

Magdalena Szpunar

RECENZJA KSIĄŻKI

M. Sokołowski (red.), *Dryfowanie przez czas. Społeczeństwo spektaklu 20 lat później*, Olsztyn Wydawnictwo UWM, 2015, s. 176

Recenzowanie prac zbiorowych jest odmienne od oceny prac autorskich, które to cechuje indywidualny wgląd w badany przedmiot. Artykuły, które łączy jedynie temat przewodni, cechuje wielość perspektyw i paradygmatów naukowych, gdyż pisane są przez autorów reprezentujących odmienne dyscypliny naukowe, posiadających różne spojrzenia. Ta wielość perspektyw w przypadku monografii pod redakcją Marka Sokołowskiego wydaje się paradoksalnie cechą wyróżniającą i podkreślającą jej wartość na tle innych monografii zbiorowych. Owa różnorodność ukazuje bogactwo spojrzenia, a Redaktorowi temu zróżnicowane teksty udało się połączyć niezwykle inspirującą myślą Guya Deborda. Mimo interdyscyplinarności recenzowana publikacja nie wywołuje wrażenia chaosu, a wprost przeciwnie – wywód prowadzony przez kolejnych Autorów jest klarowny, spójny, tworząc harmonijną całość.

Guy Debord wskazywał, iż widzialność staje się najbardziej pożądaną cechą społeczeństwa, które określił mianem społeczeństwa spektaklu. Francuski socjolog i filozof niezwykle trafnie oddaje główny lejtmotyw społeczeństwa zdominowanego przez wizualność: „Obecna faza totalnego zaboru życia społecznego przez nagromadzone produkty ekonomii prowadzi do generalnego ześlizgnięcia się mieć w wyglądać” (Debord 1998, s. 14). Koncepcja społeczeństwa spektaklu stała się główną osią teoretyczną, wokół której snute są rozważania jedenastu autorów monografii pod redakcją olsztyńskiego medioznawcy.

Jak przekonuje ciągle niedoceniany w polskim dyskursie naukowym Debord, obecnie istnienie jednostki warunkuje jej widzialność. Człowiek tym bardziej istnieje, im bardziej się eksponuje i wystawia na publiczny ogląd. Widzialność staje się znakiem statusu i pozycji społecznej. Istoty „niewidzialne”, niewyekspozowane na scenie, z reguły pozbawione są „mieć”, gdyż posiadanie warunkowane jest przez publiczną ekspozycję. Inaczej ujmując – we współczesnym społeczeństwie istnieje wyraźna korelacja pomiędzy widzialnością a powodzeniem materialnym. Francuski myśliciel wskazuje, że alienacja, której kiedyś dokonywał system produkcyjny (Marks uważał, iż robotnik alienuje się od wytworu swojej pracy), dzisiaj ma

charakter alienacji medialnej i marketingowej. System społeczny u Deborda alienuje, bo sprowadza rolę jednostki do biernego konsumowania zastanej oferty, eliminując z życia poszukiwanie wartości i sensu. By cieszyć się uznaniem, koniecznie trzeba być znanym, zajmować poczytne miejsce w panteonie widowiska, w którym to sami aktorzy są tak ważni, jak i publiczność, bez której widowisko nie mogłoby się rozgrywać¹. *Show must go on* – to imperatyw naszych czasów. A że gwiazdy równie szybko gasną, jak się pojawiają, nie ma znaczenia. Istotny jest ciąg i utrzymanie uwagi, w kakofonii konkurujących z sobą widowisk. Ekspozowanie się, bycie widzialnym, dostrzegalnym, słyszalnym, stało się ważniejsze od samej treści, którą chce się zakomunikować (por. Szpunar 2016). Treść staje się swoim symulakrum, oderwanym od swego pierwowzoru.

Spółeczeństwo u Deborda jest konstruktem obrazów do pożądania i konsumowania, obrazów wygenerowanych przez marketing i media, które narzucają nam, czego mamy pożądać i co warunkować ma naszą społeczną istotność. Tak sformułowane jednostki żyją z dnia na dzień, bez planów, bez wspomnień, a ich marzenia generuje przemysł reklamowy. *Must have* – staje się znakiem naszych czasów. Takie społeczeństwo wyobcowuje i alienuje, gdyż zamienia w towary wszystko, włącznie z ludźmi i relacjami ich łączącymi². Jak trafnie bowiem wskazywał Erich Fromm: „Człowiek sprzedaje nie tylko towary; sprzedaje siebie samego” (Fromm 1993, s. 123). Urzeczowienie transponowane zostaje także na sferę relacji intymnych, gdzie związek z drugim człowiekiem staje się inwestycją, jak każda inna: „angażujesz w niego czas, pieniądze, wysiłek, które mógłbyś obrócić na inne cele. [...] Kupujesz akcje i trzymasz je tak długo, jak długo masz nadzieję na wzrost ich wartości; sprzedajesz je natychmiast, gdy tylko ich wartość zaczyna spadać lub gdy inne akcje roszą większy zysk” (Bauman 2007, s. 28).

Istota człowieczeństwa została utracona, gdyż sprowadzona zostaje do nieautentycznego ciągu pracy i konsumpcji, która stała się imperatywem jednostki. Głos Deborda staje się próbą obrony przed dyktatem nieautentyczności, preparowanych sztucznie wizerunków. Tragedia współczesnego człowieka polega na tym, iż spektakl, w którym uczestniczy, *de facto* nie przynależy do niego samego, rozgrywa się jakby poza nim, nie ma on bowiem na niego najmniejszego wpływu. Myśliciel pisze: „Obcość widowiska wobec działającego człowieka objawia się w tym, że jego własne gesty należą już nie do niego, ale do tego, kto mu je przedstawia” (Debord 1998, s. 19).

¹ W takim ujęciu dostrzec można pewne zachowania typowe dla kultury określanej mianem narcystycznej. Narcystyczne jednostki stawiają siebie na piedestale, a innych ludzi traktują jak publiczność, która powinna ich nieustannie podziwiać. Bez publiczności narcystyczna jednostka istnieć nie potrafi, bowiem ona zapewnia społeczną istotność i aprobatę. Szerzej na ten temat piszę w: *Kultura cyfrowego narcyzmu*, Kraków 2016.

² Wyraźnym wskaźnikiem takiego urzeczowienia siebie jest tak zwany self-branding lub personal-branding. Personal branding to strategia marketingowa oznaczająca potraktowanie jednostki w kategoriach marki. Idea tego trendu zasadza się na przekonaniu, że jednostka może osiągnąć sukces nie dzięki własnym umiejętnościom, osiągnięciom i osobistym cechom, a wyłącznie dzięki odpowiedniemu zarządzaniu własnym wizerunkiem. Szerzej na ten temat piszę w: *Kultura cyfrowego narcyzmu*, Kraków 2016.

Zachowania i wybory jednostek są zatem jedynie kalką, biernym i bezrefleksyjnym replikowaniem narzuconych wzorców i schematów działania. Wolność ma charakter pozorny, ograniczając jednostkę do wyboru pomiędzy towarami nachalnie promowanymi przez mechanizmy rynkowego przymusu. Debord nie krytykuje jednak samej konsumpcji, a to, że stała się ona głównym celem życia jednostek. To kwintesencja kultury karaoke, o jakiej pisze Dubravka Ugrešić, której uczestnicy, powielając jakiś istniejący kulturowy wzór, osiągają stan zaspokojenia. Współczesną kulturę porównuje Chorwatka do karaoke, zabawy, którą określa jako polegającą na „głuchym darciu się zespołowym, głuchym w tym sensie, że nikt nikogo nie słuchał” (Ugrešić 2013, s. 5). Badacze mediów zauważają, iż coraz częściej można mówić o mediach bez widowni, gdyż mamy do czynienia z lawinowym wzrostem mediów, z których nikt nie korzysta. Internet można wykorzystać w dowolny sposób „pod warunkiem, że jest się w stanie zapłacić za dostęp i samo użycie. Inną sprawą jest znalezienie publiczności” (Lister, Dovey, Giddings i Kelly 2002, s. 259), gdyż jak zauważa Alexander Halavais: „większość aktów upublicznienia treści w sieci zaginie w powodzi podobnych wysiłków” (Halavais 2012, s. 81). Mamy zatem dzisiaj do czynienia z obfitością blogów, stron WWW, których nikt nie odwiedza, nikt nie czyta. Można je określić mianem mediów zerowych. Ważniejsza od samej potencjalności bycia nadawcą komunikatów online jest odpowiedź na pytanie, jak z tym komunikatem dotrzeć do odbiorcy i czy w ogóle znajdzie się ktoś, kto zechce nas słuchać? (por. Szpunar 2012).

Publikacja pod redakcją Marka Sokołowskiego wypełnia znaczącą lukę w obszarze rozpraw naukowych, które twórczo i krytycznie wykorzystują spuściznę niezwykle płodnej myśli naukowej Deborda. Recenzowana monografia podzielona została na trzy zasadnicze części. Pierwsza z nich traktuje tytułowy spektakl jako formę objaśniania świata. Czytelnik zostaje zaznajomiony z trzema tekstami, które w bardzo różny sposób interpretują tezy Deborda. Rozważania te otwiera tekst Jacka Górnickiewicza próbującego udzielić odpowiedzi na pytanie, w jakim stopniu duch rewolucjonizmu obecny jest w pokoleniu sieciowych tubylców jako najintensywniejszych i jednocześnie najbardziej sprawnych technologicznie w obsłudze sieci. W artykule tym zabrakło próby udzielenia odpowiedzi na pytanie, w jakim stopniu potencjał aktywizacyjny internetu, traktowany jako immanentna cecha nowych mediów, został przez jego użytkowników wykorzystany. Szkoda, że w tekście nie próbowano wskazać, jak dalece zachowania komunikacyjne typowe dla użytkownika nowych mediów są unikatowe, a w jakim stopniu stanowią reprodukcję zachowań komunikacyjnych właściwych dla mediów tradycyjnych.

Drugi z tekstów, autorstwa Agnieszki Zduniak, zwraca uwagę na widowiskowość współczesnych form komunikacji religijnej, traktując religię jako swoistą formę spektaklu. Jako studium przypadku potraktowała Autorka spotkania w Lednicy. Tekst jest interesujący poznawczo, napisany poprawnie, wzbogacony inspirującymi spostrzeżeniami Autorki. Kolejny z tekstów, autorstwa Darii Maciołek i Dariusza Poleszczaka, dotyczy roli mediów w procesie konstruowania tożsamości. Autorzy odnoszą się do typologii tożsamości sformułowanych przez Zbyszko Melosika i Tomasza Szkudlarka. Druga część tekstu poświęcona jest samej cielesności jako

kluczowemu elementowi konstrukcji tożsamości w społeczeństwie zdominowanym przez wizualność.

Na część drugą książki zatytułowaną *Spektakle mediów: reprezentacja wartości i stylów życia* składa się pięć tekstów dotyczących różnych wymiarów współczesnego zmediatyzowanego życia – począwszy od tekstów dotyczących konsumpcjonizmu i sprzeciwu wobec egzystencji zdominowanej przez nabywanie dóbr, przez teksty dotyczące mechanizmów społecznego sprzeciwu jako formy aktywizacji społeczności, ale także ważnej, spontanicznej formy kształtowania się społeczeństwa obywatelskiego, przez teksty dotyczące sztuki krytycznej, performatyki i medialnych spektakli ciała. Za interesujący uznaję tekst Anety Dudy, która stara się określić, w jakim stopniu konsumpcjonizm wśród młodych ludzi stał się integralnym i kluczowym elementem ich życia. Jej tekst uświadamia, iż u adolescentów, mocno zorientowanych na grupę rówieńczą, Veblenowska konsumpcja na pokaz stanowi integralny konstrukcji tożsamości. Beata Tomaszewska-Hołuż wyjaśnia fenomeny społecznego sprzeciwu i tłumaczy, jak niebagatelną rolę w kształtowaniu społeczeństwa zaangażowanego ogrywają niezależne ruchy społeczne, które coraz częściej mogą realnie wpływać na decyzje podejmowane przez decydentów. Jako *case study* potraktowała autorka akcję „Ratuj Maluchy”. Kolejna z autorek, Paulina Tchurewska, inspirując się ważnym nurtem – teorią krytyczną, próbuje wyjaśnić, jak zmienia się percepcja dzieła sztuki w dobie współczesności. W jakim stopniu stare i oswojone paradygmaty są obecne w dobie cyfryzacji i medializacji wielu wytworów sztuki. W pewnym sensie kontynuację tych rozważań stanowi tekst Iwony Gródź, która zajęła się problematyką filmoznawczą, sięgając do dorobku Andrzeja Wajdy. Ostatni tekst, autorstwa Lilii Krawczewskiej, mieści się w nurcie socjologii ciała. Autorka próbuje zinterpretować współczesne reprezentacje ciała najbardziej typowe dla współczesnych nam mediów. Podejmuje się próby – i próbę tę należy uznać za udaną – wyjaśnienia, dlaczego cielesność stanowi dzisiaj kluczowy wymiar kształtowania, ale i kreowania własnego ja.

Ostatnia część książki dotyczy różnorodnych form i wymiarów działania społecznego. Otwiera ją tekst autorstwa Sebastiana Skolika, który przedstawia mechanizmy tworzenia haseł w Wikipedii, ukazując, iż nawet w internetowej encyklopedii, która przez wielu traktowana jest jako egalitarna i niezależna przestrzeń tworzenia, mamy do czynienia z forsowaniem pewnych poglądów, a nawet istnieniem określonych grup interesów, które starają się narzucić swój – bynajmniej nie neutralny – punkt widzenia. To ważny i interesujący poznawczo tekst, obalający wiele mitów związanych z działalnością wiedzotwórczą realizowaną online. Artykuł Michała Łyszczarza ukazuje fenomen Arabskiej Wiosny Ludów. Autor wyraźnie inspiruje się myślą Deborda, próbując umieścić to wydarzenie nie tyle w kontekście rewolucji, ile traktując je jako swoistą formę spektaklu, zbiorową formę kształtowania umysłów. Zamykający tom Stefan Marcinkiewicz uświadamia, jak ważną rolę pełnić mogą społeczności wirtualne w mobilizacji społecznej. Marcinkiewicz ukazuje także afiliacyjną i wspierającą funkcję społeczności online, zwracając uwagę na coraz rzadziej dostrzegany pozytywny aspekt globalnej sieci, w której analogicznie jak w realnym świecie obserwować można autentyczne sieci wsparcia.

Książkę tę oceniam jako ważną, potrzebną i wartościową. Z pewnością spotka się ona z zainteresowaniem socjologów, kulturoznawców, ale także medioznawców i zainteresowanych złożonymi przemianami we współczesnym świecie. Wiele tez stawianych przez Autorów tej interesującej publikacji ma charakter polemiczny, co jeszcze bardziej podnosi walor tej wielowątkowej monografii, przyczyniając się do szerszej debaty nad aktualnością tez stawianych przez Deborda. Warto dodać, iż Autorzy prezentowanej monografii nie ograniczają się do opisu badanych przez siebie zjawisk, ale starają się je wyjaśniać, poszukiwać związków przyczynowo-skutkowych, umieszczając analizowane fenomeny w szerszej perspektywie.

Bibliografia

- Bauman Z., 2007, *Razem osobno*, Kraków.
Debord G., 1998, *Spółczesność spektaklu*, Gdańsk.
Fromm E., 1993, *Ucieczka od wolności*, Warszawa.
Halavais A., 2012, *Wyszukiwarki internetowe a społeczeństwo*, Warszawa.
Lister M., Dovey J., Giddings S., Kelly S., 2002, *Nowe media. Wprowadzenie*, Kraków.
Szpunar M., 2016, *Kultura cyfrowego narcyzmu*, Kraków.
Szpunar M., 2012, *Nowe-stare medium. Internet między tworzeniem nowych modeli komunikacyjnych a reprodukowaniem schematów komunikowania masowego*, Warszawa.
Ugrešić D., 2013, *Kultura karaoke*, Kraków.