

Technologia i antropologia

ROCH SULIMA

Od co najmniej dziesięciu lat gwałtownie wydłuża się w mojej bibliotece polonisty i folklorysty półka z książkami poświęconymi współczesnym mediom opisywanym przez medioznawców. Przede wszystkim dla badań nad kulturą popularną oraz prób uprawiania antropologii codzienności refleksja medioznawcza okazuje się kluczowa. Nowe media zmuszają do innego spojrzenia na klasyczne nośniki kultury: oralność, piśmienność, typograficzność. Historyk kultury z większym ośmieleniem może zwracać się ku medialnej dynamice kultury, odwoływać się do reguł budowania jej typów ze względu na dominujące w danym okresie medium, a więc do badania kultury poprzez zmienność konstytuujących ją nośników.

Taka perspektywa zmusza też do odkurzenia klasycznych książek, które prawie już nie pojawiają się w bibliografiach, a które znów mogą inspirować swoim patosem poznawczym i punktem widzenia scalającym refleksję o kulturze. Jedną z tych książek jest – moim zdaniem – znane dzieło Marshalla McLuhana *Zrozumieć media. Przedłużenia człowieka* z roku 1964. Przypominam tę książkę, gdyż – jak to zazwyczaj bywa – inicjalna faza refleksji nad jakimś zagadnieniem jest bardziej „istotowa”, źródłowa, mocniej chwyta fenotyp zjawiska, zarysowuje jego podstawowe dystynkcje.

Hasło „zrozumieć media” to klucz do samowiedzy kulturowej współczesnego człowieka, która nie musi przecież porzucać czy unieważniać jej tradycyjnych waloryzacji: ideologicznych, religijnych, aksjologicznych.

Medioznawstwo zdobywa dziś coraz szersze pole w refleksji nad kulturą współczesną, zyskało przedmiotową i warsztatową autonomię, wyspecjalizowało się i rozczłonkowało, intensywnie też sekunduje przede wszystkim nowym mediom, które – jak żadne inne w przeszłości – wieszczą swą dominację i nieuchronność.

Kulturoznawca musi więc odbyć już nie tylko elementarną edukację medialną, gdyż traci często kontakt z (wyspecjalizowanymi) rezultatami prac medioznawcy. Szczególnie więc cenne są dla niego te próby refleksji, które traktują media jako kulturę, a nie tylko technologię. Na gruncie polskim wymienię tu m.in. – bliskie mi problemowo i warsztatowo – prace Maryli Hopfinger (np. *Kultura audiowizualna u progu XXI wieku*, 1997), Wiesława Godzica (np. *Telewizja jako kultura*, 1999; *Zrozumieć telewizję*, 2001).

Rozbudowany i konsekwentny w swych realizacjach projekt – określe to może niezbyt ładnie – antropologizacji medioznawstwa, włączenia do badań nad mediami warsztatów kulturoznawczych oraz generalnych pytań antropologii kultury realizuje u nas Andrzej Gwóźdź. Temu projektowi chciałbym poświęcić więcej uwagi, gdyż przyciąga on rozległością poznawczego horyzontu oraz bogactwem dokonań.

Kulturoznawca, a szczególnie ten zorientowany antropologicznie, odnajdzie w tym projekcie swoje pytania, ale też inspirację do stawiania nowych pytań, które ta lektura podsuwa. Bywa tak w tradycji naukowej, że kiedy wyłania się jakiś nowy przedmiot czy paradygmat badawczy, scala się wówczas rozproszone na różnych polach symptomy refleksji i układa się... antologie. W tradycji polskiej okazuje się to szczególnie cenne, gdy przychodzi zaprezentować refleksję światową, odnieść do niej własne dokonania, a w gruncie rzeczy przyjąć koncepcyjną i redaktorską odpowiedzialność za nie tyle naszkicowanie zarysu teorii mediów (podejmowanej u nas przez pojedynczych autorów, wykraczających poza filmoznawstwo), ile za wskazanie drogi, która – jak pisał w połowie lat dziewięćdziesiątych Andrzej Gwóźdź – *mogłaby nas zbliżyć ku projektowi takiej dyscypliny. Chodzi, mówiąc krótko, o wyzwolenie dyskusji nad sposobami uprawy tego zaniechanego u nas poletka humanistycznego poprzez wskazanie rozmaitych postaw badawczych i stylów refleksji odnośnie do syndromu audiowizualności końca XX wieku w szeroko rozumianej przestrzeni techno-kulturowej*.

W ramach tego projektu Andrzej Gwóźdź przygotował dla krakowskiego Uniwersytetu cztery antologie tekstów światowych, z których pierwsza ukazała się w roku 1994, a ostatnia – jak należy sądzić z informacji autora – w roku 2003. Należy już w tym miejscu dodać, że tej prezentacji tekstów obcych towarzyszyły liczne zbiory prac autorów polskich, które Gwóźdź redagował lub współredagował. Przyjdzie do nich jeszcze powrócić, gdyż ujawniło się w nich wiele znanych dziś nazwisk i wiele świetnych tekstów, rozstrzygających o współczesnym kształcie polskiego medioznawstwa, sugerujących zarazem istotny zwrot od technologii do antropologii.

Przypomnijmy, że pierwsza z tych antologii nosi tytuł: *Po kinie?... Audiowizualność w epoce przekazników elektronicznych* (Kraków 1994). Choć prace tam zawarte dotyczą wstępnego, charakterystycznego dla tamtego czasu, określenia właściwości tzw. nowych mediów audiowizualnych, czyli *tych wszystkich elektronicznych środków przekazu, które nastąpiły po telewizji (pierwszym masowym przekazywniku elektronicznym)* (s. 11), to jednak najważniejsza dla badacza kultury współczesnej jest koncepcja *intermedialności (intermedialnej przestrzeni współczesnej audiowizualności)*, którą Andrzej Gwóźdź rozwinie analitycznie w książkach autorskich pt. *Obrazy i rzeczy. Film między mediami* (1997, 2003) oraz *Technologie widzenia, czyli media w poszukiwaniu autora: Wim Wenders* (Kraków 2004). Intermedialność, kiedy spojrzysz na jej kulturową realność z perspektywy odbiorcy, czyli masowego użytkownika mediów, otwiera medioznawstwo na antropologiczne rozumienie kultury, scala refleksję o starych i nowych mediach. W obszernym wprowadzeniu pt. *Kino i przekazy elektroniczne w perspektywie teorii mediów* autor pisze: *lawinowy przyrost przekazników i kanałów rozpowszechniania „starych” przekazów domaga się refleksji nad sposobem istnienia i funkcjonowania mediów, opisanie sytuacji, w których wzajemnie się one mediatyzują, wpływają na siebie i uzupełniają, tworząc nowe, nie znane dotąd konfiguracje audiowizualne* (s. 10-11).

Koncepcja intermedialności, określającej „zmediatyzowany” typ kultury współczesnej, wydaje się szczególnie przydatna do badań nad kulturą popularną (we wszystkich jej odmianach) oraz nad podstawowymi formami „życia codziennego”, do których w inny sposób nie byłoby należytego dostępu. Warto odnotować, iż w tak silnie nasyconym intermedialnością typie kultury współczesnej

ulega zawieszeniu ten sposób rozumienia „codzienności”, który ukształtowany został w kręgu filozofii i socjologii fenomenologicznej. Pisałem na ten temat w szkicu *Znikająca codzienność* w tomie: *Życie codzienne Polaków na przełomie XX i XXI wieku*, (praca zbiorowa pod red. R. Sulimy, wstęp J. Tazbir, Łomża 2003), gdzie stwierdzałem, że codzienność, która miała swoje względnie stałe ramy, swój chronotop, traci wyrazistość pod wpływem działania sieci. Jej struktura jest prefabrykowana, budowana z elementów technologicznych, medialnych; wyprodukowanych „gdzie indziej”, a nie w najbliższej dla jednostki sferze cielesno-przedmiotowej, w otoczeniu rodzinnym czy sąsiedzkim. Model codzienności wydaje się dziś bardziej sferyczny (syndrom równoczesności) niż linearny (ciągłość, rutyna, trwanie).

Druga antologia, zatytułowana *Pejzaże audiowizualne. Telewizja, komputer, wideo* (1997) pokazuje – mówiąc najogólniej – proces „wtapiania się” technologii nowych mediów w kulturę. Umieszczony tu został m. in. klasyczny tekst Raymonda Williamsa pt. *Efekty technologii i jej wykorzystanie*. Andrzej Gwóźdź, charakteryzując współczesną kulturę jako „przeziąknętą mediami” stwierdza, że to właśnie przekazniki – zwłaszcza elektroniczne – kształtują jej zasadnicze style. Nie można zatem oderwać refleksji nad kulturą od jej porządków medialnych. Co więcej, to przecież media w znacznej mierze współtworzą programy tematyzowania rzeczywistości, w których się ona manifestuje i poprzez które sama może być obserwowana (s. 7). Dotyczy to zarówno historycznych (oralność, piśmienność), jak i nowych mediów. Nowe technologie elektroniczne pragnie się tu pojmować jako przedmioty antropologiczne, ulega tu przezwyciężeniu wciąż obecny nie tylko w pedagogii społecznej, ale także w refleksji medioznawczej stosunek do nowych mediów jako „zagrożenia” kulturowego, traktowania ich jako środowiska dehumanizacji.

Po lekturze *Pejzaży audiowizualnych* pojawia się pokusa stawiania pytań o historyczną ciągłość pewnych porządków medialnych, o współobecność starych i nowych mediów w biografiach komunikacyjnych jednostek, grup, środowisk, o kulturowe skutki tej współobecności. Ważnym dla diagnozy polskiej kultury współczesnej, której technologiczno-medialne zapóźnienie jest gwałtownie niwelowane, może być pytanie (na samym początku teoretyczne) o relacje między pierwotną audiowizualnością folkloru (kultury tradycyjnej) a wtórną (tenologiczną) audiowizualnością współczesnej kultury popularnej, konstytuowanej przez media elektroniczne. *Pejzaże audiowizualne* dostarczają tu wielu inspiracji, głównie zawarte tam prace starsze: Horace’a M. Newcomba i Paula M. Hirscha *Telewizja jako forum kultury* (1983), René Bergera *Restrukturyzacja mitu* (1976), a więc pochodzące z okresu, kiedy nowość mediów elektronicznych opisywana była w zastanym języku humanistyki. Dziś, kiedy medioznawstwo zbudowało swoją autonomię, musimy umieć patrzeć na kulturę także w jego kategoriach, opisywać ją również w jego języku. W sytuacji polskiej dochodzi, widoczna w zredagowanych przez Andrzeja Gwoźdźa tomach, ogromna praca transalatorska, która przebiega w polu pojęciowym raczej pustym, gdzie – jak czytamy we wstępie do pierwszej antologii – *trzeba było oswoić skomplikowaną materię wywodów bez możliwości oglądania się na polskie wzory*. Cennym dla antropologicznego spojrzenia na współczesną polską kulturę popularną, analizującego przekazy „u odbiorcy”, a nie tematyzującego jej treści, jest znane studium Johna Fiskego *Postmodernizm i telewizja* (1992).

Trzeci zbiór prac obcych zaproponowanych polskiemu czytelnikowi nosi charakterystyczny tytuł: *Widzieć, myśleć, być. Technologie mediów* (2001) i sugeruje coś, co można by nazwać „zamieszkiwaniem” człowieka w mediach, oczywiście ze wskazaniem na archetypowy sens słowa „mieszkać”. Można w przybliżeniu powiedzieć, iż pracom z tego tomu patronuje antropologia filozoficzna, ona też wyznacza horyzont namysłu nad techniką i nowymi technologiami mediów, a przede wszystkim technologiami widzenia (*maszynami widzenia*), które przekształcają typ (wzór) naszego światoodczucia.

Celem ogólnym przedsięwzięcia jest próba pokazania *skali osvajania przez humanistykę współczesnej rzeczywistości medialnej*, która przekłada się na to, co zmysłowe i to, co jest domeną umysłu. Chodzi więc o współczesne technologie widzenia określone z jednej strony przez medium, z drugiej przez maszynę. Z tym, że medium traktuje się jako *formę produkcji kulturowej, zespolonej z określoną technologią, podlegającą instytucji społecznej, stanowiącą busolę orientującą w świecie, a więc rodzaj społecznego aparatu postrzeniowego* (s. 8). Maszynę natomiast traktuje się jako *podmiotowo-przedmiotowy układ technologiczny, wydobywający na jaw pewien typ rzeczywistości społecznej, a więc w efekcie jako wszechobecny aparat społeczny* (s. 9). Tom mówi więc o pomnażaniu i rozszerzaniu się nowych porządków widzialności jako sposobów uobecniania się świata (np. technologia ekranów), a tym samym dostarcza nietradycyjnych przesłanek dla kształtującej się dziś dynamicznie „antropologii wizualnej”, przebudowuje jej założenia.

Przedstawione tu antologie pokazują dynamikę teorii mediów, która pozwala bardziej trafnie budować układy dostosowane do opisu konkretnych praktyk kulturowych, a szczególnie tych konstytuowanych przez współczesne media. Taką próbę pokazania teorii mediów w działaniu, a więc odniesienia jej założeń i kategorii do realnych praktyk kultury współczesnej, przynosi kolejny – zredagowany przez Andrzeja Gwoźdźdza – wybór prac obcych pt. *Media – eros – przemoc. Sport w czasach popkultury* (2003). We wprowadzeniu do tomu Gwoźdź pisze: *Istotnym wyznacznikiem proponowanego wyboru są (...) rozważania poświęcone mechanizmom kulturowym widzialności oraz kreowanym przez media ideologiom sportu, korzystające z ustaleń współczesnego medioznawstwa i humanistyki w ogóle. Chodzi o to, by próbować odpowiedzieć na dwa zasadnicze pytania: po pierwsze, co media audiowizualne robią ze sportem, i po drugie, co sport robi z mediami?, a ponadto uchwycić wielość strategii odbiorczych w owym skomplikowanym syndromie sportowo-medialnym, koncentrując się na interfejsie widz – ekran. Mówiąc krótko – nie tyle chodzi o sport w świecie mediów, ile o media jako maszyny życzeń i emocji w świecie sportu* (podkr. R. S.).

Zatem idzie o sprawy kapitalne dla opisu współczesnej kultury, czyli przekazy „u odbiorcy”, opisywane oraz interpretowane bez dyktatu potężnej dziś mediometrii, wskaźników oglądalności itp. Mediatyzacja sportu pokazana w antologii (pokazana z konieczności wycinkowo: piłka nożna, lekkoatletyka, futbol amerykański, wrestling, kolarstwo szosowe) wydaje się wyjątkowo trafnie dobranym wzornikiem w *zmediatyzowany typ naszej kultury*, w jej modele. Sport i media wzajemnie się stymulują. Posiada to dla badacza – jak się wydaje – znacznie większą moc diagnostyczną niż np. mediatyzacja sztuki czy mediatyzacja

cja życia codziennego, nie mówiąc już o takich zjawiskach, jak mediatyzacja-wizualizacja współczesnej nauki.

Spojrzenie przez zmediatyzowany sport na kulturę w naszej tradycji badawczej byłoby spojrzeniem z „nieprzewidywalnej strony”, dostarczałoby nie tylko tzw. tematów „odradzanych profesorom”, ale też byłoby impulsem do stawiania nowych pytań antropologii współczesności. Na wartość diagnostyczną takich ujęć może wskazywać np. pytanie: co może pokazać kariera stroju sportowego w kulturze Europy, USA czy Polski (s. 105).

Andrzej Gwóźdź zwraca uwagę na fakt, iż za sprawą mediów, głównie telewizji, dokonuje się *nie tylko bezprzykładna estetyzacja sportu, ale i jego ideologizacja (...), co zresztą oddziałuje zwrótnie na style bycia w kulturze. Bo potem te opowieści sportowe wędrują poza ekran i stają się sposobami przedstawiania świata w ogóle, w których rzeczywistość miesza się z tym, co jest tylko imaginacją, wytwarzając modele rzeczywistości usytuowane pomiędzy rzeczywistością a jej formami inscenizacyjnymi. W ten sposób spektakle medialne wpływają bezpośrednio na praktyki życia codziennego, wydatnie je modyfikując bądź wzmacniając i prowadząc do niezliczonych mód na typy osobowościowe, style zachowań, przedmioty codziennego użytku itp. wywiedzione z ekranów telewizorów* (s. 13).

Mediatyzacja sportu i nasycenie mediów sportem w sposób wręcz modelowy akcentuje zdarzeniową fakturę widzialnego świata. „Widzialne” znaczy tu tyle, co „doświadczane”. Postulowaną przez filozofów i pedagogów społecznych kulturę twórczości zastąpiła w epoce mediów audiowizualnych – praktykowana na masową skalę – kultura uczestnictwa (różne formy teleobecności), a więc niezwykle przekonująca symulacja bycia w rzeczywistości, intensywnego jej doświadczania. Jest to w gruncie rzeczy projekt nowej ontologii.

W zbiorze pt. *Media, eros, przemoc* szczególnie interesujący jest pod tym względem tekst Hansa Ulricha Gumbrechta opatrzonego estetyzującym tytułem *Piękno sportu zespołowego*. Autor zauważa, iż *różnorodność i ilość rytuałów, które są inscenizowane dla wyraźnego i wyłącznego celu wystawiania na widok ludzkich ciał, zwiększyła się znacznie w ostatnich dziesięcioleciach. (...) Większość tych rytuałów pokrywa się z naszym potocznym pojęciem sportu* (s. 122). Badacz zawiesza mimetyczne i hermeneutyczne podejście do zjawiska sportu, widzi w nim natomiast proces „wytwarzania rzeczywistości”, uobecnianie się, czy wręcz – ucieleśnianie się bytu. Porównując doświadczanie gry na stadionie i doświadczanie gry przed ekranem telewizora, wyprowadza wniosek, iż współczesne środowisko kulturowe jest strumieniem obrazów „wytwarzających obecność”. W kontekście tej problematyki warto wskazać przykładową – dla poszukiwań kulturoznawczych – analizę wrestlingu w tekście Bena Bachmaira pt. *Piekielna inscenizacja w komunikowaniu masowym: estetyka codzienności i spektakl*, gdzie czytamy, iż *istnieje tylko akcja i to, co widzialne na zewnątrz* (s. 201). Ciało, które jest materiałem semiotycznym wytwarzającym fikcje na masową skalę, zdaje się w ten sposób odsłaniać roszczenia i uzurpacje rozumu. Sport wyzwala ciało z dotychczasowych konwencji kulturowych, ale też za sprawą sportu nauka dobrała się do naszej cielesności w sposób parametryzujący, uczyniła to inaczej oraz bardziej intensywnie niż kiedyś organizacja procesu pracy.

Sport w mediach neutralizuje głód doświadczenia i „rzeczowości” tak dotkliwy w świecie, w którym dominuje doświadczenie zapośredniczone, gdzie ma

miejsce *separacja doświadczenia* i gdzie powszechne jest zjawisko *konstruowania cielesności* (A. Giddens).

* * *

Można powiedzieć, że w swoich przedsięwzięciach koncepcyjno-redaktorskich (antologie i liczne prace zbiorowe), jak również w niezwykle bogatym i znaczącym własnym dorobku autorskim, Andrzej Gwóźdź proponuje antropologię kultury ze „współczynnikiem medialnym”.

Z satysfakcją należy zauważyć, iż odnotowane tu w największym skrócie antologie tekstów zyskują nie tyle polskie odpowiedniki, ile inspirujące dla polskiego kulturoznawstwa poszerzenie zarysowanego tam horyzontu i pogłębienie wytyczonych tam perspektyw. Sąd taki nie podważa oryginalności polskich przedsięwzięć, które wypełniają ogromną lukę w rodzimej refleksji o zmediatyzowanym typie współczesnej kultury, refleksji sytuującej się w kręgu poszukiwań antropologicznych. Mam tu na myśli choćby *Wiek ekranów* (praca zbiorowa, red. A. Gwóźdź, P. Zawojski, Rabid, Kraków 2002) oraz publikację najnowszą *Media, ciało, pamięć. O współczesnych tożsamościach kulturowych* (praca zbiorowa, red. A. Gwóźdź, A. Nieracka-Ćwikiel (Warszawa 2006).

Przypomniane tu publikacje należałoby też odnieść do treści i celów społecznej pedagogii mediów i wyeksponować ich znaczenie, dla – w Polsce niezwykle zaniedbanej – powszechnej „edukacji do mediów”. Szczególnego znaczenia nabierają kompetencje w zakresie odbioru telewizji, które można uznać za podstawowe kompetencje kulturalne człowieka epoki audiowizualnej. Zagadnienia te klarownie formułował u nas Wiesław Godzic w szkicu *Uczenie mediów – rozumienie mediów* (*Rozumieć telewizję*, Kraków 2001, s. 151-173).

Problem „rozumienia mediów”, traktowanie technologii medialnych jako przedmiotów antropologicznych, można uznać za podstawowe przesłanie przypominanych wyżej zbiorów prac pod redakcją Andrzeja Gwoźdź. We wstępie do drugiego wydania *Obrazów i rzeczy* można odnaleźć syntetyczny zarys polskiej refleksji nad zagadnieniem nowych mediów. A autor pisze: *Jednocześnie, choć nieustannie przybywa książek na temat nowych mediów, niewiele powstaje prac poświęconych technokulturowym aspektom współczesności. Cenny wgląd w dzieje form ruchomego obrazu zaproponowany przez Ryszarda W. Kluszczyńskiego, studia nad telewizją Wiesława Godzica oraz Kariny Banaszkiewicz, prace innych autorów ze środowiska śląskiego obejmujące szeroko rozumianą problematykę komunikowania audiowizualnego w epoce nowych mediów (Piotr Zawojski, Tadeusz Miczka, Edyta Stawowczyk, Barbara Kita) oraz diagnoza Maryli Hopfinger – to najciekawsze i najbardziej oryginalne próby oswojenia tych zjawisk w skali ogólnokulturowej. Paradoksalnie jednak, pośród części badaczy współczesnej kultury audiowizualnej utrwaliła się i utrwała nadal strategia odmowy wobec nowych mediów, przejawiająca się bądź to w ignorowaniu problematyki nowomediowej w ogóle, bądź w traktowaniu nowych mediów jako przyczyny wszelkiego zła cywilizacyjnego. Ten ostatni sąd pozostaje wciąż mocną przesłanką podejmowania badań rzeczywistości kulturowej „między technologią a antropologią.*

ROCH SULIMA