

Alicja Kisielewska
(Białystok)

RACJONALNOŚĆ POTOCZNA A TELEWIZYJNE OBRAZY ŚWIATA. PERSPEKTYWA POLSKA

W niniejszym tekście spróbuję zastanowić się, w jaki sposób dostępna wszystkim wiedza potoczna jako rodzaj racjonalnej konstrukcji determinuje telewizyjne – symboliczne obrazy świata. Według Clifforda Geertza myśl potoczna „przedstawia świat oswojony”, który jest wspólną własnością wszystkich, a tym samym każdy może się w nim odnaleźć¹. Przy czym, jak podkreśla Józef Niżnik kluczową kwestię stanowi kulturowa funkcja potoczności wyrażającej się w „potocznym”: myśleniu, języku, wiedzy. „Tą funkcją jest zapewnienie spójności symbolicznego uniwersum człowieka. Potoczność jest jedyną sferą gwarantującą tę spójność”². Owa spójność, zdaniem autora, „jest fundamentalną potrzebą człowieka” i ma mu zapewnić „poczucie koherencji, rozumienia, bycia u siebie i panowania nad rzeczywistością”³. Pojęcie symbolicznego uniwersum występuje w różnych koncepcjach i jest różnie rozumiane przez badaczy. Dla Petera Bergera i Thomasa Luckmanna stanowi ono podstawową empiryczną instancję decydującą o tym, co jest rzeczywiste w świecie człowieka⁴. Z kolei dla Ernsta Cassirera symboliczne uniwersum jest jedynym dostępnym człowiekowi świa-

¹ C. Geertz, *Wiedza lokalna. Dalsze eseje z zakresu antropologii interpretatywnej*, przeł. D. Wolska, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2005.

² J. Niżnik, „Potoczność” jako kategoria teoretyczna, [w:] *Kategoria potoczności. Źródła filozoficzne i zastosowania teoretyczne*, pod red. A. Jawłowskiej, Instytut Kultury, Warszawa 1991, s. 160.

³ Tamże, s. 162.

⁴ Por.: P. L. Berger, T. Luckmann, *Spoleczne tworzenie rzeczywistości*, przeł. J. Niżnik, PIW, Warszawa 1983.

tem⁵. Emil Durkheim zastępuje symboliczne uniwersum – „całokształtem przedstawień zbiorowych”⁶. Z kolei Alfred Schütz sferę potoczności nazywa „światem życia codziennego”, który zdaniem autora ma charakter intersubiektywny. Stanowi on domenę ludzkich interakcji podporządkowanych zasadzie pragmatyczności. Schütz, nawiązując do koncepcji Williama Jamesa, twierdzi, że świat życia nie jest jedynym obszarem rzeczywistości, możemy mówić o wielości rzeczywistości, które w zależności od sposobu doświadczania otoczenia mogą być tworzone, na przykład świat snu, świat fantazji, świat teorii naukowej. Jednak według Schütza świat życia codziennego stanowi „naczelną rzeczywistość”⁷. Niżnik zakłada, że wprawdzie świat życia codziennego jest światem odrębnym od innych rzeczywistości, ale zbudowanym z elementów różnych systemów symbolicznych, takich jak: wiedza naukowa, tradycja, religia, wiedza praktyczna, w sposób gwarantujący jego spójność. Powstaje pytanie, w jaki sposób jest osiągnięta owa spójność? Aby na nie odpowiedzieć posłużmy się kategorią potocznego myślenia stanowiącego pojęcie bardziej empiryczne. W obrębie problematyki komunikacji istotną rolę w symbolicznym myśleniu odgrywają wartości pełniące funkcje znakowe oraz emocje, ponieważ znaczenia w świecie życia codziennego mają sens nie tylko semantyczny, ale też aksjologiczny, a uczucia często zastępują wartości logiczne⁸. Zdaniem Durkheima niezbędna spójność świata potoczności – świata życia codziennego jest osiągnięta dzięki „specyficznej logice mitu”⁹. Niżnik tę szczególną cechę potoczności nazywa „pseudohomogenicznością”, ponieważ jest to homogeniczność pozorna, chociaż w życiu codziennym dobrze funkcjonująca¹⁰.

Światopoglądy potoczne stanowią twórczo masowej wyobraźni i mitologii codzienności, a tym samym źródło wyobraźni twórców i odbiorców kultury masowej. Bazuje na nich także telewizja, którą możemy nazwać medium codzienności. Zakładam, że telewizja przedstawia „idealny” zdroworozsądkowy świat kultury potocznej – potoczny obraz świata, wykorzystując w tym celu skonstru-

⁵ Por.: E. Cassirer, *Esej o człowieku. Wstęp do filozofii kultury*, przeł. A. Staniewska, Czytelnik, Warszawa 1998.

⁶ E. Durkheim, *Elementarne formy życia religijnego*, [w:] *Problemy socjologii wiedzy*, Warszawa 1985, s. 183-184.

⁷ A. Schütz, *O wielości światów. Szkice z socjologii fenomenologicznej*, przeł. B. Jabłońska, Zakład Wydawniczy <Nomos>, Kraków 2012, s. 18-56.

⁸ J. Niżnik, dz. cyt., s. 164.

⁹ E. Durkheim, dz. cyt., s. 91 i nast.

¹⁰ J. Niżnik, dz. cyt., s. 164.

owane sztuczne mity oferujące spójne obrazy świata, a tym samym narzuca ramy społecznemu myśleniu w różnych kwestiach. Przedmiotem podjętych tutaj refleksji będą telewizyjne symboliczne strategie „oswajania świata”, zarówno globalne, jak i lokalne, podporządkowane „specyficznej logice mitu” nadającej mu spójność. W niniejszych rozważaniach przyjmuję perspektywę polską, ponieważ telewizyjne obrazy świata wprawdzie posiadają pewne cechy wspólne wynikające z języka telewizyjnego, ale też różnią się, są specyficzne dla różnych stacji telewizyjnych, nie tylko na świecie, ale często też w Polsce. Przyjrzyć się więc obrazom świata prezentowanym przez polskojęzyczne stacje telewizyjne, mając na uwadze fakt, że telewizyjny świat masowej wyobraźni w Polsce tworzą nie tylko polskie produkcje telewizyjne, ale też zagraniczne. Możemy mówić o globalnej wspólnocie wyobraźni osiąganey dzięki uniwersalnemu procesowi symbolizacji poprzez stosowane powszechnie na całym świecie popkulturowe kody i medialne ramowanie. Chodzi o podobne sposoby wydobywania sensów wskutek stosowania takich samych środków przekazu telewizyjnego, jak: obraz i dźwięk, podobnych kodów przedstawieniowych, a także globalnych gatunków telewizyjnych, takich, jak: serwisy informacyjne, *reality show*, *talk show*. Globalny telewizyjny świat jest „oswojony” poprzez język telewizyjny, konwencje przedstawieniowe, gatunki. Ale możemy też mówić o lokalnych strategiach tworzenia świata wspólnego poprzez lokalny (polski) proces symbolizacji. Sposoby interpretacji różnych spraw dotyczące na przykład terroryzmu, uchodźców są odmienne w różnych częściach świata i w różnych krajach. Istotne są więc tutaj także kulturowe uwarunkowania produkcji telewizyjnych. Telewizja w Polsce stanowi źródło materiału symbolicznego poprzez który włącza odbiorców w wielość różnorodnych, konkretnych środowisk. Przy czym może być on różnie wykorzystywany przez jednostki jako element kształtowania siebie, ale też czynnik uspołeczniający, zakreślający granice możliwych wyborów¹¹. Wzięcie pod uwagę owych różnych perspektyw, czyli uniwersalnego, globalnego języka telewizyjnego oraz lokalnych procesów symbolizacji pozwoli na zrekonstruowanie telewizyjnych obrazów świata jako symbolicznych środowisk współtworzonych przez telewizję i twórcze praktyki odbiorców.

Telewizyjne wspólnoty wyobrażone mają charakter symboliczny i opierają się na wartościach, które powinny być atrakcyjne dla widza. Przy czym punktem

¹¹ M. Halawa, *Życie codzienne z telewizorem*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2006, s. 96.

odniesienia, zarówno dla twórców, jak i odbiorców jest wiedza potoczna. Przyjmuję tutaj, za Geertzem, że wiedza potoczna stanowi rodzaj systemu kulturowego. Sam autor wskazuje na trudności metodologiczne związane z definiowaniem rozumu potocznego jako rodzaju kulturowej ekspresji. Dlatego Geertz posługuje się terminami, które zwykle opisują wiedzę potoczną: „<naturalność>, <praktyczność>, <przeźroczystość>, <niemetodyczność>, <dostępność>”¹² i traktuje je jako quasi-właściwości określające sposób myślenia potocznego. „Wiedza potoczna, by ująć to inaczej, przedstawia świat, świat oswojony, który każdy może i powinien rozpoznać i w którym każdy może i powinien stanąć na własnych nogach”¹³. Spróbujmy się przyjrzeć, jak wyglądają telewizyjne obrazy świata powstałe w myśl racjonalności potocznej, „oswojone” przez mitologizacyjne strategie medialne. Zakładam, że następuje tutaj swego rodzaju nakładanie się specyficznej logiki mitu, jaką rządzi się świat życia codziennego i sztucznych mitów telewizyjnych. Teksty telewizyjne charakteryzuje seryjność, powtarzalność wątków, motywów postaci, brak narracyjnego zamknięcia. Natomiast powtarzalność schematów narracyjnych według Stuarta Halla stanowi typową fabulację mitu¹⁴. A ponieważ w telewizji mamy do czynienia z mitami sztucznymi może lepiej byłoby używać pojęcia wyobrażenia zmityzowane¹⁵. Możemy też mówić o mityzacji samej lektury tekstów telewizyjnych opartej na seryjności i powtarzalności będącymi głównymi zabiegami mityzacji.

Telewizja mitologizuje codzienność i w ten sposób „oswaja” ją, w pewnym sensie uwzniośla i nadaje znaczenie. Mit rozumiem tutaj w sensie Barthesowskim jako sztucznie, czyli medialnie skonstruowaną opowieść, która naturalizuje rzeczywistość, czyniąc ją tym samym oczywistą i zrozumiałą. Mity kultury masowej mają charakter narzucający się, imperatywny. Barthes podkreśla, że stanowią one rodzaj „kradzieży języka”, ponieważ zafalszowują obraz rzeczywistości. Zgodnie z koncepcją mitu Rolanda Barthesa następuje w nim przemiana historii w naturę¹⁶. Z twierdzeniem tym koresponduje opinia Geertza, który uważa, że myśl potoczna zawiera pragnienie „by świat stał się oczywisty”¹⁷. A „natu-

¹² C. Geertz, dz. cyt., s. 92

¹³ Tamże, s. 98.

¹⁴ S. Hall, *Serial telewizyjny albo obłaskawianie świata (kilka wstępnych uwag krytycznych)*, przeł. A. Wyka, „Przekazy i Opinie” 1979, nr 2, s. 63.

¹⁵ Na ten temat zob. także Alicja Kisielewska, *Polskie tele-sagi – mitologie rodzinności*, Rabid, Kraków 2009, s. 117.

¹⁶ R. Barthes, *Mitologie*, przeł. A. Dziadek, Wydawnictwo KR, Warszawa 2000.

¹⁷ Tamże, s. 85.

ralność stanowi cechę pewnego rodzaju opowieści o tym, co rzeczywiste, nazywanej myślą potoczną¹⁸.

Celem niniejszych rozważań jest rekonstrukcja złożonych struktur znaczeniowych, które kreują twórcy telewizyjni i w ten sposób sytuują w nich jednostkę. Zakładam, że stanowią one swego rodzaju projekcje wiedzy potocznej związanej z kulturą twórców, ale też szerzej z globalną kulturą medialną. Spróbuję pokazać, jak wyobrażenia uczestników o kulturze przetwarzane są w teksty telewizyjne oparte na autorytecie zdrowego rozsądku stanowiącym schemat myśli potocznej.

Przyjrzyjmy się zatem, idąc tropem koncepcji Geertza, telewizyjnym obrazem świata opartym na racjonalności potocznej, kreowanym w stacjach telewizyjnych w Polsce. Pierwszą i jak się wydaje fundamentalną właściwością wiedzy potocznej, na którą wskazuje Geertz, jest „naturalność”. W świecie życia codziennego – „wszystko – to znaczy znowu pewne wybrane, wyjątkowe sprawy – przenika jakaś atmosfera „oczywistości”, jakieś poczucie „łatwości”. Przedstawia się je jako nieodłączne od sytuacji, jako wewnętrzny aspekt rzeczywistości, sposób w jaki się rzeczy mają¹⁹. W telewizyjnej rzeczywistości obrazy świata oparte są na mitologizacji, która „naturalność” codziennego świata przekształca w jego medialną naturalizację. Jest to naturalność konstruowana poprzez obraz i dźwięk, kody przedstawieniowe, gatunki telewizyjne. W telewizji naturalizacja telewizyjnej rzeczywistości zapewnia skuteczność perswazyjną. Przykładem obrazu naturalizowanej (mitologizowanej) telewizyjnie rzeczywistości może być obraz tego samego zdarzenia pokazywanego w różnych serwisach informacyjnych. Posłużmy się przykładem Marszu Niepodległości, który odbył się w Warszawie 11 listopada 2017 roku. Jego obraz pokazywany był w różnych serwisach informacyjnych w Polsce w sposób podobny w sensie stosowanych na całym świecie kodów przedstawieniowych. Przedstawione wydarzenie zyskuje status „oczywistego”, ponieważ odbiorcy telewizyjni widzą obraz manifestacji z okazji Święta Niepodległości w Warszawie i na podstawie świadectwa zmysłów powinni móc je ocenić, powinien być on dla nich zrozumiały. Ale w zależności od ideologii stacji telewizyjnej, nastawienia i oczekiwań odbiorców może on znaczyć patriotyczną manifestację kilkudziesięciu tysięcy Polaków lub nawet marsz kilkudziesięciu tysięcy faszystów. W telewizji mamy bowiem wykreowany obraz rzeczy-

¹⁸ C. Geertz, dz. cyt., s. 93.

¹⁹ Tamże, s. 92-93.

wistości i istotne jest, w jaki sposób przedstawione wydarzenie jest skadrowane, które obrazy są eksponowane, a także jaki komentarz temu towarzyszy. Istotny jest też proces symbolizacji, jakiej na podstawie przedstawionych obrazów medialnych dokonuje odbiorca. Innym przykładem telewizyjnej mitologizacji – naturalizacji mogą być serialowe światy przedstawione. Wskutek telewizyjnych strategii naturalizacji rzeczywistości, czyli przekształcania historii w „naturę” świat rodziny Lubiczów, bohaterów polskiej telesagi rodzinnej *Klan*, mieszkających w Warszawie i fantastyczne Siedem Królestw, państwa zajmującego dużą część fikcyjnego kontynentu Westeros w serialu fantasy *Gra o tron*, a także Bieszczady, gdzie dzieje się akcja kryminalnego serialu *Wataha* wydają się być tak samo realne – „naturalne”. Ponieważ w potocznym świecie „wszystko jest tym, czym jest, i niczym innym”, jak ujął to Joseph Butler – wobec wątpliwości, które muszą się rodzić z powodu jego nieuniknionych niedostatków²⁰. Serialowe obrazy rzeczywistości tworzą światy gotowe, kompletne, a podobny sposób ich przedstawienia, czyli forma, skonstruowany medialnie mit, a raczej wyobrażenie zmytyzowane, powoduje, że wydają się być tak samo realne. „To zawsze tak było” – mit jest zasadą rozumienia zdarzeń zakładającą niejako „naturalny”, czyli pozaczasowy, zbiór wymagań. Ponieważ człowiek nie szuka w nim informacji o świecie w którym żyje, ale własnego miejsca we wspólnocie wartości. W kulturze współczesnej mamy do czynienia z wszechobecnością mitu i różnego rodzaju praktyk mitologizacyjnych. Mit wyrasta z podłoża emocjonalnego i to podłoże nadaje wszystkim jego twórcom swoje własne, specyficzne zabarwienie²¹.

Naturalizacja telewizyjnych obrazów świata znajduje swój wyraz także w konstrukcji mitycznych bohaterów. „Znamienną cechą narracji telewizyjnych jest właśnie prymarne znaczenie postaci²², które na ekranie nie mogą być tylko wzorami postaci, ale występują jako konkretne osoby o zindywidualizowanym charakterze, odmienne od innych bohaterów. Powinien je określać nie tylko standardowy zestaw działań, ale też ich charakterystyka powinna się zawierać w relacjach interpersonalnych, języku, sposobie bycia, wizerunku, wyrażających pewien zestaw wartości. W ten sposób wyraża się społeczny charakter mitu²³.

²⁰ C. Geertz, dz. cyt., s. 87.

²¹ E. Cassirer, dz. cyt., s. 152.

²² S. Kozłoff, *Teoria narracji a telewizja*, [w:] R.C. Allen, red, *Teledyskursy. Telewizja w badaniach współczesnych*, przeł. E. Stawowczyk, Wydawnictwo Szumacher, Kielce 1998, s. 76.

²³ Por. E. Cassirer, dz. cyt., s. 148.

Fundamentalny jest jednak sposób wypowiedzania, czyli forma, w tym wypadku konstrukcja bohatera, która decyduje o tym, czy stanie się on postacią mityczną. Jason Mittell podkreśla, że większość telewizyjnych bohaterów są to jednostki raczej spójne niż zmienne, nawet jeśli przeżywają one wiele zmian w życiu, postać jest zazwyczaj stabilna, raczej akumuluje ona doświadczenia narracyjne niż podlega skutkom nich zmianom²⁴.

Mityczni telewizyjni bohaterowie wykreowani wskutek medialnych technik mitologizacyjnych mają różny rodowód i odpowiadają na wielorakie emocjonalne potrzeby widzów. Są nimi ikony amerykańskiej pop-kultury XX wieku, takie jak: Superman, Batman, Spider-Man – herosi pochodzący z różnych medialnych światów. Źródłem postaci Supermana jest komiks, ale występuje on też w filmach fabularnych, serialach animowanych, serialach telewizyjnych, grach komputerowych. Superman (w życiu codziennym Clark Kent) jest superbohaterem – herosem pochodzącym z planety Krypton, a więc przedstawicielem obcej kultury w USA, swego rodzaju imigrantem. Jego mityczna wyjątkowość polega na tym, że posiada on nadludzkie zdolności, dzięki czemu może ratować ludzkość, ale też stawać w obronie słabszych i uciśnionych. Rodzimą postacią mityczną pełniącą funkcje ikony polskiej pop-kultury, zwłaszcza w latach 70. XX wieku, jest Hans Kloss (prawdziwe nazwisko Stanisław Koliczki). Podobnie, jak w przypadku Supermana, występuje on w wielu medialnych światach, które charakteryzuje powtarzalność stanowiąca typową fabulację mitu. Są nimi przedstawienia Teatru Telewizji i serial telewizyjny pod tytułem *Stawka większa niż życie*, seria opowiadań, komiksy, gra komputerowa. Hans Kloss jest Polakiem w służbie wywiadu ZSRR podszywającym się pod Niemca i działającym jako szpieg w niemieckim wywiadzie wojskowym – Abwehrze. W serialu telewizyjnym wykreowano mit Polaka, który walczy przeciwko Trzeciej Rzeszy i w każdym odcinku serialu zwycięża z Niemcami inteligencją, sprytem, czasem siłą fizyczną. Hans Kloss jest postacią rodem z popkultury, posiada więc właściwości nadludzkie. Swego rodzaju naturalizacja rzeczywistości wojennej, jaka miała miejsce w serialu, umożliwiła przekształcenie jej w „mit” zwycięskiej wojny, szczególnie pożądanym czasach PRL-u. Dzisiaj w telewizji coraz częściej mityczność bohatera opiera się na jego profesjonalizmie. Dotyczy to zarówno postaci fikcyjnych, przykładem może być doktor House, bohater serialu amerykańskiego

²⁴ J. Mittell, *Complex TV. The Poetics of Contemporary Television Storytelling*, New York University Press, New York and London 2015, s. 132-133.

o tym samym tytule, czy doktor Paweł Lubicz, bohater polskiej telesagi rodzinnej *Klan*. Przy czym kreacja bohaterów serialowych opiera się na współpracy między aktorami, którzy ich portretują, pisarzami i producentami, którzy obmyślają ich działania i dialogi²⁵. Ale funkcje mityczne mogą być przypisane także realnym osobom, jak na przykład Adam Małysz, który uosabiał wyobrażenia o herosie, który potrafił latać w powietrzu a jednocześnie był zwyczajnym chłopakiem z Wisły. Wszyscy wymienieni bohaterowie wpisują się w racjonalną logikę wiedzy potocznej, są jej częścią, ponieważ telewizyjny mit bohatera powinien zaspokajać emocjonalne potrzeby odbiorców – postaci zwyczajnej-niezwyczajnej.

Zarówno świat życia codziennego, jak i telewizyjne światy przedstawione, charakteryzuje „praktyczność” wiedzy potocznej. Geertz podkreśla, że wiedza empiryczna jest zazwyczaj skuteczna w zakresie, jaki dotyczy danej zbiorowości i przekazywana jest z pokolenia na pokolenie. Wprawdzie zwykle jest ona niekompletna, ale wystarczająca dla wypełniania codziennych zadań. Na takiej wiedzy opiera się „przeświadczenie prostego człowieka, że panuje nad wszystkim”²⁶. „Podobnie jak „naturalność”, tak i „praktyczność” wiedzy potocznej jest własnością nadawaną rzeczom, nie zaś cechą, którą rzeczy nadają”²⁷. Przy czym nie chodzi tutaj tylko, jak zauważa Geertz, o wąsko pragmatycznie pojmowaną praktyczność jako pragmatyczną użyteczność, a raczej o rodzaj „roztropności”, „ludowej mądrości”²⁸. Jednak dzisiaj w początkowych dekadach XXI wieku, jak twierdzi Flora Michaels, panuje monokultura ekonomii i chodzi w niej przede wszystkim o kwestię efektywności, wydajności. Jedna panująca ekonomiczna narracja zmienia wszystko: w jaki sposób myślimy o pracy, o relacjach społecznych, o świecie natury, o naszym społeczeństwie, o naszym zdrowiu fizycznym i psychicznym, o naszej edukacji i kreatywności²⁹. Swego rodzaju egzemplifikacją praktycznej wiedzy potocznej w telewizji są kanały tematyczne mające charakter poradnikowy, jak np. *Kuchnia +*, *Domo +*, *Food Network*, *TVN Style*, *TVN Turbo*, *HGTV*. A specyficznym przetworzeniem „praktyczności” jako zasady wiedzy potocznej w świecie telewizji są różnego rodzaju programy pełniące

²⁵ J. Mittell, *Complex TV. The Poetics of Contemporary Television Storytelling*, New York University Press, New York and London 2015, s. 119.

²⁶ C. Geertz, dz. cyt., s. 87.

²⁷ Tamże, s. 96.

²⁸ Tamże, s. 94.

²⁹ F.S. Michaels, *Monoculture. How One Story is Changing Everything*, Red Clover Press 2011, s. 105.

funkcje praktycznych poradników. W stacjach ogólnotematycznych jest obecnie ogromna ilość programów poradnikowych: motoryzacyjne, z których możemy dowiedzieć się, na podstawie testów aut, które są najlepsze – *Pasjonaci* (Polsat) lub zgłębić tajniki stylizacji i technologii samochodów – *V Max* (TV4), kulinarne, instruujące jak na przykład upiec babkę na święta – *Rączka gotuje* (TVP3), *Okrasa łamie przepisy* (TVP HD), *Doradca smaku* (TVN), budowlane w których widzowie są instruowani, w jaki sposób wyremontować dom, aby na tym zarobić – *Remontujesz – zyskujesz* (Zoom TV), *Dochodowy remont* (Metro), programy dla działkowiczów – *Rok w ogrodzie* (TVP1), w których można zobaczyć, jak uprawiać rośliny na balkonie, na działce lub posiadaczy ogrodów – *Nowa Maja w ogrodzie* (TVN). Swego rodzaju praktyczność zmityzowana dotyczy także programów o charakterze fikcyjnym, na przykład seriali telewizyjnych, takich jak: polskie telesagi rodzinne *Klan*, *M jak miłość*, które podobnie jak tradycyjne mity, mówią ludziom, jak żyć. Widzowie dostają w nich konkretne wskazówki, jak postępować z mężem, żoną, co zrobić w sytuacji choroby i braku pracy.

Właściwością świata życia codziennego – wiedzy potocznej jest także „przeźroczystość”, którą trudno jest określić w bardziej precyzyjnych kategoriach. Geertz sugeruje, że może ona oznaczać „prostotę” bądź „dosłowność”. „Chodzi tu o zdroworozsądkową tendencję do oglądu tych czy innych spraw w taki sposób, aby przedstawić je ni mniej, ni więcej tylko takimi, jakimi zdają się być. Niczym mniej, niczym więcej”³⁰. Trzeźwość myślenia, realizm mają być źródłem potocznej mądrości. Świat życia codziennego powinien być nieskomplikowany, a fakty życiowe powinny znajdować się na jego powierzchni. Ale artyści, naukowcy, księża zwykle go komplikują. „Prawda jest oczywista”³¹ to jedna z zasad, jakimi rządzi się racjonalność potoczna. Telewizja, aby sprostać oczekiwaniom odbiorców, kreuje więc „oczywiste prawdy”. Odbiorca powinien świat przedstawiony móc rozumieć w sposób zdroworozsądkowy. Najbardziej jest to widoczne w przypadku gatunków, takich jak *docu-soap*, opartych na specyficznym wymieszaniu telewizyjnej fikcji z elementami rzeczywistości. Przy czym ideologię paradokumentalnych programów stanowi realizm. W programach, takich jak *Zdrady* (Polsat), *Dlaczego ja?* (Polsat), *Szpital Dzieciątka Jezus* (TVP), *Ukryta prawda* (TVN) pokazywane są różnego rodzaju „oczywiste prawdy” dotyczące wierności małżeńskiej, zdrowia i choroby, a do ich odczytania wystarczy

³⁰ C. Geertz, dz. cyt., s. 96.

³¹ Tamże.

odbiorcy zdrowy rozsądek. Ale też przykładem oczywistej prawdy w telewizji mogą być telewizyjne obrazy rzeczywistych wydarzeń, takich jak ataki na WTC, powtarzane w stacjach polskojęzycznych w konwencji „na żywo” przez co najmniej miesiąc po 11 września 2001 roku lub obrazy katastrofy smoleńskiej. Różnego rodzaju oczywiste prawdy znajdują się w obrazach świata przedstawianych w wielu telewizyjnych gatunkach. W komediach sytuacyjnych i *soap operach* mogą one dotyczyć fikcyjnych rodzin, natomiast w gatunkach, takich jak: *quiz show*, *talk show* i różnego rodzaju dokumenty rodzin realnych. Interesującym przykładem może być *sitcom Świat według Kiepskich*, w którym przedstawiono obraz rodziny polskiej w krzywym zwierciadle, swego rodzaju jej anty-model – antywzór, ale pojawiające się głosy oburzenia po emisji pierwszych odcinków serialu wskazują, że był on odczytywany w sposób dosłowny.

Telewizyjne obrazy świata, podobnie jak świat życia codziennego, charakteryzuje mądrość zdroworozsądkowa – „ludowa”. Clifford Geertz tę cechę wiedzy potocznej nazywa „niemetodycznością” zdrowego rozsądku. „Mądrość zdroworozsądkowa jest bezwstydnie i obcesowo *ad hoc*. Pojawia się w epigramach, przysłowiacz, *obiter dicta*, dowcipach, anegdotach, *contess morals* – w hałasie gnomicznych wyrażen – nie w formalnych doktrynach, aksjomatycznych teoriach czy architektonicznych dogmatach”³². Ta cecha racjonalności potocznej w telewizji występuje w wielu formach. W oparciu o zasadę mądrości zdroworozsądkowej – „ludowej”, która mówi, że każdy zna się na rodzinie, medycynie, polityce i telewizji kreowane są światy przedstawione w takich gatunkach telewizyjnych, jak *sitcom* (*Świat według Kiepskich*) czy polskie telesagi rodzinne (*Klan*, *M jak miłość*), *Na dobre i na złe*. Zasadę tę często wykorzystują politycy występujący w programach telewizyjnych, starający się wyrazić swoją myśl poprzez znane przysłowie, dowcip bądź anegdotę. Swego rodzaju potwierdzeniem tej zasady może być popularność w telewizji programów kabaretowych i wykreowanych w nich dowcipów, które stały się elementem zbiorowej wyobraźni Polaków, np. „haratniemy w gałę”, bądź groteskowo przedstawione wizerunki polskich małżonków – Heli i Mariana.

W telewizji, tak jak w życiu codziennym, coraz częściej występuje zjawisko braku uznanych specjalistów. Każdy może być ekspertem, a wiedza praktyczna przekazywana jest przez pokaz. Swego rodzaju wymogiem wiedzy praktycznej jest jej „dostępność”, która „jest po prostu założeniem, a w istocie wymaganiem,

³² Tamże, s. 97.

by każdy dysponujący w miarę sprawnymi władzami umysłowymi potrafił uchwycić zdroworozsądkowe wnioski, a wnioski jednoznacznie stwierdzone nie tylko pojął, ale i zaakceptował³³. Myśl potoczna z definicji jako potoczna musi być dostępna wszystkim. Najbardziej spektakularnym przykładem z ostatnich lat w polskiej telewizji pokazującym wszechwładzę racjonalnej potoczności jest program *Perfekcyjna pani domu* (TVN), w którym prowadząca go osoba pokazuje widzom, w jaki sposób należy sprzątać mieszkanie. Program ten niewątpliwie potwierdza tezę Geertza, że każdy może być ekspertem. Ale zasada „dostępności” powoli opanowuje także inne telewizyjne obrazy świata. Coraz częściej pojawia się na przykład w serwisach informacyjnych, gdzie oceny polityków i ich działań dokonują widzowie występujący w roli ekspertów. „Dostępność” przejawia się także na innym poziomie. Przedstawiane newsy są tak skonstruowane, aby odbiorca potrafił wyciągnąć zdroworozsądkowe wnioski, przy czym nie ma tutaj granicy, która określałaby jakiego poziomu „dostępności” nie można już obniżyć.

Swego rodzaju kwintesencją telewizyjnej potocznej racjonalności są programy Wojciecha Cejrowskiego z cyklu *Boso przez świat*, w których przedstawiane są różne egzotyczne kultury, ale zgodnie z naszą potoczną racjonalnością. Znajdziemy w nich wszystkie omawiane powyżej, przetworzone medialnie, własności wiedzy potocznej związanej z kulturą twórców. Programy *Boso przez świat* są przykładem telewizyjnych mitologizacji-naturalizacji stanowiących autorytatywne opowieści. Autor programu i jego główny bohater Wojciech Cejrowski wprawdzie chodzi boso, jak jego bohaterowie, i pokazuje różne, często żyjące w odosobnieniu, według tradycyjnych wzorów społeczności, ale owe egzotyczne dla nas światy są „oswojone” medialnie i przedstawione zgodnie ze zdroworozsądkowymi regułami. Wszystkie zjawiska pokazywane w *Boso przez świat* są przedstawiane w sposób praktyczny – jako naturalne, zawierające oczywiste prawdy, oparte na zdroworozsądkowej mądrości i dostępne, czyli zrozumiałe dla wszystkich. Odwołam się tutaj do dwóch odcinków programu. W pierwszym z nich zatytułowanym *Kawa* możemy zobaczyć, w jaki sposób ludzie żyjące w Amazonii przygotowują popularny wśród tubylców napój zwany kawa, który kojarzy się nam z kawą, ale chodzi tutaj o napój, który pełni funkcje zbliżone do alkoholu. Widzowie mogą zobaczyć, jak w praktyce tubylcy przygotowują kawę, jak ją spożywają, a także jak próbuje go twórca programu, który

³³ Tamże, s. 98.

wypowiada się o nim w sposób ironiczny. Drugi odcinek zatytułowany jest *Kokos* i jego tematem, jak mówi w pierwszych ujęciach Cejrowski, jest „palma kokosowa i jej dzieci kokosy”³⁴. Samo sformułowanie tematu odcinka pochodzi z języka potocznego, który jest przewodnikiem po świecie przedstawionym, dalej padają w nim takie sformułowania, jak palmy kokosowe są jak „wielkie jak słoniowe nogi”. Cejrowski opisuje w tym odcinku sposób uprawy palmy kokosowej poprzez pokaz i różnego rodzaju analogie do życia codziennego widzów. W programie wszystko wydaje się być oczywiste. Prowadzący pokazuje i objaśnia, jak wyglądają liście palmy, jakiej są wielkości, co z nich się robi. Autor programu próbuje robić to samo, co tubylcy na przykład wchodzić na palmę, przygotowywać kawę. W *Boso przez świat* charakterystyczne są także komentarze prowadzącego: „nic nie rozumiem, ale na pewno ma pan rację”³⁵ – mówi Cejrowski do starszego człowieka wypłatającego linę z włókna kokosowego. Potwierdzają one autorytatywny charakter opowieści.

Uwagi końcowe:

Telewizja dostarcza człowiekowi współczesnemu nowy, „idealny” zdroworozsądkowy świat kultury potocznej – potoczny obraz świata. W pewnym sensie „ustanawia świat” stanowiący materiał symboliczny, na podstawie którego swoje światy tworzą odbiorcy. Przy czym istotna jest tutaj, podobnie jak w przypadku mitów, wiara w pewność zasad i racji wiedzy potocznej. Aby ją osiągnąć człowiek chroni, w różny sposób, niezbędne mu do życia przekonania, nie dopuszczając do ich podważania. Taką funkcję w kulturze masowej mogą pełnić mity i różnego rodzaju wyobrażenia zmytyzowane. Przy czym świat kultury masowej, zgodnie z jej ideologią, kształtuje się w opozycji do zwyczajności, codzienności a jednocześnie stanowi jej część, ponieważ kultura popularna stanowi element rzeczywistości. Według Wojciecha Burszty, „u podstaw takiego procesu tkwi niewątpliwie reguła o ludowej proveniencji” projekcja *orbis interior*³⁶. Wykreowany medialnie świat, aby był zaakceptowany przez odbiorców powinien zawierać znane: swojskie realia, sposób życia, zasady postępowania i normy estetyczne³⁷. W takiej sytuacji teksty telewizyjne stają się obrazami sterującymi postrzeganiem świata – budowaniem świata masowej wyobraźni.

³⁴ Cytat pochodzi ze ścieżki dźwiękowej programu.

³⁵ Cytat pochodzi ze ścieżki dźwiękowej programu.

³⁶ W. J. Burszta, K. Piątkowski, *O czym opowiada antropologiczna opowieść*, Instytut Kultury, Warszawa 1994, s. 111.

³⁷ Tamże.

Warto tutaj zadać sobie pytanie, skoro za medialną retoryką perswazyjną kryje się określony sposób wiedzenia świata, jaka ideologia kryje się za telewizyjnymi – potocznymi obrazami świata? Umberto Eco, zgodnie z zasadami semiotyki, proponuje rozpoznawanie ideologii kryjących się za retorykami³⁸. Wydaje się, że logika komercyjnego systemu, jakiemu podporządkowana jest telewizja, także telewizja publiczna w Polsce, niejako narzuca jako dominującą ideologię konsumpcyjnego kapitalizmu wraz z jego systemem wartości. Konsumpcyjny kapitalizm stanowi bowiem dzisiaj istotną część naszego zdrowego rozsądku. Można też zapytać o możliwość jego odrzucenia w telewizji lub oferowanie alternatywnego wobec kapitalistycznego stylu życia – obrazu świata?

Na koniec warto się zastanowić, czy zasada zgodnie z którą racjonalność potoczna stanowi podstawę telewizyjnych obrazów świata obowiązuje w „nowej” telewizji postsięci (*post-network era*), nazywanej posttelewizją lub hipertelewizją³⁹. Jest to o tyle istotne pytanie, że na początku XXI wieku telewizja w dalszym ciągu pozostaje głównym źródłem medialnych obrazów i dostawcą kulturowych treści, także w Internecie. „Nowa” telewizja, za Scolariem nazywana hipertelewizją, stanowi nową konfigurację systemu medialnego⁴⁰. Jej podstawą jest szybko zmieniająca się sieć formatów telewizyjnych, ekranów, narracji, publiczności i związanych z tym praktyk. Hipertelewizja wykorzystuje cechy innych mediów, jak strony Web, gry wideo, oparta jest na konwergencji starych i nowych mediów. Zmieniają się także widzowie, którzy posiadają hipertekstualne doświadczenia użytkowników dotyczące produkcji i odbioru, takie jak: nawigacja w sieci Web 2.0, granie w gry komputerowe, komunikowanie się przy użyciu technologii telefonii mobilnej. Wskutek tego telewizja adresuje swój przekaz do odbiorcy, coraz częściej będącego interaktywnym użytkownikiem, którego praktyki medialne mają charakter nieciągły, fragmentaryczny, zatomi-zowany⁴¹. Istotnym elementem nowego systemu jest także dystrybuowanie produkcji telewizyjnych w nowych mediach, przede wszystkim w Internecie. Nowi użytkownicy nowych mediów (Internet, interaktywne aplikacje komunikacyjne i cyfrowe media umożliwiające dostęp do nich, np. telefony komórkowe) mają możliwość medialnej działalności. Nowe media wprawdzie stwarzają warunki do

³⁸ Por. U. Eco, *Pejzaż semiotyczny*, przeł. A. Weinberg, PIW, Warszawa 1972, s. 141.

³⁹ C.A. Scolari, *The Grammar of Hypertelelevision: An Identikit of Convergence-Age Fiction Television (Or, How Television Simulates New Interactive Media)*, „Journal of Visual Literacy” 2009, vol. 28, nr 1, s. 34.

⁴⁰ Tamże.

⁴¹ Tamże, s. 29.

kreowania własnych dyskursów przez mniejszości, tworzenia alternatywnych obrazów świata wobec mediów głównego nurtu, np. telewizji, ale czy zmienia to ich zasadę, jaką stanowi potoczna racjonalność? To pytanie pozostawiam otwarte.

COMMON RATIONALITY AND TELEVISION'S IMAGES OF THE WORLD. A POLISH PERSPECTIVE

Abstract

The article concerns common knowledge seen as a kind of a rational construction that determines symbolic images of the world shown on TV. The article looks at symbolic strategies of "domesticating" the world, both local and global. The Polish perspective is adopted since images of the world shown on TV share some common features that result from television language, but are specific for different television channels, not only in the world but also within one country – Poland. I will take a look at images of the world shown by Polish television channels.

Key words: rationality, common knowledge, television, images, symbol

Słowa kluczowe: racjonalność, wiedza ogólna, telewizja, obrazy, symbol

Bibliografia

- Barthes R., *Mitologie*, przeł. A. Dziadek, Wydawnictwo KR, Warszawa 2000.
- Berger P. L., Luckmann T., *Społeczne tworzenie rzeczywistości*, przeł. J. Niżnik, PIW, Warszawa 1983.
- Burszta W. J., K. Piątkowski, *O czym opowiada antropologiczna opowieść*, Warszawa 1994.
- Cassirer E., *Esej o człowieku. Wstęp do filozofii kultury*, przeł. A. Staniewska, Czytelnik, Warszawa 1998.
- Durkheim E., *Elementarne formy życia religijnego*, [w:] *Problemy socjologii wiedzy*, Warszawa 1985.
- Eco U., *Pejzaż semiotyczny*, przeł. A. Weinberg, Warszawa 1972.
- Geertz C., *Wiedza lokalna. Dalsze eseje z zakresu antropologii interpretatywnej*, przeł. D. Wolska, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2005.
- Hall S., *Serial telewizyjny albo obłaskawianie świata (kilka wstępnych uwag krytycznych)*, przeł. A. Wyka, „Przekazy i Opinie” 1979, nr 2.
- Kisielewska A., *Polskie tele-sagi – mitologie rodzinności*, Rabid, Kraków 2009.
- Kozłoff S., *Teoria narracji a telewizja*, [w:] R.C. Allen, red, *Teledyskursy. Telewizja w badaniach współczesnych*, przeł. E. Stawowczyk, Wydawnictwo Szumacher, Kielce 1998.
- Michaels F.S., *Monoculture. How One Story is Changing Everything*, Red Clover Press 2011.
- Mittell J., *Complex TV. The Poetics of Contemporary Television Storytelling*, New York University Press, New York and London 2015.

- Niżnik J., "Potoczność" jako kategoria teoretyczna, [w:] *Kategoria potoczności. Źródła filozoficzne i zastosowania teoretyczne*, pod red. A. Jawłowskiej, Instytut Kultury, Warszawa 1991.
- Scolari C.A., *The Grammar of Hypertelevision: An Identikit of Convergence-Age Fiction Television (Or, How Television Simulates New Interactive Media)*, "Journal of Visual Literacy" 2009, vol. 28, nr 1.
- Schütz A., *O wielości światów. Szkice z socjologii fenomenologicznej*, przeł. B. Jabłońska, Zakład Wydawniczy <Nomos>, Kraków 2012.

dr hab. **Alicja Kisielewska**, prof. UwB – Międzywydziałowy Instytut Kulturoznawstwa i Sztuki UwB