwięk radia-budzika. Reklama...

W enklawie

Rzeczywiście, trudno jest uniknąć oddziaływania szeroko rozumianej zmediatyzowanej kultury i wszechobecnie jej towarzyszącej reklamy. Kim byłby ktoś całkowicie izolujący się od tej kultury? Czy przejawiając taką postawę byłby jeszcze członkiem współczesnego społeczeństwa? Czy konsekwentnie wcielając w realne życie taką postawę odmowy, uniku, wycofania, a może nawet buntu, kogoś, kto szuka swojej wolnej od mediów enklawy, mógłby jeszcze uważać się za pełnoprawnego członka tego społeczeństwa? Zresztą nieważne jest to, za kogo wówczas człowiek ten mógłby się uważać; ważniejsze byłoby to, za kogo uznałoby go społeczeństwo. Przypuszczalnie uznano by go jednocześnie za dziwaka, za outsidera, za pomyleńca.

W pełnej zależności od mediów jest niemal każdy człowiek żyjący w orbicie cywilizacji współczesnej – także wiekowy emeryt, pensjonariusz domu pomocy społecznej, chłop małorolny. Nawet bezdomny żebrak nie zdoła się całkowicie wyzwolić spod oddziaływania kultury masowej, bowiem czasopisma, na których wieczorem kładzie się w jakimś opuszczonym budynku, zawierają reklamy, a włącząc się po mieście musi skądinąd oglądać ich wiele, mimo świadomości, że nie są one do niego adresowane.

Czy są miejsca na świecie, gdzie można się ukryć przed ofensywą kultury masowej? Może w dżungli? Niestety nie. Pod koniec XX wieku *National Geographic* (1999, nr 10) podawał, że w inwentarzu prymitywnego plemienia Penanów żyjących w dżungli w Malezji

– oprócz m.in. czajnika, patelni, łuków, kołczanów do strzał – znajdował się magnetofon kasetowy i trzy taśmy oraz koszulka typu T-shirt z wizerunkiem Marylin Monroe. Może więc gdzieś na pustyni? Także nie. Jak podają podróżnicy, często pierwsze pytanie, jakie kierują do nich pustynni koczownicy, dotyczy tego, czy nie mają akumulatorów do przenośnych telewizorów lub radioodbiorników³. A może dałoby się ukryć przed wpływem kultury masowej w innych cywilizacjach – np. w indyjskiej czy islamskiej? Nawet w bardzo biednych kramikach i warsztatach, których pewnie miliony mieszczą się wzdłuż ulic miast i miasteczek indyjskich, już z daleka widać, jak długo wieczorem na starych przenośnych telewizorach mruga „szklana pogoda”. Także na dachach bardzo biednych domostw w krajach arabskich widać las telewizyjnych anten naziemnych i satelitarnych. Oczywiście do tego dochodzą miliardy telefonów komórkowych niosących ze sobą zminiaturyzowaną wersję ułudnego świata. Może więc dałoby się jej uniknąć w jakimś klasztorze? Obawiam się, że nie – chyba, że w takim z bardzo ostrą regułą wykluczającą kontakt z mediami. A może w więzieniu jest to możliwe? Też nie, gdyż praktycznie w każdej celi, przynajmniej w Europie, więźniowie mają do dyspozycji telewizor i radioodbiornik, pewnie mogą też kupować czasopisma. A czy sekty byłyby dogodnym miejscem odizolowania się od kultury medialnej? Niektóre zapewne tak, jednak z pewnością wiele z nich wytwarza inne opresje i formy zniewolenia.

Kultura medialna kusí swymi technicznymi możliwościami, np. telewizja – wielkością płaskiego ekranu, znakomitą rozdzielczością obrazu, dogodnością przełączeń pomiędzy kanałami. Kolorowe czasopisma są szczególnie kolorowe, można powiedzieć, że „są bardziej kolorowe, niż kolorowe”, choć kolory te są dalekie od naturalnych, bardziej stonowanych barw. Są przy tym błyszczące i przyciągają wzrok. Zdjęcia są tak doskonałe, że także można stwierdzić, iż „są doskonalsze, niż doskonałe”.

Jeszcze bardziej atrakcyjne wydają się treści kultury masowej: nie wymagają szczególnych kompetencji, niemal żadnego wysiłku umysłowego, a przy tym obiecują tak wiele szczęścia. Są nie tyle „oknem na świat”, jak kiedyś sądzono; są niemal całym kolorowym światem, który zastąpił ten bardziej szary – realny. Jest to świat dość trywialny, płytki, choć śliczny. Dla wielu ludzi praktycznie jest to cały znany im świat – innego nie poznają, nie doświadcza, nie rozumieją. Ba, dla wielu ludzi jest to w zasadzie cała wiedza i cała refleksja, jakie mogą mieć także o samych sobie. Dlaczego ludzie tak bardzo polubili ten kolorowy, upozorowany świat?

Jednym z najczęściej cytowanych intelektualistów europejskich jest zmarły przed kilku laty Jean Baudrillard, a z jego książek bodaj najczęściej przywoływana jest praca *Symulakry i symulacja* z 1981 roku. Chyba nikt tak wyraźnie nie zwrócił uwagi na owo upozorowanie kultury masowej, na jej nieokreślony związek z rzeczywistością, który właściwie nie tyle jest związkiem, ile jego znaczącym zaprzeczeniem. Wciąż nierozwiązaną tajemnicą człowieka jest jednak to, dlaczego tak bardzo pragnie tego upozorowanego, sztucznego, symulowanego świata. Czy może dlatego, że nasz prawdziwy ziemski jest tak niedoskonały, zawodny, rozczarowujący? Czy w różnych epokach szukamy królewiczów, księżniczek, bóstw, idoli właśnie po to, by nam ten ziemski świat osłodził i ubarwił? Po części pewnie tak, lecz to wszystkiego nie wyjaśnia – nawet, gdy do tych sił pomocniczych kultury masowej dodamy interesy, pieniądze, wpływy. Faktem jest, że wszystko to razem wytwarza sztuczne raje, które jednakowo są kuszące, co opresyjne. A przy tym tak powabne, że zapewne mało kto tak naprawdę chce schować się przed nimi w jakichś enklawach.

³ Andrzej Młeczko stworzył interesujący rysunek satyryczny, na którym widoczny jest zmęczony turysta z plecakiem, który w wielkim trudzie dotarł gdzieś wysoko w górach do samotnego starego pustelnika. Ten wychodząc ze swej jaskini mówi: „Ze światem kontaktuję się już praktycznie tylko za pomocą Internetu”.

Można na marginesie zastanowić się, czy każda epoka wytwarza tak opresyjne, a jednocześnie uwodzące okoliczności. Pewnie tak. Czy można było skryć się przed religią choćby w ciągu ostatniego tysiąca lat – gdzieś do początku XX wieku? Społeczny, a zapewne też ideologiczny przymus chodzenia do kościoła i uczestniczenia w kulcie był tak silny, że prawdopodobnie nikt (aż do czasów Reformacji, która przecież skądinąd stanowiła nową, zmienioną formę tego przymusu) nie myślał realnie o niepodporządkowaniu się temu przymusowi. Z kolei religia chrześcijańska – przez święta, jako dni wolne od pracy, atrakcyjność wystroju świątyni, atrakcyjność pewnych religijnych rytuałów, a także obietnicę zbawienia – była zjawiskiem nader powabnym dla ówczesnych ludzi.

Paradoksalne jest to, że dzisiejsze uzależnienie od kultury medialnej przejawia się w epoce, która tak bardzo akcentuje wszelkie przejawy emancypacji społecznej, wolności, niezależności, demokratyzacji.

Niełatwe, a praktycznie niemożliwe jest pełne izolowanie się od kultury medialnej. Założmy jednak, że są ludzie, którzy znajdują sobie szczelne enklawy chroniące ich przed tą kulturą. Nawet jednak najbardziej konsekwentny zwolennik izolowania się od niej musi swą enklawę co jakiś czas opuścić – musi czasem poznać prognozę pogody albo sprawdzić w internecie rozkład jazdy pociągów; odebrać czy wysłać korespondencję; zapłacić rachunki i kupić niezbędne do życia codziennego produkty. Zawsze wtedy przenikną do jego zmysłów dodatkowe, niechciane treści i przesłania. Musi im ulec nawet wtedy, gdyby chciał bardzo skrupulatnie bronić się przed nimi. A wtedy te treści i przesłania natychmiast wezmą go w swoje władanie, prawdopodobnie jakoś omamią i zjednąją sobie. Jego pragnienie całkowitego skrycia się w izolowanej enklawie stanie się złudzeniem. Świat rozmawia ze sobą i z nami praktycznie tylko za pośrednictwem mediów, i gdybyśmy nie uczestniczyli w tej rozmowie, byłibyśmy nie tylko rozczarowani, ale też niemal zupełnie wyobcowani.

Co więc pozostaje? Pozostaje tylko możliwość stworzenia sobie jakiejś szczególnej enklawy w naszych umysłach, która nie tyle będzie pustą przestrzenią, ile silną zdolnością do selekcji i odpornością na te medialne pokusy, które przekraczają przyjęte kryteria estetyczne, moralne czy intelektualne.

Wszak na obrzeżach kultury masowej jest bardzo bogata i interesująca oferta artystyczna i intelektualna. Nasz zwolennik enklaw będzie więc prawdopodobnie trochę niekonsekwentny – a to będzie poszukiwał w nocnej ofercie telewizji filmów Ingmara Bergmana czy Michelangelo Antonioniego; a to będzie kolekcjonował płyty z muzyką Milesa Davisa czy Johna Coltrane'a; a to kupi przez internet *Człowieka bez właściwości* Roberta Musila czy *Pod wulkanem* Malcolma Lowry'ego. I nieważne, czy będzie miał świadomość, że łatwość zdobywania tych nabytków zawdzięcza przecież swoistym odpryskom funkcjonowania kultury medialnej.

Współczesna kultura medialna charakteryzuje się swoistym magnetyzmem, jeżeli jednak uda się komuś poradzić sobie z jej przyciąganiem, to nie przez totalne jej odrzucenie i pełne ukrycie się przed nią w jakiejś odosobnionej własnej enklawie, ile poprzez znalezienie sobie małych zakamarków czy nisz – mini enklaw właśnie w obszarze kultury medialnej. Tam znajdzie coś dla siebie, coś, co go indywidualnie interesuje, różni od innych, a czego treści i tak w końcu mogą dotrzeć do niego zazwyczaj tylko przez media.

Inna rzecz, że często ci, których kultura medialna oburza, irytuje i odstręcza, ci, którzy chcieliby z niej zrezygnować lub ukryć się przed nią, nie zawsze wiedzą, co mogliby wybrać nie tylko poza nią, ale i w niej. Nie zawsze wiedzą, co chcieliby wyluskać dla siebie z tego gigantycznego „magazynu”. Zazwyczaj więc poddają się i dobrowolnie zdają na jej ofertę ustaloną przez wewnętrzne dla tej kultury mechanizmy, w których najważniejsze jest kryterium rozrywki i popularności. Popularności, która na zasadzie kuli śniegowej sama się

kreuje, napędza i akceleroje. A przy okazji można zapytać, czy w kontekście ofensywnej kultury medialnej jej uczestnicy mają jeszcze coś takiego jak „wolna wola”. Zdaje się, że ta kultura tak panuje nad nami, że albo niemal całkowicie ją wyłącza, albo pozostawia tylko jej złudzenie. I trenujemy się w tym od najmłodszejszego dzieciństwa.

Zapewne nie ma więc możliwości pełnego odizolowania się od wpływów tej kultury – nie ma możliwości stworzenia sobie specjalnej enklawy od niej wolnej i konsekwentnego w niej życia. Człowiek całkowicie wyizolowany od kultury medialnej będzie prawdopodobnie żył w samotności i pustce, gdyż w pobliżu siebie raczej nie znajdzie podobnych ludzi. W takiej enklawie nie będzie słyszał ludzi, nie będzie doświadczał ich radości, nie pozna ich myśli. Będzie kimś w rodzaju dobrowolnego banity żyjącego na marginesie zarówno tego sztucznego świata mediatyzowanego, jak i świata realnego. Taki ktoś nie znajdzie w nikim wsparcia, nie będzie miał współników ani pobratymców. I jest to bodaj najważniejszym wyrazem zniewolenia.

Jak widać, uzależnienie od kultury medialnej ma kilka przyczyn. Po pierwsze, jest to swoisty somnambulizm, który wynika z realnej czy domniemanej atrakcyjności współczesnych mediów. Jest to atrakcyjność powabnej formy oraz łatwych rozrywkowych treści. Po drugie, wytwarza się swoiste uzależnienie psychiczne odbiorców: odczuwa się poczucie pustki, gdy w pobliżu brakuje mediów. Inna rzecz, że wielu odbiorców tej kultury w istocie nie miałoby do dyspozycji niczego innego w zamian. Wirus medialny zainfekował wszystkie sfery życia i nie ma możliwości ukrycia się przed nim. Wreszcie, jest to swoiste zniewolenie cywilizacyjne, w którym splatają się czynniki techniczne, ekonomiczne, polityczne i społeczno-kulturowe: taki jest obecnie charakter dziejów i w najbliższej perspektywie trudno sobie wyobrazić inny.

I tylko na koniec można postawić pytanie o to, czy może po wiekach następne pokolenia będą się dziwić temu naszemu dzisiejszemu uzależnieniu albo wręcz zbiorowemu obłędowi. Czy nie będziemy tak potraktowani, jak my dziś widzimy średniowiecznych samobiczujących się wiernych, którzy dzisiaj dla nas są albo całkowicie niezrozumiali, albo uznani za niespełna rozumu.

IS IT POSSIBLE TO HIDE FROM THE MEDIA CULTURE?

KEYWORDS

CULTURE, MEDIA,
ADDICTION, FREEDOM,
ISOLATION, ENCLAVE

SUMMARY The article begins with considerations concerning enclaves that may be positively valued: those that are a sort of “closing off”. Then, the main issues concerning the understanding of the mass culture, the Internet and other electronic devices co-creating the contemporary media culture will be discussed. Above all, we will concentrate on the problem of whether an isolation from the media culture is potentially possible in the contemporary civilization. We conclude that, unfortunately, this sort of full and consistent isolation is practically not possible.