





**ANNA MALEWSKA-SZAŁYGIN** – dr hab., adiunkt w Instytucie Etnologii i Antropologii Kulturowej Uniwersytetu Warszawskiego. W latach 1999-2005 realizowała na Podhalu projekt badawczy zakończony książką pt. *Wyobrażenia o władzy i państwie we wsiach nowotarskich* (2008). Wyniki badań prowadzonych w latach 1993-1996 na Mazurach dotyczących lokalnych wizerunków władzy gminnej zostały podsumowane w pracy pt. *Wiedza potoczna o sprawach publicznych* (2003). Tematem wcześniejszych prac badawczych była wiedza lokalna o przeszłości wsi i okolicy. Wyniki kolejnych projektów badawczych relacjonowała w artykułach ukazujących się w „Etnografii Polskiej”, w „Kulturze i Społeczeństwie” oraz zbiorowych publikacjach anglojęzycznych i w internetowym czasopiśmie „Anthropology Matters” (1/2006).

Anna Malewska-Szałygin

## WIDZ WOLNY CZY BEZWOLNY?

Na pytanie „media wolne czy bezwolne?” proponuję odpowiedź antropologiczno-etnologiczną. Patrząc z antropologicznego punktu widzenia, czyli z perspektywy bliskiej codziennemu ludzkiemu doświadczeniu, można zapytać o wolność egipskiej chłopki oglądającej telewizyjne melodramaty, o wolność młodych nigeryjskich Hausa komentujących bollywoodzkie seriale, o wolność indyjskich wieśniaków śledzących ekranizację *Ramayany*. Komplikuując nieco kwestię wolności mediów, proponuję rozważenie tego, w jakim stopniu odbiorca bezwolnie poddaje się przekazywanym przez media przesłaniom, a w jakiej mierze może je przetworzyć i dostosować do swoich celów. Proponuję zapytać o to, co dzieje się z przesłaniem przekazywanym przez media w chwili, gdy zderza się ono z wiedzą i językiem zupełnie odmiennym od dyskursu producentów medialnych, gdy natrafia na lokalną wiedzę potoczną słabo wykształconych, wiejskich odbiorców. Odpowiedzi na te pytania zamierzam poszukać w publikacjach referujących wyniki etnograficznych badań terenowych.

### *Specyfika mediów masowych*

Aby rozważyć odbiór mediów z zaproponowanej perspektywy, trzeba poczynić kilka założeń. Jako fundamentalne należy przyjąć dość oczywiste twierdzenie, że wytwarzany przez producentów przekaz medialny nie jest odbiciem rzeczywistości. W przypadku programów referujących bieżące wydarzenia, medialne obrazy i narracje kompilowane są z rozproszonych zapisów zdarzeń rzeczywistych. Arjun Appadurai proponuje określenie „mediaobrazy” (*mediascapes*) na opisanie „produkowanych przez prywatne czy państwowe przedsiębiorstwa – obrazocentrycznych, narracyjnych relacji ze skrawków rzeczywistości” (Appadurai 2005, s. 52 i 55). Owe narracje są wynikiem producenckich wyborów i pomysłów kompilacyjnych. Warto podkreślić arbitralność tych decyzji i ich zależność od linii ideowej rady programowej danej stacji telewizyjnej czy radiowej. W efekcie program relacjonujący bieżące wydarzenia jest raczej „uprzedmio-

towionym światopoglądem” (Debord 2006, s. 34)<sup>1</sup> niż odbiciem rzeczywistości. Założenia ideowe producentów, będące podstawą konstruowania mediaobrazów, Michel de Certeau nazywa „strategiami” (De Certeau 2008, s. XLII). Ten komponent ideologiczny zwykle jest ukrywany poprzez stosowanie specyficznej konwencji przekazu pozwalającej producentom na „wykreowanie wrażenia obiektywności”, „stworzenie iluzji gruntownej faktyczności” (Herzfeld 2004, s. 405). Dlatego producenci opatrują emitowane programy nazwami „Wydarzenia” czy „Fakty”. Tego rodzaju tytuły zwieńczają wysiłek wytwarzania iluzji czystej referencyjności, fikcji o doskonałej przystawalności do rzeczywistości.

O ile zakładany przez producentów odbiorca może uznać mediaobrazy za odbicie „czystych wydarzeń” i „nagich faktów”, o tyle badacze mediów zgodnie podkreślają, że relacja pomiędzy medialnym obrazem a rzeczywistością jest tak dalece zapośredniczona, że można je nazwać „symulakrami”, czyli anty-znakami, które nie odsyłają do znaczonej realności, ale przeciwnie wypierają i unicestwiają rzeczywistość, zastępując ją „hiperrealnością” (Baurillard 2005, s. 41). W wyniku tego procesu wypierania to nie fakty czy wydarzenia, ale „opowieści o tym, co się dzieje, stanowią naszą ortodoksję”. Symulakry „zakrywają zdarzenie» to znaczy czynią z niego nasze legendy. [...] Opowieści owe mają niezwykłą moc [...] wytwarzania rzeczywistości za pomocą pozorów” (De Certeau 2008, s. 187).

Jeśli zaufać Michelowi de Certeau, producenci przekazu medialnego mają moc wytwarzania obrazu tak sugestywnego, że zastępuje i wypiera rzeczywistość. Tym samym zyskują fundamentalną władzę określania tego, co jest rzeczywiste. Odnosząc się do popularnych stwierdzeń opisujących media jako czwartą władzę, należałoby uznać, że moc stanowienia rzeczywistości jest władzą zupełnie podstawową, a zatem raczej pierwszą niż czwartą. Ta absolutyzująca, totalizująca wizja potęgi mediów byłaby niezwykle przygnębiająca, gdybyśmy nie spojrzeli na cały proces z drugiej strony i nie zapytali, co z przekazem medialnym robią odbiorcy. Co dzieje się z wytwarzanymi przez producentów mediaobrazami, gdy docierają do konsumentów? To pytanie zmusza do przyjrzenia się relacji pomiędzy ideowym przesłaniem emitowanych programów a lokalną wiedzą potoczną widza czy słuchacza.

---

<sup>1</sup> „Życie społeczeństw, w których panują nowoczesne warunki produkcji, przypomina olbrzymie zbiorowisko spektakli. Wszystko, co dawniej przeżywano bezpośrednio, oddaliło się, przybierając postać przedstawienia. [...] Częstkowe ujęcia rzeczywistości scalają się w nową, ogólną jedność, tworząc wyodrębniony pseudoświat. [...] W spektaklu nie należy się dopatrywać zwykłego nadużycia technik masowego rozpowszechniania obrazów. Jest to raczej wizja świata, która stała się rzeczywista, znalazła materialny wyraz; uprzedmiotowiony światopogląd” (Debord 2006, s. 33-34).

### *Od wiedzy potocznej do mètis*

Rozważenie związku pomiędzy przekazem medialnym a wiedzą potoczną wypada rozpocząć od objaśnienia tego ostatniego pojęcia. Badacze społeczni lat sześćdziesiątych interesowali się zasadami konstruowania „wiedzy życia codziennego” (Shutz 1984), sposobami „społecznego tworzenia rzeczywistości” (Berger, Luckmann 1983). Opisywali procesy typizacji, generalizacji, idealizacji, poprzez które ludzkie doświadczenia są utrwalane, przetwarzane i zmieniane w wiedzę potoczną. Antropologowie uzupełniali te dociekania, wskazując kulturowe uwarunkowanie myślenia potocznego i podkreślając wielość kulturowo zróżnicowanych zdrowych rozsądków (Geertz 2005). Twierdzili przy tym, że zależność pomiędzy *common sense* a doświadczeniem nie jest prosta i w żadnym razie nie można uważać wiedzy zdroworozsądkowej za wywiedzioną wprost z doświadczenia, gdyż stanowi ona raczej zbiór kategorii uprzednich, umożliwiających interpretację bieżących doświadczeń (Geertz 2005, Sahlins 2006).

Filozofowie od czasów Oświecenia nieufnie odnoszący się do funkcji poznawczych zdrowego rozsądku (Hołówka 1986) podkreślali heterogeniczność wiedzy potocznej, na którą składają się okruchy różnych systemów idei, takich jak teorie naukowe czy doktryny religijne, z których użytkownicy kierowani pragmatyczną potrzebą spójnej wizji świata konstruują całość pseudohomogeniczną (Niżnik 1991). W ten sposób powstaje specyficzne narzędzie poznawcze, które użytkownikom wydaje się spójną całością, a epistemologom niekoherentnym, niemethodycznym *bricolage'm* – jeśli użyć terminu Claude'a Lévi-Straussa.

Z czasem pojęcia „wiedza potoczna”, myślenie zdroworozsądkowe, *common sense* w publikacjach antropologicznych ustąpiły miejsca kategorii dyskurs zwykle uzupełnionej przymiotnikami potoczny lub lokalny. Od czasów Michela Foucaulta i Pierre'a Bourdieu kategoria ta stała się popularnym narzędziem badaczy społecznych. Dyskurs łączy wiedzę ze sposobami jej wyrażania. W dyskursie idee są nie tylko ujawniane za pomocą mowy, pisma, działań czy gestów, ale przede wszystkim są w dyskursie konstruowane i nieustannie przekształcane. Najkrócej rzecz ujmując, dyskurs to sposób myślenia/mówienia dotyczący określonej sfery rzeczywistości, który pokonał inne sposoby myślenia/mówienia i stał się obowiązujący (czy inaczej hegemoniczny) dla danej grupy ludzi, w konkretnym czasie i miejscu. Przyjmując takie uproszczone objaśnienie, należy pamiętać, że istnieje wiele definicji tego pojęcia, od klasycznych, oskarżanych o zapędy totalizujące ujęć Foucaulta, po bardziej użyteczne dla antropologa podejścia Nigela Rapporta (2000) czy np. Perle Møhl (1997). Wiele jest też szczegółowych wytycznych jak badać dyskursy (*Dyskurs...* 2001, *Krytyczna...* 2008).

Na przełomie wieków XX i XXI popularność w naukach społecznych zyskały kategorie podkreślające znaczenie komponentu wyobraźni w konstruowaniu pewników wiedzy potocznej. Jako przykład można przywołać „wyobrażenia” i „obrazy” (*scapes*) należące do języka teorii Arjuna Appadurai (2005, s. 52-58) czy „imaginaria społeczne” Charlesa Taylora (2010, s. 37). Objaśnienia tych terminów są dość odległe od Durkheimowskiej koncepcji „wyobrażeń zbiorowych”, przede wszystkim unikają jej obiektywizującego charakteru. Warto tu zaznaczyć, że Appadurai często powraca do języka Emila Durkheima, na przykład chcąc podkreślić współczesny wpływ wyobraźni na ludzkie decyzje i działania, pisze, że współcześnie „wyobrażenia przekształciła się w kolektywny fakt społeczny” (Appadurai 2005, s. 13). Ja również posłużyłam się pojęciem wyobrażenia, interpretując góralskie rozmowy na temat państwa i władzy (Malewska-Szałygin 2008).

Obecnie modne stało się przywoływanie greckiej kategorii *mètis*, przypominanej przez Detienne’a i Vernanta (1978). To pojęcie okazało się nośne, ponieważ podkreśla nie tylko związek wiedzy i języka jak kategoria dyskurs, ale także wiąże pojęciowym węzłem sferę praktyk. *Mètis* – to „pewien rodzaj inteligencji, która jest zawsze »zanurzona w jakiejś praktyce«, w której łączą się »inteligencja, przenikliwość, przewidywanie, elastyczność myślenia, podstęp, zaradność, baczna uwaga, wycucie chwili, różne umiejętności, nabyte stopniowo doświadczenie«” (De Certeau 2008, s. 82). Vernant, jako przykład *mètis*, podaje sprytnie fortele Odyseusza (Vernant 2000). James Scott, popularyzujący tę kategorię w antropologii, uważa *mètis* za „broń słabych”<sup>2</sup>, za najistotniejszy czynnik ograniczający dyscyplinujące starania wielkich instytucji nowoczesnych, takich jak państwa, wielkie korporacje, światowe organizacje czy media, których totalizujące zapędy nie zmniejszyły się w czasach późnej nowoczesności (Scott 1998). *Mètis* to lokalna „*cunning intelligence*” (Scott 1998, s. 313), czyli przebiegłość, spryt, chytrych słowem „praktyczne umiejętności niezbędne by radzić sobie w nieustająco zmieniającym się naturalnym i społecznym środowisku”, umożliwiające „skuteczną adaptację do wciąż pojawiających się nowych sytuacji” oraz „ciągłe przechytrzenie nie tylko ludzkich przeciwników” (tamże, s. 313). *Mètis* to wiedza „partyzancka” (tamże, s. 318), opozycyjna do hegemonicznego dyskursu. Wiedza adekwatna do konkretnej rzeczywistości i dzięki temu unikająca uproszczeń wielkich, abstrakcyjnych teorii (tamże, s. 316). To opis rzeczywistości dostarczający praktycznych reguł postępowania w danej, ściśle określonej sytuacji (tamże, s. 316) i dlatego zawsze mający charakter lokalny (tamże, s. 317). Tak objaśniana *mètis* bierze udział w procesie odbioru mediów masowych.

---

<sup>2</sup> Nawiązanie do najpopularniejszej książki Jamesa Scotta *Weapons of the Weak* (1986).

### *Przekaz medialny a mètis*

Stuart Hall w słynnym szkicu *Encoding/decoding* (1980) podkreślał, że widzowie i słuchacze nie są biernymi odbiorcami przekazu medialnego, ale aktywnymi podmiotami twórczo przekształcającymi ten przekaz w procesie odbioru. De Certeau dowodził, że choć producent ma swoje „strategie” (2008, s. XLII) kierujące tym, jak i w jakim celu konstruuje nadawane treści i obrazy, konsument odpowiada na nie specyficznymi „taktikami” odbioru (tamże, s. XLII)

Zracjonalizowanej, tyleż ekspansywnej co scentralizowanej, hałaśliwej i spektakularnej produkcji odpowiada *inna* produkcja zwana „konsumpcją”: jest ona podstępna i rozproszona, przenikająca wszędzie, cicha i jakby niewidoczna, gdyż nie ujawnia się za pomocą własnych produktów, ale przez *sposób używania produktów* narzuconych przez dominujący porządek (tamże, s. XXXVI).

Tak rozumiane taktyki to dowody lokalnego sprytu, przejawy lokalnej *mètis*. Podążając za myślą de Certeau, badacz odbioru mediów powinien postawić pytania: jak odbiorcy „używają produktów narzuconych przez dominujący porządek przekazu medialnego?”, jaki „użytek środowiska »popularne« czynią z kultury »elit« wytwarzających język”?, jak „narzucony zasób wiedzy i symboliki [staje się] przedmiotem manipulacji dokonywanych przez użytkowników nie będących jego wytwórcami” (tamże, s. 33).

Przyjmując, że „media odznaczają się [...] wyraźną ciągłością ze sferą codziennego doświadczenia, której w pewnym stopniu nadają też kształt i poprzez którą są interpretowane” (Herzfeld 2004, s. 407), można zapytać, w jaki sposób przekaz medialny oddziałuje na codzienne doświadczenia rozmówców oraz jak wykorzystują oni własne doświadczenia i kategorie uprzednie do interpretowania treści przekazywanych przez media. W swoim wywodzie o mediach Michael Herzfeld podkreśla, że medialne wizerunki stają się „krytycznym składnikiem” potoczności (tamże, s. 416), i postuluje, by badając oddziaływanie owego krytycznego składnika, przyjrzeć się wnikliwie „sile, z jaką przedstawienia medialne uczestniczą w konstruowaniu współczesnych wyobraźni, tożsamości i stosunków władzy” (tamże, s. 404).

### *Etnograficzne badanie odbioru przekazu medialnego*

Zainteresowanie „użytkowaniem” mediów wymusza zmianę technik badawczych. Badania odbioru mediów prowadzone są zwykle przez specjalizujące się w tym firmy działające na zlecenie producentów. Tego rodzaju badania mające najczęściej charakter ilościowy, uzupełniane są badaniami jakościowymi,

prowadzonymi metodami socjologicznymi. Tymczasem badanie „użytkowania” mediów wymaga zupełnie innych procedur. Aby uchwycić to, co z przekazem medialnym robi konsument, trzeba być na miejscu czas dłuższy, trzeba wejść z nim w pewną zażyłość, trzeba „podzielać ich doświadczenie społeczne” (Hastrup 2008)<sup>3</sup>. Wszystkie te wymogi spełnia technika etnograficznych badań terenowych, czyli „badań prowadzonych w warunkach społecznej zażyłości, z udziałem rzeczywistych informatorów” (Herzfeld 2004, s. 406). „Etnografia daje nam możliwość idealnego dostępu do miejsca, w którym zbiegają się z jednej strony lokalne formy percepcji i praktyki, z drugiej zaś produkowane na skalę masową formy przedstawiania” (tamże, s. 410).

Podejście etnograficzne umożliwia dostrzeżenie tego, jak przekaz medialny jest użytkowany, które z jego elementów przenikają do dyskursów lokalnych i wpływają na praktyki. Trafiając do dyskursu lokalnego, treści wyrwane z kontekstu przekazu medialnego ulegają transformacji. Badanie metodą etnograficzną pozwala na uchwycenie tego dyskursywnego „udomowienia” języka mediów w języku wiejskich rozmów. Okruchy przekazu medialnego przenikające do lokalnych dyskursów stają się motorem nowych praktyk, nie do końca zbieżnych z intencjami producentów. Badania etnograficzne, polegające na dłuższym pobycie w terenie i na podzieleniu doświadczenia rozmówców dają możliwość zaobserwowania tego rodzaju praktyk oraz wychwycenia ciągłości pomiędzy dyskursami a praktykami.

### *Etnograficzne badania użytkowania mediów na przełomie XX i XXI w.*

Pół wieku temu wyrażano obawy, że telewizja, integrując „globalną wioskę” doprowadzi do homogenizacji kultury (McLuhan 2004, s. 458). Liczne badania etnograficzne pokazały, że była to sugestia upraszczająca, bowiem odbiorcy „mogą interpretować przekazywane przez telewizję treści w sposób całkowicie odmienny od zamierzeń ich twórców” (Herzfeld 2004, s. 413). Dzieje się tak dlatego, że „ludzie podchodzą do mediów z perspektywy swych licznych subiektywności, na które wpłynęło całe »mnóstwo praktyk dyskursywnych«, z jakimi mieli do czynienia na przestrzeni całego życia” (tamże, s. 412).

---

<sup>3</sup> „Choć oczywiście nie możemy doświadczać świata z perspektywy innych, możemy jednak podzielać ich doświadczenie społeczne. W istocie nie istnieje doświadczenie niepodzielane z nikim. Podzielanie go oznacza natomiast, że jesteśmy częścią wydarzeń: właśnie to miejsce daje nam zupełnie wyjątkowy klucz do zrozumienia światów i tego, jak się je konstrykuje i przekształca; jak w obrębie badanego przez nas układu wydarzeniowo-przestrzennego przypisuje się jednostkom pozycje” (Hastrup 2008, s. 65).

Jeden z barwniejszych przykładów lokalnej interpretacji znacznie odbiegającej od zamierzeń producentów opisał Brian Larkin w tekście dotyczącym odbioru filmów z Bollywood w północnej Nigerii (1997). Dla islamskiego ludu Hausa indyjskie produkcje okazały się zwiastunami rewolucji obyczajowej! Bollywoodzkie filmy stanowiły dla nich kluczowe źródło wiedzy o tym, jak wygląda odległy, nowoczesny, wolny świat, w którym młodzi są pozbawieni kontroli starszyny plemiennej. Filmowe wizje, budując w młodych Hausa poczucie zniewolenia pętami islamskiej moralności, rodziły rewolucyjną potrzebę podążania za głosem romantycznej miłości. Taki odbiór indyjskich filmów jest o tyle zaskakujący, że europejskim widzom filmowe intrygi z Bollywood kojarzą się z dziewiętnastowieczną literaturą obyczajową, a problemy poślubienia wybranki serca wbrew woli ojca nie wydają się ideą wywrotową. Badania Larkina pokazują, jak dalece różne może być odczytanie przekazu medialnego w zależności od kontekstu kulturowego, w którym jest on odbierany, oraz jak bardzo wolnościowe przesłanie mediów zależy od rozumienia wolności charakterystycznego dla lokalnej wiedzy potocznej.

W późniejszym tekście Brian Larkin (2002) rozważa inny aspekt oddziaływania mediów na mieszkańców Nigerii. W tym przypadku skupia się na znaczeniu kina rozumianego materialnie, jako budynek, a ściślej miejsce do którego „się chodzi”. Z analizy literatury przedmiotu wynika, że w czasach kolonialnych Brytyjcy kolonizatorzy budowali kina przy eleganckich hotelach, traktując je jako miejsce rozrywki, kultury i edukacji dla białych. W latach powojennych, zbudowano w nigeryjskim mieście Nano kino dostępne dla miejscowej ludności. Jak wynika z badań terenowych, dla muzułmańskiej społeczności Hausa kino było przestrzenią ze wszech miar podejrzaną. Umieszczono je w tej części miasta, w której nie mieszkają „porządni ludzie”, a raczej przebywający z dala od swych rodzin robotnicy najemni, gdzie znajdują się lokale rozrywkowe i prostytutki. W efekcie pójście do kina w mieście Kano było zupełnie innym doświadczeniem dla Brytyjczyka i dla Hausa. Co więcej, było czym innym dla nigeryjskiego mężczyzny i kobiety, dla kobiet bowiem organizowano osobne spektakle, umożliwiające im obejrzenie filmu bez podzielenia zamkniętej przestrzeni z obcymi mężczyznami. Rozważania Larkina pokazują wolnościowe przesłanie nie tylko przekazu medialnego, lecz nawet samej przestrzeni kontaktu z mediami, jaką jest kino. Można tylko zadumać się nad tym, czy „wolność od” islamskiego ładu moralnego prowadziła do jakiejś nowej konstruktywnej „wolności do”, mówiąc językiem Ericha Fromma.

O ile Larkin rozważał oddziaływanie mediów jako narzędzia upowszechniania bardziej nowoczesnych wzorów obyczajowych, o tyle Faye Ginsburg

podkreśla przeciwstawny aspekt mediów. Analizując fenomen powstania tubylczej telewizji emitowanej od 1991 r. przez Inuitów zamieszkujących autonomiczny okręg nad Zatoką Hudsona w Kanadzie, pokazuje, że telewizja może stać się potężnym narzędziem pozwalającym nie tylko na „zobiektywizowanie własnej tożsamości” i pokazanie jej szerokiej telewizyjnej widowni, lecz również może się stać narzędziem przywracania społecznej pamięci poprzez filmowanie wspomnień starych ludzi, poprzez rekonstrukcję dawnych sposobów mieszkania, polowania czy obróbki skór. Innym sposobem ożywiania tradycji może być ujmowanie w nową, filmową formę dawnych eposów czy mitów, czego przykładem jest inuicki film *Atanarjuat* nagrodzony w Cannes w 2001 r. Najważniejszym wnioskiem z badań Ginsburg jest przekonanie, że media są nie tylko nośnikiem nowinek obyczajowych, lecz także mogą „nadawać nowy autorytet starej kulturze oralnej” (Ginsburg 2002, s. 43). Wracając do terminologii Fromma, opisywane przez Ginsburg oddziaływanie mediów to niewątpliwie ciekawy przykład realizowania „wolności do”. W tym przypadku media umożliwiają nagłośnienie lokalnego dyskursu i udostępnienie lokalnej wiedzy szerszemu odbiorcy. W procesie obiektywizacji i popularyzacji tożsamość, tradycja, wiedza potoczna Inuitów ulegają zmianom, nie do końca przewidywanym.

Pozostając w kręgu kultur postkolonialnych, warto przywołać tekst Richarda Wilka (2002) relacjonujący wyniki badań w środkowoamerykańskim, karaibskim państwie Belize. Wilk podkreśla rolę czynnika czasowego w konstruowaniu i podtrzymywaniu dominacji kolonialnej. Twierdzi, że zapóźnienie było konstytutywną cechą kolonii, do których nowinki z metropolii docierały zawsze po pewnym czasie. Lokalna elita, mająca lepszy kontakt z metropolią, była grupą, która wcześniej od innych przyswajała sobie nowoczesne rozwiązania kulturowe, techniczne czy technologiczne, umacniając tym samym swój społeczny prymat. Kolonialne wykorzystanie czasu jako narzędzia i gwaranta dominacji zostało przełamane przez anteny satelitarne, w sposób natychmiastowy przekazujące programy telewizyjne z jednej części świata do drugiej. Rewolucyjna rola telewizji satelitarnych polega na tym, że najnowsze filmy, seriale, przeboje muzyczne docierają wszędzie w tym samym momencie. W ten sposób media satelitarne dokonują zamachu na postkolonialną dominację. Znosząc dystans czasowy między dawną metropolią i koloniami, dają mieszkańcom tych ostatnich wolność jednoczesnego uczestnictwa w globalnej kulturze popularnej, uwalniając dawne kolonie od stygmatyzującego zapóźnienia. W efekcie dyskurs lokalny w Belize absorbuje nowości w tym samym momencie, w którym docierają one w inne miejsca na ziemi, co zasadniczo zmienia jego „tubylczy”, czyli „zapóźniony” charakter.

Kontynuując rozważanie problemu wolności mediów, warto zwrócić uwagę na szeroki nurt badań etnograficznych dotyczących udziału mediów w procesie konstruowania tożsamości zarówno indywidualnych, jak i narodowych. Warto tu przypomnieć tezę Stuarta Halla (1980), że kontrolowane przez państwo media starają się konstruować „dominujące kody” państwa narodowego. Ten proces jest szczególnie ostro widoczny w państwach postkolonialnych. Dobrych przykładów dostarczają badania Purnimy Mankekar prowadzone w małych miastach nieopodal New Delhi. Jej monografia *Screening Culture, Viewing Politics* (1993) opowiada o tym, jak w debacie z promowanymi przez media ideałami rekonstruowane są lokalne wyobrażenia o tym, co to znaczy być kobietą, matką, żoną. Książka niesie też istotne przesłanie dotyczące tożsamości narodowej – ukazuje, jak w postkolonialnych Indiach ekranizacja wielkiego tradycyjnego eposu *Ramajana*, wzmacniając hinduską tożsamość narodową, nasiliła niechęć do innych narodów i grup etnicznych, a co gorsza – dostarczyła ideowych uzasadnień stosowanej wobec nich przemocy. Autorka pokazała, w jaki sposób dość kiczowaty serial stał się kluczowym elementem bieżącej „mitopolityki”, konstruując „telemitologię” (2002, s. 146) ewokującą silną nostalgię za wspólnotą czystą i potężną, opartą na esencjalistycznej wizji kultury. Serial, choć opowiadał o dalekiej, heroicznej przeszłości, stanowił ważne narzędzie krytyki bieżącej polityki. Wyniki badań Mankekar pokazują ogromną siłę sprawczą telewizji widoczną w kształtowaniu poglądów i prowokowaniu do działań. Uzmysławiają też moc mediów w ustanawianiu hegemonicznego dyskursu tożsamości koncesjonowanej przez siły aktualnie będące u władzy.

Tę wizję komplikują wyniki badań Lili Abu-Lughod prowadzonych w Egipcie, które choć prowadzą ją do wniosku, że „telewizja jest kluczową instytucją produkującą kulturę narodową w Egipcie” (2005, s. 7), pokazują, że to oddziaływanie nie jest proste, należy bowiem brać pod uwagę wielogłosowość przekazu medialnego. Różne stacje telewizyjne produkują i emitują odmienne dyskursy medialne, pozostające na usługach różnych interesów narodowych, ekonomicznych i klasowych, które zgodnie z przewidywaniami Gramsciego konkurują ze sobą, walcząc o hegemonię, czyli o „rząd dusz” (tamże s. 43). W efekcie dominujący dyskurs elit władzy jest nieustannie zagrożony i w każdej chwili może zostać zastąpiony przez dyskurs konkurencyjny. Zatem choć telewizja odgrywa znaczącą rolę w konstruowaniu tożsamości narodowej, walka toczy się pomiędzy różnymi wizjami czy wręcz definicjami narodu i jego kultury. Konkurujące dyskursy walczą finezyjnymi metodami, bowiem skuteczność telewizji w budowaniu egipskiej tożsamości narodowej jest możliwa głównie dzięki temu, że oddziałując na poziomie kulturowym i socjopolitycznym, rozwija swoją magię poprzez

przyjemność i „podświadome kadrowanie obrazu”, a nie poprzez przymus (tamże, s. 9). W efekcie zwycięski dyskurs z ogromną siłą narzuca hegemoniczną wizję tożsamości poprzez rozrywkę, niekojarzącą się ze sferą politycznych sporów. To kolejny przykład silnie podporządkowującego i ograniczającego wpływu mediów.

Nieco odmienne jest przesłanie monografii *Dramas of Nationhood* (2005), wieńczącej egipskie badania Lili Abu-Lughod. Książka jest skonstruowana jako zderzenie dwóch ważnych głosów w dyskursie medialnym: głosu producentów, z którymi autorka przeprowadzała wywiady w Kairze i Aleksandrii, oraz głosu konsumentek przekazu telewizyjnego, wieśniaczek z Górnego Egiptu i pomocy domowych w Kairze. Przykładem głosu producenckiego są wypowiedzi autorki scenariuszy popularnych seriali, takich jak *Żniwa miłości*, sześćdziesięcioletniej Fathiyy al-'Assal, lewicowej aktywistki, kairskiej feministki, socjalistki, pisarki, prześladowanej przez cenzurę, a nawet więziennej. Fathiyya al-'Assal deklaruje, że tworząc scenariusze, stara się promować wartości charakterystyczne dla mieszczańskich klas społeczeństw zachodnich, takie jak partnerstwo w związkach małżeńskich i dążenie do samorozwoju jednostek, w tym także kobiet. Słuchając jej głosu, wydawać by się mogło, że zdolność mediów do upowszechniania i ugruntowania nowych systemów wartości i nowego typu tożsamości jest ogromna.

Jakkolwiek oddziaływanie mediów na konstruowanie tożsamości jest niezaprzeczalne, rozmowy z egipskimi wieśniaczkami i pomocami domowymi w Kairze pokazują, że oddziaływanie to nie jest takie proste, a „strategie” producentki wskutek zastosowania lokalnych „tastyk” odbioru ulegają zmianie. Abu-Lughod pisze, że wioskowe rozmówczynie w swoich wypowiedziach konstruują obraz samych siebie na wzór heroin telewizyjnych melodramatów. Konfrontując tak zbudowany własny wizerunek z bohaterkami serialów, dochodzą do wniosku, że ich życie znacząco odbiega od promowanego przez media wzoru, co owocuje poczuciem przegrania, wykorzystywania i marginalizacji.

Paradoksalnie jednak konfrontacja z telewizyjnymi wzorami osobowymi nie popycha wiejskich kobiet w stronę świata zachodniej nowoczesności, ale w stronę nowych form islamu. Nowa oferta islamskich duchownych wychodzi na przeciw potrzebom nowych tożsamości jednostkowych, znacznie bardziej zindywidualizowanych niż dawne, określane poprzez umiejscowienie w zależnościach społeczności rodowej. Ta wizja nowej, dążącej do samorozwoju jednostki ludzkiej została wytworzona i upowszechniona między innymi poprzez media. Odpowiedzią na nią są szkolenia dla kobiet, organizowane w meczetach, pozwalające na odnalezienie miejsca we współczesnym świecie „godnego nowoczesnej kobiety islamu”. Ten paradoks opisany przez Abu-Lughod w szkicu z 2002 roku znacząco

komplikuje problem relacji media a wolność. Z jednej strony przekaz medialny ma moc wdrażania nowych wartości i wzorów tożsamości, z drugiej okazuje się, że po przeniesieniu ich na lokalny grunt powstają trudne do przewidzenia hybrydyczne sploty zarówno wartości, jak i tożsamości. Konkludując, choć potęgą mediów jako czynnika zmiany jest oczywista, kierunek rzeczywistych zmian jest często zaskakujący.

Podsumowując krótki przegląd wyników etnograficznych badań mediów, trzeba stwierdzić, że przewyciężając jedne zniewolenia, media konstruuja inne. Kategoria zniewolenie, podobnie jak pojęcie wolność, są bardzo różnie rozumiane, zmienne i zależne od kontekstu kulturowego. To, co jest wolnością jednych, bywa zniewoleniem innych. Jedno jest pewne, przewidując oddziaływanie medialnych produkcji na odbiorców należy brać pod uwagę lokalną wiedzę potoczną mającą zdolność sprytnego przekształcania dowolnego przesłania w ideę często zupełnie niezgodną z zamierzeniami twórców, ale pasującą do lokalnego obrazu świata. Lokalna *mêtis*, chytrze unikając totalizującej siły mediów, staje się odpowiedzialna za to, że intencje producentów medialnych chybiają celu, a recepcja mediów okazuje się odmienna od zamierzonej. Relacja jest jednak dwustronna. Lokalny dyskurs absorbuje nowe obrazy i treści przynoszone przez media, łącząc je z dotychczasową wizją rzeczywistości, zmieniając ją i rekonfigurując. Zrozumienie tej skomplikowanej relacji wymaga pogłębionych badań jakościowych, które biorą pod uwagę kontekst kulturowo-ideowo-społeczny produkowania i odbioru mediów. W przypadku społeczeństw postkolonialnych i społeczności postchłopskich badania prowadzone metodą etnograficzną wydają się szczególnie skuteczne. Kierując się takim przekonaniem, zamierzam rozpocząć nowy projekt badawczy pozwalający na stwierdzenie, w jaki sposób przekaz medialny oddziałuje na opisywane przeze mnie wiejskie wyobrażenia o władzy i państwie (Malewska-Szałygin 2008) oraz w jaki sposób nowotarska *mêtis* przekształca obrazy i treści przenikające z mediów do lokalnego dyskursu o tożsamości i polityce.

**Bibliografia:**

- Abu-Lughod L., 2002, *Egyptian Melodrama – Technology of the Modern Subject?*, [w:] *Media Worlds. Anthropology of New Terrain*, eds. Faye D. Ginsburg, Lila Abu-Lughod, Brian Larkin, Berkeley, Los Angeles-London, s. 115-133.
- Abu-Lughod L., 2005, *Dramas of Nationhood. The Politics of Television in Egypt*, Chicago.
- Appadurai A., 2005, *Nowoczesność bez granic. Kulturowe wymiary globalizacji*, tłum. Z. Pucek, Kraków.
- Baudrillard J., 2005, *Symulakry i symulacja*, tłum. S. Królak, Warszawa.
- Berger P., Luckmann T., 1983, *Spoleczne tworzenie rzeczywistości*, tłum. J. Niżnik, Warszawa.
- Człowiek Grecji*, 2000, red. Jean-Pierre Vernant, tłum. P. Bravo, Warszawa.
- Debord G., 2006, *Spoleczeństwo spektaklu oraz Rozważania o społeczeństwie spektaklu*, tłum. M. Kwaterko, Warszawa.
- Dyskurs jako struktura i proces: praca zbiorowa*, 2001, red. Teun A. van Dijk, tłum. G. Grochowski, Warszawa.
- De Certeau M., 2008, *Wynaleźć codzienność: sztuki działania*, tłum. K. Thiel-Jańczuk, Kraków.
- Detienne M., Vernant J.-P., 1978, *Cunning Intelligence in Greek Culture and Society*, Atlantic Highlands, N.J.
- Geertz C., 2005, *Mysł potoczna jako system kulturowy*, w: *Wiedza lokalna. Dalsze eseje z zakresu antropologii interpretatywnej*, tłum. D. Wolska, Kraków, s. 81-100.
- Ginsburg F. D., 2002, *Screen Memories: Resignifying the Traditional*, [w:] *Indigenous Media*, [w:] *Media Worlds. Anthropology of New Terrain*, eds. Faye D. Ginsburg, Lila Abu-Lughod, Brian Larkin, Berkeley, Los Angeles, London, s. 39-57.
- Hall S., 1980, *Encoding/decoding*, [w:] *Culture, Media, Language*, eds. Stuart Hall, Dorothy Hobson, Andrew Lowe, Paul Willis, London, s. 128-138.
- Hastrup K., 2008, *Droga do antropologii. Między doświadczeniem a teorią*, tłum. E. Klekot, Kraków.
- Herzfeld M., 2004, *Antropologia. Praktykowanie teorii w kulturze i społeczeństwie*, tłum. M.M. Piechaczek, Kraków.
- Hołówka T., 1986, *Myslenie potoczne*, Warszawa.
- Krytyczna analiza dyskursu: interdyscyplinarne podejście do komunikacji społecznej*, 2008, red. A. Duszak, N. Fairclough, Kraków.
- Larkin B., 1997, *Indian Films and Nigerian Lovers: Media and Creation of Parallel Modernities*, „Africa” 67 (3).
- Larkin B., 2002, *The Materiality of Cinema Theaters in Northern Nigeria*, [w:] *Indigenous Media*, [w:] *Media Worlds. Anthropology of New Terrain*, eds. Faye D. Ginsburg, Lila Abu-Lughod, Brian Larkin, Berkeley, Los Angeles-London, s. 319-336.

- Malewska-Szałygin A., 2008, *Wyobrażenia o państwie i władzy we wsiach nowotarskich 1999-2005*, Warszawa.
- Mankekar P., 1999, *Screening Culture, Viewing Politics: An Ethnography of Television, Womanhood, and Nation Postcolonial India*, Durham NC.
- Mankekar P., 2002, *Epic Contests: Television and Religious Identity in India*, [w:] *Indigenous Media*, [w:] *Media Worlds. Anthropology of New Terrain*, eds. Faye D. Ginsburg, Lila Abu-Lughod, Brian Larkin, Berkeley, Los Angeles, London, s. 134-151.
- McLuhan M., 2004, *Zrozumieć media*, tłum. N. Szczucka, Warszawa.
- Møhl P., 1997, *Village Voices. Coexistence and Communication in a Rural Community in Central France*, Copenhagen.
- Niżnik J., 1991, *Potoczność jako kategoria teoretyczna*, [w:] *Kategoria potoczności*, red. A. Jawłowska, Warszawa.
- Rapport N., 2000, *Discourse*, [w:] *Social and Cultural Anthropology. The Key Concepts*, eds. N. Rapport, J. Overing, London-New York, s. 117-126.
- Sahlins M., 2006, *Wyspy historii*, tłum. I. Kołbon, Kraków.
- Schutz A., 1984, *Potoczna interpretacja ludzkiego działania*, [w:] *Kryzys i schizma*, red. E. Mokrzycki, tłum. D. Lachowska, Warszawa, s. 137-192.
- Scott J.C., 1985, *Weapons of the Weak*, New Haven, Conn.
- Scott J., 1988, *Seeing like the State. How Certain Schemes to Improve the Human Condition Have Failed*, Yale, New Haven-London.
- Taylor Ch., 2010, *Nowoczesne imaginaria społeczne*, tłum. A. Puchejda, K. Szymaniak, Kraków.
- Wilk R., 2002, *Television, Time, and the National Imaginary in Belize*, [w:] *Indigenous Media*, [w:] *Media Worlds. Anthropology of New Terrain*, eds. Faye D. Ginsburg, Lila Abu-Lughod, Brian Larkin, Berkeley, Los Angeles-London, s. 171-188.