

Podwieczorek przy teleserniczku

Na początku listopada otrzymałem od znajomego link do filmu z Krzysztofem Kononowiczem. Internetowy serwis YouTube przeżywał już wtedy obłędnie w związku z ową personą, ale chyba nikt jeszcze nie spodziewał się, że Kononowicz kilka dni później okrzyknięty zostanie mianem „twarży kampanii”. Postać kandydata na prezydenta Białegostoku przetoczyła się przez media niczym kometa przez nieboskłon. Wraz z niezwykle cyniczną postawą członków partii, którzy za nim stali, wysunięcie kandydatury Kononowicza stanowi smutny punkt przelomowy w historii kształtowania się polskiego społeczeństwa obywatelskiego. Jest to zarazem marna cenzurka wystawiona polskiej władzy.

Przypadek Kononowicza, jakkolwiek śmieszny by nie był, stanowi skondensowaną odpowiedź na pytanie, co stało się z kulturą polityczną w Polsce. Kredyt zaufania, jaki rządzący zaciągają co kadencję, ustawicznie maleje i wyczerpuje się coraz szybciej, topnieje razem z frekwencją wyborczą. Polityk staje się synonimem osoby niegodnej zaufania. Ale winą za ten stan nie należy obarczać wyłącznie polityków. Sądzę, że mamy w Polsce do czynienia z sytuacją, która po części wynika z wątpliwych kompetencji wielu rządzących, po części zaś z czegoś, co trudno nazwać inaczej niż z brakiem chęci w budowaniu społeczeństwa obywatelskiego. Część winy za ten stan ponoszą, według mnie, media, a konkretnie ich oferta rozrywkowa.

Czy da się ustalić winnych?

Z polską sceną polityczną stało się coś niedobrego. Nie jest wesoło, jeżeli działania polityków są świadectwem bezczelnej niekonsekwencji i chamstwa, jeżeli milionom widzów przy okazji katastrofalnych prowokacji, żenujących wpadek, paskudnych potknięć, wmawia się, że są wielbłędami, bo źle słyszą i źle widzą. Jeszcze gorsze jest to, że tempo, w jakim afery polityczne się mnożą, jest tak zastraszające, że każda z nich po dwóch tygodniach staje się dawną sprawą i z jątrzącej rany zamienia się w ładnie przysychający strupek, który lada chwila odpadnie i nie zostawi śladu. Kto pamięta dzisiaj o kupczeniu stołkami w pokoju Renaty Beger?

Polska kultura polityczna ma się ostatnio fatalnie. Szkoda czasu na wymienianie afer, jakie przetoczyły się ostatnio przez kraj. Kto ponosi winę? Politycy, których reputacja i kompetencja nazbyt często pozostawia wiele do życzenia, czy też może aktywna politycznie część społeczeństwa, która takich oto przedstawicieli umieściła u sterów. Wina zapewne leży po obu stronach, choć za współodpowiedzialne należałoby uznać również polskie media, zarówno ich peerelowską spuściznę, jak i rewolucję, jaka dokonała się po 1989 r. Zdawać by się mogło, że dzisiejsze oblicze polskiej telewizji krańcowo różni się od tego sprzed transformacji ustrojowej. Sądzę jednak, że rewolucja ta nie jest tak rozległa, jak wydaje się na pierwszy rzut oka i być może również tutaj należy poszukiwać przyczyn owej swoistej polskiej anomii.

Nicznym nowym nie jest stwierdzenie, że polski naród ciemiężony totalitaryzmem musi uczyć się demokracji i samostanowienia. Często natknąć się można na tego rodzaju konkluzje: ludzie przyzwyczajeni do silnej władzy oczekują radykalnych posunięć, dzięki czemu posłuch zyskują populiści. Ludzie zniecierpliwieni widocznym brakiem rezultatów reform rezygnują z udziału w wyborach. Spada zaufanie do władzy, ponieważ jest ona głucha na problemy ogółu, a realizacja obietnic wyborczych to mrzonka.

Można przyjąć, że Polacy nie tyle korzystają z demokracji, co dopiero uczą się tej formy rządów. Zainteresowanie polityką spada, a przekonanie o bezsilności statystycznego Kowalskiego staje się niepokojąco powszechne. Ów katastrofalny stan tłumaczony jest na

zasadzie błędnego koła: Polacy wybierają władze, których działania zniechęcają ich do siebie. W swoim tekście postaram się ukazać, że polskie społeczeństwo padło ofiarą jedynej w swoim rodzaju pułapki: składają się na nią nie tylko niezaspokojone apetyty na kielbasę wyborczą, będące potencjalną katapultą do władzy każdego watażki, ale również wyjątkowa specyfika polskich mediów, które po roku 1989 przeszły interesującą przemianę.

Od czcionki do telegrafu

Neil Postman, amerykański socjolog mediów, w swych dziełach bardzo sprawnie ilustruje tezy Marshalla McLuhana, z których jedną z najbardziej znanych jest ta, iż sam przekaznik już stanowi przekaz. W książce *Zabawić się na śmierć* analizuje różnice pomiędzy przekazem opartym na formie drukowanej a tym, któremu początek dał wynalazek telegrafu (radiowo-telewizyjnym). Zdaniem Postmana, telegraf stanowił prawdziwą rewolucję, której konsekwencje sięgały o wiele dalej i głębiej aniżeli sama szybkość transferu informacji. Łatwość nadania komunikatu z jednego wybrzeża kontynentu na drugi spowodowała, że waga przywiązywana do istotności wiadomości znacznie spadła. O ile w erze druku potrzeba było kilku dni czy nawet tygodni, by cały kraj obiegnęła wieść o zgonie monarchy lub wojnie toczącej się na kresach macierzystego imperium, o tyle w dobie telegrafu w kilka sekund można było dowiedzieć się o śmierci słonia w zoo oddalonym o kilka tysięcy kilometrów, lub walkach toczonych przez młodociane gangi uliczne w miastach na drugim wybrzeżu.

Epoka druku, okres w dziejach wcześniejszy, którego apogeum przypadło na wiek XVIII, stanowi dla Postmana źródło tęsknoty, a wręcz ubolewania nad sposobem komunikowania się we współczesnym społeczeństwie. Informacja telewizyjna (radiowa w mniejszym stopniu) staje się wyrwana z kontekstu a jej wartość jest znikoma lub żadna. Druk ze swej natury skłaniał człowieka do świadomej koncentracji nad napływającą treścią. Spotkaniu człowieka z tekstem sprzyjały cisza i spokój.

Pośród niezliczonych przykładów wpływu drukowanego medium na umysłowość ludzi, Postman poświęca miejsce również poziomowi debaty politycznej. W jego opinii, epoka druku była czymś na kształt „złotego wieku demokracji”, kiedy lud wybierając swoich reprezentantów był dalece bardziej świadomy racji zarówno swoich, jak i przeciwników, niż dziś. Paradoksalnie, znaczna część narodu mogła nie mieć pojęcia jak wygląda Abraham Lincoln, a mimo to doskonale orientować się w jego systemie wartości i politycznej strategii jego obozu. Doskonale ilustrowały to publiczne spory między politykami, urządzone przy okazji festynów czy zgromadzeń. Wywód każdego z nich odznaczał się kwiecistym stylem, jasnością, logiką oraz szacunkiem dla strony przeciwnej. Dziś z kolei do rangi symbolu urasta osoba „telepolityka”, który pojawił się wraz z rozwojem telewizji. Argumenty przestały być racjonalne, stały się domeną emocji, doskonale wpasowując się w specyfikę przekazu audiowizualnego, gdzie liczy się chwila, obraz, dźwięk, bodziec.

Stała się rzecz – w kategoriach typowych dla okresu druku – niebywała. Otóż mówca, miast zwracać uwagę na spójność swojej przemowy, zatrudnia specja od wizerunku. Zwycięstwo odnieść może ten, kto jest wyższy i szczuplejszy, kto głośniej krzyczy, kto na plakatach ma skuteczniejszy retusz. Polityka stała się przedmiotem działań marketingu a nie idei.

Rezultat łatwo przewidzieć. Kampania wyborcza stała się po prostu kampanią reklamową, a kartka wrzucana do urny czymś na kształt menu, z którego należy wybrać najatrakcyjniejsze danie. Niestety, reklamację można złożyć tylko raz na kilka lat... Z rozważań Teresy Boguckiej nad przemianami polskiej telewizji po roku 1989 można z kolei wysnuć smutny wniosek, że kryzys się pogłębia. Polacy nie tylko nie chcą wybierać, ale i wybierają coraz głupiej, coraz mniej kierując się rozsądkiem a coraz bardziej – wrażeniem i emocją.

Amerykański mit i peerelowska spuścizna

W zasadzie trudno się tym wnioskowi dziwić. Prowadzenie rzeczowych, kilkugodzinnych sporów – tak chętnie opiewanych przez Postmana – jest dziś niemożliwe. Telewizja nie znosi mentorstwa. Rozmowa to mało wdzięczny temat do oglądania (z tego powodu radio uznać można za środek przekazu mniej poddający się dyktatowi emocji niż TV). Jeżeli przedmiotem programu jest rozmowa, forma musi być zbliżona do *talk-shows*, gdzie nacisk położony jest raczej na zarysowanie konfliktu niż na poszukiwanie rozwiązania czy rzetelne przedstawienie swoich racji. Środki, które służą eskalacji animozji są wręcz pożądane, przez co poziom dyskusji nieustannie spada. Programy, w których politycy mają szansę zaprezentować swoje poglądy są odbierane jako nudne i bez ikry. Polskie społeczeństwo obywatelskie znalazło się w szczególnie silnym potrzasku: z jednej strony napiera na nas nasza ewolucyjna spuścizna i naturalne ograniczenia (o których jeszcze będzie mowa), z drugiej zaś – mentalność, której korzenie sięgają PRL.

Mimo wszystko jednak, jak zauważą zapewne krytycznie nastawieni czytelnicy, w USA udało się wykształcić społeczeństwo obywatelskie, a u nas proces ten wciąż raczkuje. Wynikać to może m.in. właśnie z treści i formy rozrywki, z jaką społeczeństwo amerykańskie spotykało się niemal od początku upowszechnienia się telewizji. Amerykańska rozrywka, ba, amerykańska kultura przesiąknięte są mitem kariery „od zera do milionera” (ew. bohatera), czego echa odnaleźć możemy w scenariuszach wielu filmów, począwszy od *Supermana* na *Forreście Gumpie* kończąc. Motyw człowieka, który dzięki swym umiejętnościom, determinacji, silnej woli, przestaje być zwykłym zjadaczem chleba i zaczyna być kowalem swojego losu przewija się w amerykańskiej kulturze niezwykle często. Popularne są motywy pozornych strażników, którzy do końca walczą o swoje i odnoszą sukces (*Philadelphia*, *Skandalista Larry Flint*), subbohaterów na co dzień przebranych za przeciętniaków, a nierzadko za zwykłe fajtlapy (*Superman*, *Spiderman*, *Maska*), czy przedsiębiorczych indywidualistów osiągających życiowy cel lub ośmielających się porywać z motyką na słońce (*Prison Break*, *Independence Day*, *Braveheart*, *Patriota* czy nawet *Ojciec chrzestny*).

Warto zwrócić uwagę, że swoisty kult jednostki i jej siły sprawczej, nieograniczonego wręcz potencjału, rozpoczyna się bardzo wcześnie, na etapie kreskówek i filmów dla dzieci. Obrazy takie jak *Król Lew*, *Gdzie jest Nemo?* czy choćby *Shrek*, to przekaz zaszczepiający w małym odbiorcy wiarę we własne możliwości. Krótko mówiąc, tak jak istotą fabuły jest konflikt interesów, tak w fabule amerykańskiej wyjątkową popularnością cieszy się motyw konfliktu interesów wszechmocnego giganta z – pozornie – nic nieznaczącym liliputem. Morał, który płynie z takich opowieści jest jasny i często ubrany w refren piosenki ze ścieżki dźwiękowej, gdzie po prostu „wystarczy uwierzyć”, gdzie „każdy może być królem”, „wierzę, że mogę latać i dotykać nieba” itd. Banały? Może i banały. I bardzo dobrze! Jakkolwiek branie się za bary z życiem byłoby trudne, a wątki wyświechtane, wartości, zaszczepione w podobny sposób, z punktu widzenia społeczeństwa obywatelskiego stają się niezwykle cenne. Jednostka wierząca we własną siłę, uświadamiająca sobie swoją wartość to podstawa sprawnie funkcjonującej demokracji.

Starsi Panowie daleko od szosy

A w Polsce? A w Polsce prawdę tę media, politycy, autorytety przypominają głównie przy okazji wyborów, kiedy to decyzja o (nie)pójściu do urny często została już dawno podjęta. W odróżnieniu od Amerykanów, Polakom zafundowano blisko pięćdziesięcioletnie medialne pranie mózgu. Drogi oferty kulturalno-rozrywkowej po roku 1945 po dwóch stronach berlińskiego muru poszły w przeciwnych kierunkach. O ile na Zachodzie oferta telewizyjna mogła czerpać pełnymi garściami z okazji, które tworzyła wolnorynkowa konkurencja, o tyle w państwach bloku komunistycznego z przyczyn oczywistych wolny rynek nie wchodził w grę, zwłaszcza na płaszczyźnie przekazu informacji, potencjalnego zarzewia niebezpiecznej ideologii. Telewizja w interpretacji komunistów służyć miała informowaniu (zgodnemu z

duchem i nakazami partii) narodu i kulturalnej edukacji mas pracujących. O ile zachodnie stacje telewizyjne prześcigały się w walce o telewidza, faszerując go coraz gorszą z dekady na dekadę papką, o tyle telewizja PRL-u stawiała sobie długo za cel wydzwignięcie ludu robotniczego z przypisanej mu wcześniej ciemnoty i prostactwa, aby wszem i wobec udowodnić, że robotnik kraju komunistycznego to nie tylko góra mięśni i tępa siła, ale i intelektualna elita, że klasa robotnicza to nie tylko „klasa dla siebie”, ale i „klasa z klasą”.

Początki owej misji, które w fascynujący sposób opisuje Teresa Bogucka, mogły wyglądać ciekawie, jeżeli nie imponująco. Odpowiedzią na tego typu wymogi był *Kabaret Starszych Panów* – doskonała synteza treści i formy kabaretowej. To partyjna polityka medialna dała początek wyjątkowemu w skali światowej zjawisku Teatru Telewizji, na deskach którego występują po dziś dzień aktorskie znakomitości w spektaklach reżyserowanych przez wybitnych twórców. Podobnie sytuacja wyglądała w radiu, gdzie na wyżyny wspinała się forma słuchowiska. Inna sprawa, że oferta ta najwyraźniej nie szła w parze z zapotrzebowaniem, podaź przewyższała popyt. „Masom” najwyraźniej nie chciało się edukować zgodnie z partyjną wizją. Oglądalność *Kabaretu Starszych Panów* i Teatru TV była daleko mniejsza od spodziewanej i dopiero dziś, w czasach tęsknoty za „smaczkami” PRL, mówi się o tych propozycjach tak, jakby doskonałość formy przekładała się na rekordy popularności. Nie było tak. Kulturalna oferta, mimo że wysokich lotów, przegrywała z kretesem z produkcjami mniej wymagającymi, takimi jak *Cztery pancerni i pies*, *Stawka większa niż życie*, czy teatr sensacji Kobra (a zatem, po obu stronach żelaznej kurtyny, czy rządzącym się to podobało, czy nie, najlepiej do odbiorców trafiało łubu-dubu). Seriale te ściągały przed odbiorniki prawdziwe tłumy telewidzów, co cieszyło państwowy aparat ze względu na polityczny przekaz zawarty w każdym odcinku. Było to, rzecz by można, drugie oblicze peerelowskiej telerozrywki. Z jednej strony wysoka kultura, z drugiej – propaganda.

Łubu-dubu z aromatem Pewexu

Wraz z objęciem władzy przez ekipę Edwarda Gierka i jego pragnieniem dokonania gospodarczych cudów, również w telewizji zaczęło być widać programowe rozluźnienie i tęsknotę za Zachodem. Polska telewizja emitowała kilka zachodnich produkcji (oczywiście z gatunku *łubu-dubu*), dzięki czemu powiew zachodniej bryzy, wzmocnionej aromatem Pewexów, czuć było niemal w każdym domu. Z oferty telewizyjnej – mimo obecności zaaprobowanych przez komunistów zagranicznych kryminałów – wyłaniał się zupełnie inny obraz indywidualum niż z oferty obecnej na Zachodzie. Jednostka była tylko zagubionym w historyczno-politycznej zawierusze pyłkiem. Była kreowana na swoistą wypadkową procesów społeczno-historycznych. Swoistą ilustracją tej tezy mogą być dwa obrazy zrealizowane co prawda nie w tym samym czasie i w zupełnie innym duchu, jednak w doskonały sposób ukazujące pozycję człowieka w PRL-u. Pierwszy z nich to serial *Daleko od szosy*, przyjemna, krzepiąca, opowiedziana z humorem historia awansu społecznego. Awans – pozornie będący rezultatem samozaparcia głównego bohatera – w gruncie rzeczy zgodny jest z wzorcowym scenariuszem napisanym przez rządzących. Wizja na centymetr nie przekracza granic wyznaczonych przez partię. Drugim dziełem jest *Konopielka* nakręcona na podstawie znakomitej prozy Edwarda Redlińskiego. Postać Kaziuka „Bartoszeki” Bartoszewicza jest rozpaczliwym obrazem człowieka nie rozumiejącego nic z przemian, w centrum których się znalazł. Wobec czego skazany jest na klęskę. Człowiek był zdany na łaskę i niełaskę partii, jego ruchy były przez nią kontrolowane i przewidziane, jego trudności mogły być rozwiązane z jej pomocą albo wcale. Dzieła ukazujące jednostkę z innej perspektywy drogą na ekrany kin – nie mówiąc o telewizyjnym kineskopie – miały o wiele trudniejszą. Wystarczy wspomnieć *Człowieka z marmuru* Andrzeja Wajdy, który nie tylko wbijał kij w komunistyczne mrowisko, ale także, za sprawą postaci Agnieszki granej przez Krystynę Jandę, ukazał człowieka jako istotę pełną wewnętrznej siły i potencjału, zgodną przeciwstawić się woli

aparatu i dopiąć swego bez względu na wszystko. Ta wizja indywiduum od wizji partyjnej była biegunowo odległa.

Rozpuszczony *Homo sovieticus*

Niewykluczone, że długoletnie zetknięcie z tego typu treścią medialną wywarło na Polaków i przyszłość społeczeństwa obywatelskiego olbrzymi wpływ. Być może Polacy są narodem wyuczonym owej bierności wobec władzy, być może – nie do końca zdając sobie sprawę – są typem *Homo sovieticus* rozpuszczonego w bezkształtnej masie nie odczuwającej potrzeby wprowadzania swoich poglądów w życie.

Ilekczo spotykałem się z twierdzeniem, że Polacy – jeżeli w ogóle – idą za głosem populizmu, bo łatwiej, bo szybciej, bo dosadniej, i że to ów brak najmniejszej refleksji spycha kraj w przepaść, o tyle zawsze padała kontrteza, że jest to właśnie spuścizna PRL, że Polacy muszą nauczyć się demokracji i funkcjonowania pośród jej mechanizmów. Na gruncie socjologicznej teorii transformacji ustrojowej wszystko się zgadza. Tak radykalna zmiana systemu rządzenia nie może od razu przynieść pożądanych efektów. Od narodu ciemniejszego przez półwiecze trudno oczekiwać, że otrząśnie się ze wszystkiego, choćby i w dekadę i pod względem „obywatelskości” dogoni truchtem, bez zadyszki, społeczeństwa Zachodu. Od przełomu minęło jednak blisko dwie dekady, a ja nie mogę uwolnić się od wrażenia, że obywatelska postawa przeciętnego Polaka na początku lat dziewięćdziesiątych była w o wiele lepszym stanie niż teraz. Nie ma co się oszukiwać i zasłaniać żmudnym procesem „uczenia się demokracji”. Frekwencja wyborcza maleje, a w parlamencie zasiada coraz więcej ludzi z wyrokami lub, mówiąc delikatnie, z niewystarczającymi kwalifikacjami. Nie jest coraz lepiej, jest coraz gorzej. Jeżeli ucząc się demokracji coraz częściej oblewamy kolejne z niej egzaminy, to coś tu nie gra...

Dotychczas za kryzys w postawach Polaków zwykło obwiniać się przede wszystkim polityków. W ciągu kilkunastu lat Sejm stał się synonimem miejsca sporów, inwektyw i obelg przetaczających się z jednej strony sali na drugą. Słowo „polityk” kojarzy się dziś nie tyle z instytucją zaufania publicznego, ile z osobą tego zaufania jak i szacunku niegodną, człowiekiem o chwiejnych poglądach, oszołomem, ewentualnie „betonem”, charakteryzującym się awanturniczym, kłótliwym, często cynicznym usposobieniem. Za sprawą niektórych osobistości, polityk stał się nierzadko synonimem chama, czy – jeszcze gorzej – szui. Trudno się dziwić, że przeciętny szary Kowalski dochodzi do wniosku, że nie ma po co i na kogo głosować. Wydaje się jednak, że na problem ten spojrzeć można z jeszcze innej strony. Właśnie od strony oferty rozrywkowej oferowanych przez telewizję. Sądzę, że to również tam należy szukać przyczyn notorycznego oblewania egzaminów z demokracji.

W stronę zniewolenia? Biologia fabuł

Odejdźmy na chwilę od wątków społeczno-politycznych i spójrzmy na człowieka konsumującego rozrywkową ofertę z nieco innej perspektywy. Sięgnijmy nie do ubiegłego półwiecza, ale znacznie głębiej – do historii naszego gatunku. Błędem bowiem jest założenie, że jesteśmy dziećmi epoki postindustrialnej, że naszą matką jest telewizja a ojcem Internet. Choć zewsząd otacza nas feeria barw, danych, animacji, w głębi ducha pozostajemy potomkami afrykańskiej sawanny, nasz umysł powstał jako rezultat oddziaływania ze środowiskiem sprzed kilkuset tysięcy lat. Dlatego nie tylko rządzi się określonymi przez ewolucję prawami, ale także preferuje pewne konkretne treści, które w zamierzonych czasach przydatne były w walce o przetrwanie w środowisku naturalnym. Należały do nich wybór odpowiedniego środowiska, odnajdywanie pokarmu, dobór odpowiedniego partnera czy skuteczna obrona przed drapieżnikami. Niektórym wydać się może dziwne, że oto, sprzed telewizyjnych ekranów i cyberprzestrzeni, przenieśliśmy się na trawiaste równiny prehistorycznej Afryki, wycieczka ta jest jednak konieczna, by lepiej zrozumieć treść i formę,

jaką przybiera dzisiejsza rozrywka. Społeczne funkcjonowanie człowieka określone było niejako przez dwa wymiary – zewnętrzną przestrzeń stosunków z „obcym”, wywodzącym się z innych grup (rezultatem czego jest choćby ksenofobia) oraz pole działań ograniczone do własnego plemienia. Jednym z głównych problemów adaptacyjnych w plemienu było tworzenie trwałych koalicji, których uczestnicy zapewniony mieli udział w podziale zysków (dostęp do większej ilości pożywienia, czy większe szanse na rozród). Dobrze było być znajomym kogoś ważnego, albowiem znacznie ułatwiało to życie nie tylko głównemu zainteresowanemu, ale także jego rodzinie. Dlatego pogłębianie relacji społecznych, nawiązywanie nowych kontaktów oraz uważna obserwacja wewnętrznej dynamiki zespołu miała dla osobnika kolosalne znaczenie. Psychologowie ewolucyjni podejrzewają, że mechanizmy te zaangażowane są w dużym stopniu w percepcję treści rozrywki.

Serniczek dla mózgu

Zwróćmy uwagę, że to, co zdaje się szczególnie mocno absorbować naszą ciekawość, to zawiloci życia innych ludzi. Gęstniejące sieci relacji społecznych, komplikujące sytuację zagrywki, knowania, spiski, plotki, zdrady – oto, jakby to nazwał psycholog ewolucyjny Steven Pinker – typowy „serniczek dla mózgu”, lekkostrawna i smaczna papka, której konsumpcja sprawia nam dużą radość. Takim serniczkiem są m.in. komedie romantyczne i melodramaty, filmy szpiegowskie i kryminały. Z perspektywy psychologii ewolucyjnej treść fabularną badał także wybitny biolog Richard Alexander. Doszedł on do wniosku, że zarówno formy komedii, jak i tragedii dają się wywieść z bioewolucyjnej konstytucji naszego umysłu. W zamierzchłej przeszłości, sięgającej nawet 100-300 tys. lat wstecz, uwagę przedstawicieli gatunku *Homo sapiens* przyciągały wszystkie informacje, które w istotny sposób mogły wpływać na pozycję osobnika w grupie, pośrednio więc – i ten właśnie czynnik ma szczególne znaczenie z punktu widzenia ewolucji – na jego sukces reprodukcyjny. Seks i porządek dziobania – tak też w niebywałym (a jednak w dużym stopniu trafnym) skrócie przedstawić można dwa główne tematy fabuły. Tematy, które przewijały się w ludzkiej historii bez względu na czas czy kulturę, co zdaniem badaczy ewolucjonistów może świadczyć o naturalnych predyspozycjach stojących za takimi właśnie preferencjami. Romans i dążenie do osiągnięcia określonego statusu społecznego. Ale prócz seksu i porządku dziobania da się wyodrębnić jeszcze inne czynniki, pominięte przez Alexandra, ale również mogące wynikać z naszych psychoewolucyjnych predyspozycji. Z pewnością należeć do nich może przeciwstawienie sobie dwóch grup, w tym jednej, z którą widz wyraźnie się identyfikuje. Z tego powodu szczególnie atrakcyjne i przykuwające uwagę mogą się wydać obrazy pełne przemocy (przykładem tego mogą być takie filmy jak *Szeregowiec Ryan* czy *Władca Pierścieni*. Jest tam wyraźnie wyodrębniona grupa bohaterów, z którymi widz może się w pełni utożsamiać, podobnie wyraźnie nakreślony jest obraz wroga, innymi słowy jest wszystko, by w oglądającym odżyły atawizmy zbieracko-łowieckiej przeszłości). Idealnym przykładem „serniczka” jest bijący ostatnio rekordy popularności serial *Prison Break – Skazany na śmierć*, gdzie akcja prowadzona jest w taki sposób, by ani przez chwilę nie nużyć odbiorcy. Scenariusz składa się z niemal samych punktów kulminacyjnych, dramatycznych zwrotów akcji i pułapek, z których każda wydaje się nie do rozwiązania. Jest tam miejsce na odrobinę humoru, sensacji, romansu, a przyrządzony w ten sposób serniczek polany jest jeszcze słodkim sosikiem gierki, układów i zagadek. Oczywiście w zwykłym, poza-telewizyjnym świecie, takie scenariusze są mało prawdopodobne, nie oznacza to jednak, że nie mogą nas fascynować. Gdyby było inaczej, silikonowe implanty nie powinny mieć racji bytu. Powyższy psycho-ewolucyjny wywód miał na celu ukazanie, że istnieją pewne wynikające z naszej natury reguły, które w istotny sposób przemawiają do naszej wyobraźni. Widzów pociągają treści, w których przedstawione są perypetie innych ludzi, nierzadko okraszone knowaniami, seksem czy agresją, właśnie z tego względu, że treści owe stanowią

coś w rodzaju wysoce stężonych historii żywcem wziętych z życia społecznego *Homo sapiens*. Jest to coś w rodzaju niegroźnej autostymulacji, zupełnie tak jak jedzenie serniczka. Przedawkowanie deseru grozić może mdłościami. Czy zatem i źle przyrządzona rozrywka może szkodzić? Pora przyjrzeć się, jaki deser zostaje podany w rodzimej telewizji.

Propaganda bezsiły

Prawidła te głęboko wzięli sobie do serca dyrektorzy programowi poszczególnych stacji: jeśli chcesz wygrać z konkurencją, musisz przyciągać uwagę; jeśli chcesz przyciągać uwagę, daj ludziom to, czego pragną (patrz powyżej). Nie powinno więc dziwić, że w kanałach prywatnych zawsze znajdzie się dużo miejsca dla oferty spod znaku łubu-dubu [poprzednio łubu-dubu było pisane kursywą – TK], czy, jak to trafnie zostało określone przez jednego z amerykańskich badaczy, *kiss-kiss*, *bang-bang*. Niestety, wiele wskazuje na to, że nasze naturalne ograniczenia nie sprzyjają wykształcaniu się w mediach oferty programowej nakierowanej na racjonalny dyskurs, który byłby istotnym czynnikiem w procesie zrywania z „mentalnym dziedzictwem” PRL. Ponieważ ofertą rządzą nieubłagane prawa rynku, będzie ona poddawać się dyktatom wolnej konkurencji. Programy „bardziej wymagające”, okrojone do minimalnego wymiaru określonego przez KRRiTV i stosowne ustawy, w naturalny sposób przesuną się w obręb pasma mało popularnego – okołopołudniowego lub późnowieczornego. Górę weźmie oferta prostsza, łatwo zrozumiała, okraszona niewymagającym dowcipem. Coraz więcej programów, w tym programów publicystycznych, zacznie się do niej upodabniać.

Trend ten był doskonale zauważalny właśnie po roku 1989. Teresa Bogucka dokładnie opisała ewolucję tego zjawiska, ukazując, w jaki sposób programy publicystyczne, teoretycznie mające wpływać na formowanie się społeczeństwa obywatelskiego – przyjęły formę pustej pyskówki oraz jak pozycje rozrywkowe zaczęły obniżać swój poziom. Za punkt przełomowy uznać należy połowę lat osiemdziesiątych, kiedy to w polskich domach zagościła *Niewolnica Isaura*, a w ślad za nią kolejne południowoamerykańskie produkcje. Ich sukces zachęcił rodzimych producentów i pojawiły się pierwsze polskie telenowele. Dziś liczba takich tasiemców sięga kilkudziesięciu. Niektóre z nich emitowane są codziennie a liczba odcinków dawno przekroczyła tysiąc. Psychofizjolog Ernst Pöppel przywoływał niegdyś przykład samostymulującego się gryzonia, który ustawicznie naciskał dźwignię wysyłając impulsy elektryczne wprost do jego mózgu, pobudzające ośrodek odczuwania przyjemności. W rezultacie zwierzę poświęciło się tylko przyciskaniu „dźwigni rozkoszy”, zapominając o potrzebie jedzenia czy uzupełniania płynów. Skłaniałbym się ku ryzykownej tezie, że widz „stymulujący się” siedemsetnym odcinkiem serialu przypomina owego szczura. Przeżywa wakacyjną przerwę w dostarczaniu ulubionych bodźców, odczuwa stres w związku ze zbliżającym się zakończeniem lub pominięciem choćby jednego odcinka. Nie jestem pewien, czy termin „świadomy odbiorca” czy „suwerenny podmiot” jest w tym przypadku właściwy. Właściwsze byłoby użycie terminologii z zakresu terapii uzależnień. Ponieważ immanentną cechą współczesnej telewizji staje się seryjność i cykliczność, można zaryzykować twierdzenie, że charakter tego medium sprzyja zachowaniom podobnym do uzależnienia. Każdy element oferty powinien być na tyle atrakcyjny, by widz zechciał go obejrzeć kolejny raz. Mało tego, przy końcu jednego programu pojawiają się zapowiedzi następnego, co ma skłonić widza do pozostania w fotelu. Telewizja staje się nieprzerwanym *show*, a pomiędzy salwami śmiechu i braw trudno prowadzić poważne rozmowy o przyszłości kraju, nic zatem dziwnego, że owo medium ma problemy w zaszczepieniu w Polakach obywatelskiej świadomości.

Pojedynek na „haki”

Niegdyś niepodważalnym elementem porządnego programu publicystycznego był ekspert, autorytet, ktoś, z kogo zdaniem można było natychmiast skonfrontować wywody zaproszonego gościa. Dziś ekspert także może się pojawić, jednak dyskusja często przeradza się w kłótnię, ku uciesze nadawcy i ze szkodą dla widza. Programy w stylu „Sto pytań do...”, nieubłaganie ewoluowały w stronę *talk-shows*, gdzie górę nad rozsądnym wywoodem biorą emocje, zamiast jednego gościa często pojawia się ich więcej, dobranych tak, by po krótkim czasie skoczyli sobie do gardeł. Niestety podobną formę przyjmują programy prowadzone nawet przez doborowych dziennikarzy, jak „Co z tą Polską”, „Debata” czy niegdysiejsze „Forum”. Nawet sielska na pierwszy rzut oka atmosfera „Kawy na ławę”, ze stołem zastawionym soczkiem, kawką i rogalikami, nic nie da, jeżeli przy stole usiądą przedstawiciele poszczególnych ugrupowań i miast dyskutować, zaczną uprawiać niekończącą się kampanię wyborczą i rzucać sobie w twarz oszczerstwa i epitety. Smutna prawda jest taka, że ze spotkań z politykami niewiele wynika, argumenty są dobrze znane jeszcze przed „otwarceniem ognia”. Programy te, jeżeli stają się dla przeciętnego widza interesujące, to tylko ze względu na silny ładunek emocjonalny, agresję, rywalizację, czyli... składniki z doskonale znanej psycho-ewolucyjnej receptury na pyszny serniczek. Widz zasiadający przed telewizorem coraz rzadziej ma nadzieję na spotkanie z konstruktywną krytyką, częściej z kolei na pojedynek na „haki”. Nie sprzyja to budowaniu społeczeństwa obywatelskiego, czy choćby elementarnej świadomości siły jednostki w demokratycznym państwie. Rośnie natomiast przekonanie o bezsilności, wiecznym sporze „na górze” i walce o stołki.

Swoistym papierkiem lakmusowym tego rodzaju tendencji stają się programy *stricte* reporterskie takie jak „Uwaga” (i jej klony w stacjach konkurencyjnych), czy „Sprawa dla reportera” Elżbiety Jaworowicz. Pozycje te chyba nie do końca świadomie, niemniej wciąż intensywnie, lansują coś w rodzaju „obywatelskiego imposybilizmu” (kolejny przykład echa PRL). Występujący w nich bohaterowie przedstawiani są niebezpiecznie często jako ofiary rzucone na pastwę bezdusznego aparatu państwowego, krwiożerczych urzędników, potężnej instytucji rozdeptującej z zapalem maluczkich... Krótko mówiąc, są mięsem armatnim miażdżonym a to w trybach prywatyzacji, a to biurokracji, a to meandrów chybionej polityki społecznej itd. Ludzie, którym się udało, którzy z sukcesem prowadzą swoją małą przedsiębiorczość, nie są tak medialnym tematem, chyba, że zbijają kokosy w niekonwencjonalny sposób. Bez tego ta swoista (i potrzebna!) propaganda sukcesu nie ma szans w telewizji zaistnieć. Miałoby być propagandę bezsilności: sam, człowieku, nie zdziałasz nic. Masz przeciwko sobie państwo, prawo i urzędy. Reporterzy zdają się zapominać, że represje dotyczące bohaterów często są rezultatem postępowania prawnego trwającego parę lat (na przykład w przypadku egzekucji komorniczych), że ludzie „zza barykady” to nie sępy, które za chwilę rzucają się na wyschnięte, jeszcze półżywe ścierwo, tylko pracownicy wypełniający swoje obowiązki. Tymczasem media ukazują to jako „nas” – pokrzywdzonych, broczących krwią i „onych” – czyhających na nas i dążących do naszej zguby. Co gorsza, przyczyniają się do ugruntowania opinii, że z prawem można być na bakier, a i tak próbować dopiąć swego. To przekonania warte stada samotnych strzelców, ale nie obywateli pragnących zmian w swoim życiu i kraju.

Smutny obraz sprzed telewizora

Co zatem można powiedzieć o dzisiejszym telewidzu-obywatelu, bazując na ofercie programowej, którą serwują mu media?

1. Przede wszystkim to, że znajduje się pomiędzy młotem a kowadłem. Z jednej strony – pozostaje bezwolnym konsumentem prostych rozrywkowych treści, których działanie, w oparciu o jego naturalne mechanizmy, sprawia iż łatwiej uzależnia się on od tego rodzaju bodźców. Postman zapewne powiedziałby, że przekaz telewizyjny, zwłaszcza ten, z którym

mamy do czynienia dziś, niemalże ze swej natury działa ogłupiająco. Człowiek atakowany stekiem nieistotnych z obiektywnego punktu widzenia i bezwartościowych doniesień w serwisach informacyjnych (np. o świątowym dniu kota, świątecznym szale zakupów czy załamaniu nerwowym uczestnika *reality-show*), stopniowo oducza się krytycznej oceny treści, którymi jest faszerowany. Poprzeczka dla telewizyjnych propozycji zdaje się być notorycznie opuszczana, natomiast odwrócenie tego trendu wydaje się być zabiegiem nie tylko trudnym, ale i ryzykownym oraz nieopłacalnym. Klient, który nie kontestuje, racząc się odcinkami ulubionej telenoweli (i ich powtórkami), to klient bezpieczniejszy i pewniejszy.

2. Z drugiej strony, angażowanie się w spór o przyszłość kraju, innymi słowy stawanie się elementem społeczeństwa obywatelskiego, jest utrudniane nie tylko przez zaniżanie standardów kultury politycznej. Dzieje się tak również z winy oferty programowej, która nie tylko nie skłania do krytycznego podejścia względem tego, co się ogląda, ale na dodatek powiela i umacnia wzory bohaterów rodem z PRL-u. Nieustanne powtórki, spotkania z bohaterami filmów z lat 50 i późniejszych, to nie tylko niegroźne podróże sentymentalne. Zapominamy, że są to obrazy zatwierdzone przez inną władzę, kierującą się innymi zamiarami wobec jednostki. Człowiek pojawia się w nich nie jako przedsiębiorczy podmiot, ale raczej jako nieistotny trybik w maszynie, istota zagubiona i słaba. Kontrast takiej oferty z hasłami wspierającymi dążenie do samospełnienia, wiary we własny potencjał, wpajany od ponad pięćdziesięciu lat dzieciom na Zachodzie i za oceanem – jest rażący i dramatyczny. Miast obrazu silnej jednostki, przekonanej o swojej wartości i znaczeniu, jakie odgrywa w społeczeństwie i państwie, otrzymujemy papkę składającą się na mizerny cień człowieka, zależnego od państwa, które raz na jakiś czas raczy się nad nim i jego losem pochylić.

3. Po trzecie uważam, że mamy do czynienia ze swoistym błędnym kołem (klient ogląda prostą rozrywkę, skonstruowaną tak, by absorbować jego uwagę, i trudno mu przełączyć się na program poważniejszy, ponieważ wymaga to zaangażowania i wysiłku intelektualnego, co jest mało nęcące). Innymi słowy, trudno oczekiwać, by nagle miliony widzów zmieniło zdanie i nad prostackie filmy czy banalne teleturnieje przedłożyło rzeczowe dyskusje polityków z ekspertami. Z podobnych przyczyn statystyczny Polak czyta pół książki na rok (wynik i tak zawyżany przez marny odsetek czytających).

Czy oznacza to, że społeczeństwo obywatelskie rodzić się będzie w bólach z masy, która o sobie decydować nie chce, bo nie ma sensu a ochoty brak, która w polityczny spór angażować się nie lubi i która o niepowodzenia oskarża wszystkich naokoło, prócz siebie? A zamiast wziąć sprawy w swoje ręce woli raczyć się tele-serniczkim upichconym z rąbarki, seksu i powtórek, który to istniejący kryzys wydaje się tylko pogłębiać? Wiele na to wskazuje. Poród trwa i jest ciężki. Oby ta ciąża nie okazała się martwa.

Tomasz Kozłowski