

Marek Palczewski

Umberto Eco o mediach – w esejach, rozprawach i w powieści

Media, Kultura, Społeczeństwo nr 9-10, 19-29

2014-2015

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach
dozwolonego użytku.

MAREK PALCZEWSKI

Akademia Humanistyczno-Ekonomiczna w Łodzi

UMBERTO ECO O MEDIACH – W ESEJACH, ROZPRAWACH I W POWIEŚCI

Umberto Eco, zanim został sławnym semiologiem i filozofem, pracował w mediach, m.in. w Radiotelevisione Italiana (RAI, lata 1954–1959), gdzie był wydawcą programów kulturalnych. Studiował filozofię i literaturę na Uniwersytecie w Turynie, który ukończył w 1954 roku. Już wówczas chciał być dziennikarzem i uprawiać „wzniosłe dziennikarstwo kulturalne”. Porzucił marzenia, gdy jako reporter spędził kilka dni w więziennym szpitalu (Mikołajewski, 2015). Od późnych lat 50. i w latach 60. Eco publikował artykuły o mediach masowych w rozmaitych gazetach i czasopismach. Od roku 1962 pisał felietony dla „Il Giorno”, „La Stampa”, „Corriere della Sera”, „La Repubblica”, „L'Espresso”, „Il Manifesto”. W 1968 roku, po wkroczeniu wojsk sowieckich do Czechosłowacji, pod pseudonimem Telesio Malaspina pisał do tygodnika „Espresso” reportaże z Pragi i Warszawy. Obecnie publikuje felietony m.in. w „L'Espresso” i „Liberation”.

W swoich artykułach, esejach i książkach Eco często poruszał zagadnienia związane z dziennikarstwem i mediami. O mediach zazwyczaj miał opinię krytyczną¹. W zasadzie zgadzał się z Pierre'em Bourdieu, że media nie są dla intelektualistów, bo oczekują szybko myślących ekspertów, tzw. fast thinkerów (określenie Bourdieu). W wywiadzie udzielonym „Gazecie Wyborczej” mówił: „Wielką tragedią współczesnych mediów jest to, że przekształcają intelektualistów w wyroczenie. Kiedy w mojej rodzinnej Alessandrii w 1994 roku powódź zalała miasto, dziennikarze dzwoniли do mnie i pytali, co myślę o powodzi. Więc wrzeszczałem do słuchawki: «A co ja, do jasnej cholery, mam myśleć o powodzi?! Chce pan usłyszeć ode mnie, że jestem zadowolony? Że jest mi przykro?». Kiedy umarła Greta Garbo, pytali mnie, co ja o tym myślę. Więc znowu wrzeszczałem: «A co pan chce, żebym powiedział?! Że jestem szczęśliwy, że ta stara baba wreszcie umarła?! Mogę powiedzieć: O tak, umarła wielka aktorka, ale proszę zwrócić uwagę,

¹ W rozprawie *The University and the Mass Media* Eco (2013: 84) pisze, że mass media są nośnikiem banalności, powierzchownej rozrywki.

że to samo może powiedzieć pański dozorca. Niech pan zapyta dozorcę, o takie rzeczy nie trzeba pytać intelektualistów!» (Mikołajewski, 2015). Wielokrotnie też krytykował zjawisko, które zostało nazwane berluskonizacją mediów (zob. Wyka, 2007), a co polega przede wszystkim na zmonopolizowaniu środków masowego przekazu w rękach jednego człowieka, władającego, jak to było w pewnym okresie we Włoszech, mediami, a jednocześnie posiadającego władzę finansową i polityczną. Jego poglądy na rzeczywistość medialną kształtowały się z jednej strony pod wpływem prądów intelektualnych modnych w Europie i na świecie, z drugiej odzwierciedlały osobiste doświadczenia i przygody filozofa z mediami.

Koncepcja mediów w esejach i rozprawach naukowych

Umberto Eco media opisywał od końca lat 50. XX wieku. W rozproszonych wydawnictwach i w zwartych publikacjach książkowych ukazało się kilkadziesiąt esejów i rozpraw poświęconych kulturze medialnej, medializacji polityki, przeobrażeniom technologicznym czy problemom dziennikarstwa. W opisie jego poglądów posłużę się przede wszystkim publikacjami, które ukazały się w polskich tłumaczeniach, a mianowicie treścią zawartą w jego książkach: *Semiologia życia codziennego*, *Rakiem. Gorąca wojna i populizm mediów* oraz *Wymyślanie wrogów i inne teksty okolicznościowe* (Eco, 1999, 2007, 2011).

Media stanowią niezwykley oręż we współczesnej walce o panowanie nad światem, zatem i nad ludźmi. Umberto Eco (1999: 157) słusznie podkreśla, że „dzisiaj kraj należy do tego, kto kontroluje środki przekazu”. Żyjemy bowiem w erze komunikacji, i – na co zwrócił uwagę przywoływany przez Eco Marshall McLuhan – informacja nie jest już narzędziem służącym do produkcji dóbr ekonomicznych, ale sama stała się głównym towarem. Gazeta staje się groźna, dlatego że ma właśnie władzę ekonomiczną i polityczną. Obecnie tę tezę Eco należałoby poszerzyć o Internet, ale w czasach, kiedy filozof ją formułował, Internet w znanej nam dzisiaj postaci jeszcze nie istniał. Myśl Eco nie jest jednak jednoznaczna i może wywoływać kontrowersje, bo uznaje on, że treści przekazu nie zależą od autora, ale od uwarunkowań technicznych i socjologicznych, charakterystycznych dla środka przekazu (Eco, 1999: 158).

Eco stawia pytanie, jak powinniśmy reagować na środki masowego przekazu. Wszystko, co zostało powiedziane w latach 60. i 70., musi ulec rewizji, bo „byliśmy wtedy wszyscy ofiarami (może słusznie) pewnego modelu *mass mediów*, który powtarzał model sprawowania władzy: scentralizowany nadawca, mający dokładne plany polityczne i pedagogiczne, kontrolowany przez Władzę (ekonomiczną i polityczną), przekazy nadawane rozpoznawalnymi kanałami technologicznymi (fale, kanały, druty, konkretne urzędnicy, takie jak ekran kinowy czy telewizyjny, radio, czasopismo) oraz odbiorcy, ofiary ideologicznej indoktrynacji. Zdawało się, że wystarczy nauczyć odbiorców «odczytywać» przekazy, podchodzić do nich krytycznie, a nadejdzie epoka intelektualnej wolności, świadomości krytycznej» (Eco, 1999: 171). W epoce kontrkultury, którą Eco był przejęty i zachwycony, sprawy wyglądały inaczej. Istniało

oświeceniowe przekonanie o edukacyjnej roli i racjonalnym działaniu mediów, które można kontrolować. W 1983 roku Eco już nie był tego pewien, a nawet stwierdził, że radio i telewizja są „niekontrolowaną wielością przekazów”, które każdy może ułożyć za pomocą pilota na swój sposób (Eco, 1999: 171). Dziś mamy do czynienia z tzw. multiplikacją środków przekazu, w zależności od kanału przekazu zmienia się sens i ciężar ideologiczny przekazu. Nie istnieje już „wyodrębniona władza”, ona jest nieuchwytna, a zarazem nie bardzo wiadomo, kto wytwarza ideologię: czy na przykład ten, kto produkuje koszulki, o których się mówi w telewizji jako o kulturowym zjawisku, czy ten, kto je nosi, a może ten, kto je pokazuje? Eco odpowiada, że wszyscy i nikt, i to go prowokuje do zadania pytania: Gdzie zatem są środki masowego przekazu? (Eco, 1999: 172–173). Sam jednak problemu nie rozstrzyga.

O telewizji

Eco dokonuje podziału na **paleotelewizję** i **neotelewizję**. W latach 50. i 60. istniała **paleotelewizja**, która opowiadała historie o świecie zewnętrznym; w latach 80., wraz z przyrostem kanałów medialnych, procesem prywatyzacji telewizji i z wprowadzeniem nowinek technologicznych przenieśliśmy się w erę **neotelewizji**. Fenomen nowej telewizji polega na tym, że ona ogląda samą siebie, pokazuje kulisy programów, kable i mikrofony w studiu; mówi o sobie i swoim kontakcie z publicznością, a to, co mówi, jest mniej ważne od tego, jak mówi i co pokazuje widzowi (Eco, 1999: 174–175).

W telewizji dominują dwie prawdy. O ile w programach informacyjnych można uzyskać intersubiektywną ocenę przystawalności wiadomości do faktów, o tyle w przypadku programów opartych na fantazji i fikcji „można jedynie dyskutować o ich prawdzie parabolicznej” (chodzi o intencje przekazania pewnych zasad moralnych, religijnych czy politycznych) i o proporcjach prezentowania konkurencyjnych prawd parabolicznych (Eco, 1999: 177). Eco jako dawny pracownik telewizji i znawca tego tematu z perspektywy praktyka zawodu zauważa, że w programach informacyjnych prezenterzy patrzą prosto do kamery, co ma podkreślić zarówno ich wiarygodność, jak i prawdziwość całej sytuacji, natomiast w programach „fikcyjnych” aktorzy patrzą obok kamery.

W neotelewizji zaczynają mieszać się gatunki, widzowie często już nie potrafią oddzielić prawdy od fikcji, przyjmując na przykład, że bombardowanie Bejrutu to widowisko. Myśl Umberta Eco zbliża się do koncepcji hiperrzeczywistości i symulakr Jeana Baudrillarda. Eco pisze: „Zmierzamy więc ku takiej sytuacji, w której relacja pomiędzy wypowiedzią a faktami staje się coraz mniej istotna w stosunku do relacji pomiędzy prawdziwością aktu wypowiedzenia i recepcyjnym doświadczeniem widza” (Eco, 1999: 184). W coraz mniejszym stopniu liczy się, czy telewizja mówi prawdę, bo ona sama – przemawiając do widzów – jest prawdą. Zatem zamiast relacjonować rzeczywistość, sama staje się rzeczywistością, zamiast ją odzwierciedlać, sama ją produkuje (Eco, 1999: 184). Bardzo często wydarzenie jest reżyserowane, kreowane na wydarzenie medialne, zgodnie z koncepcją przedstawioną przez Elihu Katza i Daniela Dayana². Śluby królewskie, ceremonie, zawody sportowe są dostosowywane do potrzeb

² Wydanie polskie zob. Dayan, Katz, 2008.

telewizji, rzeczywistość jest organizowana jako spektakl medialny dla publiczności. Jednocześnie coraz częściej zewnętrzny świat staje się niepotrzebny, bo nierzeczywistość jest w zasięgu wszystkich. Kiedy Eco pisał ten esej, program *Big Brother* jeszcze nie został wymyślony³. Jednak badacz genialnie przeczuł nadejście kolejnej epoki, w której telewizja całkowicie zagospodaruje swoją wewnętrzną przestrzeń, zewnętrzną wobec realnego świata, i w pełni zaspokoi swoją ekshibicjonistyczno-wojerystyczną ciekawość.

Prasa

W zbiorze *Wymyślanie wrogów i inne teksty okolicznościowe* Umberto Eco pisze, że nowa rola prasy (obecnie już realizowana) polega na tym, że „zamiast notować istotne informacje (kiedyś to władze decydowały, które informacje zasługują na uwagę, wypowiadały wojny, obniżały kurs walut i podpisywały porozumienia), gazety dokonują autonomicznego wyboru tych, które powinny uchodzić za znaczące, oraz tych wymagających przemilczenia, czasem wręcz konsultując (do czego już doszło) z elitami politycznymi, które «tajemnice» należy wyjawiać, a których nie tykać”⁴. W epoce *Totalnej Przejrzystości* nie ma miejsca na poufność czy tajemnice – stwierdził. Sam jednak zaprzeczył sobie w wydanej w 2015 roku powieści *Temat na pierwszą stronę*, a w wywiadzie udzielonym w czerwcu 2015 roku dziennikowi „Le Monde” powiedział, że prasa powtarza informacje z dnia poprzedniego bez próby ich pogłębienia i bezkrytycznie (Truong, 2015).

Wojny nowego typu i przepływ informacji

W ponowoczesnym świecie zmienił się obieg informacji. Nie tylko jest ich więcej niż dawniej, ale stały się łatwiej dostępne, podawane są natychmiast, zarazem jednak są nastawione na maksymalizację szczęścia i minimalizację ofiar (w odniesieniu do wiadomości wojennych) (Eco, 2007: 16 i nast.). Nie sposób ich ograniczyć ani cenzurować, jednak ich zalew może stępić wrażliwość na zbrodnie wojenne. Śmierć i wojny stały się produktami medialnymi do tego stopnia, że Baudrillard paradoksalnie o wojnie irackiej mógł powiedzieć, że w ogóle jej nie było, że została jedynie pokazana w telewizji. Jednocześnie sposób prowadzenia wojen się zmienił, do zmiany władzy nie potrzeba użycia czołgów na ulicach – wystarczy zajęcie siedzib stacji telewizyjnych i radiowych.

Big Brother

Telewizyjny *Big Brother* to nie jest orwellowski Wielki Brat,

Orwellowski *Big Brother* nie jest telewizją, gdzie miliony voyeurs patrzą na jednego ekshibicjonistę. Jest to panopticum Benthama, gdzie wielu strażników obserwuje, sami pozostawając niezauważonymi i niezauważalnymi, jednego skazańca [...] dzisiaj *Big Brother*, który nas obserwuje, nie ma twarzy i nie jest kimś jednym, lecz całością globalnej gospodarki. Podobnie jak

³ *Big Brother* opisze w książce *Rakiem. Gorąca wojna i populizm mediów*, s. 95 i nast.

⁴ U. Eco, *Kilka uwag o Wikileaks*, zob. Eco, 2011: 335 (na podstawie felietonów z grudnia 2010 roku opublikowanych w „Liberation” oraz w „Espresso”).

Władza Foucaulta nie jest rozpoznawalną instytucją, jest zbiorem wielu ośrodków akceptujących reguły gry, wspierających się nawzajem do tego stopnia, że ten, kto dla jednego ośrodka władzy podgląda innych podczas zakupów w supermarkecie, będzie z kolei podglądany, kiedy płaci za hotel kartą kredytową. Kiedy Władza nie ma już twarzy, staje się nie do pokonania. Albo przynajmniej z wielkim trudem daje się kontrolować (Eco, 2007: 97–98).

Poglądy Eco są w tym punkcie zbieżne z dominującą narracją na temat mediów. Afera Snowdena pokazała, że żyjemy w świecie powszechnej inwigilacji. Google, Facebook czy Twitter odzierają nas z prywatności na nasze własne życzenie. Eco stwierdza, że jedną z wielkich tragedii społeczeństwa masowego jest dobrowolne wyrzeczenie się prywatności, a jego najwyższym stopniem jest ekshibicjonizm. Po-brzmiewa tu nuta obecna w krytyce kultury masowej od lat 60., choćby w pracach amerykańskiego filozofa kontrkultury Herberta Marcusego. Media przeorały naszą świadomość i zmieniły całkowicie naszą obecność w życiu publicznym, zacierając granice między tym, co publiczne, a tym, co prywatne. Ciekawe, że ani Marcuse, ani Eco nie zwrócili uwagi na to, że obecny stan jest konsekwencją idei właściwych dla ruchu kontrkultury – otwartości na świat i ludzi, wolnego przepływu myśli i idei, odarcia rzeczywistości ze sfery tabu – a nie jest wyłącznie konsekwencją przemian technologicznych w dziedzinie mediów.

Plotka

Według Eco wraz z rozwojem prasy pojawiła się nowoczesna plotka. Plotki były publikowane przez nowoczesne periodyki, potem zajęła się nimi poważna prasa. W tym punkcie Eco się myli, albowiem plotka istniała długo przed wynalezieniem prasy, a nawet stanowiła jeden z warunków powstania prasy, o czym świadczy chociażby zestaw wiadomości publikowanych w starożytnym Rzymie „Acta Diurna”, uznawanych za pierwszą gazetę na świecie (Stephens, 2007: 55 i nast.). Oprócz wiadomości poważnych znajdowały się tam newsy plotkarskie o ślubach, niezwykłych wydarzeniach, rozmaite ciekawostki, słowem, wiadomości, które dziś określilibyśmy jako tabloidowe. Prasa zatem – zauważmy – zajmowała się plotkami od zawsze, a *penny papers*, *yellow press* czy przede wszystkim nowoczesne tabloidy uczyniły z plotki podstawowe źródło informacji i dochodu. Eco pisze, że gdy brakowało wiadomości, prasa musiała je wymyślać, jednak – dodaje filozof – wymyślać plotki, to

nie znaczy informować o wydarzeniu, które nie miało miejsca, lecz uczynić wiadomość z tego, co przedtem nią nie było: jakieś zdanie, które wymknęło się politykowi na urlopie, skandale ze świata aktorskiego (Eco, 2007: 101).

Plotka – kontynuuje Eco – stała się „upowszechnionym materiałem informacyjnym” i zaczęła dotyczyć nawet osób, którymi nie interesowała się nigdy kronika towarzyska i sentymentalna, objęła monarchów na tronie, przywódców politycznych i religijnych, prezydentów i naukowców. Stało się to jednak wcześniej, niż podaje Eco, bo już w pierwszej amerykańskiej gazecie „Publick Occurrences. Both Forreigns and Domestick” Benjamina Harrisa (z roku 1690) pojawiła się plotkarska informacja o kazirodztwie we francuskiej rodzinie królewskiej (Harris, 1690; Stephens, 2007: 162).

Tym, co naprawdę jest nowatorskie w spojrzeniu Eco na plotkę jako informację medialną, było przekonanie, że plotka utraciła urok i siłę sekretu, bo telewizja wymyśliła programy, w których nie było już katów plotkujących o ofiarach, lecz rozradowane ofiary, które plotkowały na swój temat:

Plotka utraciła swoją naturę wentyla bezpieczeństwa, aby przemienić się w bezużyteczne obnażanie się (Eco, 2007: 102).

Zjawisko opisane przez Eco jest charakterystyczne dla programów z gatunku talk show czy reality show i dla tabloidów. Zwróćmy jednak uwagę, że owo „obnażanie się” przez uczestników choćby programów Jerry’ego Springera nie jest ani bezużyteczne, ani bezinteresowne. „Bohaterowie” tych programów realizują swoje cele finansowe i wizerunkowe.

Berluskonizacja mediów

Eco nie jest zwolennikiem Berlusconiego, co łatwo wyczytać z jego książek, esejów i wywiadów. Berlusconi – pisze Eco – buduje system rządów osobistych, cechą tego systemu szczególnie niebezpieczną jest skłonność do populizmu. Były trzykrotny premier jest magnatem finansowym, właścicielem imperium medialnego Mediaset, grupy bankowej Banca Mediolanum, prezesem klubu piłkarskiego AC Milan itd. Jego majątek szacuje się na około 10 miliardów dolarów. Eco nazwał go schizofrenikiem i porównał do Hitlera, sugerując też odsunięcie Berlusconiego od władzy. W książce *Rakiem. Gorąca wojna i populizm mediów* pisze:

Berlusconi budował dzień po dniu system rządów oparty na utożsamianiu partii, kraju i państwa z szeregiem interesów w dziedzinie przedsiębiorczości. Robił to bez uciekania się do operacji policyjnych czy do aresztowań posłów, ale opanowując stopniowo najważniejsze media (lub usiłując przy pomocy skomplikowanych machinacji finansowych, na szczęście nie zawsze kończących się powodzeniem, zawładnąć niezależnymi jeszcze organami prasy) i tworząc stosownymi sposobami formy przyzwolenia oparte na populistycznych wezwaniach (Eco, 2007: 149).

Stacje telewizyjne pozostawały pod całkowitym wpływem Berlusconiego. Nie oznaczało to cenzurowania wiadomości, „wystarczyło wiedzieć, jak mówić” (Eco, 2007: 163); cała telewizja – RAI oraz Mediaset – stała się rzecznikiem władzy. Dlaczego? Bo Berlusconi „*Pierwszy zrozumiał, że tradycyjne wartości upadły i postanowił zastąpić je mass mediami*” (Bankowicz, 2003).

Uwagi Umberta Eco na temat mediów są rozproszone i nie mają charakteru wypowiedzi systemowej. Wskazują jednak na stanowisko bliskie koncepcji hegemonii mediów, gdyż to one decydują o tym, co ludzie będą myśleć i w jaki sposób będą sprawować wywalczoną dzięki nim władzę. Żyjemy w niewoli mediów, media kreują świat, tworzą hiperrzeczywistość, która coraz częściej zastępuje pierwszą rzeczywistość. Ten „prawdziwy” czy też uznawany przez zwykłego obserwatora świat „realny” znika na rzecz świata medialnego. Rzeczywistość nie jest już potrzebna, potrzebna jest nierzeczywistość.

Koncepcja mediów w powieści *Temat na pierwszą stronę*

Akcję tej książki należy rozpatrywać na kilku poziomach: rzeczywistości powieściowej „realnej”, rzeczywistości powieściowej wymyślonej przez bohaterów powieści – „nie-realnej” oraz rzeczywistości Włoch początków lat 90. XX wieku, bo do tego okresu się odnosi.

Kanwą powieści jest eksperyment medialny polegający na przygotowywaniu wydań gazety, która ma być wydawana tylko pozornie, ale już sama zapowiedź jej publikacji ma stanowić groźbę dla ludzi, o których dziennikarze będą pisać artykuły, które nie zostaną opublikowane. Z prawdą o takim przeznaczeniu gazety i z istotą całego eksperymentu (projektem „Jutro”) zaznajomione są początkowo tylko dwie osoby, reszta jest nieświadoma roli, jaką odgrywa, przygotowując próbne numery. Redaktor naczelny Simei zatrudnia redaktora Colonnę i sześciu innych dziennikarzy do realizacji tego projektu. Jednocześnie proponuje Colonnę, by napisał książkę (za niego, jako *ghostwriter*) – opowieść o roku prac nad dziennikiem, o którym wie, że się nigdy nie ukáže. Jednym z wątków tematycznych książki jest historia dziennikarza, który posiadał być może prawdziwe, a niebezpieczne nie tylko dla niego, informacje o losach Benito Mussoliniego. Dziennikarz, Romano Braggadocio spekuluje, że dyktator wcale nie został zabity w 1945 roku, lecz przez wiele lat po wojnie żył w Argentynie, gdzie ostatecznie zmarł w roku 1970. Braggadocio, który zbierał materiały na ten temat i zamierzał opublikować artykuł, zostaje zabity, co pokazuje, że informacja może być śmiertelnie niebezpieczna.

Powieść Eco rozgrywa się, jak już wyżej wspomniano, na kilku płaszczyznach: historii fikcyjnej gazety i pracy jej zespołu redakcyjnego; wątku osobistego – romansu głównego bohatera z koleżanką z pracy; rzeczywistości społeczno-politycznej Włoch roku 1992 i okresu wcześniejszego. Jak często zdarza się w powieści, fikcja miesza się z rzeczywistością. Jednak przesłanie Eco wydaje się jasne: prasą rządzą zakulisowe siły, których istnienie możemy tylko podejrzewać, nie znamy natomiast prawdziwych mocodawców mediów, poruszających za sznurki oraz decydujących o przekazywanych sygnałach i treściach pojawiających się w mediach. News w powieści Eco jest zawieszoną w czasie potencjalnością, niespełnioną tymczasowo groźbą wiszącą nad przeciwnikiem politycznym, w każdej chwili gotową do „odpalenia”, czyli do wrogiego użycia. Dziennikarze poddawani są manipulacji, manipulowany jest odbiorca, newsy są „podkręcane”, „podkolorowane”, odpowiednio selekcjonowane i fabrykowane. Można by powiedzieć, za Markiem Fishmanem, autorem książki *Manufacturing the News*, że newsy wytwarzane są (a właściwie fabrykowane) w fabryce newsów.

W powieści Umberta Eco newsowa groźba okazuje się skuteczna wcześniej, niż zaplanowano; tajemniczy właściciel gazety, prezes Vimercate, zamykając projekt przed jego właściwą premierą, osiąga swój cel, bo informacja o jego projekcie dociera do właściwych osób, wskutek czego niespełnienie (nieopublikowanie) newsa jest zarazem jego aktualizacją, czyli przewrotnym spełnieniem newsa niespełnionego. Gazeta nie musi już być publikowana, aby odpowiednio spreparowane wiadomości dotarły do

adresatów, do których **naprawdę** były skierowane. Interesującym zabiegiem literackim Eco było „powieściowe” pominięcie zwykłego czytelnika jako potencjalnego odbiorcy treści medialnych, które miały być publikowane w projektowanej gazecie. Jak zatem wygląda łańcuch komunikacyjny w powieści Eco? Otóż jest nadawca, jest przekaz, który nie zostanie przekazany, jest potencjalny kanał przekazu *in statu nascendi*, jest potencjalny odbiorca (choć nie jest nim zwykły czytelnik), ale nie ma tego, co sam Eco nazwałby sygnałem. Mamy oto do czynienia wyłącznie z zapowiedzią newsa, news był zawczasu kreowany, ale nie przybrał ostatecznej formy, wystarczyła potencjalna groźba jego opublikowania, by cel został osiągnięty.

Czy tak postrzega prasę, media, dziennikarstwo Umberto Eco? Czy na tym polega przekazywanie wiadomości, by zastraszać potencjalnych odbiorców, by ostrzegać „uważajcie, wiemy o was bardzo dużo, a może nawet wszystko, więc bądźcie posłuszni”? Taka koncepcja newsa wskazywałaby na to, że świat mediów opanowany jest przez medialnych gangsterów, a media służą jako broń do realizacji różnych, najczęściej ciemnych interesów, załatwiania porachunków i osiągania pozycji politycznej i społecznej, a tym samym do zdobywania i utrzymywania władzy nad innymi⁵. Aby przystać na takie rozumienie logiki mediów i działania newsa, należałoby uznać, że powieść Umberta Eco jest źródłem etnograficznym dającym obiektywną wiedzę o rzeczywistości.

W powieści Eco władza jest właściwie odpodmiotowiona, bo tym, kogo lub czego obawiać się mogą przeciwnicy właściciela gazety „Jutro”, jest news. Jest to wiadomość ukryta przed odbiorcą, wiadomość, której treść jest nieznana, niepewna, potencjalna, zatem zmienna, bo i może być zmieniana, ale i sensacyjna, groźna, bo obawiają się jej podmioty będące jej przedmiotem, niespodziewana w swojej treści, ale określona w formie, przeznaczeniu i znaczeniu. W koncepcji semiologicznej Umberta Eco taka wiadomość pozbawiona jest desygnatu, trudno wskazać jej materialną podstawę, łatwiej formę, sposób działania, znaczenie i skutek. Jest to zatem wiadomość bez treści, a jednak mająca znaczenie. Czy jednak taki news w praktyce w ogóle istnieje? Czy nie jest tylko wymysłem filozoficznej wyobraźni Umberta Eco?

Diagnoza sytuacji mediów i dziennikarstwa

Wypowiedzi redaktora naczelnego gazety „Jutro”, narratora bezpośredniego, czyli redaktora Colonna i dziennikarzy pracujących w gazecie traktuję łącznie jako głos *porte parole* autora książki – jako głos samego Umberta Eco. Przyjmuję zatem hipotezę, że podmiot zbiorowy, jakim jest powieściowa redakcja, wyraża poglądy Umberta Eco.

W powieści zaprezentowany został model gazety niezależnej od zewnętrznych nacisków (ale nie od nacisków ze strony właściciela!), jednakże nawet istnienie takiej gazety, o ograniczonej autonomii, okazało się niemożliwe. Uprawianie dziennikarstwa sprowadza się – w powieści Eco – do upiększania relacji o wydarzeniach, zmyślaniu, „podkręcaniu”, podkoloryzowaniu faktów, przeprowadzaniu fikcyjnych wywiadów,

⁵ Być może ciekawą odpowiedzią na to pytanie byłaby w tym kontekście analiza afery podsłuchowej ujawnionej w połowie 2014 roku przez tygodnik „Wprost”.

budowaniu sensacyjnych artykułów, bo „Ludzie chcą cudów, nie sceptycyzmu salonowych radykałów” (Eco, 2015: 155).

Redaktorzy i dziennikarze zostali przedstawieni przez Eco jako ludzie „bez właściwości” lub/i jako osoby powiązane z tajnymi służbami (redaktor Lucidi). Sytuacja polegająca na tym, że jeden z redaktorów gazety jest współpracownikiem tajnych służb, wydaje się nie budzić zdziwienia u jego przełożonego, a nawet uznawana jest za rzecz naturalną, a redaktor naczelny nie widzi przeszkód, by taką osobę zatrudnić. Eco zauważa również, że gazety kontrolowane są nie tylko przez wielki kapitał, ale także przez owe służby.

W wielu rozmowach prowadzonych przez redaktorów „gazety” pojawiają się wypowiedzi na temat prawdy, kłamstwa, konstrukcji newsów, odpowiedzialności wobec czytelników czy kwestii manipulacji. Generalne zasady, jakie przyjmują bohaterowie powieści, są następujące: gazety kłamią, telewizja kłamie, media posługują się hiperbolami, ukazując rzeczywistość z zamierzoną przesadą, jednocześnie ją kreują i wmawiają odbiorcom, że taki jest świat. W wątpliwość można poddać wszystko, nawet to, czy ludzie lądowali na Księżycu i czy wojna w Iraku odbyła się naprawdę, a nie tylko na ekranach telewizorów. Jeśli tak, to można również wszystko wykreować, albowiem relacja między gazetą a wiadomościami jest odwrotna, niżby mogło się wydawać zwolennikom teorii lustra: to gazeta „robi” wiadomości, a nie wiadomości „robią” gazetę. Na pytanie skierowane przez redaktorkę do redaktora naczelnego, czy gazety idą za poglądami czytelników, czy też je tworzą, Simei odpowiada: „Jedno i drugie”. I zaraz dodaje, że „Ludzie początkowo nie wiedzą, jakie mają poglądy, potem my im to mówimy, a oni dostrzegają, że je mieli” (Eco, 2015: 82). Innymi słowy, perswazja mediów przeważa nad możliwościami recepcji publiczności, która nie jest w stanie czytać dzieła dziennikarskiego jak dzieła otwartego. Interpretacja jest narzucona przez nadawcę przekazu, a odbiorca jest całkowicie bierny. Nie ma tu mowy ani o aktywnej interakcji pomiędzy nadawcą a odbiorcą, ani o zamianie ról czy o negocjacyjnym charakterze komunikacji. Prasa dominuje nad swoimi czytelnikami, jednak cel tej dominacji nie jest oświeceniowy, bo chodzi o to, że „gazety nie służą rozpowszechnianiu wiadomości, służą ich ukrywaniu” (Eco, 2015: 140). Czytelnicy traktowani są przez gazety w sposób przedmiotowy. Trzeba do nich przemawiać językiem, który rozumieją, ale oni rozumieją tylko taki przekaz, który opiera się na komunałach, sloganach, kliszach językowych, kolokwializmach, banałach i frazesach. Hipotetyczni czytelnicy „Jutra” to ludzie po pięćdziesiątce, zacni, uczciwi mieszczenie miłujący prawo i porządek, ale spragnieni plotek i rewelacji o nieporządku pod różnymi postaciami. Nie należą do pilnych, wielu z nich nie ma w domu żadnej książki, bo książek nie czytają, ale lubią myśleć, że istnieją wielcy artyści – dziwacy i milionerzy. Chcą znać plotki o celebrytach i ich miłostkach i czytać sensacyjne historyjki.

Sporo uwagi poświęca Eco zasadom współczesnego dziennikarstwa. Podstawową zasadą demokratycznego dziennikarstwa – czytamy w powieści – jest oddzielanie faktów od opinii, ale nie chodzi o jej przestrzeganie, lecz udawanie, że się jej przestrzega, na przykład najpierw zamieszcza się opinię, której dziennikarz nie popiera, a następnie tę, z którą się zgadza, „sztuka polega na tym, żeby w cudzysłowie umieścić

najpierw opinię banalną, a później inną, rozsądniejszą, znacznie bliższą opinii samego dziennikarza” (zob. Eco, 2015: 47). W nauce o komunikowaniu nazywa się takie postępowanie manipulacją, bo stwarza się u odbiorcy wrażenie, że coś jest inne, niż – według nadawcy – naprawdę jest. Manipulacja występuje w powieści pod różnymi postaciami. Raz jest to insynuacja, którą redaktor naczelny poleca stosować wobec „natręta” żądającego opublikowania sprostowania. Wówczas sama wzmianka, że jest to osoba, która często się awanturuje, pozbawia ją sympatii czytelników. Innym razem manipulacją jest wprowadzenie do obiegu starej wiadomości w postaci newsa, bo „ludzie mają krótką pamięć” i nie pamiętają, że ta sama wiadomość była już publikowana wcześniej (Eco, 2015: 154). Manipulacja może też polegać na działaniu sugerującym, że dysponujemy kompromitującymi informacjami o kimś, żeby już sama ta wiadomość wystarczyła, aby osoba, której ów news dotyczy, stosowała się do naszych życzeń. Ten manipulacyjny schemat zastosował właściciel gazety wobec środowiska, do którego chciał przeniknąć.

W powieści Eco nie pojawia się prawda jako podstawowa zasada etyki dziennikarskiej. Prawda zastąpiona została półprawdą, parabolą, hiperbolą, przeinaczeniem, opuszczeniem, nieobecnością, a przede wszystkim kłamstwem; jeden z bohaterów powieści mówi: „Żyjemy w kłamstwie i wiedząc, że cię okłamują, musisz zawsze być podejrzliwy” (Eco, 2015: 36), a w kończącym powieść rozdziale pojawia się sugestia, że kłamać mogą wszyscy, nawet BBC, powszechnie uznawana za wzór obiektywnego i rzetelnego medium.

Zakończenie

Na podstawie przytoczonych fragmentów dzieł Umberta Eco i ich analiz trudno doszukać się spójnego systemu poglądów o mediach, które można byłoby przypisać włoskiemu semiologowi. Niewątpliwie na bardziej zdecydowane poglądy mógł sobie pozwolić – na zasadzie *licentia poetica* – w powieści. Swoboda w mówieniu o mediach jest tu o wiele większa, a sformułowania bardziej radykalne niż w esejach czy książkach naukowych.

Summa summarum: Umberto Eco zauważa potęgę mediów we współczesnym świecie. Jest to władza rzeczywista, polityczna, a także kulturowa i symboliczna. Media kształtują obraz współczesnego świata, obraz, który odbiorcy mediów uznają za swój własny, nie dostrzegając tego, że wcześniej został im do ich głów zaimplementowany. Media konstruują obraz świata, tworząc nową rzeczywistość, która z rzeczywistością pierwszego stopnia (pozamedialną) ma niewiele wspólnego. W tym punkcie poglądy Eco nawiązują do i współbrzmia z koncepcjami Waltera Lippmanna, Jeana Baudrillarda czy Niklasa Luhmanna. Zarazem jednak – odmiennie niż dla wspomnianych myślicieli – dla Eco owa hiperrzeczywistość jest aktem manipulacji i kłamstwa. Bo prawdą jedynie jest to, że spiker mówi wprost do widza, a telewizja pokazuje własne medialne środowisko (studio, kamery, kable itp.). Zamiast świata zewnętrznego oglądamy świat wewnętrzny. Tylko skąd możemy mieć pewność, że świat zewnętrzny istnieje, jeżeli nie obejrzymy go w telewizji?

Bibliografia

Prace Umberta Eco:

- Eco U. (1999), *Semiologia życia codziennego*, (przeł.) J. Ugniewska, P. Salwa, „Czytelnik”, Warszawa.
- Eco U. (2007), *Rakiem. Gorąca wojna i populizm mediów*, (przeł.) J. Ugniewska, K. Żaboklicki, A. Wasilewska, Wydawnictwo W.A.B., Warszawa.
- Eco U. (2011), *Wymyślanie wrogów i inne teksty okolicznościowe*, (przeł.) A. Gołębiowska, T. Kwiecień, Dom Wydawniczy Rebis, Poznań.
- Eco U. (2013), *The University and the Mass Media*, “Yale Journal of Law&Humanities”, Vol. 6, Issue 1, <http://digitalcommons.law.yale.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1105&context=yjlh> [dostęp: 12.08.2015].
- Eco U. (2015), *Temat na pierwszą stronę*, (przeł.) K. Żaboklicki, Oficyna Literacka Noir sur Blanc, Warszawa.

Inne wydawnictwa książkowe:

- Dayan D., Katz E. (2008), *Wydarzenia medialne. Historia transmitowana na żywo*, (przeł.) A. Sawsiz, Muza, Warszawa.
- Stephens M. (2007), *A History of News*, Oxford University Press, New York.
- The Power of Intellect. A Book Dedicated to Professor Umberto Eco, Doctor Honoris Causa of the University of Łódź* (2015), Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.

Źródła internetowe:

- Bankowicz M. (2003), *Pierwszorzędny spektakl*, „Tygodnik Powszechny”, nr 26, <http://www2.tygodnik.com.pl/unia/wlochy/wlochy03.php> [dostęp: 12.08.2015].
- Harris B. (1690), *Publick Occurrences Both Forreign and Domestick*, https://en.wikisource.org/wiki/Publick_Occurrences_Both_Forreign_and_Domestick [dostęp: 12.08.2015].
- Mikołajewski J. (2015), *Tajemnica milczenia Umberta Eco*, „Gazeta Wyborcza”, 23.05.2015, http://m.wyborcza.pl/wyborcza/1,132749,17967048,Tajemnica_milczenia_Umberta_Eco.html [dostęp: 12.08.2015].
- Truong N. (2015), *Umberto Eco, From Old Conspiracy Theories To The Future Of News*, <http://www.worldcrunch.com/default/umberto-eco-from-old-conspiracy-theories-to-the-future-of-news/umberto-eco-conspiracy-numero-zero-media-journalism/c0s18985/> [dostęp: 12.08.2015].
- Wyka A. (2007), *Berlusconiization of the mass media in East Central Europe – The New Danger of Italianization?*, <http://www.kakanien-revisited.at/beitr/emerg/AWyka1.pdf> [dostęp: 12.08.2015].