

Radosław Kossakowski

Symulowanie rzeczywistości : szkic o konsumpcji i trudach życia

Media, Kultura, Społeczeństwo nr 1 (3), 153-162

2008

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.

RADOSŁAW KOSSAKOWSKI

Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu

radkoss@wp.pl

SYMULOWANIE RZECZYWISTOŚCI. SZKIC O KONSUMPCJI I TRUDACH ŻYCIA.

Poniższy tekst jest próbą naszkicowania roli, jaką programy w rodzaju reality show i seriale nadawane w różnych stacjach telewizyjnych, odgrywają w życiu społeczeństwa konsumenckiego. Główne założenie przyświecające pracy jest takie, że członkowie tego społeczeństwa wykorzystują świat wspomnianych programów w celu poprawy jakości własnej egzystencji. Wykorzystywanie produkcji kulturowych, często dotyczące zjawisk fikcyjnych, niesie ze sobą istotne konsekwencje. Świat telewizyjnych produkcji jest światem, w którym wszystko jest możliwe. Może to spowodować istotny dysonans w stosunku do życia w „realu”, w którym problemy i troski nie znikają po wciśnięciu guzika pilota. Programy, o których tutaj mowa, dotyczą sytuacji często prozaicznych, „z życia wziętych”, co skłania do porównywania ich z własnym życiem. Nie zmienia to faktu, że cała odpowiedzialność za własne życie pozostaje na barkach oglądającego takie programy. Innymi słowy, choć obraz rzeczywistości ekranowej może przynieść emocjonalne ukojenie, nie może przynieść rozstrzygnięć, które niezbędne są w życiu. Co więcej, produkty medialne wydają się „symulakrami” – kopiami oryginału, który nigdy nie istniał. Są znakami, które nie odnoszą się do istniejącej rzeczywistości. Bardzo pomocna w tej materii jest koncepcja Jeana Baudrillarda (1998). Pokazuje ona, w jaki sposób znaki, które nie mają odniesienia do rzeczywistości, są produkowane w kulturze konsumpcyjnej i w jaki sposób stanowią fałszywą alternatywę w procesach tożsamościowych.

Świat kultury konsumpcyjnej oparty jest na estetyce i bogactwie znaków. Konsumpcja, jak stwierdza Jean Baudrillard (2006), to nie tylko narzędzie stratyfikacji społecznej, ale przede wszystkim medium wymiany symbolicznej, rodzaj języka. Konsumpcja oparta jest według francuskiego myśliciela na „symulacji”. Jest ona

[...] operacją, gdzie zamiast realnego procesu na pierwszy plan wysuwa się jego operacyjny sobowtór. Operacja, a więc produkowanie rzeczywistości, a nie sama rzeczywistość, generowanie za pomocą modeli hiperrzeczywistości. Nie ma rzeczy, otoczeni jesteśmy ich podobiznami,

które udają tylko, że nimi są. Co więcej, stwarzają wrażenie, że są nimi lepiej i bardziej niż one same (Markowski 1998: 191).

Cyrkulacja znaków, symboli w kulturze konsumpcyjnej kreuje świat, który wydaje się lepszy od rzeczywistego, jest idealny, przeładowany sensem. Staje się ideałem, do którego można dążyć. Konsumpcja służy dziś ludzkiej tożsamości, poczuciu szczęścia, ale także pomaga zawiązywać ludzkie wspólnoty. W mediach prezentowane są najróżniejsze wartości, przykłady tego, jak żyją ludzie. Przez świat seriali, programów rozrywkowych wdziera się w domową codzienność konsumpcyjna propozycja tego, jak może wyglądać życie ludzi, a także ich relacje. Ale jest to propozycja, która jest „symulacją”. A ponieważ tak naprawdę nigdy nie istniała, jest to propozycja, z której korzystanie jest niebezpieczne. Nie da się zbudować „realnego” życia na „symulacji”. Na „symulatorach” można jedynie trenować (np. symulacja jazdy samochodem), ale nie prowadzić życia. „Symulacja” daje możliwość cofania zdarzeń, które nie są komfortowe. W życiu taka sztuka jest niemożliwa. „Symulacja”, ponieważ nie odnosi się do niczego rzeczywistego, pojawia się i znika. Życie trwa.

Świat programów telewizyjnych to świat życia bardziej rzeczywistego niż się wydaje. Jest to „życie samo w sobie”, czy raczej „samo życie”, jak mówi jeden z tytułów serialu emitowanego przez telewizję Polsat. Zatem kultura konsumpcyjna dotyczy każdego zakątka ludzkiej egzystencji. Kolonizuje potrzeby codzienne (mycie, sprzątanie, jedzenie), ale także te najbardziej wydawałoby się intymne, które dotyczą sfery seksualności czy uczuć. Wykorzystując wszelkie media, dociera wszędzie. Dociera i przekonuje, że świat, który przedstawia, jest najlepszym z możliwych, że wszystko to, co było przed nim jest tylko marną namiastką tego, co naprawdę można i wypada przeżyć. Świat programów telewizyjnych kusi i proponuje nowe wyzwanie dla przeformułowania swojego życia. A także swego małżeństwa, przyjaźni, romansu, rodzicielstwa. Innymi słowy, ów świat „symuluje” wspomniane zjawiska. Opowiada o nich często tak, że wydają się idealnym modelem. Nie trudno skonstatować, że wiele osób jest zauroczona takim światem.

Wzrost znaczenia estetyki (opartej na znakach, symbolach produkowanych przez kulturę konsumpcyjną) w życiu codziennym ludzi spowodował, że pożądanymi dobrami (pożądanymi dlatego, że determinują role w układzie społecznym) stały się dobra, które możemy metaforycznie nazwać przedmiotami plemiennymi. Większość „nowoplemion” jest zawiązywana, ponieważ ludzie chcą w pewien sposób mieć zorganizowany czas wolny, czas po pracy, szkole. Victor Turner widzi w tej materii różnicę w stosunku do wcześniejszych społeczeństw:

W społeczeństwach przed rewolucją przemysłową, rytuał mógł zawsze mieć jakościowe znaczenie dla całej społeczności (plemion, klanów, lineaży, rodzin); w post-industrialnym społeczeństwie, kiedy rytuał jest drogą dla indywidualizacji i racjonalizacji, doświadczenie płynie głównie do takich form spędzania wolnego czasu, jak sztuka, sport, zabawy (Turner 1982: 58).

Turner używa dla tego rozróżnienia pojęć: liminalność – liminoidalność. „Liminalność” jest związana z totalnym postrzeganiem rzeczywistości przez np. społeczności prymitywne, liminoidalność zaś z przyjemnością i wolnością wyboru społeczeństwa

konsumenckiego. Stwierdza lapidarnie: *One works at the liminal, one plays with the liminoid* (tamże 1982: 55).

Przyjemność i wolny wybór charakteryzuje także wspólnoty powstałe w kulturze konsumpcyjnej. Zygmunt Bauman charakteryzuje takie konsumpcyjne „plemiona” w następujący sposób:

Istnienie „plemion” wyraża się jedynie w fakcie, że pewna liczba ludzi demonstruje symbole plemienne, a dobiega końca, gdy ludzie ci przyjętego zwyczaju zaniechają. Innymi słowy, nowoplemiona utrzymują się przy życiu tak długo, jak długo trwa ich siła przyciągania; obumierają, gdy tracą atrakcyjność. Są więc nowoplemiona zarazem narzędziami i osadami zabiegów samoidentyfikacyjnych. Wysiłek samookreślenia powołuje je do życia; nieuniknione niepowodzenia wysiłku i rozchwianie związanej z nim nadziei prowadzą do masowego wycofywania się w poszukiwaniu innych nowoplemion, w których można by umieścić bezdomną teraz nadzieję. Istnienie nowoplemion jest więc chwilowe, a ich granice – płynne (Bauman 1995: 284–285).

Zawiązanie takich wspólnot nie wynika z przekazywanej z pokolenia na pokolenie tradycji. Wynikają tylko i wyłącznie z bieżących potrzeb jednostek. Nie posiadają więc takich charakterystyk, które w jakikolwiek sposób ograniczałyby życie ich członków (np. represyjne normy zachowań). Sens wspólnoty leży w zaspakajaniu potrzeb jej członków. Jeśli te potrzeby zostaną wystarczająco zaspokojone, wspólnota przestaje mieć rację bytu.

Nowe wzorce życia wspólnotowego docierają najsukuteczniej dzięki mediom elektronicznym. Telewizja odgrywa w tej materii olbrzymią rolę. Zastanawiający jest fakt, że największą estymą cieszą się widowiska dotyczące rzeczy „ludzkich”, wyjętych z potoku codziennych wypadków. W jaki sposób życie z ekranu, tak bliskie temu z rzeczywistości wpływa na to ostatnie? Czy przekłada się na konstytuowanie się jakiejś formy wspólnotowego przeżywania dnia codziennego? Mówiąc wprost: coś musi być na rzeczy, skoro, na swój sposób, oglądający np. seriale zawieszają na kilkadziesiąt minut własną rzeczywistość, zanurzając się w rzeczywistość ekranu. Empirycznym dowodem na tak postawioną tezę mogą być listy, głosy widzów, w których wyrażają oni swoje przywiązanie do losów telewizyjnych bohaterów. Jednak reakcje widzów na wydarzenia z ekranu potwierdzają w moim mniemaniu słuszność tezy Baudrillarda. Widzowie interagują z „symulacją” rzeczywistości, którą wytwarza program telewizyjny.

Ma to swoje konsekwencje:

Przypuszczamy, że w programie o charakterze dramatycznym uczestnictwo widza zakłada takie samo przejmowanie ról wraz z głębszym empatycznym zaangażowaniem, jak to ma miejsce w jakiegokolwiek dającej się zaobserwować społecznej interakcji (Horton, Wohl 1997: 69).

Interpretacja wydarzeń na ekranie doprowadza, zdaniem cytowanych badaczy, do wykreowania: związków paraspołecznych i interakcji paraspołecznych, które powstają na gruncie pozornie bezpośrednich kontaktów między odbiorcą a wykonawcą. Te pierwsze związane są faktem analogicznego reagowania na wydarzenia ekranowe w stosunku do wydarzeń z rzeczywistego środowiska odbiorcy. Interakcje paraspo-

łeczne natomiast związane są z coraz powszechniejszymi programami, które angażują (przede wszystkim emocjonalnie, choć również w jakimś stopniu intelektualnie) widzów, odbiorców. Coraz powszechniejsze stają się widowiska, których nie tylko finał, ale i scenariusz zależy od decyzji widzów. Mogą oni decydować o dalszych losach bohaterów. Dzięki takiej możliwości, programy przenikają do codziennego życia oglądającego. Dalszą konsekwencją tego zjawiska jest współuczestnictwo medium, jakim jest np. telewizja w życiu codziennym. Dzieje się tak nawet w przypadku, gdy domownicy przebywają w danej chwili np. w kuchni. Akcja programów pozwala zawsze i o każdej porze wejść do scenariusza – tak, jak w życiu codziennym – przeskakuje się z epizodu do epizodu, z chwili do chwili. W programach typu „Bar”, „Big Brother” nie ma potrzeby śledzenia akcji od początku do końca. Ponieważ scenariusz tych programów pisze się „na bieżąco”, więc w każdej chwili można być świadkiem ciekawych wydarzeń.

W ten sposób odbiorcy zostają włączeni w życie spektaklu – mogą się w nie zaangażować. Zostają włączeni w życie programu. Wydarzenia, które się w nim rozgrywają już ich dotyczą. Dotyczą ich tożsamości. Tym samym, emocjonalne zaangażowanie się w oglądany program może pełnić rolę sensotwórczą w konstytuowaniu własnej egzystencji. Widz ma poczucie, że coś od niego zależy. Wprawdzie nie spotyka się z bohaterami bezpośrednio, ale wybiera ich, jednym dedykuje swoją sympatię, a drugim niechęć. Bohaterowie często zresztą się do niego zwracają, prosząc o głosy, o zrozumienie i wybaczenie błędów, wsparcie. „Ich los zależy też ode mnie”, może przyznać telewidz. Fakt ten może sprzyjać cementowaniu własnej tożsamości, która, jak to metaforycznie ujął Zygmunt Bauman (2002: 18), „pojawia się na życiowej wokandzie, gdy znika z życiowego tła wspólnota”. Stanowi to doniosły fakt w rzeczywistości, która stanowi trudne, niepewne pole życiowych doświadczeń. Jest tak, ponieważ (przynajmniej można odnieść takie wrażenie – choć jest to odczucie jak najbardziej złudne) wydarzenia na ekranie „poddają” się wyrokowi widzów, którzy mogą odczuć, że „władza sądenia” znajduje się w ich rękach. Wrażenie takie może potęgować fakt, że najczęściej uczestnikami programów są ludzie o zbliżonych charakterystykach osobowościowo-społecznych w stosunku do przeciętnego widza. W programach występują osoby, które nie charakteryzują się niczym szczególnym. To znaczy uczestniczą one w życiu społecznym, w wypełnianiu potocznych ról społecznych, ale poza tym, ich życie niewiele różni się od innych. Występ w programie stanowi nagrodę za „zwyyczajność”.

Zwykli ludzie uczestniczący w programie mogą być chwaleni za sam fakt posiadania dzieci, za młodzięczy wygląd, i z tym większym entuzjazmem przyjmowani są przez publiczność, im dłużej trwa ich małżeństwo. [...] Występujący realizuje wartości, które mają charakter harmonijnego i udanego uczestnictwa w miejscu przeznaczonym dla niego w hierarchii społecznej. Uczestnik prezentowany jest jako ktoś zrównoważony emocjonalnie i darzony szacunkiem ze strony innych, prawdopodobnie odbierając doświadczenie jako wynagradzające zapewnienie społecznej solidarności i pewności siebie (Horton, Wohl 1997: 78).

Ponieważ wydarzenia w programie, serialu dotyczą osób podobnych do oglądającego, program telewizyjny może być przedłużeniem życia oglądającego, może być traktowany tak samo, jak codzienne wyjście z psem na spacer. Może stwarzać wrażenie, że

to, co dzieje się na ekranie jest rzeczywiste. A ponieważ życie społeczne nie tylko zawiera elementy empatii, identyfikacji, w stosunku do wydarzeń rozgrywających się w programie można odnieść się także negatywnie. Rodzajem „społeczno-medialnego wykluczenia” jest fakt, że uczestnicy programu, którzy swym zachowaniem przekraczają granice akceptacji, są z niego eliminowani.

Pamiętać należy, że szukanie leków na bóle egzystencjalne czy społeczne niepowodzenia w kojących medialnych widowiskach niesie ze sobą ważne konsekwencje.

Poprzez emocjonalne zaangażowanie w wydarzenia rozgrywające się na ekranie, oglądający może odczuć rodzaj spełnienia. Losy bohaterów wydają się potwierdzać logikę widza, ponieważ są laboratoryjnie wydestylowanym obrazem widza, jako „siebie samego”. Są ideałem, nadrealnością, do której widz dąży. Im bardziej wydarzenia są banalne, tym bardziej „rzeczywiste”, tym większa otucha płynie z ekranu. Rozmowy Mostowiaków z „M jak miłość”, sąsiedzkie dywagacje w wiejskim sklepie („Złotopolscy”) przyciągają miliony widzów. Dlaczego? Gdyż uczestnictwo w takiej rzeczywistości nic nie kosztuje. Możemy podążać wraz z życiem bohaterów i nie ponosić żadnych kosztów. Nikt nam nie powie, że mamy trudny charakter, że powinniśmy go zmienić. „Symulacja” z ekranu jest rzeczywistością, która jest wyłącznie na nasze żądanie. Staje się ideałem, którego podążamy. „Zwykłość” tej „hiperrzeczywistości” jest zatem rodzajem utopii, sielanki bez bólu, strachu i złamanych serc. Wprawdzie bohaterowie serialu miewają „złamane serca”, ale widz nie musi i nie chce tego przeżyć. Chce patrzeć, ale w „symulacyjnym” znieczuleniu.

Widz ma dodatkową ewentualność na wypadek, gdyby sytuacja przybrała nieprzyjemny obrót. Może przełączyć kanał¹. Nuda może być wystarczającym bodźcem do takiej reakcji. Szczęściem dla nudzącego się jakimś zjawiskiem jest możliwość jego zmiany. Zmiany, która wymaga bardzo mało trudu, jedynie przełączenia kanału telewizyjnego z jednego serialu na drugi. W świecie, w którym na nudę najwięcej jest krótkotrwale działających substytutów, nuda pojawia się nieustannie. Jest to jedna z ważkich cech omawianego zjawiska. Nigdzie indziej człowiek nie ma takiej swobody w doborze odbieranych bodźców. Sam może decydować o wszystkim. Dzięki temu ekranowa rzeczywistość jest bardziej przystępna. I tym bardziej potwierdza swą „symulacyjną” jakość. Może szybko się pojawić i szybko zniknąć. Drzemie w tym pewien rodzaj utopii, ponieważ po raz pierwszy chyba udało się stworzyć warunki, które natychmiast dają się „reorganizować”, jeśli tylko zaczną wywoływać negatywny odźwięk. Wymiana scenerii, a w końcu i bohaterów – wszystko jest możliwe, by widz zawsze mógł uobecnić siebie w spektaklu, by mógł odnaleźć własny zakątek. Wymiana codzienności jednym gestem jest wynalazkiem, dzięki któremu świat z ekranu

¹ Podobna sytuacja miała miejsce w filmie „Truman show” w reżyserii Petera Weira. Jego bohaterem jest człowiek, którego całe życie stanowiło kanwę reality show. Od narodzin towarzyszyły mu kamery (on sam nie wiedział o tym), które transmitowały jego losy na cały świat. Ostatecznie udaje mu się wydostać z tego „sztucznego świata” (jego żona i przyjaciele byli aktorami), czego świadkami były miliony widzów przed ekranami. Zmienienna jest jedna z ostatnich scen. Dwóch strażników, którzy oglądali zmagania Trumana z zapartym tchem, przełącza program tuż po odzyskaniu przez niego wolności. Szukają kolejnej porcji rozrywki na innym kanale. Losy Trumana przestały być istotne.

zawsze będzie miał przewagę nad tym rzeczywistym, posępnym, trwale naznaczonym przez nieznośnych sąsiadów, czy wulgarną młodzież z miejskiego autobusu. Tych zjawisk nie da się „wyłączyć” jednym kliknięciem².

Idealizowanie życia serialowego, podniesienie go do miana „estetycznej iluzji” czy „hiperrrealności” powoduje powstawanie sytuacji tyleż zaskakujących czy ironicznych, co dramatycznych. Świadczą o tym poszukiwania idealnego szpitala, idealnego lekarza, idealnej miłości. Producenci serialu „Na dobre i na złe” otrzymali list podpisany przez ośmiu więźniów wyrażający protest w sprawie jednego z bohaterów serialu, niesłusznie skazanego w jednym z odcinków. Robert Janowski, grający w tym samym serialu homoseksualistę, zrezygnował z dalszych zdjęć po tym, jak jego rodzinę szkalowano za jego „orientację” seksualną. Inni aktorzy spotykali się z pytaniami o lokalizację szpitala, chcieli tam bowiem leczyć swoich bliskich (Meller 2003: 78–81). Artur Żmijewski osobiście stał się świadkiem personifikacji „celuloidowego lekarza”, którego gra w serialu. W sytuacji rzeczywistej, w której zasłabła „prawdziwa” osoba, nie dano do niej dojechać „prawdziwemu” lekarzowi, prosząc Żmijewskiego o doraźną pomoc. Otwartym pozostaje pytanie, na ile bohaterowie seriali stają się także postaciami odpowiednimi do zawarcia z nimi intymnego związku. Inaczej: w jakim stopniu cechy osobowości, charakter ról telewizyjnych spełniają wymagania, jakie osoby rzeczywiste stawiają przed ewentualnym partnerami.

Dzięki mocy potwierdzającej, czy wręcz legitymizującej codzienność jednostek, spektakl wyrasta do roli sacrum³. W społeczeństwie spektaklu dochodzi jednak do przewartościowania – to sacrum służy jednostkom, nie wymagając od nich żadnego poświęcenia. Sacrum w świecie sumulaków nie odnosi się już do ukrytej, świętej rzeczywistości, która istnieje i jest podstawą bytu. Jest częścią „hiperrzeczywistości” Sacrum spektaklu staje się takim samym towarem jak inne. Świat multimedialny oferuje wielką liczbę zjawisk sakralnych, każde z nich proponuje własny model integrujący codzienność. Rytuał odbywa się nieustannie, zmieniają się również widzowie. Integrująca niegdyś sfera rytuału społecznego staje się obecnie wtórna w stosunku do zadowolenia jednostek⁴. Sfera sacrum jest odwracalna i podatna na wpływ konsumenta.

² Tadeusz Chawziuk (1997: 40) wymienia trzy cechy konstytutywne „hiperrzeczywistości”. Są nimi: nieodróżnicowanie, niezdeterminowanie i odwracalność. Hiperrzeczywistość jest nieodróżnicowana, ponieważ nie funkcjonuje w oparciu na dychotomiach, polaryzacji. W jej świecie, wszelkie różnice są równouprawione, są zniesione. Po drugie, jest niezdeterminowana, ponieważ nie odnosi się do żadnej konkretności, celu, sensu. Po trzecie, cechuje się odwracalnością. Nie ma porządku linearnego, cofa się, zawraca, poszerza każdy kierunek. Wszystko jest możliwe. Wspomniane cechy funkcjonują w analizowanych produkcjach. Nie odnoszą się do żadnego porządku, wobec którego byłyby spolaryzowane. Są niezdeterminowane. Mogą wrócić do punktu wyjścia, a nawet przestać istnieć.

³ Dean MacCannell (2002) wspomina, że doświadczenie kulturowe instytucjonalizuje się poprzez „sakraлизację widoku”. Zjawisko to stanowi „uprawomocnienie” danego artefaktu w roli obiektywnie istniejącego zabytku, widoku czy monumentu. Jeśli zgodzimy się z założeniem, że produkcją kulturową zajmuje się obecnie, w dużej mierze, telewizja, to być może zgodzimy się z tezą, że pełni ona doniosłą rolę w „uprawomocnianiu” czy obiektywizowaniu interakcji paraspołecznych.

⁴ Andrzej Tyszka wspominał o „potrzebie opisu spektaklu i publiczności w nowym szerszym wymiarze – wymiarze oddziaływania na świadomość zbiorową. Dokładniej mówiąc, chodzi o uwzględnienie w funkcjonalnym modelu publiczności takiej sfery faktów, którą hermeneuci i teoretycy komunikacji literackiej nazywają przekazem sensu, działaniem sensotwórczym” (Tyszka 1995: 280).

Warto zatrzymać się nad tym, jak powstają znaczenia w świecie wytworów medialnych. Posłużę się w tym miejscu pojęciami, które ukuł Dean MacCannell. Wspomina on o „sakralizacji widoku” i „obrzędowym zachowaniu turystów” (MacCannell 2002: 66). Píše on, że w zróżnicowanym strukturalnie społeczeństwie nowoczesnym doszło do pewnej znaczącej zmiany, która dotyczy przemienienia punktów ciężkości pomiędzy znaczeniem a jego obrazem:

Benjamin uważał, że wytwarza się reprodukcje dzieła sztuki, ponieważ otacza je społecznie ukonstytuowana „aura”, która przypomina o jego **pierwotnym** (podkr. moje – RK) pochodzeniu obrzędowym. Powinien był odwrócić kategorie. Dzieło staje się „autentyczne” jedynie wtedy, gdy powstanie pierwsza kopia. To reprodukcje stanowią aurę, a obrzęd, który nie leży bynajmniej u początków dzieła, jest pochodną związku łączącego oryginalny obiekt i jego społeczne, tworzone znaczenie (tamże: 74).

Kultura konsumpcyjna posuwa ten proces dalej. Jej świat stanowią symulakry, które nie są kopią „dzieła”, czegoś co jest ugruntowane w rzeczywistości. Wydarzenia, które oglądamy w serialu nie są filmową adaptacją rzeczywistości. Podobnie, Disneyland nie jest odtworzeniem czegoś, co wcześniej istniało.

W społeczeństwie konsumpcyjnym kładzie się nacisk na produkcję dóbr, które nie służą już tylko wartości użytkowej. Większość towarów/usług nie jest związana z zaspokojeniem elementarnych potrzeb. Tworzy się zatem pewne modele, którym w odpowiedni sposób nadaje się dodatkowe znaczenie. Przykładowo, tworzy się model rodziny, zbiorowości sąsiedzkiej. Są one „hiperrzeczywiste”, nie istniały nigdy wcześniej. Znaczenie to ma wpływ na przeżywane doświadczenia przez kupujących/oglądających. Przeżywają je oni tak, jak by były czymś uchwytym, rzeczywistym „tu i teraz”. Zakupienie towaru wyposażonego w pewne znaczenie wywiera określony wpływ (np. posiadanie odpowiedniego ubrania umożliwia doświadczenie przynależności do danej grupy czy subkultury, oglądanie danego programu wywołuje identyfikację z losem bohaterów). Końcowym etapem tego procesu jest doświadczenie. Mówiąc krótko, medialne programy są produktami kulturowymi, które „wyposaża” się w znaczenie (w szereg znaczeń). Znaczenie to jest prezentowane przez medium (w naszym przypadku jest to telewizja), na końcu natomiast pojawia się przeżycie doświadczenia tego znaczenia⁵. Cały ten proces odbywa się bez związku z rzeczywistością. Wszystko co jest zaprezentowane, nie odnosi się do kogokolwiek i czegokolwiek, co istnieje. Jest czystą „symulacją”, której jednak nadaje się status rzeczywistości.

Jeszcze raz podkreślmy – „symulowanie” kłótni małżeńskiej, narodzin dziecka, śmierci bliskiej osoby nie dotyka oglądającego. Zaspokaja jego potrzeby emocjonalne, ale jednocześnie je deformuje, gdyż jest to zaspokojenie w „znieczuleniu”. Nie stanowi fundamentu życia emocjonalnego par excellence. Jest rodzajem ucieczki. Jak wspomniałem, wątki pojawiające się w serialach są bardzo ludzkie, mają dużo cech związanych z małymi, tradycyjnymi wspólnotami. Są one zarówno tradycyjne, jak i banal-

⁵ W podobnym duchu wypowiada się Norman K. Denzin. Twierdzi on, że „samo doświadczenie życiowe” stało się najważniejszym towarem w procesie cyrkulacji kapitału i że producenci kultury ponowoczesnej selektywnie wybierają, które doświadczenia życiowe zostaną utowarowione i wystawione na rynek członkom społeczeństwa” (za: Turner 2004: 710).

ne, bo i banalnych treści również dotyczą. Być może właśnie rozwiązywanie codziennych problemów przez bohaterów seriali koi i uspokaja, dając poczucie możliwości rozwiązania własnych problemów. Napięcie i trudy utrzymywania codziennej rutyny zostają znieczulone przez symulakry, ekranową iluzję – tak, że problemy „sprzed” spektaklu nie mają tak intensywnej wartości. Występujące w serialach cechy wspólnotowe, tradycyjne (wspólna msza, rodzinny obiad) są interpretowane przez oglądających. Konsekwencją tego może być konstatacja, że miejsce i sens doświadczania medialnych widowisk zależy tylko od chęci ich przeżywania przez jednostki. Doświadczenia tego rodzaju są co najwyżej intersubiektywnie weryfikowane, ale pozbawiane uniwersalnych roszczeń. Leszek Kołakowski pisał w tym kontekście, że

[...] narkotyzowanie życia jest wrogiem wspólnoty ludzkiej. Im mniej jesteśmy zdolni znosić cierpienie własne, tym łatwiej znosimy cudze (za: Buliński 2002: 211).

„Cierpienia” bohaterów seriali wynikają z życia codziennego, z ciągłego procesu usensawiania, rutynizowania. Codziennosc serialowych symulakrów zawsze można „zawiesić”, codzienności realnej już nie. W świecie permissywnych wartości wybór pomiędzy „znieczuleniem” a odpowiedzialnością może się przechylić w stronę tego pierwszego.

Opisywane przeze mnie relacje ze światem „symulacji” nie mogą być przeniesione w związku z „rzeczywistymi” ludźmi. Grozi to ustawieniem ich w pozycji estetycznych odnośników własnego „ja”. Inny nie byłby osobą, za którą należy wziąć odpowiedzialność. Byłby potrzebny tylko po to, by odbijał obraz naszej tożsamości. Powinien ją potwierdzać, ale nie powinien stawiać warunków, roszczeń, które niechybnie pojawiają się, gdy zawiązuje się stosunek międzyludzki. „Hiperrzeczywistość” odczuwa ludzi rzeczywistego dostrzegania potrzeb innych ludzi. Skoro program można przełączyć, gdy nuży, stosunki z drugim człowiekiem można zerwać, gdy stają się zbyt wymagające, gdy stajemy przed przymusem odniesienia się, zajęcia stanowiska wobec trudu bycia z innym człowiekiem. Można wykasować kontakt z telefonu, sms z prośbą o pomoc, ale czy da się wykasować całkowicie odpowiedzialność?

Wydaje się czymś podstawowym teza, że wspólnotę powinna cechować pewna „dialogiczność”. A wraz z nią ewentualność przyjmowania trosk i poświęcenia się wobec potrzeb innych. Ale jaka „dialogiczność” cechuje sprywatyzowaną przestrzeń publiczną? Jak „interakcje paraspołeczne”, dialog paraspołeczny może wpływać na codzienne rekonstruowanie rzeczywistości, skoro nie mamy pilota wyłączającego, zmieniającego ową rzeczywistość? Przenosząc się w świat ironii stwierdzimy, że dialog członków ponowoczesnego społeczeństwa odbywa się za pomocą czterech cyfr. Jest nim numer tak zwanego „sms-a specjalnego”, zaczynającego się cyfrą 7 i pojawiającego się w różnych sytuacjach. Przy jego pomocy wyrażamy swoją opinię, a także decydujemy, kto i kiedy powinien opuścić program telewizyjny odbywający się „na żywo”. Na potrzebę takiej ironicznej interpretacji stworzyłem rozwinięcie: sms – *short meeting subculture* (albo *society*). Ta forma kontaktu rozwinęła się współcześnie bardzo mocno, co nie pozostało bez wpływu na codzienność. Przykładem „zabrania głosu” przez sms-a jest chociażby program „Bar” emitowany przez telewizję Polsat.

Uczestnicy przez cały czas są pod okiem kamer, przez cały czas grają swoje role tak, by telewizzowie nabrali do nich zaufania i sympatii. Muszą grać „pozytywne charaktery”, jak i zarazem „być sobą”. Każda wpadka może kosztować ich usunięcie z programu i przekreślić marzenia o osiągnięciu celu. Dla widzów sytuacja jest bardziej komfortowa. Ich własne kompleksy nie są poddawane ocenie w świetle jupiterów, nie są skazani na ciągłą inwigilację rozterek, tęsknot, nadziei. Nierówność „interakcji paraspołecznej” zyskuje tym samym na znaczeniu⁶.

Jak wspomina Zygmunt Bauman (2007), próby „uciekania” przed trudami bezpośredniej relacji z drugim człowiekiem potęgują się wraz z rozwojem środków przekazu. „Subkultura szybkich spotkań” to strefa odłączania kontaktów przyciskiem telefonu, „wylogowywania” się z niewygodnych sytuacji. „Znieczuła” też podejmowanie bolesnych decyzji. Wysłanie sms-a o treści „nie chcę się z Tobą więcej spotykać” ma inną jakość niż powiedzenie tego wprost. Zamyka też możliwość reakcji drugiej strony. Tak jak przez zmianę kanału zamykamy możliwość trwania nudnego spektaklu.

Czy zatem mamy do czynienia z piątą władzą, która propaguje nowe źródła społecznych interakcji i ludzkich związków? Czy obrazy telewizyjne stwarzają nową jakość we współczesnym społeczeństwie, czyniąc go „społeczeństwem serialu”? Wojciech Chyła wspomina o powstaniu nowej „krytyki władzy sądenia implikowanej przez spektakl”. Pisz on:

Jest to nie nasza władza sądenia o czymś, ale tkwiąca w nas władza sądenia spektaklu o czymś. [...] Władza sądenia wynika z rozdwojenia pozycji widzenia i bycia. Widzenia z pozycji nie własnej, a spektaklu (pozycji nieobecnego), a bycia w pozycji tego, co się aktualnie widzi (Chyła 1997: 47).

Teza ta wydaje się być zgodna z produkcją znaczeń w społeczeństwie konsumpcyjnym. Dodajmy, że sytuacja ta nie powstała w umyśle zdegenerowanego szaleńca, jakiegokolwiek abnegata, czy fanatycznego proroka. Sytuacja, w której rzeczywistość społeczną determinują obrazy, powstała w samym centrum konstytucji demokratycznego świata. Czy poszukiwanie rozwiązań w „hiperrzeczywistości” jest kolejną odsłoną walki człowieka z egzystencjalnym „brakiem”. Historia pokazała, że ani państwo kościelne, ani państwo narodowe, ani państwo socjalne nie rozwiązało do tej pory kwestii sensu ludzkiego życia. Czy kultura konsumpcyjna ze swym „symulowaniem” rzeczywistości może tego dokonać. Trudno rozstrzygnąć. Nie łatwo bowiem dzisiaj prorokować o jakimkolwiek celu życia społecznego.

⁶ Przeniesienie dialogiczności z płaszczyzny ontologicznej w sferę kultury audiowizualnej ma, zdaniem Wojciecha Chyły, istotne konsekwencje: „Należy dochodzić do tego, co będące nie poprzez ewokowanie w dialogu różnorodności przeszłego życia (przedmiotu odniesienia dyskursu), dając tym również aktualny upust podmiotowej *odmienności* dialogujących *jako rzeczywistości*, ale poprzez pokazywanie nieobecnego przeszłego bądź odległego bycia w jego fantazmacie, jako teraz i tu obecnego dla oczu, a więc i będącego rzeczywistym, w sensie jak najbardziej dosłownym. Nieważne, czy *kiedyś* czy *gdzieś tam* będącego bycia, bo *teraz widocznego bycia*. Wchodząc na miejsce ontologicznych funkcji dialogu, kultura audiowizualna jest więc prawie religijna” (Chyła 1997: 193).

Bibliografia

- Baudrillard J. (1998), *Ameryka, Sic!*, Warszawa.
- Baudrillard J. (2006), *Społeczeństwo konsumpcyjne. Jego mity i struktury*, Sic!, Warszawa.
- Bauman Z. (1995), *Wieloznaczność nowoczesna, nowoczesność wieloznaczna*, PWN, Warszawa.
- Bauman Z. (2002), *O tarapatkach tożsamości w ciasnym świecie*. Niepublikowany referat zaprezentowany na konferencji pn. „Dylematy wielokulturowości. Tożsamość–różnica–inny” w Ustroniu 26 września.
- Bauman Z. (2007), *Szanse etyki w zglobalizowanym świecie*, Znak, Kraków.
- Buliński T. (2002), *Człowiek do zrobienia. Jak kultura tworzy człowieka: studium antropologiczne*, Wydawnictwo Poznańskie, Poznań.
- Chawziuk T. (1997), *Co nam mówi Jean Baudrillard?*, „Kultura Współczesna”, nr 1.
- Chyła W. (1997), *Kultura audiowizualna*, Humaniora, Poznań.
- Horton D., Wohl R. R. (1997), *Komunikacja masowa i paraspoleczna interakcja. Uwagi o intymności na odległość*, [w:] A. Gwóźdź (red.), *Pejzaże audiowizualne*, Universitas, Kraków.
- MacCannell D. (2002), *Turysta. Nowa teoria klasy próżniaczej*, Muza, Warszawa.
- Markowski P.M. (1988), *Baudrillard: Słownik*, [w:] J. Baudrillard, *Ameryka, Sic!*, Warszawa.
- Meller M. (2003), *Na dobre i coraz lepsze*, „Polityka”, nr 3.
- Turner J.H. (2004), *Struktura teorii socjologicznej*, PWN, Warszawa.
- Turner V. (1982), *From Ritual to Theatre. The Human Seriousness of Play*, Performing Arts Journal Publications, New York.
- Tyszka A. (1995), *Widownia i spectaculum. Próba hermeneutycznej socjologii publiczności*, [w:] E. Tarkowska (red.), *Powroty i kontynuacje. Zygmuntowi Baumanowi w darze*, IFiS PAN, Warszawa.