Studia Brandtiana
T R A N S L A T I O N E S

Vol. 2

Centrum Studiów Niemieckich i Europejskich im. Willy Brandta Uniwersytetu Wrocławskiego

Niklas Luhmann

Realność mediów masowych

Przekład
Joanna Barbacka

Posłowie
Michael Fleischer

Oryginał *Die Realität der Massenmedien* ukazał się w 1995 roku w Westdeutscher Verlag, Opladen. Copyright by Westdeutscher Verlag, Opladen (VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden)

korekta
Łukasz Piskor
projekt okładki
Joanna Głowińska
DTP Krzysztof Chodorowski

Wydanie I
Wrocław 2009
ISBN 978-83-88178-72-6

GAJT Wydawnictwo 1991 s.c., Wrocław, ul. Kuźnicza 11-13

Spis treści

Rozdział 1
Wydyferencjowanie jako podwojenie realności

To, co wiemy o naszym społeczeństwie czy w ogóle o świecie, w którym żyjemy, wiemy z mass mediów.[1] Dotyczy to nie tylko naszej znajomości społeczeństwa i historii, lecz także naszej znajomości natury. To, co wiemy o stratosferze, odpowiada temu, co Platon wiedział o Atlantydzie: ktoś o niej słyszał. Albo też – jak wyraził to Horatio: „So I have heard, and do in part believe it".[2] Z drugiej strony, o mass mediach wiemy tak dużo, że nie możemy tym źródłom ufać. Bronimy się podejrzeniem manipulacji, które nie prowadzi jednak do wartych wspomnienia konsekwencji, ponieważ wiedza zakwestionowana w mass mediach jakby sama z siebie zamyka się w samowzmacniającej się strukturze. Całą wiedzę ujmuje się w cudzysłów wątpliwości – a mimo to trzeba z niej korzystać, trzeba do niej nawiązywać. Rozwiązanie problemu nie może nastąpić, jak w powieściach z dreszczykiem z XVIII wieku, za sprawą pozostającego w tle zakulisowego manipulatora, w co tak chętnie chcieliby wierzyć socjologowie. Mamy do czynienia – jest to teza, która zostanie dalej rozwinięta – z efektem funkcjonalnej dyferencjacji nowoczesnego społeczeństwa. Efekt ten można przeniknąć wzrokiem, można poddać go teoretycznej refleksji. Nie chodzi jednak o tajemnicę, która wyjaśniłaby się, gdyby została ujawniona. Można tu raczej mówić[3] o „wartości własnej" czy „zachowaniu własnym" nowoczesnego społeczeństwa – a więc o zwrotnie ustabilizowanych funktorach, które pozostają stabilne także wtedy, gdy ujawnione zostają ich genetyka i sposób funkcjonowania.

---

1 Dotyczy to także socjologów, którzy nie mogą już zdobywać swojej wiedzy wałęsając się i przypatrując czy przysłuchując. Dokładnie wtedy, gdy używają oni tzw. metod empirycznych, wiedzą już z mass mediów to, co wiedzą, a czego nie wiedzą. Por. R. Lindner, *Die Entdeckung der Stadtkultur: Soziologie aus der Erfahrung der Reportage*, Frankfurt 1990.

2 Hamlet I.1.

3 W sensie H. von Foerstera, *Objects: Token for (Eigen-)Behaviors*, także: *Wissen und Gewissen: Versuch einer Brücke*, Frankfurt 1993, str. 103–115.

Pod pojęciem mass mediów ujmuje się dalej wszystkie urządzenia społeczeństwa, które w rozpowszechnianiu komunikacji posługują się technicznymi środkami powielania. Przede wszystkim chodzi tu o książki, gazety, czasopisma, które wytwarzane są przez druk; ale również o fotograficzny czy elektroniczny proces kopiowania każdego rodzaju, o ile wytwarza on produkty w dużej liczbie, ze stale nieokreślonym adresatem. Również rozpowszechnianie komunikacji poprzez radio wchodzi w zakres tego pojęcia, o ile jest ogólnie dostępne i nie służy tylko telefonicznemu połączeniu pojedynczych uczestników. Masowa produkcja manuskryptów pod dyktando, jak w średniowiecznych warsztatach pisarskich, raczej w ten zakres nie wchodzi, podobnie jak publiczna dostępność przestrzeni, w której odbywa się komunikacja – a więc nie będą to wykłady, przedstawienia teatralne, wystawy, koncerty; jak najbardziej jednak rozpowszechnianie takich imprez poprzez filmy czy dyskietki. Odgraniczenie to może wydawać się dosyć dowolne, ale główną myślą jest, że to najpierw maszynowe wytworzenie produktu jako nośnika komunikacji – lecz nie pismo jako takie – doprowadziło do wydyferencjowania szczególnego systemu mass mediów. Technologia rozpowszechniania odpowiada dokładnie temu, jak do wydyferencjowania gospodarki przyczyniło się medium pieniądza: sama technologia konstytuuje tylko medium pozwalające na tworzenie się form, które potem, inaczej niż samo medium, budują operacje komunikacyjne umożliwiające wydyferencjowanie i operacjonalne zamknięcie systemu.

We wszystkich przypadkach decydujące jest, *że nie może zachodzić żadna interakcja wśród obecnych pomiędzy nadawcą i odbiorcą.* Interakcja wykluczona jest ze względu na zapośredniczone przez technikę połączenie i ma to daleko idące konsekwencje, które definiują nam pojęcie mass mediów. Wyjątki są możliwe (jednakże nigdy pomiędzy wszystkimi uczestnikami), działają jednak jak zainscenizowane i nie są używane w przestrzeni nadawczej. Nie zmieniają nic w technicznie uwarunkowanej konieczności przerwania kontaktu. Poprzez to przerwanie bezpośredniego kontaktu gwarantowane są, z jednej strony, wysokie stopnie wolności komunikacji. W ten sposób powstaje nadwyżka możliwości komunikacyjnych, która może być kontrolowana tylko wewnątrzsystemowo przez samoorganizację i przez własne konstrukcje realności. Z drugiej strony, działają tu dwa selektory: gotowość nadawcza i zainteresowanie włączeniem się, które nie mogą być centralnie koordynowane. Organizacje, które produkują komunikację mass mediów, opierają się na przypuszczeniach co do wymagań i akceptacji.[4] Prowadzi to do standaryzacji, ale również do dyferencjacji ich programów, a w każdym razie do niezindywidualizowanego ujednolicenia. Właśnie dlatego

[4] O tej nieuniknionej niepewności por. D. McQuail, *Uncertainty about the Audience and the Organization of Mass Communication*, „Sociological Review Monograph" 13 (1969), str. 75–84. T. Burns, *Public Service and Private World*, [w:] P. Halmos (wyd.), *The Sociology of Mass Media Communicators*. „The Sociological Review Monograph" 13, Keele, Staffordshire UK 1969, str. 53–73, wnioskuje stąd o szczególnym zaangażowaniu producenta we własne produkty.

jednak pojedynczy uczestnik ma szansę wyłowić z oferty to, co mu odpowiada, lub to, co w jego środowisku (np. jako polityka czy jako nauczyciela) uznaje się za potrzebną wiedzę. Strukturalne warunki ramowe sposobu operowania mass mediów ograniczają to, co mogą one zrealizować.

O realności mass mediów mówić można w dwojakim sensie. Nasz tytuł powinien wskazywać na tę podwójność sensu i dlatego należy go rozumieć ambiwalentnie. Jednością tego podwójnego sensu jest punkt, który zostanie wyjaśniony w dalszych rozważaniach.

Realność mass mediów, ich realna realność, można powiedzieć, istnieje w ich własnych operacjach. Drukuje się i nadaje. Czyta się. Przekazy są odbierane. Niezliczone komunikacje przygotowywania, a potem rozprawiania o tym, oplatają wydarzenie. Proces rozpowszechniania możliwy jest jednak tylko na gruncie technologii. Sposób ich działania strukturyzuje i ogranicza to, co jest możliwe jako komunikacja masowa. Na to należy zwrócić uwagę w każdej teorii mass mediów. Mimo to, nie chcemy postrzegać pracy tych maszyn, a tym bardziej ich mechanicznego czy elektronicznego życia wewnętrznego jako operacji w systemie mediów. Nie wszystko, co jest warunkiem możliwości operacji systemowych, samo może być częścią operacyjnych sekwencji systemu. (Dotyczy to naturalnie także istot żywych i w ogóle wszystkich systemów autopoietycznych). Sensowne jest zatem, by realną realność mass mediów postrzegać jako przebiegające w nich i przebiegające przez nie komunikacje. Nie wątpimy, że takie komunikacje mają faktycznie miejsce (choć w sensie teoriopoznawczym wszystkie wypowiedzi, a więc i te, są wypowiedziami obserwatora i w tej mierze mają swą własną realność w operacjach obserwatora).

Gdy wykluczamy, nie kwestionując jednak ich ważności, aparaturę techniczną, „materialności komunikacji"[5], z operacji komunikowania, ponieważ to nie o nich się powiadamia – włączamy (rozumiejący lub nierozumiejący) odbiór. Komunikacja dochodzi do skutku tylko wtedy, gdy ktoś patrzy, słucha, czyta – i rozumie w takim stopniu, że mogłaby nastąpić dalsza komunikacja. Samo działanie powiadamiające nie jest jeszcze komunikacją. Jednakże aktualnie współdziałający krąg odbiorców jest dla mass mediów (w przeciwieństwie do interakcji między obecnymi) trudny do określenia. W znacznej mierze zatem niepodważalną obecność zastąpić trzeba założeniami. Obowiązuje to tym bardziej, gdy uwzględni się przemianę rozumienia – niezrozumienia w dalszą komunikację wewnątrz lub na zewnątrz systemu mass mediów. Niekompetencja ta ma jednak tę zaletę, że pętle zwrotne nie są prowadzone zbyt ciasno, że komunikacja nie blokuje się natychmiast z powodu niepowodzenia czy sprzeczności,

[5] W sensie H. Ulricha Gumbrechta, K. Ludwiga Pfeiffera (wyd.), *Materialität der Kommunikation*, Frankfurt 1988. Por. dalej S. Weischenberg, U. Hienzsch, *Die Entwicklung der Medientechnik*, [w:] K. Merten, S. J. Schmidt, S. Weischenberg (wyd.), *Die Wirklichkeit der Medien: Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft*, Opladen 1994, str. 455–480.

lecz że może ona szukać dla siebie stosownej publiczności i eksperymentować z możliwościami.

Te pojęciowe ramy odnoszą się do realnie przebiegających operacji, przy pomocy których system reprodukuje sam siebie i swoją dyferencję względem środowiska. O realności mass mediów można jednak mówić jeszcze w innym sensie, mianowicie w sensie tego, *co dla niej* lub *poprzez nią innym jawi się jako realność*. Mówiąc w terminologii Kantowskiej: mass media wytwarzają transcendentalną iluzję. W tym rozumieniu działalność mass mediów nie jest postrzegana po prostu jako sekwencja *operacji*, lecz jako sekwencja *obserwacji*, albo dokładniej: obserwujących operacji. By osiągnąć to rozumienie mass mediów, musimy obserwować ich obserwowanie. Dla przedstawionego jako pierwsze rozumienia wystarcza obserwacja pierwszego stopnia, tak jak gdyby chodziło tu o fakty. Dla drugiej możliwości rozumienia trzeba przyjąć nastawienie obserwatora drugiego stopnia, obserwatora obserwatorów.[6]

By utrwalić to rozróżnienie, można by (zawsze w odniesieniu do obserwatora) mówić o pierwszej realności i o drugiej (albo o obserwowanej) realności. Obserwujemy teraz podwojenie realności, które zachodzi w obserwowanym systemie mass mediów. Komunikuje on faktycznie – o czymś. O czymś innym lub o sobie samym. Chodzi tu zatem o system, który potrafi rozróżniać pomiędzy samoreferencją a referencją obcą. W klasycznym dyskursie prawdy, jak również w potocznym rozumieniu prawdy należałoby teraz sprawdzić, czy to, o czym referują media, zgadza się, czy się nie zgadza. Albo – czy zgadza się w połowie, a w połowie nie, ponieważ jest to „manipulacja". Ale jak można to sprawdzić? W pojedynczych przypadkach byłoby to możliwe dla tego czy innego obserwatora, a szczególnie dla systemów, o których się referuje; lecz przy ogromie codziennie zachodzących komunikacji jest to oczywiście wykluczone. Konsekwentnie wyłączamy tę kwestię z dalszych rozważań. Trzymajmy się punktu wyjścia, że mass media jako systemy obserwujące zmuszone są rozróżniać między samoreferencją a referencją obcą. Nie mogą inaczej. Nie mogą same siebie tak po prostu uznać za prawdę – i w tym przede wszystkim leży wystarczająca gwarancja. Muszą wobec tego konstruować realność i to nieco inną od realności własnej.

Początkowo może to wydać się całkiem trywialne. Nie byłoby to także warte wzmianki, gdyby ten rodzaj „konstruktywizmu" nie był – na płaszczyźnie teoriopoznawczej oraz dla samych mediów – tak dalece sporny.[7] Jednakże, gdy

[6] O logicznych konsekwencjach tego rozróżnienia patrz: E. Esposito, *L'operazione di osservazione: Construttivismo e teoria dei sistemi soziali*, Milano 1992.

[7] O dyskusji wokół „konstruktywizmu" jako teorii mass mediów patrz rozważania Hermanna Boventera, Siegfrieda Weischenberga i Ulricha Saxera w wykładzie radiowym ARD, „Communicatio Socialis" 1994, nr 27. Por. dalej szereg tekstów w Merten–Schmidt–Weischenberg (1994). Dyskusja ta cierpi z powodu problematycznej autoprezentacji tzw. „radykalnego konstruktywizmu". Jego radykalność powinna raczej istnieć w ograniczeniu do idei, podmiotu, użycia znaku. Ale to akurat jest już pozycją logicznie niemożliwą. Nie można w rozróżnieniach

całe poznanie musi być wypracowywane na gruncie rozróżnienia samoreferencji i referencji obcej, oznacza to jednocześnie, że całe poznanie (a tym samym realność) jest konstrukcją. *Ponieważ rozróżnienie samoreferencji i referencji obcej nie może być przecież dane w środowisku systemu* (czym byłaby wtedy „samo-" a czym „obca" referencja?), *lecz w samym systemie*.

Opowiadamy się zatem, tu, jak również i w teorii poznania[8], za operatywnym konstruktywizmem. Teorie konstruktywistyczne twierdzą, że systemy kognitywne nie są w stanie rozróżniać pomiędzy warunkami egzystencji obiektów realnych a warunkami ich poznania, ponieważ nie mają one poznawczo niezależnego dostępu do owych realnych obiektów. Defekt ten jednak daje się skorygować na płaszczyźnie obserwacji drugiego stopnia, obserwacji kognitywnych operacji *innych* systemów. Poznajemy wtedy, jak ich *frames* formują ich poznanie. Jednak prowadzi to tylko do powtórzenia problemu na płaszczyźnie drugiego stopnia. Również obserwatorzy innych obserwatorów nie mogą odróżnić warunków egzystencji tych obserwatorów od warunków poznania tego, że chodzi tu o określonych, samych siebie warunkujących obserwatorów.

Uwzględniając całą dywergencję obserwacji pierwszego i obserwacji drugiego stopnia, rozróżnienie to nie przeczy podstawowej zasadzie konstruktywizmu, lecz potwierdza ją poprzez odniesienie do niej samej, a więc „autologicznie". Pierwotna realność, którą kognicja może dowolnie reflektować, nie leży w „świecie na zewnątrz", lecz w samych kognitywnych operacjach[9], ponieważ możliwe są one tylko pod dwoma warunkami, mianowicie przez to, że tworzą one sam siebie reprodukujący system, i przez to, że system ten obserwować może tylko wtedy, kiedy rozróżnia pomiędzy samoreferencją i referencją obcą. Warunki te rozumiane są tu jako empiryczne (a nie transcendentalne). Oznacza to także, że można je spełnić tylko pod warunkiem funkcjonowania niezliczonych dalszych wymogów, które nie mogą pochodzić od samego systemu. Operatywny konstruktywizm nie

typu idea–realność, podmiot–przedmiot, znak–znaczone, znosić jednej strony rozróżnienia, bez rezygnacji z rozróżnienia w ogóle. Nie ma (patrz *Fenomenologia* Husserla) bezprzedmiotowego podmiotu, idei bez odniesienia do realności, pozbawionego odniesienia zastosowania znaku. Po stronie „konstruktywistów" należałoby zatem zadać sobie trud, by rozróżnienia te zastąpić przez inne, choćby przez tylekroć sprawdzone rozróżnienie system–środowisko.

[8] Patrz wyczerpująco: N. Luhmann, *Erkenntnis als Konstruktion*, Bern 1988; *ibidem: Die Wissenschaft der* Gesellschaft, Frankfurt 1990.

[9] Na temat bardzo rozpowszechnionego zdania przeciwnego patrz N. K. Hayles, *Constrained Constructivism: Epistemology in Science and Culture*, [w:] G. Levine (wyd.), *Realism and Representation: Essays on the Problem of Realism in Relation to Science, Literature, and Culture*, Madison Wisc. 1993, str. 27–43. Por. też moją dyskusję z K. Hayles, opublikowaną w „Cultural Critique". Hayles zakłada, że poza kognitywnie operującym systemem istniałby pewien nieosiągalny *unmediated flux*, niejako *flux* sam w sobie; ponieważ jednak kognitywny system tylko tak mógłby zapewnić sobie pewność realności, że miałby on kontakt z tym światem zewnętrznym, to i tak jedynie po wewnętrznej stronie granicy systemowej. *Altough there may be no outside that we can know, there is a boundary* (s. 40). Lecz wtedy kontakt ten musiałby być jakąś hybrydą – ani wewnątrz, ani na zewnątrz.

poddaje w żadnym wypadku w wątpliwość istnienia środowiska. W przeciwnym razie nie miałoby sensu także pojęcie granicy systemowej, które wymaga, by istniała także jej druga strona. Teza operatywnego konstruktywizmu nie prowadzi zatem do „utraty świata", nie kwestionuje istnienia realności. Ale nie ujmuje ona świata jako przedmiot, lecz w sensie fenomenologii – jako horyzont. Horyzont nieosiągalny. A zatem nie pozostawia tu innej możliwości niż: konstruować realność i ewentualnie: obserwować obserwatorów, jak oni konstruują realność. Niewykluczone, że różni obserwatorzy mają potem wrażenie, że poznają „to samo", co teoretycy transcendentalni mogą sobie wyjaśnić jedynie przez konstrukcje transcendentalnych twierdzeń *a priori* – tej niewidzialnej ręki, która utrzymuje zgodność poznania – pomimo indywidualności. Jednak w rzeczywistości także i to jest konstrukcją, ponieważ jest niemożliwe bez każdorazowo systemowo-specyficznego rozróżnienia samoreferencji i referencji obcej.

Dlatego to, co określa się jako „realność", może być tylko wewnętrznym korelatem operacji systemowych – a nie cechą, która przysługuje przedmiotom poznania obok tego, co wyróżnia je według indywidualności czy gatunku. Realność nie jest bowiem niczym więcej niż wskaźnikiem udanych kontroli spoistości w systemie. Realność wytwarza się wewnątrzsystemowo poprzez nadanie sensu (lub lepiej po angielsku: *sensemaking)*. Powstaje ona wtedy, gdy niespoistości, mogące wynikać z uczestnictwa pamięci w operacjach systemowych, zostają rozwiązane – na przykład poprzez konstrukcję czasu i przestrzeni jako wymiarów o różnym usytuowaniu, w których zlokalizować można różnorodne spostrzeżenia czy wspomnienia, bez popadania w konflikt między nimi. Gdy realność jest w komunikacji dobitnie podkreślana („realna" cytryna, „rzeczywiste" przeżycie), podkreśla się w ten sposób, że wątpliwości są możliwe, a być może nawet są na miejscu. Im bardziej kompleksowy staje się system i im bardziej podlega irytacjom, tym więcej odmienności świat może dopuścić, nie tracąc (na) realności; a tym bardziej system może sobie pozwolić, by pracować również negacjami, fikcjami, „tylko analitycznymi" lub statystycznymi założeniami, które dystansują od świata takiego, jaki jest.

Tym samym jednak wszystkie wypowiedzi o realności powiązane zostają z nie poddającymi się dalszej generalizacji (nie transcendentalizowalnymi) referencjami systemowymi. Nasze pytanie zatem przybiera teraz taką oto formę: jak mass media konstruują realność? Lub w sposób bardziej skomplikowany (i odnoszący się do własnej samoreferencji!): jak możemy (np. jako socjologowie) opisać realność tej konstrukcji realności? *Nie* brzmi ono: jak mass media wypaczają realność poprzez rodzaj i sposób jej przedstawiania? Tak postawione pytanie wymagałoby bowiem pewnej ontologicznej, istniejącej, obiektywnie dostępnej, wolnej od konstrukcji, poznawalnej realności, w zasadzie wymagałoby starego kosmosu esencji. Naukowcy wprawdzie mogą być jak najbardziej przekonani, że poznają realność lepiej niż jest ona przedstawiona w zobowiązanych do „popularyzacji" mass mediach. Jednak może to

oznaczać tylko porównywanie własnej konstrukcji z inną. Można to wprawdzie czynić, przy zachęcie społeczeństwa, które uznaje opisy naukowe za autentyczne poznanie realności. W żadnym razie nie korzysta się tu jednak z możliwości, by zapytać najpierw: jak mass media konstruują realność?

Badanie mediów w naukach o komunikacji stawia sobie podobne pytanie, gdy opisuje wzrastający w ciągu ostatnich dekad wpływ mass mediów na rozwój społeczny.[10] To, co według własnych standardów należałoby uznać za sukces, przestylizowuje się potem na kryzys. Ale opis kryzysu wymagałby zareagowania na niego zmianą struktur. Taka możliwość się jednak nie zarysowuje. Kryzys nie dotyczy sposobu operowania mass mediów, lecz tylko ich samoopisu, braku odpowiedniej refleksji teoretycznej. By odpowiedzieć na to wyzwanie, nie można bazować jedynie na wzroście wpływu w ostatnich dziesięcioleciach – jakkolwiek rzuca się na przykład w oczy, że przedsiębiorstwa gospodarcze nie odnoszą się już do społeczeństwa wyłącznie poprzez swój produkt, lecz, zgodnie z sugestią mass mediów, również przez „kulturę" czy „etykę". Także wynalezienie prasy rotacyjnej nie jest decydującą cezurą, a tylko krokiem do wzmocnienia efektywności. Obserwacja i krytyka efektów medialnych istniały już bowiem od dawna.[11] By przyporządkować teorię mass mediów ogólnej teorii współczesnego społeczeństwa, potrzeba bardzo długiego okresu obserwacji, który w zasadzie objąłby także osiągnięcie skuteczności przez prasę drukowaną; przede wszystkim jednak potrzebne są instrumenty teoretyczne, które byłyby wystarczająco abstrakcyjne. Dokonuje się tego w dalszej części poprzez założenie, że mass media są jednym z systemów funkcyjnych współczesnego społeczeństwa, który, jak i wszystkie pozostałe systemy, swoją wzrastającą wydajność zawdzięcza wydyferencjowaniu, operatywnemu zamknięciu i autopoietycznej autonomii.

Podwójny sens realności jako operacji przebiegającej faktycznie, tzn. obserwowalnej oraz jako wytworzonej w ten sposób realności społeczeństwa i jego świata wyjaśnia dalej, że pojęcia operatywnego zamknięcia, autonomii i konstrukcji absolutnie wykluczają przyczynowe oddziaływania z zewnątrz. Dokładnie wtedy, gdy należałoby stwierdzić, że w każdym przypadku chodzi o rzeczywistość konstruowaną, pojawia się aspekt swoistości produkcji zewnętrznego wpływu. Szczególnie wyraźnie widać to w skutecznej militarnej cenzurze reportaży o wojnie w Zatoce Perskiej. Cenzura mogła oddziaływać wyłącznie medialnie, musiała współtworzyć pożądaną konstrukcję i wykluczać niezależne

---

10 Patrz np. H. M. Kepplinger, *Ereignismanagement: Wirklichkeit und Massenmedien*, Zürich 1992.

11 „Współcześni (w odróżnieniu do Greków, N.L.) dostają z księgarni sztukę poetycką wraz z nielicznymi zawartymi tam i wyolbrzymionymi przedmiotami, i posługują się nią dla przyjemności", można przeczytać u J. Paula, *Vorschule der Ästhetik*, cyt. za *Werke*, tom 5, Monachium 1963, str. 74. Gloryfikacja tego, co minione w postaci Greków sama jest naturalnie skutkiem drukarstwa. Krytyka zależności pisarza od wydawcy, kupującego, czytelnika, recenzentów każe się aż od początku 18. stulecia odtwarzać przeszłość.

informacje, które zresztą były niemal nie do zdobycia. Ponieważ wojna była od początku inscenizowana jako wydarzenie medialne, a przebiegające równolegle filmowanie czy interpretowanie danych służyło jednocześnie celom militarnym i informacyjnym, rozprzęgnięcie związane byłoby z totalnym krachem informacyjnym. Od cenzury wymagano zatem niewiele więcej ponad to, by uwzględniała chroniczny popyt mediów na informacje i zaopatrywała je w nowości do kolejnych programów.[12] W ten sposób pokazano przede wszystkim militarną maszynerię w akcji. Przy okazji prawie całkowicie pominięto stronę ofiar wojny, co wywołało poważną krytykę; właściwie jednak chyba tylko dlatego, że zaprzeczono w ten sposób zbudowanemu przez same media wyobrażeniu o tym, jak wojna powinna wyglądać.

[12] Patrz R. Gödde, *Radikaler Konstruktivismus und Journalismus: Die Berichterstattung über den Golfkrieg – Das Scheitern eines Wirklichkeitsmodells*, [w:] G. Rusch, S. J. Schmidt (wyd.), *Konstruktivismus: Geschichte und Anwendung*. Delfin – Frankfurt 1992, str. 269–288.

Rozdział 2
Samoreferencja i referencja obca

Zanim przejdziemy dalej, dokładniejszej analizy wymaga wbudowane w system rozróżnienie samoreferencji i referencji obcej. Każdemu zewnętrznemu obserwatorowi (na przykład nam) musi rzucić się w oczy, że operatywnie wyprodukowana granica systemu, dyferencja pomiędzy systemem a środowiskiem, wkopiowana zostaje w system. System musi zatem najpierw operować i kontynuować swoje operacje, a więc móc na przykład żyć lub komunikować, aby następnie móc użyć wytworzonej w ten sposób *dyferencji* wewnątrz jako *rozróżnienia*, a tym samym jako schematu własnych obserwacji.[13] Musimy więc odróżnić dyferencję od rozróżnienia, a to wymaga ustalenia referencji systemowej (w tym przypadku mass mediów), względnie obserwacji obserwatora, który może odróżnić siebie samego od tego, co obserwuje.

Wyrażając to bardziej abstrakcyjnie i w terminologii matematycznej, chodzi tu (nam jako obserwatorowi) o *re-entry* rozróżnienia w to, co przez nie rozróżnione. Jak pokazuje wypracowany przez Spencera-Browna rachunek formy[14], *re-entry* jest operacją graniczną rachunku, która przebiega na płaszczyźnie obserwacji pierwszego stopnia i w ramach dwuwartościowych rozróżnień.[15] *Re-entry* musi być na początku milcząco założone (ponieważ obserwowanie wymaga rozróżnienia, a zatem zakłada rozróżnienie obserwacji i rozróżnienia), a na końcu może zostać oznaczone – ale tylko w ten sposób, który prowadzi do *unresolvable*

[13] Patrz A. Moreno, J. Fernandez, A. Etxeberria, *Computational Darwinism as a Basis for Cognition*, „Revue internationale de systémique" 1992, nr 6.

[14] Patrz G. Spencer-Brown, *Laws of Form*, Neudruck New York 1979, str. 56 i n., 69 i n.

[15] O tym wyczerpująco: E. Esposito, *Ein zweiwertiger nichtselbstständiger Kalkül*, [w:] D. Baecker (wyd.), *Kalkül der Form*, Frankfurt 1993, str. 96–111.

indeterminacy, która nie może już być uprawiana w ścisłych matematycznych formach arytmetyki i algebry (Boole'a).[16]

Ważną konsekwencją, którą już wcześniej podkreślił Heinz von Foerster[17], jest to, że rachunek tego rodzaju nie może już być ujęty jako instrument do reprezentacyjnego ustalania „obiektywnej" prawdy, lecz staje się „bistabilny" i generuje w ten sposób swój własny czas, który, jak komputer, „zużywa" równocześnie poprzez sekwencję swoich własnych operacji. Wewnętrznie wytworzona nieokreśloność rozwiązuje się tu jako następstwo operacji, które kolejno mogą realizować cokolwiek. System bierze sobie czas i formuje wszystkie operacje oczekując, że kolejne będą następować same. I tak pracuje także system mass mediów, który zakłada, że własne komunikacje będą kontynuowane w ciągu następnej godziny czy następnego dnia. Każdy przekaz obiecuje kolejny przekaz. Nigdy nie chodzi przy tym o reprezentację świata takim, jakim on w danej chwili jest.

Dalsza konsekwencja wynika z konieczności *imaginary state* dla kontynuowania rachunku postępujących operacji.[18] Można by także powiedzieć, że *re-entry* jest ukrytym paradoksem, ponieważ traktuje różne rozróżnienia (system–środowisko i samoreferencja–referencja obca) jako jednakowe. W postrzeganiu systemu zamazuje się rozróżnienie świata takiego, jaki jest, i świata takiego, jaki jest obserwowany.[19] Istnieją wprawdzie liczne, strzeżone kulturalnie możliwości korekty pomyłek; a od czasów Marksa i Freuda również możliwości samo–podejrzliwości w (przekazywanej już przez mass media) wiedzy, że można być kierowanym przez utajone interesy czy motywy. W tym celu społeczeństwo utrzymuje „krytycznych" intelektualistów czy terapeutów. Jednak w operatywnej rzeczywistości są to tylko zastrzeżenia korygujące, a więc perspektywy przyszłościowe, podczas gdy w operatywnie aktualnej teraźniejszości świat taki, jaki jest, i świat, jaki jest obserwowany, nie mogą zostać rozróżnione.

[16] Spencer-Brown, *op. cit.*, str. 57. Patrz także ważne wyjaśnienie, że ta nieokreśloność nie pochodzi z zastosowania zmiennych niezależnych, które reprezentują niemożliwe do określenia dla systemu stany świata, lecz z samego rachunku. Problem nieokreśloności nie może zatem zostać rozwiązany także przez zastosowanie wartości, które mogą wynikać ze stanów świata, w niezależne zmienne matematycznych równań. Możemy to zinterpretować następująco: problem na płaszczyźnie dwuwartościowego rachunku nierozwiązywalnej nieokreśloności jest konsekwencją wydyferencjowania systemu, które zmusza system, by reagować na daną dyferencję systemu i środowiska poprzez *re-entry*, a więc przez wewnętrznie użyteczne rozróżnienie samoreferencji i referencji obcej.

[17] Patrz jego recenzja w czasopiśmie „Whole Earth Catalogue", Wiosna 1969. Niemiecki przekład w Baecker, *op. cit.*, (1993), str. 9–11.

[18] Spencer-Brown, *op. cit.*, str. 58.

[19] Także w różnych badaniach komunikacji ambiwalencja ta postrzegana jest jako konieczna. Patrz np. J. Ruesch, G. Bateson, *Communication: The Social Matrix of Psychiatry*, Nowy Jork 1951, 2. wyd. 1968, str. 238: "We can never be quite clear whether we are referring to the world as it is or to the world as we see it".

Do rozwiązania paradoksu zmieszania dwóch światów potrzeba wyobraźni lub twórczych bodźców, które wprawdzie odnoszą się zwrotnie do osiągniętego właśnie stanu systemu, ale nie są przez niego zdeterminowane. Stan systemu wchodzi do dalszej komunikacji jako irytacja, jako zaskoczenie, nowość, bez możliwości wyjaśnienia tego misterium początku, pochodzenia nowości nowego z operacji systemu.[20] System, nie będąc osiągalnym przez własne operacje, zakłada siebie jako wytworzoną samemu irytację, a potem zajmuje się przetwarzaniem irytacji w informację, którą produkuje dla społeczeństwa (i dla siebie samego w społeczeństwie). Właśnie dlatego realność systemu jest zawsze korelatem własnych operacji, zawsze własną konstrukcją.

To, że mass media nie odrywają się od społeczeństwa, nie wypadają poza nie pomimo swojego operatywnego zamknięcia, gwarantowane jest przez tematy komunikacji. Tematy są nieodzownymi wymogami komunikacji.[21] Reprezentują referencję obcą komunikacji. Organizują pamięć komunikacji. Łączą wypowiedzi w zespoły przynależności, aby w bieżącej komunikacji można było rozpoznać, czy dany temat będzie utrzymany i kontynuowany, czy też zostanie zmieniony. Na płaszczyźnie tematycznej dochodzi zatem do bieżącego uzgadniania referencji obcej i samoreferencji *wewnątrz komunikacji własnej systemu*.[22] Temat taki jak AIDS nie jest produktem własnym mass mediów. Jest przez nie tylko przejmowany, a potem także w pewien sposób opracowywany i podlega karierze tematycznej, której nie da się wyjaśnić przez orzeczenia lekarskie czy komunikację pomiędzy lekarzami i pacjentami.[23] Przede wszystkim publiczna rekursyjność omawiania tematów, założenie bycia–już–znanym i potrzeba dalszych informacji są typowymi produktami i wymogami kontynuacji komunikacji medialnej; i to zabezpieczenie publicznej rekursyjności działa ze swojej strony zwrotnie na komunikacje w środowisku mass mediów – choćby na badania medyczne lub na plany przemysłu farmaceutycznego, który mógłby osiągać miliardowe obroty z politycznie narzuconych obowiązkowych testów.

Tematy służą zatem strukturalnemu sprzężeniu mass mediów z innymi obszarami społeczeństwa; są one przy tym tak elastyczne i tak podatne na

[20] Również to nie mogłoby zdarzyć się przez binarne rozróżnienia, w stosunku do których system orientuje swoje własne operacje, a w każdym razie nie przez dwuwartościową logikę wypowiedzi zorientowaną na prawdę – nieprawdę. Patrz na ten temat: G. Günther, *Die historische Kategorie des Neuen, ibidem, Beiträge zur Grundlegung einer operationsfähigen Dialektik*, cz. 3, Hamburg 1980, str. 183–210; *ibidem, Logik, Zeit, Emanation und Evolution, op. cit.*, str. 95–135.

[21] Por. N. Luhmann, *Soziale Systeme: Grundriß einer allgemeinen Theorie*, Frankfurt 1984, str. 213 i n., 267 i n.

[22] Por. do tego F. Marcinkowski, *Publizistik als autopoietisches System*, Opladen 1993, str. 46 i n.

[23] Pogłębić można by to ze względu na *tematyczną*, ale nie *medyczną* bliskość takich tematów, jak homoseksualizm czy narkomania, a dalej na okoliczności *polityczne*, które tkwią w tej tematyce.

dywersyfikację, że mass media mogą dosięgnąć poprzez swoje tematy wszystkich obszarów społeczeństwa, podczas gdy systemy w wewnątrzspołecznym środowisku mass mediów, jak choćby polityka, nauka, prawo, mają często trudności z możliwością zaoferowania mediom własnych tematów i osiągnięciem ich rzeczowego ujęcia. Ogólnospołeczny sukces mass mediów opiera się na zdobywaniu akceptacji tematów, a ta jest niezależna od tego, czy ustosunkowują się one do informacji, propozycji znaczeń, rozpoznawalnych ocen pozytywnie czy negatywnie. Często zainteresowanie tematem bierze się stąd, że możliwe jest i jedno, i drugie.

Tematy, po opublikowaniu, mogą być traktowane jako znane; tak, można założyć, że są one znane jako znane, przy otwartości prywatnych opinii i wnoszonego wkładu do poszczególnych tematów – podobnie działanie medium pieniądza oparte jest na zabezpieczeniu akceptacji przy dowolności indywidualnych celów wydatków. W obu przypadkach spektrum dowolności indywidualnych dyssensów lub preferencji rozciąga się od tematu do tematu i od ceny do ceny. Takie nastawienia przełamują stereotypy, pochodzące od indywiduów założenia wzajemnego wykluczania się konsensu i dyssensu czy konformizmu i indywidualności. Poprzez wzrost strukturalnej kompleksowości i przez ewolucję stosownych mediów społeczeństwo może realizować więcej z obu tych możliwości. Poza tym znajomość znanych tematów (*das Bekanntsein des Bekanntseins*) gwarantuje konieczne przyspieszenie komunikacji. Może ono wspierać się na możliwości czynienia założeń i koncentrować się na tym, by każdorazowo na nowo wprowadzać specyficzne zaskoczenia (jako nowe).

Obserwator (a mogą to być w systemie mass mediów także organizacje) może rozróżniać pomiędzy *tematami* i *funkcjami* komunikacji. Może on sobie i innym powiedzieć na przykład: gdy nie opublikujemy tej czy innej wiadomości, gdy usuniemy prognozy pogody czy, jak się to teraz mówi, bioskopy, czytelnicy od nas uciekną. W tym celu komunikacja musi być reflektowana jako komunikacja, a więc samoreferencja musi być aktualizowana. Rozróżnienie tematy–funkcje odpowiada rozróżnieniu referencja obca–samoreferencja. Obserwator uzyskuje dzięki niej wolność wyboru tematów i przede wszystkim: wolność pomijania informacji. Nie potrzebuje on pozwalać motywować się przez prawdę i uzależniać w ten sposób od twierdzeń. Może dostarczać fałszywych lub możliwie fałszywych informacji, o ile ma na uwadze funkcję i kalkuluje wartość sensacyjną przeciw ryzyku możliwej dekonspiracji.

To właśnie w systemie mass mediów można rozpoznać konsekwencje, na które naraża się system, gdy poprzez operacjonalne zamknięcie wytwarza dyferencję sytemu i środowiska, przez co wymaga, by wewnętrznie rozróżniać między samoreferencją i referencją obcą oraz by rozróżnienie to konkretyzować – w odniesieniu do każdorazowo zmieniających się stanów własnych.

Dlatego nie musi wcale chodzić tu o to, by z pomocą tego systemu, jakkolwiek wypaczonego i wymagającego poprawek, poznawać, jak świat został

stworzony i poznanie to czynić publicznie przystępnym. Choć mogłoby to wynikać z samoopisu systemu. Systemowo-teoretycznie wyszkolony socjologiczny obserwator opisze zamiast tego, że i jak system łączy operację z operacją w samodzielnie skonstruowanych horyzontach czasowych, zawsze od nowa odnosząc się do własnej sytuacji informacyjnej, tak by móc wydobyć nowości, zaskoczenia, a tym samym wartości informacyjne. Jest zrozumiałe, że przy okazji pojawia się podejrzenie manipulacji. Akurat wtedy, gdy świat nie może być odwzorowany takim, jakim jest i jak zmienia się z minuty na minutę, łatwo zamiast tego poszukiwać mocnych punktów zaczepienia w interesach, które manipulują w ich sensie systemem, stany i operacje systemu przypisując zewnętrznym przyczynom. Dla samego systemu pozostają one jednak pozbawionymi następstw prywatnymi opiniami, które mogą zostać przypisane temu, kto je wyraża. Podejrzenie to może opierać się również na lepiej lub gorzej uzasadnionych naukowo teoriach przyczynowych, o których przy okazji może być także mowa. System może uchwycić takie kryteria – ale tylko w tej formie, w której może to uczynić z wszystkim innym z zakresu komunikacji medialnej. Ugruntowującym to stanem faktycznym jest i pozostaje operacjonalne zamknięcie i warunkowany przez nie konstruktywistyczny sposób operowania systemu. Najpilniejsze pytanie otrzymuje tym samym społeczno-teoretyczny akcent. Będzie ono musiało brzmieć, jakie jest to społeczeństwo, które w ten sposób opisuje siebie i swój świat?

Rozdział 3
Kodowanie

Pierwsze pytanie, które stawia się przy systemowo-teoretycznym opisie mass mediów, musi poszukiwać wyjaśnienia, jak społeczeństwo w ogóle umożliwia i pozwala na to, by wydyferencjował się taki system. Ponieważ każda komunikacja jako taka może nawiązywać do innej komunikacji, jedynym warunkiem jest tu tylko możliwość wytworzenia związku sensu.[24] Dlatego wyjaśnić należy, jak *przerywa* się takie tematycznie bliskie możliwości nawiązań i to przerywa w sposób, który pozwala przeciągać granice i wewnątrz tych granic budować kompleksowość systemu cząstkowego poprzez wyodrębniony rodzaj komunikacji.

Inaczej niż w staroeuropejskim opisie społeczeństwa, choćby w Platońskiej nauce o politycznie zorganizowanym społeczeństwie (*politeia*, republika), nie dzieje się to w formie *podziału* całości na podstawie istotowej różnorodności części. Faktycznie, dyferencjacje w ewolucji społecznej nie są zadane niejako z góry, lecz zachodzą na gruncie bardzo specyficznych ewolucyjnych osiągnięć, jak choćby wynalazek pieniądza monetarnego[25] ze skutkiem wydyferencjowania systemu gospodarki lub jak wynalezienie koncentracji władzy w postaci urzędów

---

[24] Nie trzeba tu chyba wyjaśniać, że jest to warunkiem szczególnie decydującym. Gdy człowiek zostanie na ulicy zapytany o drogę, nie może w systemie społecznym zareagować w ten sposób, że zaśpiewa Lilli Marleen lub zagadnie, czy pytający wierzy w Jezusa Chrystusa. Wyraźne ograniczenie możliwości sensownego kontynuowania komunikacji wskazuje socjologom, że bez dalszych dyferencjacji systemowych społeczeństwo może osiągnąć tylko bardzo ograniczoną kompleksowość.

[25] Natomiast nie przez gospodarczą rachunkowość i także nie przez znany już wcześniej „kredyt", który zależał od istniejących więzi społecznych i od zaufania. Specjalnie na ten temat: M. Hutter, *Communication in Economic Evolution: The Case of Money,* [w:] R. W. England (wyd.), *Evolutionary Concepts in Contemporary Economics,* Ann Arbor 1994, str. 111–136.

politycznych[26], ze skutkiem wydyferencjowania systemu politycznego. Mówiąc inaczej, konieczna jest produktywna dyferencjacja, która następnie – przy sprzyjających warunkach – prowadzi do emergencji systemów, do których społeczeństwo może się już tylko dopasować.

Dla wydyferencjowania systemu mass mediów decydujące ma być osiągnięcie polegające na wynalezieniu technologii rozpowszechniania, które nie tylko oszczędzają na interakcjach pomiędzy obecnymi, lecz dla własnych komunikacji mass mediów skutecznie je wykluczają. Samo pismo nie dawało jeszcze takiego efektu, ponieważ pomyślane było początkowo jako wspomaganie pamięci w pierwotnie ustnej komunikacji. Dopiero druk książkowy multiplikuje pismo tak bardzo, że skutecznie i *widocznie* wykluczona zostaje ustna interakcja *wszystkich* uczestniczących w komunikacji.[27] Odbiorcy są jednak statystycznie obserwowalni: poprzez wyniki sprzedaży, poprzez liczbę włączonych odbiorników, nie mogą jednak włączyć się aktywnie. Skala ich obecności może być liczbowo określona i zinterpretowana, nie jest jednak w tej komunikacji rozpowszechniana. Ustna komunikacja pozostaje oczywiście możliwa jako reakcja na to, co zostało wydrukowane, czy na to, co jest nadawane przez radio. *Ale powodzenie planowej komunikacji jest już od tego niezależne.* Tak w obszarze mass mediów może powstać autopoietyczny, samoreprodukujący się system, który nie opiera się już na pośrednictwie interakcji pomiędzy obecnymi. Dopiero w ten sposób dochodzi do operacjonalnego zamknięcia, które skutkuje tym, że system sam z siebie reprodukuje swoje własne operacje, nie używa ich już do wytworzenia interakcyjnych kontaktów z wewnątrzspołecznym środowiskiem[28], lecz *zamiast tego* orientuje się na systemowo właściwe rozróżnienie samoreferencji i referencji obcej. System, mimo ogromnej pojemności pamięci, nastawiony jest na *szybkie* przypominanie i zapominanie.

Systemowoteoretyczne rozróżnienie samoreferencja–referencja obca nie mówi jeszcze nic o tym, jak Ja określa Ja, lub inaczej: jak rozpoznaje się możliwość łączenia operacji w systemie i jak na bieżąco produkuje się i reprodukuje dyferencję systemu i środowiska. Dzieje się to zazwyczaj w systemach funkcyjnych, a więc i w przypadku mass mediów za pomocą kodu binarnego, który,

[26] A więc nie przez zwykłą przewagę władzy, która ze swej strony zależy od kompleksowych warunków społecznego wsparcia.

[27] Komunikacja zwrotna nie jest oczywiście wykluczona. Pozostaje możliwa w pojedynczych przypadkach, np. w formie listów czytelniczych czy w formie prowokowanych telefonów w radiu czy telewizji. Ale gdy dochodzi do takich odzewów, włącza się je w *autopoiesis* systemu. Można wydrukować wybrane listy od czytelników, względnie włączyć telefony do bieżącej audycji, uwidocznić je na ekranie czy umożliwić ich odsłuchanie i nawiązanie do nich. Służy to reprodukcji systemu mass mediów, a nie kontaktowi systemu z jego środowiskiem.

[28] Również tu należy przezornie zauważyć, że nie wyklucza to w żadnym razie ustnej, pisemnej, listownej czy telefonicznej komunikacji, jak i zorganizowanej odpowiedzialności i prawnego zobowiązania. Politycy zapraszani są do *talk shows* indywidualnie. Ale, i to jest decydujące, *takie kontakty dokonują się w sposób niespecyficzny dla komunikacji masowej.*

przez wykluczenie trzeciej możliwości, ustala wartość pozytywną i negatywną.[29] Pozytywna wartość oznacza daną w systemie możliwość łączenia operacji: to, przy pomocy czego można coś rozpocząć. Negatywna wartość służy tylko odniesieniu do warunków, w których pozytywna wartość może zostać zastosowana.[30] Kod jest więc dwustronną formą, rozróżnieniem, którego strona wewnętrzna wymaga, by istniała strona zewnętrzna. Ale *owego* stosunku wewnątrz–na zewnątrz formy kodu nie należy mylić z *dyferencją systemu i środowiska.*[31] A *wewnętrznej* granicy kodu, która oddziela wartość negatywną od pozytywnej, nie należy mylić z *zewnętrzną* granicą, która dyferencjuje system w stosunku do jego środowiska. Innymi słowy, dyferencja kodu leży ortogonalnie do dyferencji samoreferencji i referencji obcej. Służy ona samookreśleniu systemu. Używa w tym celu *rozróżnienia*, a zatem nie zasady, nie wyobrażonego celu, nie wypowiedzi o istocie, nie formuły końcowej, lecz dyferencji wiodącej, która kwestię określania przez system jego własnej tożsamości pozostawia w pełni otwartą; otwartą w tej mierze, w jakiej wielość istniejących perspektyw, „polikontekstualność" samoopisu, nie upośledza systemu w jego operacjach. Kod, *jednostka* tej specyficznej *dyferencji*, wystarcza, by określić, które operacje należą do systemu, a które (inaczej zakodowane lub w ogóle nie zakodowane) operacje przebiegają w środowisku systemu. W kodzie chodzi zatem o rozróżnienie, umożliwiające dopiero samoobserwację na podstawie rozróżnienia systemu i środowiska.

Kodem systemu mass mediów jest rozróżnienie informacja i nieinformacja. Przy pomocy informacji system może pracować. Informacja jest zatem pozytywną wartością, wartością desygnowaną, przy pomocy której system sam określa możliwości własnego operowania. Jednakże aby mieć możliwość postrzegać coś jako informację lub nie, musi być dana także możliwość odwrotna – móc uważać coś za nieinformatywne. Bez takiej wartości odniesienia system musiałby uwzględniać wszystko, co się dzieje; oznacza to także, że nie mógłby on odróżnić się od środowiska, nie mógłby organizować własnej redukcji kompleksowości, własnej selekcji.

Oczywiście także informacja jest informatywna – inaczej nie byłaby informacją. Typowo dla wartości odniesienia kodowań (na przykład: bezprawie musi móc być traktowane jak bezprawie – ale zgodnie z prawem) system popada tu

[29] Inne przypadki patrz: N, Luhmann, *Codierung und Programmierung: Bildung und Selektion im Erziehungssystem*, [w:] *ibidem, Soziologische Aufklärung*, cz. 4, Opladen 1987, str. 182–201; *ibidem, Die Wirtschaft der Gesellschaft*, Frankfurt 1988, str. 85 i n., 187 i n.; *ibidem, Die Wissenschaft der Gesellschaft*, Frankfurt 1990, str. 194 i n.; tegoż Das Recht der Gesellschaft, Frankfurt 1993, str. 165 i n.; *ibidem, Die Kunst der Gesellschaft*, Frankfurt 1995.

[30] Na odwrotny przypadek można wskazać w systemie medycyny. Tu jest jedynie wartość negatywna, tylko choroba operatywnie stosowalna, podczas gdy zdrowie służy tylko jako odniesienie.

[31] Pomieszanie to wywodziłoby się z naiwności pewnych religijnych moralistów, którzy zakładają, że tylko sprawiedliwi, należą do Królestwa Bożego, a nie grzesznicy (chociaż już Biblia mówi inaczej).

w nieskończony regres. Uzależnia to jego operacje od warunków, których nie może on, choć które w końcu przecież może, ustalić. Problem nieskończonego regresu pojawia się jednak tylko przy poszukiwaniu ostatecznych uzasadnień, a na to system mediów i tak nie ma czasu. W praktyce nieskończony regres stopowany jest przez dalsze rozróżnienie: rozróżnienie kodowania i programowania. W systemie musi być dany (możliwie zmienny) zestaw reguł, które rozwiązują paradoks informatywności nieinformacji, muszą być dane właśnie programy, z pomocą których zdecydować można, czy coś w systemie może być traktowane jako informatywne czy nie.

Gdyby horyzont tego, co może się zdarzyć, chcieć odsunąć w całkowitą nieokreśloność, informacje jawiłyby się jako arbitralne, lecz nie jako zaskoczenie. Nie można by przy ich pomocy niczego rozpocząć, ponieważ nie oferowałyby nic, czego można by się nauczyć, i ponieważ nie mogłyby zostać przekształcone w redundancje, które wskazują to, czego kolejno można oczekiwać. Dlatego cała informacja skazana jest na kategoryzacje wytyczające pola możliwości, w których przestrukturyzowany jest zakres wyboru tego, co jako komunikacja może nastąpić. Jest to tylko inne sformułowanie tezy, że kod informacja–nieinformacja nie wystarcza, lecz że dodatkowo potrzebne są programy, które dzielą to, czego jako informacji się oczekuje, względnie to, co wartości informacyjnej nie ma, na obszary selekcyjne, jak sport czy astrofizyka, polityka albo nowoczesna sztuka, wypadki czy katastrofy. Jedność i inwariancja kodu odpowiada potem pluralizmowi takich programów czy, innymi słowy, dwuprogowej selekcji obszaru selekcyjnego i konkretnej informacji, która zrozumiała staje się dopiero przez przyporządkowanie innych możliwości do pewnego „skąd".

Kompleksowa, biegnąca zwrotnie w siebie samą struktura odniesienia kodowania mass mediów i konieczność przełamywania jej przez określenie zakresów programowych, prowadzą do pytania, jak można do tego uwikłania dopasować pojęcie informacji. Informacje przetwarzane są wszędzie, gdzie występuje świadomość czy komunikacja. Bez informacji nie ma komunikacji, ponieważ w końcu trzeba mówić o czymś, co nadaje wiadomości wagę.[32]

[32] Trzeba tu zauważyć, że szczególnie w interakcjach pomiędzy obecnymi i w społeczeństwach, które znają tylko ten sposób komunikacji, wartość informacyjna wiadomości może być zmarginalizowana. Mówić trzeba także wtedy, gdy nie ma się nic do powiedzenia, ponieważ tylko poprzez uczestnictwo w komunikacji można zaznaczyć dobrowolność i przynależność, w innym przypadku wystąpiłoby podejrzenie o złe zamiary. Patrz np. B. Malinowski, *The Problem of Meaning in Primitive Languages,* [w:] C.K. Ogden, I.A. Richards, *The Meaning od Meaning: A Study of the Influence of Language upon Thought and of the Science of Symbolism,* London 1923, wyd. 10, 1960, str. 296–336; L. Marshall, *Sharing, Talking, and Giving: Relief of Sozial Tensions Among!* „Kung Bushmen, Africa" 1961, nr 31. R. and B., *op. cit.,* (1951–1968) str. 213 i n. traktują ten stan rzeczy (dla nowoczesnych stosunków) jako rozwiązanie paradoksu poprzez pozytywną metakomunikację. Komunikuje się „we are communicating", podczas gdy paradoksem byłoby komunikowanie: „we are not communicating". W systemie komunikacji masowej analogiczny problem nie znajduje się już na płaszczyźnie komunikacji, ponieważ

Akurat ta uniwersalna obecność informacji we wszystkich sensownych operacjach umożliwia rezygnację z wyobrażenia, że informacje mogłyby być, jak małe cząstki, transportowane z systemu do systemu; tak jakby były one niezależne od użytkownika. Gdy dochodzi do operatywnego zamknięcia systemów, dochodzi także do zakończenia przetwarzania informacji (co naturalnie nigdy nie oznacza, że system popada w stan swobodnie unoszącej się przyczynowej niezależności). Wymogom tym odpowiada pojęcie informacji Gregory'ego Batesona, zgodnie z którym informacja jest „jakąkolwiek różnicą, która w późniejszym wydarzeniu czyni różnicę"[33].

Implikacje tej propozycji pojęciowej wymagają trochę dokładniejszej analizy. *Jedność* pojęcia informacji przełamana zostaje na *dwie* różnice sprzężone ze sobą przyczynowo. Umożliwia to uwzględnienie okoliczności, że bynajmniej nie każda różnica czyni różnicę.[34] Zarówno postrzeganie, jak też i język dostarczają nadwyżek rozróżnień; i nawet gdy ogranicza się to do aktualizowanych właśnie różnic, a więc do tego, co w danym momencie widzi się czy mówi, ciągle jeszcze jest to dużo więcej niż wykorzystuje się do formowania różnicy w przesłankach dalszych operacji. Postrzeganie ogniskuje coś konkretnego w kontekście, który także jest widziany. Zdania wykorzystują wiele słów, a więc wiele rozróżnień, by powiedzieć coś konkretnego. Ale tylko to, co krótkoterminowo lub długoterminowo pozostaje w pamięci, „czyni różnicę".

To selektywne zdobywanie informacji może być stosownie uchwycone tylko jako dokonanie systemowe, a to znaczy jako proces wewnątrzsystemowy. Jedność informacji jest produktem systemu – przy postrzeganiu systemu psychicznego, przy komunikacji społecznego. Trzeba zatem zawsze wyjaśnić, jaki system czyni te różnice; lub ujmując to za Spencer-Brownem, jaki system realizuje tę wytwarzającą całą różnicę dyrektywę: *draw a distinction.*[35]

Wychodząc dodatkowo z teorii operacjonalnie zamkniętych systemów przetwarzania informacji, wytwarzanie informacji i przetwarzanie informacji musi zachodzić wewnątrz tych samych granic systemowych, a *obie* różnice, wymieniane w definicji Batesona, muszą być *rozróżnieniami tego samego systemu.* Stosownie do tego – nie ma transmisji informacji z systemu do systemu. W każdym razie, systemy mogą wytwarzać informacje, które kursują pomiędzy subsystemami. Należy zatem zawsze oznaczyć referencję systemową, która zakładana jest przez

panuje tu kod informacja – nieinformacja; istnieje raczej jako przymus organizacyjny, by wypełniać strony czy czas antenowy; i dzieje się to przez więcej opowiedzianych historii, przez obrazy czy muzykę.

[33] Patrz G. Bateson, Ökologie *des Geistes: Anthropologische, psychologische, biologische und epistemologische Perspektiven,* niemiecki przekład, Frankfurt 1981, str. 488.

[34] Na przykład sensem równania matematycznego jest stwierdzenie różnicy, która nie czyni różnicy. Oznacza to także, że matematyka równań niszczy informację i neutralizuje czas (właśnie ową *późniejszą* różnicę).

[35] Patrz G. Spencer-Brown, *op. cit.,* (1979), str. 3.

użycie pojęcia informacji. Ponieważ w przeciwnym razie niejasne pozostaje, o czym jest w ogóle mowa.[36]

Najważniejszą bodajże cechą szczególną kodu informacja–nieinformacja jest jego stosunek do czasu. Informacje nie dają się powtórzyć; stają się, jak tylko zmienią się w wydarzenie, nieinformacją. Wiadomość, która podawana jest po raz drugi, zachowuje wprawdzie swój sens, traci jednak swoją wartość informacji.[37] Gdy informacja użyta zostanie jako wartość kodu, oznacza to tym samym, że operacje systemu stale i w sposób konieczny przeobrażają informację w nieinformację.[38] Przecinanie się granicy wartości i wartości przeciwnej dzieje się automatycznie w zwykłej *autopoiesis* systemu. System wprowadza stale własny *output*, mianowicie znajomość stanów rzeczy, z powrotem w system, tyle tylko, że po negatywnej stronie kodu jako nieinformację; sam zmusza się w ten sposób, aby stale zabiegać o nową informację.[39] Innymi słowy: system sam czyni siebie przestarzałym. Można by z tego niemal wnioskować, że używa ostatecznie kodu nowe – stare, jak gdyby nie było innych rzeczowych powodów, by nie dostarczyć jakiejś informacji. Automatyka ta nie wyklucza naturalnie możliwości powtarzania. Przede wszystkim użytek z niego robi reklama. Ale wtedy musi zostać użyta figura odniesienia wartości informacyjnej nieinformacji, choćby jako wskaźnik ważności i bycia wartym wzmianki: to samo ogłoszenie jest wielokrotnie powtarzane, by w ten sposób poinformować o wartości produktu czytelnika, który powtórzenie zauważa.

Poprzez ewolucję mass mediów dodatkowe znaczenie zyskuje ta ciągła dezaktualizacja informacji, ciągła strata informacyjna. Każda komunikacja sama

[36] Czytelnik być może zauważy, że wypowiedź ta koresponduje z wypowiedziami o operacjonalnym konstruktywizmie.

[37] Patrz na temat tego rozróżnienia D. M. MacKay, *Information, Mechanism and Meaning, Cambridge Mass.* 1969.

[38] Tu znajduje się ważna różnica pomiędzy kodem mass mediów a kodem systemu sztuki. Dzieła sztuki wykazywać muszą dostateczną wieloznaczność, wielość możliwych sposobów odczytania. Szczególnie w nowoczesnej sztuce cecha ta jest prowokacyjnie wykorzystywana do granic możliwości. Jest to tematem U. Eco, *Opera aperta,* (1962), 6 wyd. Mediolan 1988. I być może tendencja do ekstremalnych wymagań wobec obserwatora jest ze swej strony reakcją na mass media i możliwości także technicznego powielania dzieł sztuki. Finnegans Wake jest jedynym protestem przeciwko byciu czytanym; tak jak zalecenia stylu pisarskiego, które wpajane są dziennikarzom w ich edukacji, skierowane są w dokładnie przeciwnym kierunku niż tendencje do otwartego dzieła sztuki. Por. np. H. Evans, *Newsman's English,* Nowy Jork 1972. W żargonie postmodernistycznym mówi się o „*readerly*" („*lisible*") *text*, by sztukę tekstu uwolnić od wymagań tego rodzaju.

[39] Marcinkowski, *op. cit.,* str. 65 widzi kod systemu w rozróżnieniu publiczny – niepubliczny z pozytywną wartością publicznego. Nie może to jednak wyjaśnić dynamiki własnej systemu, która pochodzi stąd, że system nie ma co począć z tym, co już opublikowane. Poprzez *output* lub „cel" opublikowania system ciągle sam kończy własne operacje i może pracować dalej tylko wtedy, gdy potraktuje już znane jako wartość negatywną, poprzez którą może mierzyć, co jeszcze może zostać opublikowane jako nieznane. *Autopoiesis* zachodzi tu w ciągłej wymianie wartości pozytywnych w negatywne.

w sobie wytwarza społeczną redundancję. Gdy informacja jest przekazywana, można zapytać o nią nie tylko przekazującego, lecz także wszystkich innych, którzy informację otrzymali i zrozumieli. Gdy pyta się przekazującego, a następnie odbiorcę, nie uzyskuje się nowej informacji.[40] Może to mieć niewielkie znaczenie społeczne, jak długo pozostaje to niejako prywatną komunikacją, gdy w najgorszym razie tworzą się pogłoski, które wypaczają informację tak, że staje się ona jeszcze bardziej i coraz bardziej interesująca. Mass media rozpowszechniają jednak informację na tyle szeroko, że trzeba natychmiast założyć, że wszyscy już ją znają (a jeśli nie – to byłoby to związane z utratą prestiżu i dlatego nikt nie przyzna się, że jej nie zna). Przed chwilą mówiliśmy o znajomości znanych tematów, a teraz wskazujemy tylko na konieczną fikcjonalną komponentę tego modusu przetwarzania informacji. W tej mierze mass media powodują społeczną redundancję na skalę społeczeństwa, a więc bezpośrednio następujący popyt na nową informację. Tak jak wydyferencjowana na bazie płatności pieniężnych gospodarka wytwarza nieustający popyt, by zastąpić wydane pieniądze, tak mass media wytwarzają popyt, by zredundowaną informację zastąpić nową informacją: *fresh money* i *new information* są centralnymi motywami nowoczesnej dynamiki społecznej.

Za intensywnie dyskutowanymi rodzajami własnymi nowoczesnych struktur czasowych, takimi jak dominacja schematu przeszłość – przyszłość, uniformizacja czasu światowego, przyspieszenie, rozciągnięcie równoczesności na to, co nierównoczesne, obok gospodarki pieniężnej stoją przypuszczalnie także mass media. Wytwarzają one czas, którego te potrzebują, a społeczeństwo się do tego dostosowuje. Ten neurotyczny przymus w gospodarce, polityce, nauce i sztuce, by móc zaoferować coś nowego (chociaż nikt nie wie, skąd pochodzi nowość nowego i jak duże są jego zapasy), dostarcza na to przekonującego potwierdzenia. Zastanawiające jest również, że nowoczesne społeczeństwo łączy z samookreśleniem „nowoczesne" pewną ocenę[41], która może wypaść pozytywnie lub negatywnie w zależności od tego, czy (nieznana) przyszłość oceniana jest optymistycznie czy pesymistycznie.[42] Ta przymusowa konieczność samooceny mogłaby

[40] Patrz o tym G. Bateson, *op. cit.,* (1981), str. 524 i n.

[41] Szczególnie wyraźnie widać to w porównaniu do średniowiecznej i wczesnomodernistycznej retoryki, która przez „*antiqui*" i „*moderni*" lub potem „*anciens*" i „*modernes*" określała po prostu żyjących wcześniej i obecnie i nie przesądzała oceny dyspozycji retorycznych. Por. literaturę o „*querelle*", choćby A. Buck, „*Die «querelle des anciens et des modernes» im italienischen Selbstverständnis der Renaissance und des Barock*", Wiesbaden 1973; E. Goessmann, *Antiqui und Moderni im Mittelalter: eine geschichtliche Standortbestimmung,* Monachium 1974, lub R. Black, *Ancients and Moderns in the Renaissance: Rhetoric and History in Accolti's „Dialogue" of the Preeminence of Men of His Own Time,* „Journal of the History of Ideas" 1982. nr 43.

[42] Wszystkie możliwe kombinacje są zatem do pomyślenia – na przykład leżąca głęboko ambiwalencja u Rousseau czy przekorna, kontrafaktyczna i dlatego normatywna pozytywna ocena „nowoczesnego" u Habermasa.

być wyjaśniana tym, że mass media informują codziennie na nowo i wytwarzają przez to – i zaspokajają – popyt na ocenę całościową. Również coraz bardziej akademicka refleksja akademickiej dyskusji nowoczesności[43] posługuje się drukiem książkowym, inaczej nie można by osiągnąć tego tempa i masowości publikacji na tej dalekiej od realności płaszczyźnie. Aby móc o tym powiedzieć jeszcze coś nowego, mówi się w końcu nawet o „ponowoczesności".[44]

Traktując te starania o nowość jak powtórzony impuls, a więc proces, staje się jasne, że proces ten składa się z dwóch ciągów, które kombinuje on i traktuje potem jako jeden.[45] Gdy coś, widziane z perspektywy czasu, określane jest jako „nowe", coś innego staje się tym samym „stare"; i to pomimo tego, że w czasie, w którym było to aktualne, było także nowe. Jako schemat obserwacji, nowe–stare nie jest niczym więcej niż tylko pewnym schematem. Bez przeciwnego pojęcia, bez drugiej strony, forma ta nie może funkcjonować. Wtedy jednak preferencja nowości dewaluuje to, co przez nią samą deklarowane jest jako stare. Dlatego stare (jak dla nas) społeczeństwo przednowoczesności miało wystarczające powody, by nie ufać ciekawości (*curiositas*) i by nie pozwolić wciągnąć się w tę autodeprecjację instytucji. My przeciwnie, pomagamy sobie wysoce selektywną rewaloryzacją określonych rodzajów starości w *oldtimery*, klasyków, antyki, w nawiązaniu do których potem wytworzyć możemy nowe informacje, ceny, interpretacje. Również my znamy zatem formy, dzięki którym możemy przeciwstawić się paradoksowi nowe = stare.

Przy pomocy kolejnego kroku teoretycznego można dokładniej określić funkcję komponentu informacyjnego w operacjach systemów świadomości, względnie systemów komunikacyjnych. Jako skutek tego powołującego się na informację kodowania powstaje w społeczeństwie specyficzny niepokój i stan irytacji, które następnie mogą zostać przechwycone przez codzienność skuteczności mass mediów, z ich różnorodnymi formami programowymi.[46] Gdy trzeba być ciągle gotowym na zaskoczenie, pociechą może być to, że jutro będzie się wiedzieć więcej. W tej mierze mass media służą wytworzeniu i przetworzeniu irytacji.[47] Pojęcie irytacji również należy do teorii operacjonalnie zamkniętych

[43] Patrz ew. P. de Man, *Literary History and Literary Modernity* (1969), [w:] *ibidem, Blindness and Insight: Essays in the Rhetoric of Contemporary Criticism*, wyd. 2 Londyn 1983, str. 142–165, albo J. Habermas, *Der philosophische Diskurs der Moderne: Zwölf Vorlesungen*, Frankfurt 1985.

[44] Socjologiczne osobliwości (i kłopoty) takiej dyskusji znajdują się licznie u J. C. Alexandra, Modern, *Anti, Post, and Neo: How Social Theories have Tried to Understand the „New World" of „Our Time"*, „Zeitschrift für Soziologie" 1994, nr 23.

[45] Por. o tym G. Deleuze, *Logique du sens*, Paryż 1969, szczeg. str. 9 i n.

[46] Por. o tym także Marcinkowski, *op. cit.*, (1993), szczeg. str. 133 i n.

[47] Przed epoką mass mediów mówiono o „*admiratio*" (zadziwienie, admiracja, podziw, przestrach z powodu odchyleń). Wymaga to zewnętrznych przyczyn i ich wystąpienia jako wyjątku. Gdy mass media normalizują nowości, pasujące do tego pojęcie musi zostać zgeneralizowane. Patrz o tym także N. Luhmann, *Die Behandlung von Irritationen: Abweichung oder Neuheit?*, [w:] *ibidem, Gesellschaftsstruktur und Semantik*, cz. 4, Frankfurt 1995. Poza tym nie *admiratio*, lecz dopiero irytacja lub irytowalność może zostać użyta jako argument w kontekście teorii ewolucji. I to przede wszystkim od J. P. Antoine de M. de Lemarck, *Philosophie zoologique*, Paryż 1809.

systemów i określa formę, z pomocą której system może wywoływać rezonans w wydarzeniach środowiska, choć własne operacje mogą przebiegać tylko wewnątrz systemu i nie nadają się do tego, by nawiązywać kontakt ze środowiskiem (co musiałoby znaczyć, że przebiegają w połowie wewnątrz, w połowie na zewnątrz). Ta koncepcja irytacji wyjaśnia dwuczęściowość pojęcia informacji. Jeden komponent jest oddelegowany, by rejestrować różnicę, która odróżnia się jako odchylenie od tego, co jest już znane. Drugi komponent określa następującą w konsekwencji zmianę struktur systemu, a więc integrację w to, co dla dalszych operacji wymagane jest jako stan systemu. Jak już powiedzieliśmy, chodzi o różnicę, która czyni różnicę.

Dlatego mass media, jak można by także powiedzieć, utrzymują społeczeństwo w stanie czuwania. Wytwarzają stale odnawialną gotowość liczenia się z zaskoczeniami, z zakłóceniami.[48] W tej mierze mass media pasują do przyspieszonej dynamiki własnej innych systemów funkcyjnych, jak gospodarka, nauka i polityka, które konfrontują społeczeństwo z ciągle nowymi problemami.

[48] W ramach Parsonsowskiej architektoniki teorii nie przewidziano miejsca dla tej funkcji „niepokoju". Dlatego też zwolennicy tej teorii lokują mass media w obszarze funkcji integratywnej i medium „wpływu". Patrz przede wszystkim H. M. Johnson, *The Mass Media, Ideology, and Community Standards*, [w:] J. J. Loubser i in. (wyd.), *Explorations in General Theory in Social Sciences: Essays in Honor of Talcott Parsons*, Nowy Jork 1976, cz. 2, str. 609–638 i J. C. Alexander, *The Mass Media in Systematic, Historical, and Comparative Perspective*, [w:] J. C. Alexander, P. Colomy (wyd.), *Differentiation Theory and Social Change: Comparative and Historical Perspectives*, Nowy Jork, 1990. str. 323–366. Jest to z różnych względów problematyczne, np. ze względu na preferencję przedstawiania konfliktów i odchyleń od norm. Ogólnie należy też rozważyć, czy pierwotna orientacja mass mediów w ogóle leży w wymiarze społecznym, czy raczej w wymiarze czasu.

Rozdział 4
Uniwersalizm systemowo-specyficzny

Podobnie jak w innych systemach funkcyjnych, pewien określony kod jest warunkiem wydyferencjowania konkretnego systemu funkcyjnego społeczeństwa. Jako „wydyferencjowanie" rozumieć należy emergencję szczególnego systemu cząstkowego społeczeństwa, który sam realizuje cechy tworzenia się systemów, przede wszystkim autopoietyczną samoreprodukcję, samoorganizację, zdeterminowanie strukturalne, a z nimi – operatywne zamknięcie. W takim przypadku nie chodzi tylko o zjawisko, które obserwator może rozróżnić, o ile ma taki zamiar. System rozróżnia się bowiem sam. Analiza systemu mass mediów leży zatem na tej samej płaszczyźnie, co analiza systemu gospodarki, systemu prawa, systemu politycznego itd. społeczeństwa i ponad wszystkimi różnicami musi zwrócić uwagę na porównywalność. Pierwszym krokiem w tym kierunku jest wskazanie specyficznego dla systemu funkcyjnego kodu, który używany jest tylko w danym systemie jako dyferencja wiodąca.[49] Do najważniejszych konsekwencji takiego wydyferencjowania zalicza się stosunek komplementarności *uniwersalizmu* i *specyfikacji*.[50] Na podstawie swojego wydyferencjowania system może zakładać sam siebie, swoją własną funkcję, swoją własną praktykę jako punkt odniesienia do specyfikacji swoich własnych operacji. Czyni on tylko to i tylko to może czynić, co jest wewnętrznie zgodne ze strukturą i sytuacją historyczną. Dokładnie w ten sposób stworzony zostaje warunek do tego, by system mógł zatroszczyć się o wszystko, co może być tematyzowane dla własnej komunikacji. Wynika

---

[49] Jako dyferencja wiodąca – wymaga to być może komentarza. Zrozumiałe jest samo z siebie, że wszystkie systemy rozróżniają interesujące je informacje i o tyle wytwarzają próżnię nieinformacji. Ale tylko system mass mediów reflektuje tę dyferencję, by móc poznawać, jakie operacje należą do systemu, a jakie nie.

[50] Są to Parsonsowskie pojęcia. O odniesieniu ich do teorii mass mediów patrz również: J. C. Alexander, *The Mass News Media in Systemic, Historical and Comparative Perspective*, [w:] E. Katz, T. Szecsko (wyd.), *Mass Media and Social Change*, Londyn 1981, str. 19–51.

stąd uniwersalna kompetencja własnej funkcji. Nie istnieją stany rzeczy, które w swej istocie byłyby nieodpowiednie dla mass mediów. (Nie kwestionuje się przy tym, że mogą istnieć zakazy prawne czy polityczne konwencje, by nie publikować lub by jeszcze nie publikować pewnych informacji.) Mass media są autonomiczne w aspekcie kontroli swojej własnej selektywności. Tym większe znaczenie zyskuje ta własna selektywność. Tym większa jest jej wartość zwracania uwagi.

W perspektywie historycznej przypuszczać można, że widoczny już sposób selekcji mass mediów równocześnie uwidacznia i umożliwia krytykę zdalnego sterowania przez polityczne, religijne czy od niedawna militarne czynniki. Krytyka taka nie może jednak zadowolić się żądaniem miejsca dla własnego stronnictwa w mass mediach. Uczyniłoby to z mediów forum dla specyficznie politycznych czy religijnych lub ideologicznych dyskusji, które nie pozostawiłyby mediom wiele z ich właściwej funkcji. Prasa tendencyjna może istnieć – o ile nie istnieje *tylko* taka prasa, o ile informacje można uzyskiwać także niezależnie. Jest ona zresztą uzależniona od subwencji, nie jest zatem wspierana przez rynek systemu gospodarczego. Skuteczniejsza forma krytyki polegać będzie na żądaniu pewniejszej informacji. Przynajmniej nie będzie postrzegane jako przypadek, że wobec widocznej selektywności szansę dostanie autoselektywnie wyspecyfikowana uniwersalność.

Oczekiwanie to może zostać w końcu wzmocnione przez przeforsowującą się wewnętrzną dyrefencjację różnorodnych obszarów programowych. Bez zamiaru systematycznej dedukcji i uzasadnienia zamkniętej typologii rozróżniamy czysto indukcyjnie: wiadomości i relacje (rozdz. 5), reklamę (rozdz. 7) i rozrywkę (rozdz. 8).[51] Każdy z tych obszarów używa kodu informacja–nieinformacja, każdorazowo w bardzo różnych zastosowaniach; te rozróżniają się na podstawie kryteriów, które leżą u podstaw wyboru informacji. Dlatego mówić będziemy także o obszarach programowych (a nie o subsystemach). Nie powinno się przy tym wykluczać ich krzyżowania się, a przede wszystkim w każdym z tych obszarów można stwierdzić zwrotne usieciowienie z tym, co uważane jest za moralne przekonania czy typowe preferencje publiczności. Jednakże obszary te, jak chcieliśmy pokazać, rozróżniają się wystarczająco wyraźnie, by ich dyferencjacja działała jako najważniejsza wewnętrzna struktura systemu mass mediów.

[51] Patrz na temat współgry tych obszarów w historyczno-rozwojowej perspektywie: M. Schudson, *Discovering the News: A Social History of American Newspapers*, Nowy Jork 1978.

Rozdział 5
Wiadomości i relacje

Obszar programowy wiadomości i relacji najbardziej wyraźnie rozpoznawalny jest jako zdobywanie–przetwarzanie informacji. W tym obszarze mass media rozpowszechniają ignorancję w formie faktów, które, by nikt tego nie zauważył, muszą być stale odświeżane. Przyzwyczajeni jesteśmy do codziennych wiadomości, ale mimo to należy unaocznić ewolucyjne nieprawdopodobieństwo takiego założenia. Łącząc z wiadomościami wyobrażenie czegoś zaskakującego, nowego, interesującego, godnego przekazania, dużo prostsze byłoby nierelacjonowanie o tym codziennie w ten sam sposób, lecz oczekiwanie, aż coś się wydarzy, by następnie o tym powiadomić. Jak w XVI wieku w formie ulotek, ballad, historii kryminalnych przy okazji egzekucji itd.[52] Wymagało to sporego ducha przedsiębiorczości, a przede wszystkim z pewnością ryzykownego szacowania rynku i organizacji wystarczającej do dostarczenia informacji, gdy planowało się uruchomienie przedsiębiorstwa na podstawie oczekiwania, że w następnym tygodniu także pojawi się wystarczająco dużo nadających się do druku informacji. Dla współczesnych, na przykład Bena Jonsona[53], seryjna produkcja nowości *dowodzi*

[52] Patrz o tym obok zwykłych historii czasopiśmiennictwa L. J. Davies, *Factual Fictions: The Origins of the English Novel*, Nowy Jork 1983, str. 42 i n. W opracowanym przez Daviesa materiale uwidacznia się, że konieczność informowania o nowości i używania jej jako argumentu marketingowego występowała w XVI w. początkowo w *sektorze rozrywki* i dla tanich produktów prasy drukowanej, widocznie zanim nauka wystąpiła z nowym pojęciem prawdy, wyspecjalizowanym w nowych faktach i ich wyjaśnieniach.

[53] Patrz komedia „The Staple of News" (premiera 1625, pierwszy druk 1631, cyt. za wydaniem B. Jonson (wyd. C.H. Herford Precy, E. Simpson) cz. VI, Oxford 1966, str. 277–382, szczególnie fragment „To the Readers" po drugim akcie (str. 325):"but *Newes* made like times *Newes*, (a weekly cheat to draw mony) and could not be fitter reprehended, then in raising this ridiculous *Office* of the *Staple*. Wherein the age may see her owne folly, or hunger and thirst after publish'd pamphlets of *Newes*, set out every Saturday, but made all at home, & no syllabe of

niezbicie, że musi chodzić tu o oszustwo. Sprzyjające było wtedy to, że nie trzeba było w tym samym medium rozróżniać pomiędzy wiadomościami a rozrywką oraz że wiadomości, prawdziwe czy nie, prezentowane były przynajmniej rozrywkowo. Poza tym, należało wynaleźć odpowiedni styl, który przy względnie nieznanych kontekstach przekazywałby wrażenie, że coś się już zdarzyło, choć zdarzyło się dopiero co – a więc właściwie nie mogło być przedstawione ani w normalnych formach czasu przeszłego ani teraźniejszego. Przy użyciu wszystkich w tym celu wykształconych środków dziennikarskiego warsztatu należy stworzyć wrażenie, jak gdyby to, co właśnie minione, było jeszcze teraźniejszością, jeszcze interesowało, informowało. Wystarcza tu sugestia ciągłości, wychodząca z ostatniego znanego stanu rzeczy, przez teraźniejszość do bezpośrednio mającej nastąpić przyszłości, tak że jednocześnie staje się zrozumiałe, dlaczego informacja jest interesująca. Wydarzenia muszą być udramatyzowane jako wydarzenia – i zawieszone w czasie. W czasie, który w ten sposób zaczyna biec szybciej. Powszechna społeczna obserwacja wydarzeń rozgrywa się teraz niemalże jednocześnie z samymi wydarzeniami.

Rozważając tę ewolucyjną transformację nieprawdopodobieństwa w prawdopodobieństwo można sobie dobrze uświadomić, że w sektorze tego, co później stanie się mass mediami, doszło do profesjonalizacji znanej dziś pod nazwą dziennikarstwa. Tylko tu rozpoznawalne są typowo zawodowe tendencje, jak własne wykształcenie, własny, publicznie akceptowany zawód i samodzielnie proklamowane kryteria dobrej pracy.[54] Od informacji, które oferowane są w ramach trybu wiadomości i relacji, wymaga się i wierzy, że są one trafne, że są prawdziwe. Owszem, może dochodzić do pomyłek i przy okazji także do celowo fałszowanych komunikatów, które potem jednak często można wytłumaczyć. Osoby, których dotyczą, mają prawo żądać sprostowań. Uznanie dla dziennikarzy, gazet, redaktorów itd. zależy od tego, czy dobrze lub czy chociaż wystarczająco dobrze prowadzą oni poszukiwania. Dlatego fałszywe komunikaty lansowane są często z zewnątrz. Dziennikarze asekurują się zazwyczaj przez podanie źródeł, w innych przypadkach w razie pomyłki dochodzi do eksternalizujących wyjaśnień. Naturalnie, jak wszędzie, trzeba liczyć się z marginesem błędów. Ważne jest, by nie urósł on do poziomu mniej lub bardziej typowej

truth in them". Krytyka wynika zatem z *organizacji* produkcji nowości o *nieprawdzie*. W tym samym fragmencie napotyka się także na znak zadziwienia – podziwu:
„Sir, I admire,
The mothod o'your place; all things within't
Are so digested, fitted, and compos'd
As it shewes *Wit* has married *Order*."
Akt I, scena V, wers 66–69 (*op. cit.* 295).

54 W bardziej zawodowo-socjologicznych ujęciach znaleźć można odniesiony do „dziennikarstwa" sposób rozważania, który pomija inne formy medialnie-technicznego rozpowszechniania. Patrz niedawno B. Blöbaum, *Journalismus als soziales System: Geschichte, Ausdifferenzierung und Verselbständigung*, Opladen 1994.

normalności. By były to pojedyncze wydarzenia; ponieważ w innym przypadku załamie się szczególność obszaru programowego wiadomości i relacji. Poprzez prawdy zawód ten służy społeczeństwu (włączając je same). Dla nieprawd potrzebne są szczególne interesy, które nie dają się zgeneralizować.

Ale to, co prawdziwe, interesuje mass media tylko w bardzo ściśle ograniczonych warunkach, które wyraźnie wymykają się naukowemu badaniu. Dlatego problem tkwi nie w prawdzie, lecz w nieuniknionej, choć także chcianej i regulowanej selektywności. W równie nikłym stopniu, w jakim mapy co do wielkości i wszystkich szczegółów mogą odpowiadać terytorium, i w równie niewielkim stopniu, w jakim Tristram Shandy był w stanie opowiedzieć swoje przeżyte życie, tak mała może być korespondencja jeden do jednego pomiędzy informacją a stanem faktycznym, pomiędzy realnością operatywną a reprezentowaną. Stosunek systemu do jego środowiska nie jest także prostym stosunkiem jednostronnej redukcji kompleksowości. O wiele bardziej, poprzez wydyferencjowanie, przełamanie zewnętrznej determinacji i operacjonalne zamknięcie wewnątrz nadwyżek możliwości komunikacyjnych, stworzone zostają liczne stopnie wolności, których skutkiem jest to, że system *sam sobie musi – i może! – nałożyć ograniczenia*. Rozróżnienie referencji obcej i samoreferencji odpowiada rozróżnieniu zewnętrznej i wewnętrznej kompleksowości. Sensem tego podwojenia jest wytworzenie wobec środowiska, które jest, jakie jest, autonomii i przeciwstawienie postrzeganemu jako zdeterminowane środowisku wolności selekcji, a zatem wniesienie w zdeterminowany, aczkolwiek nieznany świat[55] obszaru samodeterminacji, który potem, w samym systemie, może być traktowany jako zdeterminowany własną strukturą.

Z badań empirycznych znane są ważne kryteria selekcji informacji do rozpowszechniania ich jako wiadomość lub jako relację.[56] Sama informacja może wystąpić tylko jako (jakkolwiek niewielkie) zaskoczenie. Poza tym musi być zrozumiała jako komponent komunikacji. Zasadą selekcji wydaje się być zatem, że te wymogi zostają dla celów mass mediów *wzmocnione*, a więc większe znaczenie uzyskuje łatwa zrozumiałość informacji dla możliwie szerokich kręgów

55 A jeśli nieznany, to może zostać także nieznane, czy jest on w ogóle zdeterminowany czy nie. Może to pozostać kwestią otwartą (i powierzoną filozofom), ponieważ w tym czy innym przypadku nie robiłoby to różnicy. Inaczej mówiąc: w *tym* pytaniu *nie ma szansy na informację*.

56 Inspiracja do pytania o czynniki wiadomości lub o wartość wiadomości możliwych komunikatów pochodzi od J. Galtung, M. H. Ruge, *The Structure of Foreign News*, „Journal of Peace Research" 1965, nr 2. Do typowej listy, w której i tak brakuje najważniejszego i co innego jest bardziej wyszczególnione, patrz np. M. Peltu, *The Role of Communication Media*, [w:] H. Otway, M. Peltu (wyd.), *Regulating Industrial Risks: Science, Hazards and Public Protection*, Londyn 1985, str. 128–148 (137 i n.). Z punktu widzenia wzrastającej świadomości ryzyka wybrać można: 1) immediacy and event-orientation; 2) drama and conflict; 3) negativity because of bad news usually has drama and conflict; 4) human interest; 5) photographability; 6) simple story lines; 7) topicality (current news frame); 8) media cannibalism; 9) exclusivity; 10) status of the source of information; 11) local interest.

odbiorców. Jako „selekcja" nie jest tu zresztą rozumiana wolność wyboru. Pojęcie to odnosi się także do systemu funkcyjnego mass mediów, a nie do ich pojedynczych organizacji (redakcji), których wolność decyzyjna wyboru nadawanych wiadomości jest dużo bardziej ograniczona niż często sądzą krytycy.

Jeżeli zatrzymamy się najpierw na wiadomościach (w odróżnieniu od relacji), znajdziemy następujące typowe selektory[57]:

1. Zaskoczenie wzmocnione jest przez znaczną nieciągłość. Informacja musi być *nowa*. Musi ona zrywać z istniejącymi oczekiwaniami lub determinować otwartą przestrzeń ograniczonych możliwości (przykład wydarzeń sportowych). Powtórzenia komunikatów są niepożądane.[58] Jeśli chodzi o nowość, najpierw myśli się o jednorazowych wydarzeniach. Ale rozpoznawanie nowości wymaga obeznania z kontekstem. Mogą być to typy (trzęsienia ziemi, wypadki, spotkania na szczycie, upadki firm) lub też przelotne historie, np. afery, reformy, o których każdego dnia donosi się coś nowego do czasu, aż rozwiążą się przez jedną decyzję. Istnieje też seryjna produkcja nowości, jak choćby na giełdzie czy w sporcie, gdzie każdego dnia dzieje się coś nowego. Zaskoczenia i standaryzacje nadbudowują się na sobie, by wytworzyć wartości informacyjne, które w innym przypadku nie wystąpiłyby lub nie wystąpiły w odpowiedniej dla publikacji formie.

2. Preferuje się *konflikty*. Konflikty jako tematy mają tę zaletę, że odnoszą się do samowytworzonej niepewności. Utrzymują uwolnioną informację o zwycięzcach i przegranych wskazując na przyszłość. Wytwarza to napięcie i *guesswork* po stronie rozumienia komunikacji.

3. Szczególnie skuteczne w pozyskiwaniu uwagi są *ilości*. Ilości są zawsze informacyjne, ponieważ konkretna liczba nie jest żadną inną, lecz tą wskazaną – ani większą, ani mniejszą. Obowiązuje to niezależnie od tego, czy kontekst przedmiotowy jest zrozumiały (a więc czy wiadomo, czym jest produkt krajowy brutto, czy nie). Wartość informacyjna ilości w medium może wzrosnąć, gdy dołącza się liczby porównawcze – czy to czasowe (ubiegłoroczna stopa inflacji), czy rzeczowe, np. terytorialne. Poprzez kwantyfikacje mogą zostać wytworzone niesubstancjalne efekty „aha", a jednocześnie więcej informacji dla znających się na rzeczy. Poza tym dodatkowo obowiązuje także większy ciężar informacyjny wielkiej liczby, przede wszystkim w miejscowo lub

[57] Nowy zwyczaj językowy w teorii systemów i teorii ewolucji mówi o „atraktorach", by podkreślić warunki strukturalne, które prowadzą do określonych operacji. Pozostajemy przy „selektorach", by uniknąć nieporozumień teleologicznych.

[58] Gdy równocześnie okazują się celowe, są usprawiedliwiane. „Jak relacjonowaliśmy we wczorajszym wydaniu...". Lub przemycane są między zdaniami jako pomoc w rozumieniu dla odbiorców, którzy nie są na bieżąco.

czasowo skondensowanych wydarzeniach (wiele ofiar w *jednym* wypadku, ogromne straty w wyniku *jednego* oszustwa).

Ilości nie są zresztą tak niewinne, jak mogłoby się wydawać. Również w nich dochodzi bowiem, uwzględniając upływ czasu, do wspomnianej już dwutorowości. Gdy coś wzrasta, to równocześnie maleje. Wczorajsze więcej to dzisiejsze mniej. Powrót do dawnej ilości, która kiedyś była zadowalająca, jawi się potem jako regres. Nastawione na wzrost społeczeństwo zagraża stale sobie samemu poprzez własną przeszłość. Przy odwrotnie biegnących porządkach czy negatywnych ocenach może być naturalnie także odwrotnie: malejący eksport, rosnące bezrobocie byłyby tego przykładem.

4. W dalszej kolejności wagę informacji nadaje *lokalne odniesienie*, przypuszczalnie dlatego, że dobrze jest orientować się we własnym miejscu, a więc cenna jest każda kolejna informacja.[59] The Daily Progress wychodzi przede wszystkim w Charlottesville w Wirginii. O tym, że pies pogryzł listonosza, poinformować można tylko w ścisłym odniesieniu do miejsca. W szerszym zasięgu musiałaby być to cała wataha psów, które rozszarpały rzesze listonoszy, choć gdyby zdarzyło się to w Bombaju, nie doniesiono by o tym w Berlinie. W przypadku odległości geograficznej waga informacji musi zostać zrekompensowana przez osobliwość, przez ezoterykę, która równocześnie przekazuje informację, że coś takiego u nas raczej nie mogłoby się zdarzyć.

5. Na szczególną uwagę zasługują również *przekroczenia norm*. Dotyczy to naruszenia prawa, przede wszystkim jednak naruszenia moralności, ale ostatnio także naruszenia *political correctness*.[60] W ujęciu mediów przekroczenia norm przyjmują często charakter *skandalu*. Wzmacnia to rezonans, ożywia scenę i w przypadku przekroczenia normy wyklucza ewentualne deklaracje

[59] R. Robertson, *Globalization: Social Theory and Global Culture*, London 1992, str. 174, wspomina nagłówek szkockiego czasopisma z 1912 r.: „Aberdeen Man Lost at Sea". Okoliczności dotyczyły zatonięcia Titanica.

[60] Szczególnie dramatycznym przypadkiem jest publiczna dyskusja uzasadnienia werdyktu skazującego dla przewodniczącego NPD, Deckerta, na początku sierpnia 1994. Mannheimskim sędziom wkradł się oczywisty błąd, by „siłę charakteru" w czynie karalnym uznać za okoliczność łagodzącą – argument, który nie przyszedłby im na myśl w odniesieniu do recydywistów w przestępstwach drogowych, kradzieżach itd. Rozpowszechnienie wiedzy o tym przypadku przez mass media, ponieważ naruszone zostało polityczne tabu, spowodowało oburzenie minister sprawiedliwości i kanclerza, którzy mocno podkreślali granice określające z konstytucyjnego punktu widzenia państwo prawa, podział władzy, niezależność sądów. Warto także zauważyć, że mass media wymuszają tak „szybką" reakcję w mass mediach, że nie można nawet odczekać, czy wymiar sprawiedliwości sam się skoryguje. Rozdmuchanie takiego błahego przypadku przez media prowadzić może do pytania, jakim obciążeniom sprostałoby w Niemczech państwo prawa.

zrozumienia czy usprawiedliwienia. W przypadku skandali kolejnym skandalem może stać się wyrażenie opinii o skandalu.

Przez takie komunikaty o przekroczeniu norm i skandalach mass media mogą na więcej niż jeden sposób wywołać uczucia konsternacji i oburzenia. Z samego tekstu normy nie można tego wyczytać, dopiero przekroczenie w gruncie rzeczy wytwarza normę, która wcześniej, w masie obowiązujących norm, właśnie tylko „obowiązuje". Należy naturalnie założyć, że nikt nie zna ogólnego zasięgu tego rodzaju dewiacji i nikt nie wie, jak inni zachowaliby się w podobnej sytuacji. Gdy jednak relacjonuje się o przekroczeniach (czyli odpowiednio dobranych przekroczeniach) jako przypadkach jednostkowych, z jednej strony wzmacnia to oburzenie, a więc pośrednio samą normę, a z drugiej również to, co określa się jako „*pluralistic ignorance*", mianowicie nieznajomość normalności dewiacji.[61] A to nie zachodzi wcale w ryzykownych formach kazania czy próbach indoktrynacji, które dziś wywołałyby raczej tendencję przeciwną do socjalizacji, lecz w niewinnej formie zwykłej relacji pozostawiającej każdemu możliwość, by sam doszedł do wniosku: tak nie!

Oto bieżący przykład: z wielu kryminalno-socjologicznych badań wiadomo, że przestępczość aż po poważną kryminalność nie jest w wieku młodzieńczym wyjątkiem, lecz regułą.[62] Ten punkt wyjścia doprowadził do żądań odkryminalizowania i pedagogizacji działań prewencyjnych. Ponieważ jednak masowość przestępczości ustępuje wraz z dorastaniem młodzieży, trudno ocenić działania prewencyjne wszelkiego rodzaju, a więc opinie o nich pozostają podzielone. Ta istniejąca sama w sobie wiedza, by ograniczyć dalej ten przykład, pozostaje jednak jakby niedostrzegana w kontekście spektakularnej kryminalności wymierzonej w azylantów i innych obcokrajowców. W obliczu takiej „zmiany tematu" przestępczości młodzieży i jej politycznego znaczenia nie można sięgać po profile normalności. Problem opanowuje sprawozdania, bez rozliczenia się z normalnymi przestępstwami seksualnymi, z naruszeniem własności, z przemocą. I odpowiednio wytworzona zostaje polityczna presja działania, która nie pozwala już na przywrócenie w relacjach normalności.

Obok komunikatów o naruszeniu norm występuje także preferowanie niezwykłości (typu: aligator w jeziorze), które odnosi się do normalnie oczekiwanych stanów i powinno raczej zostać wliczone w sektor rozrywki. Efekt stale

[61] Por. o tym H. Popitz, *Über die Präventivwirkung des Nichtwissens: Dunkelziffer, Norm und Strafe*, Tübingen 1968. Włączając relacjonowanie poszczególnych przypadków przez mass media, blisko leży wniosek, że właśnie skandalizowanie pojedynczych przypadków prowadzi do tego, że rozpowszechnienie takiego zachowania jest niedoceniane i że uwaga kierowana zostaje raczej na normę.

[62] Por np. G. Kaiser, *Jugendrecht und Jugendkriminalität: Jugendkriminologische Untersuchungen über Beziehungen zwischen Gesellschaft, Jugendrecht und Jugendkriminalität*, Weinheim 1973, str. 43.

powtarzanych informacji o naruszeniu norm mógłby leżeć w przecenianiu moralnego skorumpowania społeczeństwa, szczególnie uprzywilejowane jest relacjonowanie o zachowaniach „nadających ton" prominentów. Nie można by raczej założyć takiego efektu dla innych anomalii. (Nikt nie będzie zaglądał do własnego basenu, czy ewentualnie i tam nie czai się aligator.) Potwierdza to tylko, że normy są wrażliwsze na odchylenia niż fakty, których oczekiwanie regulowane jest przez rozróżnienie prawdopodobne–nieprawdopodobne.

6. Przekroczenia norm wybierane są przede wszystkim do relacji wtedy, gdy można połączyć je z ocenami moralnymi; gdy stwarzają okazję do szacunku lub lekceważenia osób. O tyle mass media posiadają ważną funkcję zachowywania i reprodukcji moralności. W żadnym razie nie może to być rozumiane tak, jakby były one w stanie ustalać zasady etyczne i ustawiać drogowskaz moralny społeczeństwa w kierunku dobrego działania. W nowoczesnym społeczeństwie nie jest do tego zdolna żadna instytucja – ani papież, ani sobór, ani Bundestag, ani Der Spiegel. Tylko na przyłapanych złoczyńcach można zademonstrować, że takie kryteria są potrzebne. Reprodukowany jest tylko kod moralności, a więc *różnica* między dobrym i niedobrym, względnie złym działaniem. Za ustalanie kryteriów odpowiedzialny jest ostatecznie system prawa. Mass media dostarczają jedynie bieżącej samoirytacji społeczeństwu, reprodukcji moralnej wrażliwości zarówno na płaszczyźnie indywidualnej, jak i komunikacyjnej. Prowadzi to jednak do swego rodzaju „*disembedding*" moralności, do moralizującej gadaniny, która nie znajduje pokrycia w żadnych dających się kontrolować zobowiązaniach.[63] Wyobrażenie moralności i jej bieżąca renowacja dzieją się na podstawie wystarczająco spektakularnych przypadków – przez przedstawianie łotrów, ofiar i bohaterów, którzy dostarczyli niezamawianej wiedzy. Sam odbiorca nie zalicza siebie typowo do żadnej z tych grup. Pozostaje on – obserwatorem.

7. Aby przekroczenia norm wyróżniały się oraz by czytelnikowi–widzowi ułatwić wyrobienie sobie opinii, media preferują przypisanie do działania, a więc do działających. Złożone kulisy motywacji działającego, niezbędne być może do tego, by uczynił on to, co uczynił, nie mogą zostać w pełni wyjaśnione. Tematyzowane zostają po to, by rozłożyć zasługi i przewinienia. Gdy słyszy się, że wiodący polityk podjął decyzję, długo jeszcze właściwie nie wiadomo, kto tę decyzję podjął – nie licząc może Lady Thatcher.

[63] R. Münch, *Moralische Achtung als Medium der Kommunikation*, [w:] *ibidem, Dynamik der Kommunkationsgesellschaft*, Frankfurt 1995, str. 214 i n., wnioskuje stąd, że moralność jako symbolicznie zgeneralizowane medium nowoczesnego społeczeństwa narażona jest na inflacyjne i deflacyjne trendy. Przypuszczalnie jedno i drugie równocześnie (a nie tylko na zmianę): mówi się dużo o moralności, a ostatnio nawet o etyce, nie ma się jednak zaufania, by na nich polegać i na co dzień pozostaje się przy „wydawaniu" moralnych symboli.

W związku z pewną szeroko rozprzestrzenioną w empirycznej socjologii pomyłką należy podkreślić, że ani działania, ani działający nie są dani jako fakty empiryczne.[64] Nie można przecież zobaczyć ani usłyszeć granic (a tym samym całości) jakiegoś działania czy działającego. W każdym przypadku chodzi o instytucjonalnie czy kulturowo przykryte konstrukty.[65] W luźnym nawiązaniu do Maxa Webera można by także powiedzieć, że działania konstytuowane są dopiero przez typizujące rozumienie. Wyjaśnia to równocześnie funkcję mass mediów polegającą na ich wkładzie w kulturową instytucjonalizację działania: dochodzi do kopiowania tam i z powrotem wzorów działania pomiędzy mediami a tym, co w doświadczeniu codziennym prezentuje się jako rzeczywistość, a tym samym oswojenia i odbudowania niezwykłego działania.

Tym samym reprodukowane jest zainteresowanie *osobami* i to w formach, które nie sprowadzają się do tego, że ma się dostęp do biochemicznych, neurofizjologicznych czy psychicznych procesów konkretnych indywiduów.[66] Akurat w czasach, które swą przyszłość przeżywają jako zależne od działań czy decyzji, orientacja na osoby wyraźnie wzrasta. Osoby służą społeczeństwu jako uchwytne symbole nieznanej przyszłości. Z jednej strony są znane lub mogłyby być, poprzez telewizję również jako twarze, ciała i określone nawyki ruchowe, a z drugiej strony wiadomo, że mimo to nie wiadomo, jak będą one działać. I akurat tu leży nadzieja ewentualnej możliwości oddziaływania na ich działania. A gdy potem, przede wszystkim w obszarze polityki, nie dowierza się autoprezentacjom osób i ich deklaracjom zamiarów, pozostaje zawsze ich funkcja przybliżenia nieznanej przyszłości w pole widzenia; i to w świecie doświadczeń, który w całości jest i pozostaje taki, jaki jest.

Przez odniesienie do działań i osób system mass mediów wytwarza sobie ważne dwuznaczności i to w ścisłym związku z codzienną komunikacją. Wieloznaczności pojawiają się wprawdzie w każdej komunikacji, ale nie wyklucza to badania, jak i gdzie zostają zlokalizowane, by sprostać określonym funkcjom.[67] Tematyzacja działań i osób przejmuje specjalną funkcję maskowania granic systemowych i tym samym różnic sposobów operowania różnych systemów. Pojęcia

[64] Uporczywe trzymanie się tej pomyłki nie wyjaśnia jeszcze szczególnej odporności socjologicznej teorii działania na krytykę. Wydaje się, że chodzi tu o wysuniętą linię obrony podmiotu, na której nie musi on jeszcze podawać swojego imienia, przedstawiać swojego pojęcia.

[65] Patrz na ten temat J. W. Meyer, J. Boli, G. M. Thomas, *Ontology and Rationalization in the Western Cultural Account*, [w:] George M. Thomas i in., *Institutional Structure: Constituting State, Society, and the Individual*, Newbury Park Cal. 1987, str. 12–37.

[66] Odpowiada to zresztą dawnej historii słowa i pojęcia persona – osoba. Patrz o tym także N. Luhmann, *Die Form „Person"*, [w:] *ibidem, Soziologische Aufklärung*, cz. 6, Opladen 1995, str. 142–154.

[67] Por. studia przypadków w nowszych badaniach organizacji, np. J. G. March, J. P. Olsen, *Ambiguity and Choice in Organizations*, Bergen 1976. Por. też M. S. Feldman, *Order Without Design: Information Processing and Policy Marketing*, Stanford Cal. 1989. Przedtem traktowano dwuznaczność przede wszystkim jako uwolnienie od stresu lub konfliktów ról.

działania i osoby nie mogą być ograniczane do procesów społecznych, świadomościowych ani biochemicznych czy neurofizjologicznych. Daleko bardziej wymagają one, by to wszystko było przyczynkiem do działania i bycia osobą, bez możliwości wskazywania przez te pojęcia, jak do tego współdziałania dochodzi. Najwyraźniej nieostrość ta służy szybkości komunikacji. Lecz jednocześnie steruje ona także tym, co może nastąpić jako dalsza komunikacja, a co nie.

8. Żądanie *aktualności* prowadzi do koncentracji komunikatów na pojedynczych przypadkach – incydentach, wypadkach, wpadkach, napadach. Nagłaśnia się wydarzenia, które w chwili, gdy są nagłaśniane, już się przecież zdarzyły. Żądanie powiązań prowadzi do tego, że w późniejszych komunikatach dokonuje się odniesień do wydarzeń – czy to przez przypisywanie im typowego znaczenia, czy to przez umieszczenie ich w kontekście narracyjnym, którego opowiadanie może być później kontynuowane. Niekiedy relacjonowane incydenty stwarzają okazję do komunikatów o podobnych wydarzeniach, a następnie – do relacjonowania o „seriach" zdarzeń. Kepplinger i Hartung nazywają takie wydarzenia „kluczowymi wydarzeniami"[68]. Jasne jest, że wydarzenia tylko w pewnych szczególnych warunkach są w stanie wywoływać rezonans i konstruować serie. Do takiej waloryzacji mogą przyczynić się komunikaty dodatkowe, w odniesieniu do wielkości szkody, o możliwości uniknięcia katastrofy, skutkach możliwych dla nieuczestniczących (a więc możliwych dla każdego) i podejrzenie mataczenia przez osoby odpowiedzialne. Również te warunki nie są stałe, lecz zmieniają się wraz z domniemanymi zainteresowaniami publiczności. Jak zawsze, media temu, co komunikują, oraz sposobowi, w jaki komunikują, nadają szczególne zabarwienie i decydują w ten sposób o tym, co jako sytuacyjnie znaczące ma być zapomniane, a co musi pozostać w pamięci. Do realizacji nawiązania używa się lub wytwarza schematy, których skuteczność w mediach nie polega na tym, lub w niewielkiej mierze sprowadza się do tego, że poprzez konkretne okoliczności potwierdza się pojedyncze przypadki.

9. Jako szczególny przypadek należy w końcu wymienić, że także *wyrażenie opinii* może być rozpowszechniane jako wiadomość.[69] Znaczna część ma-

[68] Patrz: H. M. Kepplinger, U. Hartung, *Störfall-Fieber: Wie ein Unfall zum Schlüsselereignis einer Unfallserie wird*, Freiburg 1995; H. M.s Kepplinger, J. Habermeiner, *The Impact od Key events on the Presentation of Reality*, „European Journal of Communication".

[69] Także i to było już od dawna obserwowane z nieufnością. U B. Jonsona, *The Staples of Newes*, 1625 – 1631, akt I, scena V, wers 51–54 (*op. cit.* str. 295) czytamy:
„See divers men opinions! Unto some,
The very printing of them, makes them *Newes*;
That ha' not the heart to beleeve any thing,
But what they see in print."

teriału dla prasy, radia i telewizji pochodzi stąd, że media przeglądają się same w sobie jak w lustrze i także to traktują jako wydarzenie. Częściowo pyta się ludzi o ich opinie, częściowo oni sami się z nimi narzucają. Zawsze jednak chodzi tu o wydarzenia, które w ogóle nie miałyby miejsca, gdyby nie było mass mediów. Świat jakby dodatkowo wypełnia się szumem, inicjatywami, komentarzami, krytyką. Prominenci pytani są o decyzje, o to, czego żądają lub czego oczekują; o decyzje, jakie są możliwe. W ten sposób to, co i tak się zdarza, może zostać dodatkowo zaakcentowane. Ale również komentarze mogą następnie stać się okazją do krytyki, a krytyka może stać się okazją do komentarzy. W ten sposób mass media mogą podnosić swoją własną wrażliwość i dopasowywać się do zmian w wyprodukowanej przez nie same opinii publicznej. Dobrym przykładem na to jest zmiana sposobu pojmowania sensu wojny wietnamskiej, która jeszcze dziś (być może dlatego, że była to *zmiana* sposobu ujmowania tematu) przypominana bywa przy okazji wszystkich akcji militarnych USA.

Stosownie podwojone muszą być w tym momencie również kryteria selekcji. Rzecz sama w sobie musi być wystarczająco interesująca. A wyrażenie opinii musi pochodzić ze źródła, które poprzez stanowisko lub przez osobę dysponuje godną uwagi reputacją. Również listy od czytelników przeznaczane są do druku – częściowo przez wzgląd na nazwiska i status nadawcy lub jego organizacji, ale również tak, by selekcja nie była zbyt wyraźna, lecz by dział listów czytelniczych liczył się jako wyraz opinii ludu. W ten sposób taki rodzaj wiadomości na bazie opinii służy podwójnej funkcji: podkreśla z jednej strony to, co jest przedmiotem opinii. Dzięki tej opinii *to* pozostaje jako temat w porządku dnia. Wzmacnia także reputację źródła poprzez wielokrotne wykorzystanie, powtarzanie jego opinii. W ten sposób wydarzenia realne i wydarzenia opinii mieszają się stale i tworzą nieprzejrzysty dla publiczności natłok, w którym rozróżnić da się już tylko tematy, ale na pewno nie pochodzenie informacji.[70]

10. Wszystkie te selektory są wzmacniane i uzupełniane kolejno poprzez istnienie organizacji, które zajmują się ich selekcją i rozwinęły w tym celu własne rutynowe rozwiązania.[71] Praca ta polega na dopasowywaniu w rubryki

[70] Szczególnym pytaniem jest, czy również same media ulegają takiemu pomieszaniu *qua* organizacja lub *qua* etos dziennikarski, albo czy chociaż tutaj kładzie się wartość na ostry podział na wiadomość i komentarz, jak to jest w zwyczaju przede wszystkim w anglosaskiej prasie.

[71] Patrz o tym M. Rühl, *Die Zeitungsredaktion als organisiertes soziales System,* Bielefeld 1969, *ibidem, Journalismus und Gesellschaft: Bestandsaufnahme und Theorieentwurf,* Mainz 1980. W nawiązaniu do Rühla istnieje w międzyczasie szereg badań empirycznych, które potwierdzają jego tezę o rutynowym wyborze tego, co warte relacjonowania. Dla por. patrz Marcinkowski, *op. cit.,* (1993), str. 98 i n. Przede wszystkim zaskakuje tu, jak bardzo produktem owych rutyn są sensacje.

i szablony informacji, które w systemie mass mediów zostały już poddane znaczącej preselekcji. Następnie decydującą rolę dla ostatecznej selekcji odgrywają dostępny czas i dostępna przestrzeń (wolny czas antenowy, wolne szpalty). Obowiązujące tu kryteria ustalane są z punktu widzenia powtarzanych zastosowań, a zatem nie są ani nowe, ani szczególnie irytujące, ani moralnie wyartykułowane, ani konfliktogenne. Wszystkie te punkty widzenia zanikają na płaszczyźnie programowania organizacyjnego, ponieważ byłyby zbyt obciążające dla pracy. Same programy organizacyjne są dokładnym przeciwieństwem tego, co zalecają jako „wartość wiadomości". Organizacja realizuje swoją społeczną funkcję właśnie przez to, że sama pracuje inaczej.

Gdy selektory traktuje się jako formy, które wprowadzają i przypominają również o drugiej stronie, uwidaczniają się godne uwagi załamania. Nieciągłości nie mówią nic o przyszłości; działania, decyzje, osoby, lokalne zainteresowania nie wykluczają tego, że zakłócenia przychodzą z zewnątrz. Ilości nie mówią prawie nic o szansach rozwoju – tym chętniej polityka jako ofiarodawca pieniędzy poddaje się przeczącej temu iluzji. Wiadomości wytwarzają i reprodukują niepewność przyszłości – na przekór wszystkiemu, co jest ciągłe w świecie znanym z codziennego postrzegania.

Ta wzmacniająca samą siebie sieć selektorów zajmuje się przede wszystkim produkcją codziennych wiadomości. Od wiadomości odróżnić należy niezależne od codziennych wydarzeń relacje. Informują one o kontekstach ewentualnych nowości. Ich wartość nowości nie leży w płynącym równo dla wszystkich czasie, lecz wynika z przypuszczanego stanu wiedzy publiczności lub adekwatnych części publiczności – relacje o specyfice określonych chorób, o dalekich krajach, o rozwoju nauki, o sytuacjach ekologicznych czy klimatycznych etc. Również tu chodzi o informacje z roszczeniem prawdy, o fakty przedstawione jako trafne. Ogromne ilości „beletrystyki" (poradników) realizują przede wszystkim cel uzupełniania temporalnej, przemijającej natury wiadomości. Nie chodzi tu o rozrywkę, do tej różnicy jeszcze powrócimy.

Od dobrych dziesięciu lat obserwować można upłynnienie dyferencji wiadomości i relacji. Polega ona na tym, że publikowane wiadomości archiwizowane są elektronicznie i możliwe jest ich ponowne odtworzenie. Dzieje się to tymczasem w tak olbrzymim zakresie, że w razie potrzeby wcześniejsze wiadomości mogą zostać przetransformowane w relacje. System produkuje wtedy ponownie informacje z informacji, wytwarzając konteksty relacji, w których dawno zarzucone, zapomniane nowości znowu uzyskują wartość informacyjną. Socjolog chciałby wiedzieć, czemu służy ta druga rewaloryzacja i z jakich powodów jest uruchamiana. W pierwszej kolejności przychodzą wtedy na myśl zamiary dyskredytacji – zniszczenia osób przez przypomnienie ich historii; ale na przykład także

demonstrowanie bezwładności aparatu politycznego, który nigdy nie zareagował na fakty znane od dawna. Gdyby przypuszczenie to się potwierdziło, stworzyłoby to okazję, by zapytać o motywy reaktualizacji prawd – prawd, które wskutek ich starości właściwie nie mogą zostać sprawdzone.

Chociaż prawda czy choćby przypuszczenie prawdziwości wiadomości i relacji są niezbędne, mass media w ich kognitywnym obszarze programowym nie posługują się kodem prawdziwe–nieprawdziwe, lecz tylko kodem informacja–nieinformacja. Jest to widoczne w tym, że nieprawda nie jest używana jako wartość refleksji. Dla wiadomości i relacji nie jest ważne (a w każdym razie nie jest w trakcie niekomunikowanych poszukiwań), że nieprawda może zostać wykluczona. Inaczej niż w nauce, informacja nie jest postrzegana tak, że musi zostać stwierdzona w prawdziwy sposób, że zanim prawda zostanie stwierdzona, nieprawda może zostać wykluczona. Problem komunikatów nie leży tu, lecz w ich selekcji, a ma to znaczące skutki dla czegoś, co można by określić tworzeniem klimatu komunikacji medialnej.

Także przy rozróżnianiu różnych selektorów w wiadomościach i relacjach istnieje niebezpieczeństwo wytworzenia przez mass media ciągle zbyt prostego obrazu konstrukcji realności. Problem z pewnością leży w wyborze, ale sam wybór jest procesem kompleksowym – i to niezależnie od tego, jakimi kryteriami się posługuje. Każdy wybór dekontekstualizuje i kondensuje określone tożsamości, które same z siebie nie mają ze sobą nic „tożsamego" (= substancjalnego), lecz muszą być identyfikowane tylko w referowanym związku powtórzonego odniesienia, zwrotnego użycia, *i tylko po to*. Innymi słowy, tożsamość tylko wtedy jest komunikowana, gdy ma to umożliwić jakieś nawiązanie. To jednak oznacza równocześnie: konfirmację i generalizację. To, co zidentyfikowane, zostaje przekształcone w schemat lub skojarzone z innym znanym schematem. Zostaje oznaczone i w ten sposób potwierdzone, że może zatrzymać ten sam sens w innych użyciach, w odmiennych sytuacjach. U podstaw każdej selekcji zatem, a dotyczy to zarówno komunikacji codziennej, jak i tej uwypuklonej przez mass media, leży *związek kondensacji, konfirmacji, generalizacji i schematyzacji*, który nie pochodzi z zewnętrznego świata, o którym się komunikuje. Jest to konsekwencja tezy, że to dopiero komunikacja (lub właśnie system mass mediów) nadaje stanom rzeczy znaczenie. Kondensaty sensów, tematy, obiekty powstają, by sformułować to za pomocą innego pojęcia, jako „wartości własne" systemu komunikacji mass mediów.[72] Wytwarzane są one we wzajemnym związku operacji systemowych i nie mogą liczyć na to, że środowisko je potwierdzi.

W ten właśnie swoisty sposób uzyskiwania tożsamości tworzy się pewna forma, której strona wewnętrzna wyróżnia się przez możliwość ponownego użycia,

[72] Patrz H. von Foerster, *Objects: Tokens for (Eigen-)Behaviours*, [w:] *ibidem, Observing Systems*, Seaside Cal. 1981, str. 274–285; niem. przekład [w:] *ibidem, Wissen und Gewissen: Versuch einer Brücke*, Frankfurt 1993, str. 103–115.

a strona zewnętrzna wymyka się oglądowi. Ale selekcja wytwarza zawsze także ową drugą stronę przedstawionych produktów, mianowicie nie-selekcję albo *„unmarked space"* świata. Oznaczenie uwypukla to, co z pewnych względów jest problematyczne i dlatego interesujące. Ale jednocześnie wskazuje jasno, że istnieje jeszcze coś innego. Rozumienie komunikacji wymaga, tu i w ogóle, rozróżnienia informacji i doniesienia. Dlatego to, że informacja jest prawdziwa (dająca się dowieść, nie dająca się odeprzeć), jest w sposób konieczny kompatybilne z obserwacją doniesienia jako kontyngentnego, jako niekoniecznego, jako produktu decyzji, jako uwarunkowanego motywacyjnie.

Tymi ciągle odnawianymi w ten sposób tożsamościami wypełnia się społeczna *pamięć*. Pamięci nie należy tu rozumieć jako magazynu minionych stanów czy zdarzeń. Media ani inne systemy kognitywne nie mogą się nimi obciążać. Chodzi tu raczej o bieżące dyskryminowanie pomiędzy zapominaniem i zapamiętywaniem. Wolne komunikacyjne pojemności impregnowane są ciągle na nowo przez ponowne użycie potrzebnych jednostek sensu.[73] Pamięć konstruuje powtórzenia, a więc redundancję, z ciągłą otwartością na to, co aktualne, z ciągle odnawianą irytowalnością. Jest to, jak można wnioskować z neurofizjologicznych badań mózgu, w pełni kompatybilne z operacyjnym zamknięciem systemu, a nawet przez nie uwarunkowane. Ponieważ takie samokontrole pod kątem rozpoznawalności w ogóle nie mogłyby nastąpić, gdyby samo środowisko działało w systemie bez przefiltrowania. Pamięć, poprzez dokonania własne systemu, kompensuje, nawet z nawiązką, brak kontaktu operacyjnego ze środowiskiem i umożliwia równocześnie przejściowe nastawienie na przejściowe położenia. Poprzez oznakowanie płynności zapobiega się oczekiwanemu (i niemal w pełni funkcjonującemu) w przejściu od operacji do operacji zapominaniu oraz łączy się na bieżąco ze zaktywizowanym re-impregnowaniem w procesy uczenia się. To, co jest przypominane, nie musi być opatrywane indeksem czasu „minione", a my zobaczymy jeszcze, jak ważne jest to dla reklamy bazującej na powtórzeniach. Może to być także doświadczane jako „nowe", o ile służy tylko bieżącej kontroli spójności komunikacji (jak również neuronalnej i psychicznej pamięci). Ponieważ bez pamięci nic nie mogłoby wydawać się „nowe" (= odmienne), a bez doświadczenia odmienności pamięć nie mogłaby się wykształcić.

W związku z tym, jak wyróżnia się i wybiera do komunikatu informację nieprawdopodobną, nasuwa się także pytanie o podłoże selekcji. Wyspecjalizowane w selekcji informacji kodowanie i programowanie systemu samo z siebie jakby

[73] Patrz H. von Foerster o neuronalnej i psychicznej pamięci przez odniesienie do molekularnych jednostek szacowania konsystencji, H. Foerster, *Das Gedächtnis: Eine quantenphysikalische Untersuchung*, Wiedeń 1948. Patrz także *ibidem, Quantum Mechanical Theory of Memory*, [w:] *ibidem, (wyd.) Cybernetics: Circular Causal, and Feedback Mechanism in Biological and Social Systems. Transactions of the Sixth Conference* 1949, Nowy Jork 1950, str. 112–134; *ibidem, Was ist Gedächtnis, daß es Rückschau und Vorschau ermöglicht*, [w:] *ibidem, Wissen und Gewissen: Versuch einer Brücke*, Frankfurt 1993, str. 299–336.

powoduje powstawanie podejrzenia co do motywów. Problem ten jest aktualny od wprowadzenia druku książek. Ani sam świat, ani mądrość mądrych, ani natura znaków, ani trud pisania, nie wyjaśniają pojawienia się znaków. Wczesna nowożytność eksperymentowała z dwoma różnymi odpowiedziami odnośnie kontyngencji wszystkich stanów rzeczy. Jedna brzmi, w odniesieniu do rozumienia, że delektować można się tylko tym, co nowe, zaskakujące, sztuczne, ponieważ wszystko inne i tak jest, jakie jest. Jest to odpowiedź teorii sztuki.[74] Druga odnosi się do strony komunikatu w komunikacji i tu oczekuje zainteresowania. Jest to odpowiedź teorii polityki (polityka rozumiana jest tu w dawnym sensie, jako po prostu publiczne zachowanie). Prowadzi ona do rozróżnienia celu i motywu, do rozróżnienia zamanifestowanych i ukrytych podstaw komunikacji. Baltasar Gracián łączy obie teorie w jedną ogólną teorię społecznej komunikacji. Komunikacja jest wytwarzaniem pięknego pozoru, przy pomocy którego indywiduum ukrywa się przed innymi i tym samym także przed samym sobą.[75]

Te dwie wzajemnie się uzupełniające odpowiedzi znaleźć można jeszcze dziś, w każdym razie w systemie mass mediów. Z jednej strony, nieprawdopodobieństwo stało się instytucją. Jest oczekiwane. Działa jako powód do uwagi. Z drugiej strony, dochodzi do podejrzeń co do tła, do podejrzeń politycznych i podejrzeń w najogólniejszym sensie. Mass media „manipulują" opinią publiczną. Służą niekomunikowanemu interesowi. Produkują fałsz. Być może, że wszystko to, o czym piszą, co nadają, zgadza się, ale nie daje to odpowiedzi na pytanie: po co? Może chodzi im o sukces ekonomiczny albo o wsparcie opcji ideologicznych, o wzmocnienie tendencji politycznych, o zachowanie społecznego *status quo* (a to poprzez toksyczną fiksację na ciągle nowe nowości), albo tylko o ich własny sukces finansowy. Mass media wydają się równocześnie pielęgnować i podkopywać własną wiarygodność. „Dekonstruują" się same, ponieważ poprzez swoje własne operacje reprodukują ciągłą sprzeczność stałych i zmiennych komponent tekstu.

To wszystko dotyczy także telewizji. Wszak telewizja przy nadawaniu wiadomości narzuca sobie swoiste ograniczenie, które działa jako bonus wiarygodności: związane jest to z filmowaniem zdarzeń w rzeczywistym czasie ich trwania. To, co się zdarza (np. mecz piłki nożnej, trąba powietrzna, demonstracja), nie może być fotografowane ani przed, ani po zdarzeniu się, lecz tylko równocześnie z jego dzianiem się. Również tu dużo jest możliwości twórczej ingerencji – zdjęcia przy użyciu kilku kamer, montaż, wybór perspektywy i kadrowania,

[74] O początku włoskiej dyskusji o sztuce XVI wieku (w XVII wieku było już frazesem, że podoba się tylko to, co nowe) patrz B. Hathaway, *Marvels and Commonplaces: Renaissance Literary Criticism*, Nowy Jork 1968, str. 158 i n.

[75] Jasne jest, że odpowiada to starej tradycji klasztornej, która odnosiła się do wzrostu żarliwości doświadczenia religijnego przez unikanie komunikacji. W tym samym czasie, a więc w XVII wieku, janseniści utożsamiają nieprzejrzystość motywów innych z nieprzejrzystością motywów własnych indywiduum.

no i naturalnie wybór przeznaczonych do audycji zdarzeń i wybór czasu antenowego. Wraz z digitalizacją możliwości manipulacji mogą jeszcze wzrosnąć. Jednakże pozostaje ta jedna oczywistość polegająca na równoczesności filmowania z czasem rzeczywistym (lecz naturalnie nie czasem nadawania i odbierania), która tym właśnie odróżnia się od pisemnej fiksacji tekstów. Na manipulację całego podstawowego materiału telewizja – dosłownie – „nie ma czasu".

W obu przypadkach, przy językowym i obrazowym wytwarzaniu realności, realność testowana jest w końcu przez opór operacji w stosunku do operacji tego samego systemu – a nie przez reprezentację świata, jaki jest. Podczas gdy język coraz bardziej musi rezygnować z gwarantowania realności, ponieważ wszystkiemu, co zostaje powiedziane, można także zaprzeczyć, reprodukcja realności przenosi się na ruchome, optyczno–akustycznie zsynchronizowane obrazy.[76] Trzeba tu wprawdzie uwzględnić przeglądanie powtórek, a czasu audycji nie należy mylić z czasem realnych wydarzeń; ale tempo i optyczno-akustyczna harmonia następstwa obrazów umykają sprzeczności punktowości i sprawiają wrażenie już przetestowanego porządku. Nie ma w każdym razie sprzeczności między obrazem i obrazem w tym samym sensie, co sprzeczność między słowem i słowem.

Ważne jest, by te jak zawsze ograniczone możliwości manipulacji i częściowo przesadzone, a częściowo nieprzejrzyste podejrzenie manipulacji ujmować jako problematykę *wewnątrzsystemową*, a nie jako efekt, który wytwarzają mass media w środowisku ich systemu. O ile ma miejsce uczestnictwo czytelników czy widzów, następuje rozumienie (według naszych danych teoretycznych) *w systemie*, ponieważ tylko w systemie może być okazja do dalszej komunikacji. To, że oddziaływania na środowisko są rozmaite i nieobliczalne, jest oczywiste. Ważniejszym pytaniem jest, jak w samym systemie mass mediów reaguje się na stale reprodukowaną postawę bezradno-wątpiącego bycia informowanym.

W podejrzeniu manipulacji wartości kodu informacja i nieinformacja stają się z powrotem jednością. Ich rozdzielenie zostaje zniesione – ale w ten sposób, że nie może stać się informacją, a w każdym razie nie jako nowość itd. W *feedbacku* tej jedności kodowanego systemu w system w najlepszym razie dosięga on pojedynczych operacji, ale nie siebie samego. System musi żyć z podejrzeniem manipulacji, ponieważ w ten sposób rozwija on i zwraca do systemu własną paradoksalność, jedność dyferencji informacji i nieinformacji. Żaden autopoietyczny system nie może unieważnić się sam. I także w ten sposób potwierdza się to, że mamy tu do czynienia z problemem kodu systemowego. Na podejrzenie nieprawdopodobieństwa system mógłby zareagować swoim codziennym sposobem operowania, ale nie na podejrzenie manipulacji.

[76] Por. o tym W. Godzich, *Vom Paradox der Sprache zur Dossonanz des Bildes*, [w:] H. U. Gumbrecht, K. L. Pfeiffer (wyd.), *Paradoxien, Dissonanzen, Zusammenbrüche: Situationen offener Epistemologie*, Frankfurt 1991, str. 747–758.

Rozdział 6
Ricúpero

Jeżeli realność konstruowana jest w tak dużym stopniu i z takim powodzeniem selektywnie, należy liczyć się z możliwością załamań. Stale towarzyszące podejrzenie manipulacji pozostaje nieokreślone, dopóki nie zostaną dostarczone mocne dowody – a oznacza to zawsze: dopóki nie zostaną one dostarczone przez same media. Dobrą okazję do przestudiowania takiego załamania dostarczył ostatnio wywiad z brazylijskim ministrem finansów Rubensem Ricúpero, nieplanowo wyemitowany 2. września 1994.

Na 3 października tego roku zaplanowano wybory. 1 lipca rząd brazylijski wprowadził nową, „mocną" walutę, wraz z drastycznymi środkami redukcji inflacji. Zaprzeczano przy tym stale, że miało to coś wspólnego z wyborami i że miało to wzmocnić szanse popieranego przez biznes kandydata Fernando Henrique Cardoso (PSDB-Partito Social Democrático Brasileiro)[77]. Szeroko rozpowszechniona była wprawdzie niepewność, czy Plano Real przeprowadzony byłby również po wyborach; ale rząd zadowolił się czysto polityczno-gospodarczym uzasadnieniem.

Coś przeciwnego natomiast pojawiło się w rozmowie ministra finansów z dziennikarzem Rete Globo, jego kuzynem. Bez wiedzy uczestników rozmowa została przechwycona i była transmitowana przez anteny paraboliczne (być może należało by powiedzieć: diaboliczne), do momentu przerwania jej po otrzymaniu telefonu od przerażonego widza.[78] Minister w rozmowie dał niedwuznacznie do zrozumienia, że publiczna prezentacja planów nie odpowiadała rzeczywistym zamiarom. Również stała się jasna sama taktyka mataczenia

---

[77] Nazwa mogłaby prowadzić do pomyłki, jakoby miało tu chodzić o partię polityczną, która niezależnie od zakończenia wyborów posiada własną tożsamość organizacyjną. W Brazylii (z wyjątkiem partii robotniczej) nie jest to jednak konieczne.

[78] Relacje we wszystkich brazylijskich gazetach z 3.09.1994 r.

ministra.[79] W pierwszym szoku skandal postrzegano jako katastrofę kandydatury Cardoso. Żadne upiększające wyjaśnienia (że było to powiedziane ironicznie itd.) nie pomogły. Minister poczuł się zmuszony do dymisji. Akcje giełdy w São Paolo spadły o 10,49%. Skandal przypisano osobie i pozwolono jej upaść. Cardoso komentował, że to nie jego problem, lecz problem ministra. Rete Globo, któremu to niedopatrzenie się przytrafiło, starało się o ograniczenie szkód. Sensacja przez kilka dnia była *tym* tematem.

Lecz nie dla ludności. Zaledwie kilka dni później ankieta Gallupa stwierdziła, że wyborcy nie zareagowali. Cardoso utrzymał dużą przewagę przed jego głównym konkurentem Lulą (PT).[80] Cała afera rozgrywała się zatem na płaszczyźnie opinii publicznej, a uwzględniając giełdę, na płaszczyźnie obserwacji drugiego stopnia. Polegała na reakcji opinii publicznej na siebie samą.[81] 3 października 1994 r. Cardoso został wybrany w pierwszej rundzie wyborów absolutną większością głosów na prezydenta Brazylii.

Jak działa jednak owo niewątpliwie przecież istniejące podejrzenie manipulacji i ogólna nieufność w stosunku do szczerości polityków? Przepaść pomiędzy publicznymi deklaracjami a rzeczywistymi zamiarami, które wyrażane są tylko prywatnie, jest powszechnie zakładana. Na przekór wszystkim racjonalistycznym założeniom o oczyszczającym działaniu opinii publicznej, przypadek ten pokazuje, że prawdy należy poszukiwać nie w publicznej, lecz raczej w prywatnej komunikacji.[82]

79 W rozmowie powiedział on np.: „A única forma que eu posso provar o meu distanciamento do PSDB é criticar o PSDB". Cytowane za przedrukiem w gazecie „Veja" z 7.09.1994, str. 32. Gazeta pisała o „striptease de Ricúpero" i komentowała: „Ele desnudou seu cérebro".

80 Cardoso 41,6% (przedtem 42,8%); Lula 20,3% (przedtem 21%). Tylko niezdecydowani zyskali z 11% na 12,9%.

81 Trzeba jednak zauważyć, że nie należy stąd wyciągać wniosków dla innych krajów z dłuższą tradycją demokratyczną i z mniej wyizolowaną warstwą niższą.

82 Tak komentuje to także gazeta „Veja", *op. cit.*, str. 33: „Óbvio que todo mundo diz uma cosa em público e outras no âmbito privado, as pessoas de confiança. O chato, para o ministro, é que todo mundo sabe, por experiências, que as conversas particulares são muito mais sinceras do che as declarações públicas."

Rozdział 7
Reklama

Po prawdzie reklama. W całym obszarze mass mediów reklama należy do najbardziej zagadkowych zjawisk. Jak dobrze sytuowani członkowie społeczeństwa mogą być tak głupi, by wydawać dużo pieniędzy na reklamę po to, by potwierdzić swoją wiarę w głupotę innych? Trudno nie popadać tu w pochwałę głupoty, ale najwyraźniej to funkcjonuje i funkcjonuje w formie samoorganizacji głupoty.

Wszystko to, co od zawsze przypuszczano, tu nagle staje się prawdą. Reklama usiłuje manipulować, pracuje nieszczerze i zakłada, że to się zakłada. Tym samym bierze na siebie grzech śmiertelny mass mediów – jak gdyby w ten sposób mogły zostać uratowane wszystkie inne programy. Być może podstawą tego jest to, że reklama gra w otwarte karty. Tu – jednym cięciem – rozwiązywane są wszystkie akurat dyskutowane problemy podejrzanych motywów. Reklama deklaruje swoje motywy. Rafinuje i ukrywa często swoje środki. Dziś nie chodzi już o to, że oferowane przedmioty opisywane są adekwatnie i przy użyciu informacyjnych detali tak, że wiadomo, że istnieją i w jakiej cenie są do zdobycia. Reklamę prowadzi się poprzez psychologicznie kompleksową ingerencję środków, omijających skłonną do krytyki sferę kognitywną. Świadoma uwaga absorbowana jest jedynie ekstremalnie krótkoterminowo, tak że nie ma już czasu na krytyczną ocenę czy przemyślaną decyzję. Na co brakuje czasu, wyrównywane jest przez drastyczność. Poza tym spoty reklamowe zmieniają swoje tematy i prezentacje z chwili na chwilę, całkowicie bez względu na „intertekstualność".[83] Obowiązuje prawo przerwy z nadzieją uaktywnienia natychmiastowego przypomnienia tego, co akurat zostało zobaczone. Impregnuje się pamięć, która coś przypomina, ale jeszcze chętniej zapomina się, ciągle od

83 Jest to także jeden z tych momentów, w których reklama odróżnia się od sztuki – przy wszystkich zapożyczeniach w designie.

nowa; a nowość informacji jest tu raczej alibi dla zamiaru, aby przypomnieć, że coś jest do kupienia i że określone nazwy czy optyczne znaki zasługują na szczególną uwagę. Nie zmienia to nic w kwestii, że co do celu reklamy, co do motywu komunikatu, nie można się pomylić.

Można raczej przypuszczać coś odwrotnego: dlatego właśnie, że nadawca reklamy ujawnia podstawę swojego zainteresowania reklamą, tym bardziej bezceremonialnie może obchodzić się z pamięcią i motywami odbiorcy reklamy. Świadome oszustwo ograniczone jest prawnie, ale ochrona ta nie dotyczy zwykłej pomocy w samooszukiwaniu się adresata. Reklama polega dziś coraz bardziej na tym, że czyni motywy odbiorcy nierozpoznawalnymi. Skojarzy on zawsze w końcu, że ma do czynienia z reklamą, ale nie to, jak wywiera się na niego wpływ. Także w ten sposób sugeruje mu się wolność decyzyjną, że rzekomo sam z siebie chce tego, czego by właściwie wcale nie chciał.

Przede wszystkim owa dominująca w obrazie i tekście dzisiejszej reklamy tendencja do pięknej formy służy owej funkcji maskowania motywów odbiorcy reklamy. Dobra forma niszczy informację. Wydaje się być zdeterminowana sama sobą, jako niewymagająca dalszego wyjaśniania, jako bezpośrednio przekonująca. Nie stwarza zatem przyczynków do dalszej komunikacji, a więc i dalszej komunikacji z reakcją tak albo nie.

Kolejna, rozpowszechniona technika „opakowywania"[84] polega na paradoksalnym użyciu języka. Na przykład tworzy się sugestię, że można „oszczędzać" przez wydawanie pieniędzy; lub artykuły przedstawia się jako „ekskluzywne" w reklamie, która w oczywisty sposób przeznaczona jest dla każdego. „Rustykalność" zalecana jest jako sposób urządzenia mieszkań w mieście.[85] Choć wiadomo, że chodzi tu o reklamę, nikt nie czuje się poprzez „ekskluzywność" wykluczony, lecz w nią włączony; poprzez „rustykalność" nie odstraszony, lecz zachęcony. Technika reklamy dąży zatem do sugestii przyjęcia motywu przeciwnego do faktycznego.

Albo też do zawoalowania obiektu, za który trzeba zapłacić. W aranżacjach wizualnych nie rzadko to, co jest reklamowane, pozostaje w tle, tak że trzeba się dobrze przyjrzeć, by domyśleć się, o co właściwie chodzi. Podobnie dzieje się w czasowych sekwencjach, w których to, co jest reklamowane, pojawia się dopiero na końcu. „Dubo, Dubon, Dubonnet" jest tego najbardziej znanym

[84] Pojęcie to w innym związku (ale także w odniesieniu do paradoksalności) u D. Schwanitza, L. Sternes, *Tristram Shandy und der Wettlauf zwischen Achilles und der Schildkröte*, [w:] P. Geyer, R. Hagenbüchle (wyd.), *Das Paradox: Eine Herausforderung des abendländischen Denkens*, Tübingen 1992, str. 409–430; *ibidem, Kommunikation und Bewußtsein: Zur systemtheoretischen Rekonstruktion einer literarischen Bestätigung der Systemtheorie*, [w:] H. de Berg, M. Prangel (wyd.), *Kommunikation und Differenz: Systemtheoretische Ansätze in der Literatur- und Kunstwissenschaft*, Opladen 1993, str. 101–113.

[85] Trzeba także zauważyć, że paradoksalność maskuje się posługując się łaciną, wiedząc z pewnością, że znajomości łaciny nie można już raczej oczekiwać.

przykładem. Otwarcie zamiana ta – plan pierwszy–tło, początek–koniec – wymaga od początkowo niezainteresowanego odbiorcy wysiłku, który wspomaga zapamiętywanie i, jeżeli jest efektywna, ustala się jako zainteresowanie.

Takie techniki operujące paradoksalnością motywów pozostawiają wolność (lub tak się przynajmniej sądzi) rozwiązania paradoksu przez decyzję za lub przeciw transakcji. Ale z tym związane jest już oczekiwanie sukcesów. Ponieważ przede wszystkim chodzi przecież o to, by włamać się na teren zajęty już ustalonymi zainteresowaniami i wytworzyć specyficzną niepewność: gdy w ogóle pojawia się pytanie – czy – albo – czy nie (powinno się zamówić nową kuchnię), jest to już sukces reklamy; ponieważ bardziej prawdopodobne jest raczej, że człowiek krąży myślami wokół teorii względności, a nie wokół swojej kuchni.

Oczywiście dotyczy to tylko rozpoznawalnej reklamy, a nie reklamy, która nie jest w ten sposób postrzegana. W tym przypadku reklama operuje przy pomocy rozróżnienia świadomie–nieświadomie. Paradoksalność polega wtedy na tym, że świadome decyzje podejmowane są nieświadomie – ale znowu w formie wolnego wyboru, wolnego od presji czy groźby, czy mamienia fałszywymi faktami. Poza tym kryptoreklama jest w wielu wypadkach tak zestandaryzowana, że od dawna jest już jako taka rozpoznawalna. O tym, że „sponsoring" (*nota bene* samo słowo zostało już nastygmatyzowane) nie służy dobroczynności, lecz reklamie, wiadomo także od dawna.[86]

Do najważniejszych ukrytych (i jako takie strategicznie wykorzystywanych) funkcji reklamy należy, by ludzi pozbawionych smaku wyposażać w smak. Po tym, jak niemożliwa okazała się wymiana wykształcenia na pieniądze, możliwość odwrotna, by pieniądze zamieniać na wykształcenie – i naturalnie w znacznym wymiarze – na kredyt, ciągle ma pewne szanse Funkcja ta odnosi się do symbolicznej jakości przedmiotów, która wyraża się także, lecz niewystarczająco, w ich cenie.[87] Z jej pomocą można, zarówno optycznie, jak i werbalnie, w obszarach, na których nie dysponuje się żadnymi kryteriami, wyposażyć się w bezpieczeństwo selekcji – i nie potrzeba wcale nic kupować, ponieważ reklama działa i bez tego. Ta substytuująca smak funkcja jest tym ważniejsza, że stary, w XVIII wieku konieczny jeszcze związek warstwy pochodzenia i smaku dziś już nie istnieje, a przy szybkim rozwoju i nieuregulowanej dynamice małżeństw, konieczność wyrównania braków obecna jest właśnie w warstwach wyższych.

Smak służy ze swej strony ustrukturyzowaniu pożądania. Konsument, kupując bądź nie, reaguje identycznie z innymi, przy czym bezpośrednie naśladownictwo innych nie jest wcale konieczne. Zależy to także od tego, że nie istnieje już

[86] *Gemischte Bilanz für die Sportwerbung im Olympiajahr: Deutlich höhere Erinnerung an die Förderer, aber auch Kritik am Sportsponsoring. Eine Erhebung*, „Frankfurter Allgemeine Zeitung", 16.01.1993.

[87] Tu koniecznie: P. Bourdieu, *La distinction: Critique sociale de jugement de goût*, Paryż 1975.

żadna przekonująca warstwa wyższa, od której można by się uczyć, co „można", a czego „nie można". Jest raczej odwrotnie: warstwa wyższa sama kieruje się dyktatem reklamy w kwestiach tego, czego pożąda i co uważa za godne pokazania; w końcu także dlatego, że rynek nie oferuje nic innego, lecz dyferencjuje co najwyżej według cen.

W związku z tym cenne mogłoby się okazać podążanie za związkiem reklamy i mody. Tu właśnie reklama jako tekst i przede wszystkim jako obrazy, w znacznym stopniu może sprowadzać się do informacji. Dla wystarczająco dużego kręgu moda działa samomotywująco. Iść z modą, i to możliwie na bieżąco, jest niemalże przymusem. (Zauważono to już wraz z wprowadzeniem pojęcia w XVII w.) Wynika stąd zainteresowanie informacją w ciągu krótkiego czasu. Chociaż moda, na przykład odnośnie skali kolorów, musi być planowana wiele lat na przód, jawi się zawsze przede wszystkim jako przedmiot, niewiele czasu poświęcając jednak na informowanie. Dlatego reklama może tu tylko zakładać motywy i w formie informacji jedynie je musnąć. Trend przesuwa się wyraźnie w kierunku produkcji masowej i mód masowych. Dobre pomysły drobnych oferentów kopiowane są już na targach mody przez wielkich dostawców i pojawiają się potem masowo w reklamie, tak że niewiele miejsca pozostaje na niepowtarzalność designu (przede wszystkim strojów) w modzie. Reklama jest zatem także czynnikiem narzucania tempa zmian. Dotyczy to także technicznie kompleksowych procesów projektowania i produkcji – jak wtedy gdy samochody muszą być na przykład nagle opływowe, a nie kanciaste, smukłe, a nie masywne.

O tym, że reklama (oraz moda) rozgrywa się na płaszczyźnie użycia znaków, nie trzeba już przypominać.[88] Także tu chodzi zatem o konstrukcję realności, która przedłuża swą własną, dla niej pierwotną realność i może przy tym przetrwać, a nawet zarabiać na znacznych wahaniach rynku. Charakterystyczne jest, że chodzi tu o dyferencję reklamy i sukcesu rynkowego, a być może i o możliwość, by móc zrobić coś według potwierdzonych doświadczeniem reguł reklamy, nie mając pewności, czy się to opłaci. W każdym razie nie chodzi o subiektywne dyferencje, jak szczerość – nieszczerość, prawdziwość–nieprawdziwość, lecz w każdym przypadku wyłącznie o piękne pozory. Ideę wiodącą tej formy komunikacji masowej można datować na XVII wiek – czas dworskiej kultury, w której ta pierwsza, operatywna realność autoprezentacji zastrzeżona była dla interakcji. Od tego czasu związek pięknego wyglądu i krótkiego czasu trwania jest tematem europejskiej dyskusji. Reklama wymaga ciągle nowości i na tym polega władza mody. Nawet śmieszność może zostać przez modę czasowo zniesiona.[89]

[88] Por. R. Barthes, *Système de la mode,* Paryż 1967.

[89] „Si la mode, si la faveur, si l'éclat d'une grande action mettent un homme en spectacle, le ridicule s'évanouit", czytamy u G. S. de Meilhana, *Considération sur l'esprit et les moeurs*, Londyn 1787, str. 321.

Najważniejszy schemat reklamy polega chyba jednak na relacji powierzchni i głębi. Jak niegdyś mądre techniki przewidywania, wykorzystuje ona linie na powierzchni, by zgadywać głębię. Dorównuje tym samym sztuce ornamentu.[90] Ale głębia nie jest teraz przeznaczeniem, lecz brakiem zobowiązań reklamy. Reklama nie może określić, o czym myślą, co czują i czego pragną jej adresaci. Może ona kalkulować perspektywy swojego sukcesu i kazać sobie za nie płacić. W tej mierze kalkuluje ona gospodarczo. W systemie mass mediów kieruje się innymi prawami. Okupuje powierzchnię swojego *designu* i wskazuje przez nią na pewną głębię, która dla niej samej pozostaje niedostępna.

Dotychczasowe uwagi mogą stworzyć wrażenie statycznego ujmowania obszaru reklamy. Należy to skorygować. Już w obszarze reklamy telewizyjnej w ostatnich czterdziestu latach wyróżniają się znaczne przesunięcia.[91] W coraz większym stopniu problemem staje się sama konstrukcja realności, kwestia „jak". Wraz z odkryciem młodzieży jako siły nabywczej, zataczającej krąg aż po adresatów we wcale nie młodym już wieku, pojawiają się nowe formy integracji marketingu, reklamy i współdziałania adresatów. „*Trendscouts*" wypatrują, na co będzie można sobie pozwolić. Przedmioty kultu, które umożliwiają młodzieży tworzenie wspólnej, odrębnej formacji, kreowane są jako rodzaje produktów, wyposażane są w *design* oraz nazwy i oferowane jednocześnie w reklamie i w produkcji. (Nie chodzi już zatem w pierwszej linii o sprzedaż fabrykatów produkcji masowej w możliwie największych ilościach). Przedmioty kultu same wytwarzają dyferencję niezbędną do identyfikacji. Stąd zbędna staje się wprowadzona przeciwko „kapitalizmowi" dyferencja ideologiczno-polityczna. Odchodzą wątpliwości co do współdziałania z reklamą = współdziałania z kapitalizmem. Adresaci reklamy dopuszczają to współdziałanie. Przedmioty kultu muszą być inscenizowane tym efektowniej, że na krótki czas. Pojawiają się samookreślenia jako „scena", „techno-scena", itd. z pełną otwartością na to, co nadejdzie.

Również motywy gospodarcze, które racjonalizują wydatki na reklamę, wydają się zmieniać. Wydatki na reklamę rosną – stosownie na przykład w relacji do tego, co wydaje się na konsumpcję.[92] Na samą tylko reklamę samochodów wydaje się w Niemczech rocznie 2 miliardy DM, więcej niż 500 DM na każdy sprzedany pojazd.[93] O kalkulacji nakład–przychód nie może być mowy. Wydaje się raczej, że chodzi tu o przymus, by pozostać widocznym (podobnie jak w kalkulacji gospodarczej, utrzymanie lub powiększenie udziału w rynku jest ważniejsze niż zysk). Oznacza to jednak równocześnie, że formom reklamy przyznaje się więcej swobody kształtowania, o ile tylko służą one mobilizowaniu uwagi,

[90] Bardziej wyczerpująco: N. Luhmann, *Die Kunst der Gesellschaft*, Frankfurt 1995.

[91] Por. R. Goldman, S. Papson, *Advertising in the Age of Hypersignification*, „Theory, Culture and Society" 1994, nr 11 – 2.

[92] Por. R. Münch, *Dynamik der Kommunikationsgesellschaft*, Frankfurt 1995, str. 94 i n.

[93] Źródło: „Frankfurter Allgemeine Magazin", 1.09.1995.

o ile tylko funkcjonują one jako komunikacja. Właśnie w stosunku gospodarki i reklamy znaleźć można dobre argumenty za wzrastającą dyferencjacją systemów z ubytkiem strukturalnych sprzężeń.

Sukces reklamy nie ma charakteru tylko ekonomicznego, nie jest wyłącznie sukcesem sprzedaży. System mass mediów także tu ma *własną funkcję*, która mogłaby polegać na *stabilizowaniu stosunku redundancji i odmienności w kulturze codziennej*. Redundancja jest wytwarzana tak, że coś daje się sprzedawać – *that it sells well*, odmienność zaś tak, że należy móc rozróżnić własne produkty na rynku. W warunkach przemysłowej produkcji jest raczej aktem zwątpienia niż rozsądku, by raz jeszcze kupować to samo. Dlatego potrzebne jest dodatkowe wzmocnienie motywów, a to najlepiej dokonuje się przez wytworzenie iluzji, że to samo wcale nie jest tym samym, lecz czymś nowym. Podobnie główny problem reklamy polega na tym, by na bieżąco prezentować nowości, lecz jednocześnie dochowywać wierności marce, a więc wytwarzać odmienność *i redundancję*. BMW pozostaje BMW, lecz staje się z modelu na model lepsze, nawet usunięcie przedmiotu, tzw. „*recycling*", może być ulepszany. By móc to obserwować, niezbędne jest minimum informacji. Tak powstaje kombinacja wysokiej standaryzacji z równie wysoką dyferencjacją powierzchni – rodzaj świata najlepszego z możliwych, z porządkiem tak dużym, jak to konieczne, a wolnością tak dużą, jak to możliwe. Reklama czyni ten porządek znanym i forsuje go. W typowych amerykańskich restauracjach można wybierać pomiędzy włoskim albo francuskim sosem do sałaty, ale nie można żądać oliwy z oliwek czy cytryny i samemu decydować o mieszance. I najwyraźniej niewiele osób wybiera opcję, by w tych warunkach w ogóle z sałaty zrezygnować.

Rozdział 8
Rozrywka

Zbliżając się teraz przez mass media do „rozrywki", wkraczamy znowu w całkiem innego rodzaju obszar programowy. Również tu interesują nas tylko teoretycznie spreparowane pytania. Nie pytamy o istotę rozrywkowości rozrywki, nie o jej jakość, ani nie o różnice w oczekiwaniach co do jej poziomu, ani o rodzaje tych, którzy potrzebują rozrywki, czy po prostu chętnie pozwalają się zabawiać i którym brakowałoby czegoś, gdyby jej nie było. Z pewnością rozrywka jest również składową nowoczesnej kultury wolnego czasu, której powierzono funkcję niszczenia czasu zbędnego. W kontekście teorii mass mediów pozostajemy jednak przy problemach konstrukcji realności i pytaniu, jak w tym przypadku działa kodowanie informacja–nieinformacja.

Najbardziej pomocne nam będzie zorientowanie się w ogólnym modelu gry. Wyjaśni nam to jednocześnie, dlaczego programy sportowe, szczególnie w filmowym odtworzeniu, zaliczają się raczej do rozrywki niż do wiadomości.[94] Również gra jest rodzajem podwojenia realności, w którym realność określona jako gra wyodrębniona zostaje z normalnej realności, bez konieczności jej negowania. Stworzona zostaje spełniająca określone warunki druga realność, z punktu widzenia której zwyczajny sposób życia widziany jest jako realna realność. Dla ukonstytuowania się gry niezbędne jest pewne z góry przewidywalne ograniczenie czasowe. Gry są epizodami. Nie chodzi więc o przejście w inny sposób życia. Jest się tu tylko czasowo zajętym, bez konieczności zaprzepaszczania innych szans i możliwości porzucenia innych obciążeń. Ale nie znaczy to, że realna realność istnieje tylko przed i po grze. Raczej wszystko, co istnieje, istnieje równocześnie. Gra zawiera w każdej ze swych operacji również odniesienia do równocześnie istniejącej realnej realności. W każdym momencie zaznacza się jako gra; i w każdym

[94] Coś innego obowiązuje oczywiście dla suchego wyliczenia zwycięzców i przegranych z odpowiednią punktacją.

momencie może się skończyć, kiedy nagle staje się poważna. Kot wskakuje na szachownicę.[95] Kontynuowanie gry wymaga ciągłej kontroli granic.

Dzieje się tak w grach społecznych, w których uczestniczą liczni partnerzy, poprzez zorientowanie na reguły gry, które ma się na myśli, gdy własne i obce zachowanie (wewnątrz gry) identyfikuje się jako przynależne. Zarówno prawidłowe, jak i nieprawidłowe zachowanie należy do gry; ale zachowanie nieprawidłowe tylko tak długo, jak długo może zostać skorygowane przez wskazówkę. Rozrywka jest jednak grą innego rodzaju.[96] Nie wymaga komplementarnego zachowania partnerskiego i z góry ustalonych reguł. Zamiast tego wycinek realności, w którym konstytuowany jest drugi świat, znaczony jest optycznie albo akustycznie: jako książka, jako ekran, jako rzucająca się w oczy sekwencja specyficznie spreparowanych szmerów, które w związku z tym postrzegane są jako „dźwięki".[97] Te zewnętrzne ramy wytyczają świat, w którym obowiązuje własna fikcjonalność. Świat! – a nie, jak w grach społecznych, tylko społecznie uzgodniona sekwencja zachowań.

Różnica względem gier społecznych prowadzi nas z powrotem do systemu mass mediów. Tak samo jak w grze, rozrywka wymagać może, by widz, inaczej niż we własnym życiu, mógł obserwować początek i koniec, ponieważ żyje on także przed i po. Wydziela on zatem, niemal automatycznie, czas rozrywki z czasu dotyczącego niego samego. Ale sama rozrywka nie jest w żadnym razie nierealna (w sensie: nieistniejąca). Wymaga ona koniecznie samowytworzonych przedmiotów realnych, by tak rzec dwustronnych przedmiotów, które umożliwiają przejście od realności realnej do realności fikcjonalnej, umożliwiają przecinanie się granic.[98] Są to teksty albo filmy. Po „stronie wewnętrznej" tych przedmiotów znajduje się, niewidoczny w realnej realności, świat wyobraźni. Ten świat wyobraźni nie potrzebuje reguł gry, ponieważ nie musi koordynować zachowania społecznego obserwatorów. Zamiast tego potrzebuje on *informacji*.

95 Myślę tu naturalnie o specjalnie wytresowanym kocie u J. Paula, *Die unsichtbare Loge*, „Werke" (wyd. Norbert Müller) cz. 1, Monachium 1960, str. 7–469 (28 i n.).

96 Można by mieć obiekcje, czy pojęcie gry może być tu użyte tylko metaforycznie, tak jak na przykład mówi się o grach językowych. Zgadza się, ale metaforyka jest bardzo często krokiem pośrednim do rozwoju ogólnej teorii. Można by równie dobrze powiedzieć: jest ogólna teoria gier, dla której gry społeczne są tylko szczególnym przypadkiem.

97 Ambiwalentny status tego oznaczenia (należy ono do gry i nie należy do gry, nie może być grane) dyskutuje J. Derrida, *La vérité en peinture*, Paryż 1978, str. 44 i n. na podst. Krytyki sądzenia Kanta i nie rozwiązanego tam problemu parerga, ram, ornamentów.

98 O trudnościach ewolucji tego (przede wszystkim całkiem nieprawdopodobnego) rozróżnienia w związku z powstaniem nowoczesnego dziennikarstwa i nowoczesnej powieści poucza L. J. Davies, *Factual Fictions: The Origins of the English Novel*, Nowy Jork 1983. W tym samym czasie powstaje także nowoczesna statystyka, która również opiera się na tym, że można odróżnić realną realność pojedynczych przypadków i fikcjonalną realność statystycznych agregatów.

I dokładnie to pozwala mass mediom, na podstawie ich kodu informacja–nieinformacja, na tworzenie obszaru programowego rozrywki.

Poza tym w rozrywce, właśnie wtedy, gdy historia opowiadana jest jako fikcyjna, bynajmniej nie wszystko może być fikcyjne. Czytelnik–widz musi być postawiony w sytuacji możliwości bardzo szybkiego wytworzenia pasującej do opowiadania, skrojonej na miarę, pamięci; a może on uczynić to tylko wtedy, gdy dostarczy mu się w tekście lub obrazach wystarczająco dużo znanych mu szczegółów. Podkreślał to już wielokrotnie Diderot.[99] Od czytelnika–widza wymaga się wyuczonej (ale nie: świadomie używanej) zdolności rozróżniania. Gdy zaakceptujemy te wstępne ustalenia teoretyczne, problem koncentruje się na pytaniu, jak z pomocą informacji (w miejsce danych reguł) wydzielona może zostać szczególna realność rozrywki. Odpowiedź na to pytanie jest bardziej skomplikowana niż mogłoby się początkowo wydawać.

Informacje są, pozostajemy przy tym, różnicami, które czynią różnicę. Już to pojęcie wymaga sekwencji przynajmniej dwóch wydarzeń z efektem oznaczenia. Następnie ta różnica, która wytworzona została jako informacja, może stać się znowu różnicą, która czyni różnicę. Informacje są w tym sensie stale zwrotnie usieciowione. Wynikają z siebie nawzajem, ale pozwalają się także uporządkować w swej sekwencyjności ze względu na mniej lub bardziej nieprawdopodobne rezultaty. Może to zajść w rygorystycznej formie kalkulacji (lub „rachunku"), ale także w procesach, które, krok po kroku, włączają kolejne, niezaprogramowane informacje – tak że dopiero w rezultacie przetworzenia informacji pozwalają dowiedzieć się, że i jakie dalsze informacje są konieczne. W tym przypadku doprowadzi to do wrażenia (obojętnie, czy proces sam siebie tak opisuje czy nie), że nie jest to rachunek, lecz następstwo działań lub decyzji. Dopiero w kontekście narracyjnym staje się widoczne także to, czym jest działanie, jak dalece sięga ono w swoją przeszłość i przyszłość i jakie cechy działającego należą do działania, a jakie nie. Dla każdego ograniczenia znaczenia pojedynczego działania niezbędne jest odniesienie go do innych działań – tak w życiu codziennym, jak i w opowiadaniach.

To ujęcie problemu informacji wymaga „podmiotów" – jako fikcjonalnych tożsamości, które wytwarzają jedność opowiedzianej historii i równocześnie przeskok do (także konstruowanej) osobowej tożsamości widza. Może on porównywać charaktery z opowiadania z sobą samym.[100]

99 „Sachez que c'est à cette multitude de petites choses que tient l'illusion", np. E. de Richardson, cyt. za Diderot, *Œuvres (éd. de la Pléiade)*, Paryż 1951, str. 1089–1104 (1094).

100 Wynalezienie tej formy „inferential entities" – zarówno powieści, jak i realnego, własnego życia – zawdzięczamy XVIII wiekowi i to szczególnemu podwójnemu rozwojowi zarówno w teorii poznania od Locke'a, przez Berkeley'a, do Hume'a i Benthama, jak i w powieści. Osiągnęła ona dziś w *artystycznej* formie powieści swój koniec i wydaje się być reprodukowana już tylko jako forma *rozrywki*. O XVIII wieku i o inspirowanych przez niego, opartych na „narracyjnych" biografiach, stymulowanych poprzez literaturę reformach więziennictwa w Anglii patrz J. Ben-

Samo to nie upoważnia jeszcze, by taką produkcję informacji wytworzonych z informacji (rozróżnień wytworzonych z rozróżnień) postrzegać jako grę czy rozrywkę. Wymaga to następnie, by sekwencja przetwarzających informacje operacji *sama wytworzyła swe własne prawdopodobieństwo*. Podobnie jak w technologiach, dochodzi tu do zamknięcia procesu na niekontrolowane wpływy środowiska. To, co uczyniło różnicę, samo uzasadnia wystarczająco, jakie dalsze różnice są możliwe. Proces wytwarza i transportuje w tym sensie ową przez niego samego wytworzoną i ciągle odnawianą niepewność, która skazana jest na dalszą informację. Żyje on z samowyprodukowanych zaskoczeń, samowytworzonych napięć, a dokładnie to fikcjonalne zamknięcie jest strukturą, która pozwala rozróżniać realną realność od fikcjonalnej realności i krzyżować granice jednej i drugiej sfery.

Jest dzisiaj oczywiste, że publiczność może dokonywać owego rozróżnienia realnej i zainscenizowanej realności i dlatego obstaje za przedstawianiem swobód, jak na przykład pędzących samochodów, którym sama nigdy by się nie oddała. Patrząc historycznie, taka umiejętność rozróżniania jest wynikiem ewolucji, którą wywodzi się dzisiaj z powstania teatru scenicznego w drugiej połowie XVI wieku.[101] W odróżnieniu od średniowiecznej praktyki wykonawczej, w teatrze renesansowym nie chodzi już o uwidocznienie niewidzialnych części świata, nie o zjednoczenie, symbolizowanie widzialnego i niewidzialnego, ale także nie o nasuwające się pomieszanie gry i realności (co skutkuje koniecznością uspokajania publiczności i powstrzymana jej przed interwencją), lecz o specyficzną inscenizację, która przeżywana jest jedynie jako złudzenie, a poza tym jeszcze raz powtarza *w sobie samej* grę w mamienie i przejrzenie, niewiedzę i wiedzę, w motywacyjnie sterowaną prezentację i zgeneralizowane podejrzenie motywu. Jednostce pozostawia się w ten sposób swobodę własnej, odpowiedniej interpretacji sytuacji życiowych. Przede wszystkim jednak schemat uwzględniania różnicy pozoru i rzeczywistości we wszystkich społecznych relacjach staje się stałą częścią kultury, która następnie już bez trudności może bazować i nadbudowywać się na oczekiwaniu, że zostanie to zrozumiane.

W XVII wieku znaleźć można jeszcze literaturę, która uważa to za tak godne uwagi, że umyślnie na to wskazuje, oferuje wręcz jako produkt indywidualnego

der, *Imagining the Penitentiary: Fiction an the Architecture of Mind in Eighteenth-Century England*, Chicago 1987.

101 Por. z różnymi pozycjami z historii teatru, szczeg. J.-Ch. Agnew, *Worlds Apart: The Market and the Theater in Anglo-American Thought, 1550–1750*, Cambridge 1986. Związki pomiędzy rozwojem rynku i rozwojem teatru w Anglii XVI w., które próbuje wskazać Agnew, mogłyby być pouczające także dla związków pomiędzy reklamą i rozrywką w nowoczesnym systemie mass mediów. Ponieważ w obu przypadkach chodzi o stan faktyczny mylącej, ale przejrzanej manipulacji i stojącej za nią, samokontrolującej się indywidualności, która dysponuje własnymi motywami i zainteresowaniami, a nie po prostu przeżywa naturę i stworzenie. Systemowo-teoretycznie ta przeformułowana paralela rynku i teatru polega na tym, że wydyferencjowanie indywidualności uwalnia i zmusza do samoregulacji.

uczenia się i mądrej sztuki życia.[102] Bardzo szybko ten sposób czytania realności staje się tak dalece rozpowszechniony przez druk książkowy, że muszą się z tym liczyć formujące się teraz mass media, które mają raczej problem, by mobilizować ciągle nowe zainteresowanie. Pomocny może być tu wskazany już moment napięcia, wytworzenia i uwolnienia samowytworzonej niepewności.

Modelu o największym skutku oddziaływania dostarczyła nowoczesna powieść – sama będąca wyraźnie wytworem obliczonych na oddziaływanie na publiczność mass mediów. Z kluczowej postaci Daniela Defoe wywnioskować można, że nowoczesna powieść powstaje z nowoczesnego dziennikarstwa; i to na gruncie konieczności, by w drukowanych publikacjach odróżniać fakty od fikcji. Prasa drukowana zmienia sposób, w jaki świat może być publiczności wiarygodnie prezentowany, i to przez stwierdzenie faktów lub faktycznie odnalezionych (lecz postrzeganych jako fikcja) świadectw pisanych, czy w końcu przez czyste, niezawoalowane opowiadania fikcjonalne, które jednak zawierają wystarczająco wiele rozpoznawalnych elementów, by mogły być uważane za wyimaginowaną realność. Rozróżnienie (sprawdzalnych jako fakty) wiadomości lub relacji i wystarczająco bliskich realności fikcjonalnych opowiadań dochodzi zatem w ogóle do skutku dopiero na gruncie technologii, która umożliwia produkowanie wytworów drukowanych.[103]

Dopiero to rozróżnienie umożliwia korzystanie z dystansu realności i większych swobód fikcjonalnej literatury, w celu opowiadania historii, które, choć fikcyjne, umożliwiają czytelnikowi dokonywanie odniesień do znanego mu świata i jego własnego życia; ale odniesień, które dla niego, właśnie dlatego, że chodzi tu o wydarzenia fikcjonalne, są dowolne. Oferta ta opiera się przy tym na pewnej ogólnej strukturze, która za podstawę ma zakończenie historii każdego rodzaju rozrywki jako zniesienie samowytworzonej niepewności. Już w XVIII w. dochodzi do wyeliminowania epickich elementów, do przyspieszenia przebiegu zdarzeń, który może zostać zatrzymany tylko przez wytworzone w samej powieści intrygi. Dlatego planowanie powieści wymaga odbicia czasu w czasie. Perspektywa jest skierowana w przyszłość – i dlatego intrygująca. Równocześnie trzeba postarać się o wystarczającą przeszłość, która na końcu wyjaśni, że i jak rozwiązywana jest niepewność – przy pomocy uprzednio już wprowadzonych, lecz niezdekonspirowanych w swojej funkcji informacji. Trzeba móc się do czegoś odnieść, by zamknąć krąg. Przy całym skierowaniu w przyszłość: „*der Knoten gehe bloß durch Vergangenheit, nicht durch Zukunft auf*" (jak Jean Paul zaleca powieściopisarzom; „węzeł rozwiązuje się tylko przez przeszłość, a nie przez przyszłość"[104]). Gdy opowiadanie chce sprostać minimalnym wymaganiom

102 Patrz o wielu: B. Gracián, *Criticón (1651–1657)*, cyt. za niemieckim tłumaczeniem Hamburg 1957.

103 Por. L. J. Davies, *op. cit.*, (1983).

104 Parz „Regeln und Winke für Romanschreiber", § 74 Vorschule der Ästhetik, cyt. za „Werke", t. 5, Monachium 1963, str. 262.

spójności (a bajki stanowią tu szeroko dyskutowany wyjątek), przebieg musi dać się odnieść do początku historii. Wymagania zniesienia napięcia muszą być za każdym razem wprowadzone przed zakończeniem i tylko czytelnik czy widz pozostawieni są w niepewności. Dlatego ponowna lektura się nie opłaca; lub opłaca się tylko wtedy, gdy czytelnik chce skoncentrować się na podziwianiu biegłości artystycznej, a widz na dokonaniach warsztatowych. Gdy ma być zabawnie lub emocjonująco, nie wolno wiedzieć z góry, jak należy czytać tekst czy rozumieć historię. Człowiek chce być zabawiany wciąż od nowa. Z tego samego powodu każda rozrywka musi mieć zakończenie i sama o nie zadbać. Jedność dzieła jest jednością wprowadzonej w nie dyferencji przyszłości i przeszłości. Na końcu wiadomo: a więc to było tak. Odchodzi się z poczuciem, że człowiek został zabawiony lepiej lub gorzej.[105]

Poprzez samodzielne wytworzenie i rozwiązanie niepewności opowiadana historia indywidualizuje się. Stąd też, pomimo stereotypowych powtórzeń pewnych elementów rodzajowych, budzi się zawsze nowe zainteresowanie. Czytelnik lub widz nie musi, jak sądzi Ludwig Tieck, być skłaniany do możliwie najszybszego zapominania, by można było sprzedać czy pisać nowości[106]; wynika to samoistnie stąd, że każde napięcie buduje się i rozwiązuje indywidualnie.

By wytworzyć i móc utrzymać napięcie, autor musi ukryć się za tekstem, ponieważ byłby on w tekście kimś, kto zna zakończenie i może je zaaranżować tak, jak mu to pasuje. Wszystkie ślady jego oddziaływania muszą zniknąć.[107] Mechanizm tworzenia tekstu nie może ujawnić się w tekście, ponieważ w przeciwnym razie samoreferencja i referencja obca nie mogłyby zostać wyraźnie odróżnione.[108] Choć także teksty rozrywkowe mają autora i są komunikowane, dyferencja informacji i doniesienia nie może pojawić się w tekście; ponieważ w ten sposób wyszłaby na jaw niezgodność stałych i zmiennych składowych tekstu, uwaga rozumiejącego skierowałaby się na tę różnicę i w ten sposób odwróciła się. Wahałby się on i musiał zdecydować, czy zwracać uwagę raczej na doniesienie i jego motywy czy piękno i konotatywne usieciowienie jego form

105 Przeciwne uczucie, że przez rozrywkę straciło się tylko czas, pochodzi z innego świata: świata troski o zbawienie duszy i zmysłu do interesów u purytanów. Patrz bogate opracowanie R. Frasera, *The War Against Poetry,* Princeton 1970, szczególnie str. 52 i n.

106 Patrz L. Tieck, P. Lebrecht, *Eine Geschichte ohne Abenteuerlichkeiten,* cyt. za L. Tieck, *Frühe Erzählungen und Romane,* Monachium, str. 136. Powieść sama podąża za celem, by zrezygnować z napięcia („Abenteuerlichkeiten"), by móc być wielokrotnie czytana jako „dobry" tekst. W odniesieniu do mnie – na próżno!

107 Patrz Schwanitz, *op. cit.,* (1992 i 1993).

108 To samo dotyczy, jak pokazuje Davies, *op. cit.,* str. 22 i n., równocześnie pojawiających się nowoczesnych „ideologii". Najwyraźniej więc zupełnie ogólnie obowiązuje, że ukrycie mechanizmów twórczych ma funkcję umożliwienia jasnego oddzielenia samoreferencyjnych i obcoreferencyjnych odniesień w masowo rozpowszechnianych tekstach.

poetyckich[109], czy też poświęcić się rozrywce. Rozrywka znaczy właśnie: nie szukać okazji, lecz ją znaleźć, aby na komunikację odpowiedzieć komunikacją. Zamiast tego obserwator może skoncentrować się na przeżywaniu i motywach pojawiających się w tekście osób i w *tym* względzie nauczyć się obserwacji drugiego stopnia. A ponieważ chodzi tu „tylko" o rozrywkę, nie występuje problem autentyczności, który pojawiłby się w przypadku dzieła sztuki. Jako forma sztuki powieść opuszcza bowiem w środku XIX wieku, wraz z *Léducation sentimentale* Flauberta, z *The Confidence-Man* Melville'a, obszar rozrywki i pozostawia go mass mediom. Sztuka XX wieku nie daje się już w ogóle opisać jako fikcjonalna; ponieważ fikcjonalność wymaga, by wiedzieć, jak świat miałby wyglądać, aby fikcja obowiązywać mogła jako właściwy opis świata.[110] Taki właśnie opis jest jednakże w nowoczesnej sztuce bojkotowany – i jak jeszcze raz podkreślimy, pozostawiony mass mediom, które tym samym zaspokajają popyt na rozrywkę.

Jak zawsze przy operacjonalnym zamknięciu, przez wydyferencjowanie wytwarzane są najpierw nadwyżki możliwości. Dlatego formy rozrywki rozróżniają się według tego, jak owe nadwyżki są redukowane. Podstawowym wzorem jest tu opowiadanie, które ze swej strony wydyferencjowało w znaczne bogactwo form. Nie ma ono najwyraźniej wiele (zawsze z punktu widzenia rozrywki, a nie np. sztuki) funkcjonalnych odpowiedników. Przykładem byłyby rywalizacje wszelkiego rodzaju, np. quizy czy transmisje imprez sportowych. Nie potrzebujemy tu zagłębiać się w szczegóły, ale pozostaje pytanie, jak łączy się owo wyimaginowane bogactwo wydarzeń z zewnętrzną realnością.

Najwyraźniej trzeba w znacznej mierze odnieść się do wiedzy, którą widzowie już posiadają. W tej mierze rozrywka wywiera efekt wzmocnienia w odniesieniu do już istniejącej wiedzy. Ale nie jest ona, jak w obszarze wiadomości i relacji, skierowana na pouczanie. O wiele bardziej wykorzystuje istniejącą wiedzę tylko po to, by się od tego odciąć. Może się to zdarzyć wtedy, gdy przekroczony zostanie ten, zawsze przypadkowy, wycinek doświadczeń pojedynczego widza – czy to w kierunku tego, co typowe (innym też nie wiedzie się lepiej); czy to w kierunku tego, co idealne (a czego człowiek nie musi sobie narzucać); czy to w kierunku najbardziej nieprawdopodobnych kombinacji (z którymi na co dzień człowiek nie musi się na szczęście liczyć). Poza tym możliwe jest bezpośrednie zaangażowanie ciała i ducha – w obszarze erotyki choćby lub w pierwotnie mylącej widza historii kryminalnej, czy przede wszystkim w muzyce zapraszającej do kołysania się. Rozrywka, szczególnie wtedy, gdy oferowana jest z zewnątrz, dąży

109 Np. w sensie C. Brooksa, *The Well Wrought Urn: Studies in the Structure of Poetry,* Nowy Jork 1947, albo M. Riffaterre, *Semiotics of Poetry,* Bloomington Ind. 1978. Również to jest wskazaniem na dyferencjację systemu mass mediów i systemu sztuki.

110 To kryterium u: Ch. Menke-Eggers, *Die Souveränität der Kunst: Ästhetische Erfahrung nach Adorno und Derrida,* Frankfurt 1988, str. 71, w nawiązaniu do M.C. Beardsley, *Aestetics: Problems in Theory of Criticism,* Nowy Jork 1958, str. 414.

do aktywowania tego, co samemu przeżyte, wymarzone, zapomniane, budzące lęk – jak niegdyś opowiadane mity. To, za czym na próżno tęsknili romantycy, „nowa mitologia", tworzona jest w formach rozrywki mass mediów. Rozrywka re-impregnuje to, czym się i tak już jest; i jak zawsze, także tu dokonania pamięci związane są z okazją do uczenia się.

Szczególnie filmy rozrywkowe wykorzystują tę ogólną formę uprawdopodobniania rozróżnień przez wcześniejsze i późniejsze rozróżnienia w ramach tej samej historii. Zagęszczają ją one dodatkowo przez zaangażowanie tylko postrzegalnych (nie: opowiadanych!) rozróżnień. Miejsce akcji, jego „umeblowanie", jest uwidaczniane i równocześnie przy pomocy *własnych* rozróżnień (eleganckie apartamenty, pędzące samochody, dziwny sprzęt techniczny itd.) służy jako *kontekst*, w którym działanie jest profilowane, by to, co eksplicytnie wypowiadane, mogło zostać zredukowane do minimum. „Widzi się" motywy w ich efektach i można mieć wrażenie, że intencje działania są tylko częścią wszystkich wydarzeń i że działający sam nie do końca wie, co czyni. Prawie niezauważalnie widz zostaje pokierowany tak, że sam siebie postrzega jako obserwatora obserwatorów i w sobie samym odkrywa podobne lub inne nastawienia.

Już sama powieść znajdowała swoje tematy wiodące w ciałach swoich protagonistów i to specjalnie w ryzach możliwości kontroli procesów ciała.[111] Wyjaśnia to dominację erotyki i niebezpiecznych przygód, w których czytelnik może uczestniczyć voyeurystycznie w analogii „ciało do ciała". Napięcie opowiadania zostaje „symbolicznie" zakotwiczone w ryzach możliwości kontroli własnego ciała. Gdy pojawią się telewizja i film, te punkty ciężkości w erotyce i przygodach nie muszą być zmienione; pokazane w obrazach natomiast stają się bardziej drastyczne, kompleksowe i równocześnie robią większe wrażenie; i zostają w specyficzny sposób uzupełnione – na przykład przez uwidocznienie czasu jako tempa lub przez pokazanie sytuacji granicznych panowania nad ciałem w artystycznych komponentach filmów i w sporcie, w których to, w przypadku granicznym, uwidacznia się jednocześnie problem zmiany opanowania w nieopanowanie. Dlatego także programy sportowe w telewizji służą (w odróżnieniu do wyników, o których można przeczytać) pierwotnie rozrywce, ponieważ stabilizują napięcie na granicy kontrolowanej i niekontrolowanej cielesności. To doświadczenie czyni w retrospekcji wyraźnym, jak trudne, a nawet jak niemożliwe byłoby opowiedzenie przebiegu wydarzeń sportowych – od wyścigów konnych po mecz tenisa. Trzeba to zobaczyć samemu – bezpośrednio lub w telewizji.

Artystyczna forma powieści i wyprowadzone z niej fikcjonalne formy emocjonującej rozrywki liczą się z indywiduami, które nie wyprowadzają już swojej tożsamości z ich przeszłości, lecz muszą ją same kształtować. Stosownie otwarta,

[111] Patrz z bardziej ogólnego punktu widzenia A. Hahn, R. Jacob, *Der Körper als soziales Bedeutungssystem*, [w:] P. Fuchs, A. Göbel (wyd.), *Der Mensch – das Medium der Gesellschaft*, Frankfurt 1994, str. 146–188.

nastawiona na „wewnętrzne" wartości i pewności socjalizacja wydaje się mieć początek w „mieszczańskich" warstwach społecznych XVIII wieku; dziś stała się nieodzowna. Każdy odnajduje siebie po urodzeniu jako kogoś, kto swoją indywidualność musi dopiero określić lub dać się określić, według reguł gry, „*of which neither he nor any one else back to the beginning of time knew the rules or the risks or the stakes*."[112] Uwodzicielsko bliskie jest wypróbowywanie na sobie samym wirtualnych realności – przynajmniej w wyobraźni, gdzie zawsze można przerwać.

Uzyskana w powieści forma opowiadającej rozrywki nie jest już dzisiaj jedyna w swoim rodzaju. Co najmniej od upowszechnienia telewizji wyodrębniła się druga forma, mianowicie gatunek w najwyższym stopniu osobistych relacji na bazie doświadczeń. Obraz pokazuje osoby, którym zadaje się pytania, często w związku z intymnymi szczegółami ich prywatnego życia. Kto narazi się na taka sytuację, może być uznany za chętnego do zwierzeń; pytający może zachowywać się bezceremonialnie i dostarczyć widzowi widowiska pozbawionego zażenowania. Ale dlaczego?

Najwyraźniej zainteresowanie takimi programami polega na tym, że pokazują one wiarygodną, choć niekoniecznie konsensualną realność. Choć żyje w tym samym świecie (nie ma innego), widz nie jest narażony na żadne żądania konsensusu. Pozostawia mu się dowolność, by zgodzić się lub sprzeciwić. Oferuje mu się kognitywną i emocjonalną wolność – i to bez utraty realności! Przeciwieństwo wolności i przymus zostają zniesione. Można wybrać siebie samego i nie raz jest się zobowiązanym, by pozostać przy tym, co się o sobie sądzi, gdy rzecz staje się poważna.

Programy rozrywkowe mają tym samym zawsze pewien podtekst, który zaprasza uczestników, by odnosili do siebie to, co zobaczyli, i to, co usłyszeli. Widzowie włączani są jako wyłączone osoby trzecie – jako „pasożyty" w sensie Michela Serresa.[113] Sekwencje rozróżnień, które rozwijają się jedne z drugich w ten sposób, że jedna jest okazją dla drugiej, czynią w ich świecie wyobraźni także jeszcze pewną inną różnicę – różnicę wiedzy, umiejętności i uczuć widza. Nie chodzi przy tym o to, jakie wrażenie robi tekst, program, film na pojedynczym widzu. Działania tego nie należy także łączyć z prostą koncepcją tworzenia analogii i naśladownictwa – tak jak gdyby człowiek teraz na sobie samym wypróbowywał, to, co przeczytał w książce czy zobaczył w filmie. Nie jest się motywowanym do dostosowania własnego zachowania (szybko przekroczyłoby to granicę własnych

[112] *The Education of Henry Adams: An Autobiography* (1907), cyt. za wydaniem Boston 1918, str. 4. Cały tekst jest jedyną ilustracją podjętego tu problemu indywiduum narażonego na oscylacje własnej kariery.

[113] M. Serres, *La Parasite*, Paryż 1980. Oznacza to w konsekwencji, że mass media same są pasożytami drugiego stopnia, pasożytami, które pasożytują na pasożytnictwie swoich widzów.

umiejętności i, jak wiadomo, rozśmieszało).[114] Uczy się obserwatorów obserwować – i to ze względu na sposób, w jaki reagują oni na sytuacje, a więc: jak oni sami obserwują.[115] Jest się przy tym, jako obserwator drugiego stopnia, mądrzejszym, ale także mniej zmotywowanym niż ten, kogo się obserwuje; i dowiedzieć się można, że pozostaje on dla siebie samego dalece nieprzejrzystym lub za Freudem: nie tylko ma coś do ukrycia, lecz jest czymś, co pozostaje ukryte.

Tego, co się przy tej okazji dzieje z indywidualnym widzem, jakie nielinearne przyczynowości, dyssypatywne struktury, negatywne czy pozytywne sprzężenia zwrotne itd. uwalniane są przez takie przypadkowe obserwacje, nie da się z góry przewidzieć i nie da się sterować przez wybór programu w mass mediach. Efekty psychologiczne są zbyt kompleksowe i zbyt samozdeterminowane, a także zbyt różne, by mogły być włączone w medialnie zapośredniczoną komunikację. Uważa się raczej, że każda operacja, która przebiega w fikcjonalnym obszarze wyobraźni, wprowadza także referencję obcą, mianowicie referencję do realnej realności, która zawsze już istnieje jako znana i oceniana oraz jako tematyka zwyczajnie przebiegającej komunikacji. I to jest przede wszystkim kierunkiem rozróżnienia realnej i fikcjonalnej realności, która produkuje wartość rozrywkową komunikacji rozrywkowej. „Żartem" rozrywki jest stale towarzyszące jej porównanie, a formy rozrywki różnią się znacznie według tego, jak wykorzystują korelaty świata: potwierdzająco czy odrzucająco, z utrzymywaną do końca niepewnością zakończenia lub z uspokajającą pewnością: mi coś takiego nie może się przydarzyć.

Systemy psychiczne, które z pomocą mass mediów uczestniczą w komunikacji, aby się rozerwać, są w ten sposób zachęcane, by odnosić ją do siebie. Od XVIII wieku było to opisywane przy pomocy rozróżnienia kopii i autentycznego bycia sobą[116] i z pewnością istnieją mniej lub bardziej nieświadome, imitacyjne

[114] Fakt, że pewne efekty naśladowcze, przede wszystkim w modzie, stroju, fryzurze, „powolnej" gestyce otwartego manifestowania zainteresowań seksualnych odgrywają pewną rolę, nie powinno być kwestionowane.

[115] Dokładnie to oznacza często mylnie interpretowane pojęcie „Sympathie" u Adama Smitha: „Sympatia nie wynika tak bardzo z oglądu afektu, raczej z oglądu sytuacji, która uwalnia afekt." A. Smith, *The Theory of Moral Sentiments,* 1759, cyt. z niem. tłumaczeniem, Lipsk 1926, t. 1, str. 9. Sekundują temu także nowoczesne badania atrybucji, które ze swej strony obserwują, że działający rozumieją i wyjaśniają swoje działanie przez sytuację, podczas gdy obserwatorzy skłonni są raczej wiązać to z cechami działającego.

[116] Patrz jako punkt wyjścia późniejszej dyskusji E. Young, *Conjectures on Original Composition* (1759), cyt. za: *The Complete Works,* Londyn 1854, przedruk Hildesheim 1968, t. 2, str. 547–586. Por. też Stendhal, *De l'amour* (1822), cyt. za wydaniem Paryż 1959. Tu znaduje się problem jako przeciwieństwo typów *homme-copie* (str. 276) i autentycznego *candeur* („cette qualité d'une âme qui ne fait aucun retour sur elle-même", str. 99). Patrz też przeciwstawienie charakterów Tytana i zdemoralizowanego przez antycypację przeżycia, a więc przez lekturę Roquairola, [w:] J. Paul, *Titan,* cyt. za „Werke", t. II, Monachium 1969, str. 53–661. Ogólna koncepcja musi budzić u czytelnika przeciwne pytanie, jak sprawiłby, by być bezwiednie autentycznym i, mimo lektury, takim pozostać.

autostylizacje, których upowszechnienie tylko w ten sposób da się wyjaśnić; choćby gestyka powolności albo arogancji jako wyraz niezależności w stosunku do insynuacji. Lecz rozróżnienie imitacja–autentyczność nie wyjaśnia wystarczająco, jak indywiduum *identyfikuje się* w tym rozwidleniu jako *indywiduum.* Wydaje się, że dzieje się to w modusie samoobserwacji lub dokładniej: przez obserwowanie własnego obserwowania. Gdy dana jest opcja imitacja–autentyczność, można optować za obiema stronami lub raz za jedną, raz za drugą, *jeśli tylko obserwuje się siebie samego i próbuje znaleźć własną tożsamość.* Refleksja może wtedy przynieść bezobjawowe, nieprzejrzyste Ja, które jednak, dopóki żyje jego ciało, które lokuje je w świecie, może obserwować, jak obserwuje. I tylko tak możliwe jest, by w określeniu tego, czym każdy jest dla samego siebie, zrezygnować z cech swojego pochodzenia.

Dzięki tym rozważaniom widoczny stał się także szczególny wkład segmentu „rozrywka" do ogólnego wytwarzania realności. Rozrywka umożliwia ulokowanie siebie w przedstawionym świecie. Inną kwestią jest wtedy, czy ten manewr udaje się na tyle, by można być zadowolonym z siebie i ze świata. Otwarte pozostaje także to, czy człowiek identyfikuje się z charakterami fabuły, czy rejestruje raczej różnice. To, co oferowane jest jako rozrywka, nikogo nie wiąże na stałe; lecz daje wystarczająco wiele orientacyjnych punktów odniesienia (których nie znajdzie się w wiadomościach czy w reklamie) do pracy nad własną „tożsamością". Fikcjonalna realność i realna realność pozostają najwyraźniej rozróżnione i dokładnie dlatego indywiduum staje się w zakresie swojej tożsamości samowystarczalne. Ani nie musi ono, ani nie może swojej tożsamości komunikować. Nie potrzebuje także wiązać się na stałe. Gdy jednak nie wymaga się już tego w interakcjach lub gdy to ciągle zawodzi, można zamiast tego sięgnąć po materiały z ofert rozrywkowych mass mediów.

W ten sposób rozrywka reguluje także, przynajmniej po stronie podmiotów, inkluzję i ekskluzję. Ale już nie tak, jak dramat mieszczański czy XVIII-wieczna powieść, w formie, która łączyła się z określonym nakładem uczuć i wykluczała tym samym nienobilitowaną jeszcze szlachtę i warstwę niższą; lecz jako inkluzję wszystkich z wyjątkiem tych, którzy biorą w rozrywce tak mały udział, że w pojedynczych przypadkach nie mogą już uaktywnić zainteresowania. A poprzez abstynencję (często arogancką abstynencję) tak przyzwyczaili się do własnego Ja, że nie można się już do niego odnieść, przez co właśnie się ono definiuje.