

Miłosz Babecki

Islamski «jihad» w amerykańskim kinie : terror i rozrywka

Panoptikum nr 8 (15), 165-172

2009

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.

Miłosz Babecki

Islamski *jihad* w amerykańskim kinie. Terror i rozrywka

W 1997 roku w Grazu, podczas wykładu poświęconego związkom przemocy i mediów Michael Haneke zwracał uwagę na ewentualność cenzurowania krwawych scen, tak przecież pożądanych na ekranach kinowych i telewizyjnych. Czynił to, konstatując jednocześnie, iż obrazy przemocy są integralną częścią współczesnego przemysłu filmowego nastawionego na widza i zysk. Integralną, gdyż wpisującą się w hiperstrukturę komunikatów przesiąkniętych sensacyjnością znaną z telewizyjnych newsów. Haneke, zdaje się niemal proroczo, przestrzegał: „Trzeba znaleźć właściwe formy przekazu, jeśli nie chcemy, by misja objaśniania świata – ów obowiązek wobec ludzkości, na który media tak chętnie się powołują – przerodziła się w cyniczną hipokryzję”¹. Proroczo, w starym tysiącleciu. Nową erę w dziejach ludzkości wyznaczył zamach przeprowadzony na Światowe Centrum Handlu. Po niewyobrażalnej tragedii przyszedł niestety czas na hipokryzję, która skrycie czała się już w infosferze, począwszy od pierwszej wojny irackiej. Po 11 września zaś na dobre zadomowiła się w popkulturze, wyznaczając nowy kurs, także w amerykańskim kinie.

Gdy administracja amerykańska stanęła w obliczu konieczności usprawiedliwiania śmierci „swoich chłopców”, potem zaś kolejne rządy uczestniczące w koalicji antyterrorystycznej opłakiwać musiały swoich, hollywoodzcy producenci i reżyserzy postanowili wykorzystać front walki o iracką wolność, implementację demokracji, ropę naftową (kolejność, zdaje się, powinna być odwrotna), w walce o klienta, coraz lepsze wyniki oglądalności i rząd dusz. Przy czym szybko okazało się, że proponowany odbiorcy przekaz nie musi być tożsamy z „amerykańskim interesem narodowym”, ważne, by przynosił zysk. Michael Moore kręci zatem *Fahrenheit 9/11*, eksponując to, czego amerykańskie media nie chcą zauważać – obecni wrogowie Ameryki byli kiedyś jej – jeśli nie przyjaciółmi – to przynajmniej sprzymierzeńcami.

Paradokument Moore’a sytuuje się na jednym z biegunów hollywoodzkiej maszyny, na drugim zaś *United 93*, w którym Paul Greengras sugeruje, że kolejnej tragedii zapobiegli amerykańscy piloci i pasażerowie, w ostatniej chwili przed katastrofą pacyfikujący islamskich porywaczy-terrorystów. Wskazane dwa obrazy, usiłując wytłumaczyć to, co zdarzyło się 11 września w USA, pełnią jednocześnie funkcję propagandową. Gdy giną obywatele, łatwiej wierzyć w świętą islamską wojnę, która niczym chorobotwórczy wirus rozlewa się po świecie, niż w niekompetencję swoich władz.

Złudzeń pozbawia Amerykanów Benjamin Barber na nowo definiujący ową świętą wojnę – *jihad*, którego wyznawcami przestali być już tylko fundamentaliści islamscy.

Obecnie *jihad* jest wymarzoną towaram eksportowym, który różnymi kanałami dociera w coraz to nowe miejsca, generując potencjalne ogniska zapalne na mapie globalnych konfliktów zbrojnych.

W tak oto naszkicowany pejzaż, realny czy też odsyłający do „drugiej rzeczywistości”, wpisują się kolejne dwie filmowe produkcje, które pozwalają śledzić, w jaki sposób międzynarodowe grupy interesów, zabiegając o coraz większe wpływy polityczne i finansowe, eksportują *jihad*, wywołując kolejne wojny.

Biorąc pod uwagę chronologię, najpierw wymienić trzeba *Syriane* Stephena Gaghana, nakręconą w 2005 roku. Choć producent definiuje ją jako thriller polityczny, poruszane wątki są nader realne. Inspirowana przeżyciami byłego agenta CIA opowieść przeraża realizmem i krótkowzrocznością, którą z całą mocą zaakcentował już Moore. W obrazie Gaghana to Amerykanie (choć teoretycznie broniący swoich granic i obywateli) reprezentują zło tego świata. Reżyser marginalizuje wątek muzułmański, eksponując równocześnie zakulisowe gierki, których miejscem akcji jest Waszyngton i gabinety kolejnych rządowych agend. Przekaz potęgują wypowiedzi bohaterów. Oto saudyjskie marionetki amerykańskiej polityki dowodzą, iż „kapitalizm nie może istnieć bez marnotrawstwa”, zaś teoretycznie negatywny bohater, uznawany przez Amerykanów za terrorystę, stwierdza: „Uznajemy, że każdy kraj może iść naprzód we własnym tempie”.

Cytowane fragmenty pokazują, jak dalece zrewidować należałoby postrzeganie tego, co pierwotnie, w sensie koranicznym, oznaczał *jihad* oraz wskazać nowe, pragmatyczne sposoby jego zastosowania. Benjamin Barber dowodził, iż *jihad*, przypisywany islamowi, w erze globalizacji przestał być wyłącznie islamski. Nie jest już własnością islamu. Barber uzasadnia: „Pragnę bowiem określić tym mianem dogmatyczny i uciekający się do przemocy partykularyzm, znany równie dobrze chrześcijanom, jak muzułmanom, Niemcom, Hindusom czy Arabom”².

W *Syriane* partykularyzm związany z przedefiniowanym pojęciem *jihadu* reprezentują Stany Zjednoczone. To one prowadzą nową wojnę. Jej uzasadnieniem jest ekonomia, upostaciowieniem zaś państwowi urzędnicy oraz biznesmeni reprezentujący sektor prywatny. W toku ich spotkań zapadają brzemiennie w skutkach dla Bliskiego Wschodu decyzje. Owa wojna to Barberowski *jihad*. Prowadzony przez firmy naftowe, jest skierowany przeciwko arabskim dążeniom reformatorskim. Nie zważa na granice geograficzne. Pokonuje je dzięki infostradam, centrom doradztwa finansowego oraz globalnym rynkom finansowym, takim jak giełdy w Nowym Jorku czy Londynie. Stąd, co znamienne, znacząca część fabuły sytuowana jest nie na Bliskim Wschodzie, lecz w Waszyngtonie, Szwajcarii, Hiszpanii, w domyśle również w Kazachstanie i w Chinach. Bezpośrednie zaś skutki knoń karteli naftowych dostrzega widz w Bejrucie, Teheranie, także w tym wiodącym dla obrazu miejscu akcji – niewymienionym z nazwy królestwie, w którym to emira wybierają agenci rządu Stanów Zjednoczonych, nie zaś rodzina królewska.

Cytowany na początku Haneke już w 1997 roku przestrzegał przed afirmacją przemocy, wreszcie także cyniczną hipokryzją mediów, uzurpujących sobie prawo do działań o charakterze dydaktycznym czy nawet moralizatorskim. By przywołać refleksję Kazimierza Krzysztofka, okazało się wkrótce, że życie zaczęło naśladować masowe sztuki audiowizualne, w tym przypadku przemysł filmowy, który następnie zwirtualizował życie, czyli doprowadził do zaburzenia i przez to odwrócenia kategorii *mimesis*. Jak dowodzi obraz Gaghana, cynizm i hipokryzja są świetnym instrumentem na podnoszenie wyników oglądalności. Nie można inaczej tłumaczyć zabiegów polegających na szkicowaniu sylwetki nawróconego agenta, odpowiadającego za upadek niejednego rządu na Bliskim

Wschodzie, czy odczytywać postaci młodego dynamicznego doradcy inwestycyjnego, Amerykanina, który w rozmowie z posądzanym o terroryzm księciem Nassirem Al-Subajem płomiennie przemawia: „Bawicie się, kupujecie sobie nowe zabawki, płacicie po 50 tysięcy dolarów za jedną noc w hotelu. Nie inwestujecie w infrastrukturę. Nie budujecie normalnej gospodarki. Gdy się w końcu obudzicie, będziecie wycyckani”³.

Czyż nie inaczej spojrzysz teraz widz na inwestycje w Dubaju, sztuczne oazy pośród piasków pustyni, obracające się wokół własnej osi drapacze chmur, gdy z ekranu kinowego spłynie „objawiona prawda”? Bohaterom Gaghana nie można odmówić cynizmu, nie można też jednak nie dostrzegać tragizmu ich sytuacji. Co ciekawe, bohaterem tragicznym nie jest oszukany, ginący przez przypadek, wszak swój, nawrócony agent, lecz posądzany o terroryzm książę-reformator, deklarujący chęć zrewolucjonizowania polityki królestwa: „Studiowałem w Oksfordzie, zrobiłem doktorat w Waszyngtonie. Chcę utworzyć parlament, dać kobietom prawo głosowania. Chcę mieć niezależne sądy i giełdę naftową na Bliskim Wschodzie”⁴.

Kwestionowana w *Syrianie* polityka USA zwycięża. Reformator zostaje zlikwidowany, kolejne pokolenie zamachowców samobójców ginie, atakując amerykańskie instalacje naftowe. Wpływowy adwokat z kręgu administracji rządowej konstatuje, iż bałagan na Bliskim Wschodzie jest niezbędny, by USA wiodły prym w tym regionie świata.

Amerykańskie *status quo* zostaje zachowane, zaś jedyną stałą na skonfliktowanym Bliskim Wschodzie jest *jihad*. Amerykańska polityka energetyczna, widmo nowej kolonizacji wreszcie „święta wojna z niewiernymi” wiodą widza do kolejnej filmowej produkcji. Tym razem jest nią wyreżyserowany w 2007 roku przez Gavina Hooda *Transfer*.

Podnoszona tu problematyka nadzwyczajnych wydaleń osób podejrzanych o sprzyjanie terroryzmowi islamskiemu jest niejako pokłosiem tego, co przybliżył odbiorcy Gaghan. Niestety kolejny raz wątek rodzącego się fundamentalizmu jest wątkiem drugorzędym – zepchniętym na margines świadomości.

Losy uprowadzonego ze Stanów Zjednoczonych egipskiego naukowca, posiadacza zielonej karty, splatają się z losami młodego studenta (być może pakistańskiego – trudno rozstrzygać, ponieważ nazwa sojuszniczego państwa nie pada w filmie ani razu) i jego wielkiej miłości – córki wysokiego funkcjonariusza bliskowschodnich służb specjalnych, pomagającego wydobyć od „nadzwyczajnie wydalonych” jedynie słuszne, obciążające terrorystów, zeznania. Właściwy wielu produkcjom *political fiction* wątek miłosny można pominąć, wszak zdaje się on tylko maskować ważniejszy, choć ze względów poprawności politycznej marginalizowany wątek nasilającego się wśród młodych fundamentalizmu. Wśród młodych, którzy, indoktrynowani i manipulowani przez „duchowych przywódców”, uznawani są za gotowych do wykonania najważniejszego w swym życiu zadania – samobójczego zamachu.

Zarówno w *Syrianie*, jak i w *Transferze* historie młodych zamachowców opowiedziane są na tle polityki obronności USA i ich sojuszników. Postaci owe wychodzą z fabularnego cienia w chwili zamachu. W poprzedzających moment kulminacyjny wydarzeniach odnajduje widz tylko niewyraźne znaki, świadczące o procesie ideologicznego formowania wchodzącego w dorosłość pokolenia, kształtowanego w duchu nienawiści do zachodniego modelu życia. W *Syrianie* jeden z drugoplanowych bohaterów, późniejszy zamachowiec-samobójca, słyszy: „Wolny handel nie zasypie przepaści między ludzką naturą i nowoczesnym życiem. [...] Bólu nowoczesności nie usunie swoboda handlu, prywatyzacja, reforma ekonomiczna ni niższe podatki. Bólu życia w nowoczesnym świecie nie

usunie liberalne społeczeństwo, bo klęskę poniosły takie społeczeństwa, chrześcijaństwo i cała cywilizacja Zachodu”⁵. Padającym w „szkółce koranicznej” słowom towarzyszą te wypowiedziane przez islamskich fundamentalistów w obrazie Gavina Hooda. Tu bowiem odpowiadający za selekcjonowanie kolejnych zamachowców-samobójców manipulator dowodzi: „Wojna z syjonistami i krzyżowcami to zdecydowane starcie wiary z niewiarą, dobra ze złem. Zniszczenie niewiernych i obłudników jest waszym świętym obowiązkiem. Gdy napotkacie odszczepieńców, macie przetrzącić im karki. Krzyżowcy snują opowieści o wolności. *Jihad* to jedyna ku niej droga”⁶. *Jihad*, jako koncept w amerykańskich produkcjach filmowych typu *political fiction*, został odkryty i namaszczonej przez producentów filmowych i reżyserów po 11 września 2001 roku. W sensie komercyjnym stał się równie popularny, co ideologia McŚwiata. W odseparowanej od reszty świata żelazną kurtyną Europy Środkowej i Wschodniej, ta ideologia, symbolizowana przez McDonald’s, była niegdyś synonimem kapitalistycznej wolności, współcześnie symbolem wolności o zgrozo jest *jihad*, którego wykładnię prezentują terroryści islamscy. Producenci filmowi czynią zeń popularny motyw opowieści o ponowoczesnym świecie, uporczywie i z polityczną poprawnością przekonując, iż poglądy ujawnione w fabule nie są poglądami wytwórni, producenta ani reżysera. Zachód wykorzystał jednak islamską „świętą wojnę” i zrobił z niej „brand” taki sam, jak wiele lat temu z *kung fu* i dalekowschodniej tradycji.

Kultura Zachodu, w konsekwencji również zglobalizowana kultura popularna, zostały *jihadem* obradowane – ometkowane, czego dowodem są liczne, po zniszczeniu WTC, amerykańskie produkcje filmowe. Stojące jednak za sukcesem finansowym owych obrazów instytucje, studia filmowe, eksploatują powierzchowne znaczenie *jihadu*, celowo zapominając że, jest on obecnie tożsamy zarówno z terroryzmem islamskim, ponadnarodowym i nieuznającym granic, jak również ze ścierającymi się interesami mocarstwowymi oraz interesami pozostających w ciągłej interakcji światów polityki i biznesu, także z opierającą się na sondażach opinii publicznej i sondażach popularności polityków propagandą, czego dowodem są wskazane kinowe produkcje ostatnich lat.

W istocie prawdziwymi ich bohaterami nie są postaci ani pierwowzory (schematyczne raczej, niż charakterystyczne), lecz pseudoideologia, która po świecie, rzuconym na kinowy ekran, rozprzestrzeniła się dzięki fałszywym paszportom tajnych agentów i tajnym rządowym dyrektywom powodującym, iż niewinny obywatel odbierający omyłkowe połączenie telefoniczne, może stać się turystą z biletem w jedną stronę i całą ukrytą w tajnej bazie jednego z sojusznicznych krajów. Potem zaś, już w rzeczywistości, agenci piszą wspomnienia, będące kanwą dla kolejnych filmowych scenariuszy. W konsekwencji okazuje się, że życie, które naśladuje masowe sztuki audiowizualne, jest niczym darmowa forma promocji dla marki, jaką w kulturze Zachodu stał się *jihad* – produkt eksportowy zachodniej rozrywki, dostępny w multiplexach i za pośrednictwem nośników DVD. Jak zatem zdefiniować podróż, którą owo, koraniczne pierwotnie, pojęcie odbyło, asymilując się z zachodnim modelem postrzegania otaczającej rzeczywistości? Na myśl przychodzi tylko jedno określenie – dystrybucja.

Dystrybucja jest tu jednym z pojęć, które, będąc częścią sieci znaczeń przypisanych globalizacji, robi oszałamiającą karierę w ostatniej dekadzie datowanej zamachem z 11 września. Globalizacja zaś zdaje się być fundamentem tego, co Benjamin Barber rozumie jako *jihad* w wydaniu zachodnim. Wędrująca, bezpieczna ideologia, wykorzystywana raz przez transnarodowe organizacje terrorystyczne, innym zaś razem przez stojące na straży masowej kultury koncerty medialnej rozrywki, to egzotycznie brzmiąca i przez to ciesząca się popularnością etykieta-marka. Tę markę chętnie upowszechnia się,

by z jednej strony dostarczać rozrywki, z drugiej zaś – by, trochę skrycie, kształtować światopogląd odbiorcy komunikatu audiowizualnego. Jest zatem pojęcie globalizacji swoistą odmianą kanału komunikacyjnego. Wówczas tak pojmowany proces globalizowania zwracać powinien uwagę na przestrzeń swoich oddziaływań. Współcześnie owym obszarem jest „[...] rynek, gdzie najcenniejszym towarem jest informacja, lecz zarazem niesłuchanie rozwinięte technologie nie potrafią sobie poradzić na przykład z prymitywnymi środkami używanymi przez globalnych terrorystów [...]”⁷. W świetle zaś podobnego stwierdzenia warto wskazać na inny jeszcze walor zglobalizowanej ideologii *jihadu*. Postrzegany przez fundamentalistów islamskich jako instrument walki w zachodnim modelu cywilizacji, wyposażony zostaje przez dysponentów rozrywki w nowe właściwości. Staje się kulturowym ekwiwalentem tego, co w teorii wojskowości określa się mianem wojny czwartej generacji lub czwartej fali. Podobny konflikt w opinii strategów łąmie przyjęty schemat określany relacją rząd – armia – naród i charakteryzowany jest przez cele nie fizyczne, lecz „[...] polegające na kształtowaniu świadomości społecznej”⁸. Stąd też, jeśli mowa o kulturowym ekwiwalencie, wojna czwartej fali będzie walką o przychyłość (przede wszystkim jej aspekt finansowy) widza.

Koraniczny *jihad*, zwesternizowany przez przemysł rozrywkowy, staje się bronią masowego oddziaływania i kształtowania obrazu świata na globalnym poligonie. W tym też aspekcie uwidacznia się kolejna właściwość rozlewającej się po świecie „wideologii”⁹. Jest ona silnie zdetyrioralizowana¹⁰, zatem obecna wszędzie tam, gdzie narodowe przemysły rozrywkowe zdominowane zostały przez model amerykański. To zaś prowokuje do stawiania pytań o rolę mediów masowego komunikowania, które przynajmniej teoretycznie „[...] tworząc poinformowaną opinię publiczną, przyczyniają się do oświecenia społecznego i są agentem demokracji, czy też przeciwnie, demokracji zagrażają i są narzędziem kształtowania i kontroli nad umysłami?”¹¹. Wskazane dwa pytania nabierają szczególnego znaczenia, gdy postawić je w kontekście wzmiankowanych uprzednio obrazów filmowych. Począwszy od paradokumentu Moore’a przez obrazy fabularne, na adaptacji filmowej pamiętników byłego oficera CIA skończywszy, warto zastanowić się, czemu poza planami finansowymi służy rozprzestrzenianie specyficznej, opartej na przedefiniowanym *jihadzie* ideologii. Wymienione produkcje filmowe zdecydowanie nie są nośnikami wartości demokratycznych, no może poza wprowadzonym teraz do dyskusji obrazem-próba *Ukryta strategia* w reżyserii Roberta Redforda. Czy zatem zagrażają demokracji? Myślę, iż nie bardziej niż rozpowszechniane w sieci internetowej plotki o możliwym zawieszeniu konstytucji i wprowadzeniu w USA stanu wojennego¹². Pozostaje jeszcze trzecia ewentualność. Jest nią kontrola nad umysłami. Tu islamski *jihad* przetworzony i zaadoptowany przez amerykańskie kino sprawdza się wyśmienicie. Kinematografia rodem ze Stanów Zjednoczonych ma wszak w tym względzie spore doświadczenie, by wymienić tylko niektóre z inicjatyw tak popularne i wspierane przez rząd w latach pięćdziesiątych czy sześćdziesiątych, realizowane na zlecenie „Federal Civil Defence Administration” przy współudziale „The National Education Association”. Jeśli zatem przyjąć za Mikułowskim Pomorskim, iż „odbiorcą jest klient, a efektem akceptacji oferty” i następnie zestawić to z machiną dystrybucyjną, której celem było wypromowanie wymienionych tytułów filmowych, staje się jasne, że synonimem akceptacji ofert jest wynik finansowy filmu, pośrednio zaś, w konsekwencji, proces ten nawiązuje do mechanizmu wojny czwartej generacji. Dzieje się tak, ponieważ owe obrazy są przesycone stereotypowo ukazanymi wizerunkami terrorystów, zwalczających ich „naszych chłopców” i wreszcie ideologii, która pozostaje islamska. Okazuje się, że podróż, jaką przebył *jihad*, jest po pierwsze odległa, po drugie absurdalna. To, co miało służyć obaleniu zachodniego modelu życia, stało się tego modelu utrwaleniem. Po 11 września 2001

roku mediasfera, także determinujący ją dyskurs interkulturowy¹³, zostały zdominowane przez rzadko dotąd reprezentowany stereotyp terrorysty¹⁴. Czarne charaktery rodem z totalitarnych reżimów wspierane przez pozbawionych kontroli, najczęściej sowieckich czy wschodnioniemieckich agentów, wyparte zostały przez modele terrorystów islamskich, mówiących w nieznanym, lecz zdradzającym bliskowschodnie konotacje języku, z bujnymi zarostami, którzy konspiracyjnie uczestniczą w zgromadzeniach mających przygotować ich do poświęcenia życia w samobójczym zamachu. Stereotyp to krzywdzący dla muzułmanów, uwielbiany jednak przez amerykański przemysł filmowy.

Powracając jednak do dystansu, który przebył zmediatyzowany *jihad*, pokonując przestrzeń dzielącą Wschód i Zachód, warto wskazać, że absurd tej podróży ma jeszcze jeden aspekt, powiązany z celami, jakie stawiają sobie terroryści. Z czterech głównych przywoływanych przez Dominika Dudę, autora publikacji *Terroryzm islamski*, wskażę tylko dwa. Cel pierwszy to koncentracja uwagi światowej opinii publicznej na działaniach terrorystów, drugi natomiast – zastraszanie pewnych grup społecznych lub całych nacji¹⁵. Dlaczego zatem przypisana *jihadowi* dyfuzja w czasie i przestrzeni ma wymiar absurdalny? Wynika to z istotnego faktycznego, choć nie wykluczam, iż celowego, rozdźwięku pomiędzy działaniami aparatu państwowego, instytucji odpowiadających za bezpieczeństwo obywateli a intencjami przemysłu rozrywkowego, który posiłkuje się silnymi emocjami opartymi na instynktownych reakcjach wywoływanych przez strach. Paradoksalnie wobec powyższego, zwalczani terroryści są w pewnym sensie potrzebni zachodniej świadomości. Są zwizualizowanym zagrożeniem – jak niegdyś, w czasach zimnej wojny, radzieccy generałowie. Mają status symboli-rezydentów faworyzowanych, pod względem filmowych obecności, przez kulturę masową, dla której są jednym z koniecznych, wyznaczących trend pierwiastków. Ich stała niemal obecność w globalnej mediasferze nie budzi sprzeciwu w świadomości odbiorcy podobnych przekazów. Przeciwnie, świadczy o ich atrakcyjności. W ten oto sposób niegdyś tajne działania Boba Baera stają się inspiracją dla obrazów takich jak *Syriana*, gdzie zachodni model sprawowania władzy, przeciwstawiony dążeniom księcia reformatora, zostaje poddany druzgocącej krytyce i w konsekwencji skompromitowany. Przywoływany zaś *Transfer* pozwala całkiem poważnie snuć rozważania o rzeczywistej obecności poza terytorium Stanów Zjednoczonych Ameryki Północnej tajnych kompleksów, w których przetrzymuje się i poddaje „obróbce” śledczej „nadzwyczajnie wydalonych”.

Katalog skojarzeń związanych z rozprzestrzeniającym się w świecie wieloaspektowym *jihadem* wciąż nie jest zamknięty. Choć dyskusja dotyczy przenikających się rzeczywistości: pierwszej fizycznej i drugiej, sytuującej się na antypodach rzeczywistości i opartej na znakach i symbolach fizycznie nieuchwytnych, wskazać warto na sam mechanizm powstawania znaczeń. Oferowane odbiorcom obrazy tworzą samodzielne byty. Te zaś, napotykać podatny grunt, czyli właściwą człowiekowi ciekawość, wzmacnianą poprzez determinanty ludyczne, popychają do takiej aktywności, której istotą jest „wewnętrzny” nakaz oglądalności. W konsekwencji pojawia się tu ostatni z aspektów towarzyszących temu, co zdefiniowałem uprzednio jako wieloaspektowy *jihad*, tak w ujęciu koranicznym, jak i w perspektywie kultury masowej. Odbiorca komunikatów audiowizualnych jest zarazem obiektem niezamierzonych działań terrorystów, których przekazy coraz rzadziej obecne w serwisach informacyjnych, nie z racji słabnącej aktywności, lecz osłabiającego żywiołowe reakcje mechanizmu przyzwyczajenia i desensytyzacji, wyśmiewane i zwalczane przez internautów, są fabularnie przetworzonym, obecnym w systemie dystrybucyjnym łakomym kąskiem dla dysponentów kinowej rozrywki.

Wspominałem uprzednio o priorytetach organizacji terrorystycznych, w szczególności o pozyskiwaniu, dla zdefiniowanych celów, opinii publicznej. Za sprawą relacji komunikacyjnej, budowanej przez hollywoodzkie kino i z wykorzystaniem istotnych właściwości zmediatyzowanej kultury masowej, siatki terrorystyczne uzyskują dostęp do świadomości nowego typu odbiorcy, zmieniającego się w przestrzeni nowych mediów w „teleanthropą”¹⁶, będącego wyjątkową odmianą turysty i pasażera zarazem. Powstaje jednostka, która dzięki wynalazkowi telewizji, kina czyli masowych mediów audiowizualnych jest zdolna do pokonywania znacznych odległości w minimalnym czasie, by odwiedzać nieznanne dotąd miejsca, poznawać obcych dotąd ludzi z ich kulturami, przekonania, także uprzedzeniami. To w otoczie telewizji, kinoman, dla którego pojęcia „podróżować” oraz „wiedzieć” są tożsame z czynnością oglądania, nie w znaczeniu komunikacyjnym, lecz w konsumenckim. Jednostka ta zmienia miejsca swego pobytu bez wyraźnego, uchwytne go fizykalnego przemieszczenia, wszak „porusza” się w środowisku wirtualnie abstrakcyjnym, kształtując rzeczywistość poprzez sekwencje mikrokomend przypisanych klawiszom komputera lub interfejsu sterującego kinem domowym. Owocem tej pozornej wędrówki, dla której nośnikiem świadomości jest medium elektroniczne, będą powtarzające się spotkania z wieloaspektowym umasowionym *jihadem*. Atrakcyjną, pustą już strukturą, którą w zależności od potrzeb wypełniać będzie idea walki o widza, telefila¹⁷ lub *simulacrum* walki, jako postulatu fundamentalistycznego. Za sprawą zachodniej wideologii nie tylko stereotyp terrorysty, jego środowiska życia i światopogląd są obecne w świadomości odbiorcy. Zdobytcze komunikacyjne końca XX wieku oraz początku XXI – mobilna multimedialność – umożliwiają odbiorcy-widzowi odbywanie specyficznych podróży. Siedząc w kinowej sali, konsument otrzymuje możliwość wizytowania miejsc będących istotnymi punktami zapalnymi na mapie globalnych konfliktów zbrojnych – tłących się ciągle bez szansy na dogaszenie ognisk zapalnych, wzniesionych przez mieszaninę kulturowych uprzedzeń, ideologii, religii z drugiej oraz konsumeryzmu. Za sprawą ewolucji systemu kulturowego do postaci kultury transparenacji, obsesyjnej widzialności, świadomość odbiorcy jest w ciągłej podróży – gdy fizyczność bytuje w sąsiedztwie medium, protezy komunikacyjnej – do miejsc niedostępnych: owalnego gabinetu prezydenta USA, na pokład pikującego samolotu pasażerskiego, do tajnego kompleksu śledczego, „bezpiecznych” wywiadowczych lokali w Bejrucie, czy – jak ma to miejsce w *Ukrytej strategii* – podąża za sygnałem satelity wojskowego demaskującego terrorystów dokonujących egzekucji na amerykańskich żołnierzach-ochotnikach.

Ostateczną wreszcie konsekwencją tego, co w tytule zdefiniowałem jako związek terroru i rozrywki, jest przemoc ikoniczna, której ofiarami jesteśmy jako odbiorcy masowych komunikatów, jako że przestrzeń kreowana przez przemysł rozrywkowy jest determinowana modami. Moda audiowizualna tożsama jest z narzucaną adresatowi tematyką, czyli treścią i gatunkową odmianą lansowanego, dominującego w danym momencie przekazu¹⁸. W zapoczątkowanej w 2001 roku dekadzie jest to moda na terrorizm i jego wykładnię: wieloaspektowy *jihad*. Jego obrazy nie tyle podróżują w czasie i przestrzeni, co – beładnie niesione – są typowym dla epoki mediów komunikowania elektronicznego nurtem dryfujących obrazów. Uczestnicy kultury masowej stają się wówczas podróżnikami – teleanthropami, którzy za umykającymi obrazami podążają audiowizualnymi infostradami.

Być może następna dekada i stojące u jej fundamentów inne jeszcze wydarzenia zdefiniują nowe kierunki i wytyczą nieznanne dotąd szlaki, będące celami kolejnych transkulturowych eksploracji z właściwymi im technikami podróżowania.

Przypisy

- ¹ M. Haneke, *Przemoc a media*, tłum. B. Ostrowska, „Dialog” 1999, nr 2, s. 137.
- ² B.R. Barber, *Dżihad kontra McŚwiat*, przeł. H. Jankowska, Warszawa 2004, s. 17.
- ³ *Syriana*, reż. Stephen Gaghan, USA 2005.
- ⁴ Ibidem.
- ⁵ Ibidem.
- ⁶ *Transfer*, reż. Gavin Hood, RPA, USA 2007.
- ⁷ Zob. W. Wosińska, *Oblicza globalizacji*, Sopot 2008, s. 24.
- ⁸ R. Borkowski, *Terroryzm ponowoczesny. Studium z antropologii polityki*, Toruń 2006, s. 64.
- ⁹ B.R. Barber, *Dżihad kontra McŚwiat*, op. cit., s. 17.
- ¹⁰ Zob. R. Borkowski, *Terroryzm ponowoczesny...*, op. cit., s. 61.
- ¹¹ J. Mikułowski Pomorski, *Jak narody porozumiewają się ze sobą w komunikacji międzykulturowej i komunikowaniu medialnym*, Kraków 2006, s.130.
- ¹² bgr/Iga, *Stan wojenny w USA. Wyborów nie będzie?*, „Dziennik”, wydanie internetowe, <<http://www.tvn24.pl/12691,1568270,0,1,stan-wojenny-w-usa--wyborow-nie-będzie,wiadomosc.html>>, data dostępu 25.10.2008.
- ¹³ Zob. M. Fleischer, *Teoria kultury i komunikacji. Systemowe i ewolucyjne podstawy*, przeł. M. Jaworowski, Wrocław 2002.
- ¹⁴ Zob. T. Białek, *Terroryzm. Manipulacja strachem*, Warszawa 2005.
- ¹⁵ Zob. D. Duda, *Terroryzm islamski*, Kraków 2002.
- ¹⁶ Zob. B. Kita, *Między przestrzeniami. O kulturze nowych mediów*, Kraków 2003.
- ¹⁷ Zob. K. Banaszkiewicz, *Nikt nie rodzi się telewizzem. Człowiek, kultura, audiowizualność*, Kraków 2000.
- ¹⁸ Zob. T. Miczka, *Epidemia narcyzmu. O przyczynach, objawach i skutkach „choroby medialnej”*, [w:] *Wlustrze. Wizerunek mediów własny*, pod red. I. Borkowskiego, A. Woźnego, Wrocław 2002, s. 37.

Summary

Two American professors of mass communication: James Wilson and Stan Wilson have written that “by the 1990s a television version of the titillating sensationalism of tabloid newspapers had emerged as a new genre of television programming”. They had in mind mostly tabloid TV based on crime, blood and sex. New millennium has brought another kind of entertainment, inspired by 9/11 terror attacks. It includes new genres of television, Hollywood movies etc., and becomes a profitable branch of mass culture. Since 9/11 American moviemaking refreshed political fiction, but this time it is focused on the Islamic idea of *jihad*. 21st century has changed nature of this traditional Muslim term. According to Benjamin Barber *jihad* stopped to be Islamic and nowadays the idea becomes part of Western point of view: a reason to support American propaganda hidden inside mass distributed movies. Barber explains *jihad* as a postmodern ideology which uses financial infrastructure and show business to spread on.