

**Paweł Płaneta**

*Uniwersytet Jagielloński w Krakowie*

## **Od empatii do ironii.**

### **Media i ich odbiorcy wobec tragedii wojny w XXI wieku**

Gdyby zadać fundamentalne pytanie – *kim jest dziennikarz?* – być może należałoby odpowiedzieć, że jest to ktoś, kto wnikliwiej niż inni spogląda na otaczający go świat, więcej z niego rozumie, a przede wszystkim potrafi sprawniej i szybciej o tym opowiedzieć. Dziennikarstwo to opowiadanie historii o innych ludziach, a fundamentalną właściwością relacji reporterskiej rozumianej jako „opowieść o człowieku” jest dążenie jej twórcy do osiągnięcia celów wyższych, aniżeli tylko mechaniczne przekazywanie faktów, zabawianie publiczności czy zarabianie pieniędzy. Zasadniczą funkcją dobrego dziennikarstwa wojennego jest zaś dawanie świadectwa takim wydarzeniom, które niejednokrotnie inni chcieliby ukryć lub zignorować, i które zwykle są zbyt daleko, poza polem widzenia większości z nas.

Artykuł ten stanowi próbę przybliżenia wybranych koncepcji medioznawczych odnoszących się do problematyki narracji o konfliktach zbrojnych, ze szczególnym uwzględnieniem medialnych reprezentacji wpływających na postawy oraz emocjonalne relacje odbiorców wobec współczesnego *theatrum mundi*, którego kluczowymi elementami są tragedia ofiar, odpowiedzialność (lub bezkarność) prześladowców oraz działania ‘zbawców’, tj. indywidualnych lub kolektywnych bohaterów humanitarnego *imaginarium* na początku XXI wieku.

#### **Humanitaryzm jako fundament medialnej „cywilizacji empatycznej”**

‘Humanitaryzm’<sup>1</sup> jest stanowiskiem antropologiczno-etycznym, ale także pedagogicznym, o podłożu uczuciowym, które – jak przekonuje Jacek Bartyzel –

w epoce nowożytnej zostało silnie zideologizowane w duchu oświecenia i progresywizmu społecznego, i które postulowaną dobroczynność i troskę o człowieka, traktowaną jako naczelną reguła moralna, rozszerza na całą i w żaden sposób nie różnicowaną ludzkość, koncentrując również swoją uwagę jedynie na zaspokojeniu jej potrzeb doczesnych i z zasady poprzez wyspecjalizowane instytucje<sup>2</sup>.

Fundamentem humanitaryzmu jest troska o innych, a zwłaszcza solidarność z człowiekiem w potrzebie. Komunikowanie solidarności polega na rozpowszechnianiu uniwersalnego humanizmu, prezentowaną publicznie wrażliwością na los innych ludzi oraz moralny imperatyw do działania – i to bez spodziewanej wzajemności – nie tylko na rzecz ludzi geograficznie czy kulturowo nam bliskich, ale także wobec „innych”, „obcych”, czyli mieszkańców odległych rejonów świata.

<sup>1</sup> Przekształcenie łac. *humanitas* — ludzkość, człowieczeństwo, poprzez zaginiony przymiotnik humanitarius — ludzki) Por. J. Bartyzel, *Humanitaryzm*, <http://www.legitymizm.org/ebp-humanitaryzm>, dostęp 22 VII 2018.

<sup>2</sup> Humanitaryzm to w potocznym, węższym, znaczeniu litościwe i miłosierne postępowanie z ludźmi i zwierzętami. J. Bartyzel, op. cit.

Dyskurs humanitarny jest głównym nośnikiem tak opisanego imperatywu moralnego. Dzieje się tak dlatego, że współczesny humanitaryzm włączył w procesie definiowania własnych założeń szereg altruistycznych tradycji: od greckiej tradycji *agape*<sup>3</sup> przez najdoskonalszą formę chrześcijańskiej troski i opieki nad nieznanym w potrzebie aż do świeckich postulatów na rzecz ochrony życia ludzkiego i praw człowieka bez względu na kulturowe czy cywilizacyjne różnice. Z tych licznych źródeł wywodzi się względnie spójny porządek etyczny, który określa nasze czasy jako „cywilizację empatyczną”, w której media – jako świadkowie ludzkiej tragedii i oskarżyciele jej sprawców – odgrywają kluczową rolę.

W historii mediów – zwłaszcza w „złotej epoce” korespondencji wojennej – znajdziemy wielu dziennikarzy, których postawy zawodowe mogą stanowić przykład orientacji dyskursywnej opartej na fundamencie empatii. Przykładem może tu być dorobek mistrza fotoeseju Eugene’a W. Smitha, symbolu magazynu „Life”, którego prace miały szeroki wymiar humanitarny. W swoich fotografiach, zarówno wojennych, jak i wykonanych w czasach pokoju przedstawiał on „codziennych bohaterów” oraz łączył zrozumienie samotnej godności jednostki i podziw dla tradycyjnych społeczności z czułym ujawnianiem stosunków międzyludzkich. Jego „decydujący moment” w fotografii – jeśli użyć pojęcia rozpowszechnionego przez Henri Cartiera-Bressona – miał charakter psychologiczny. Autorowi „Hiszpańskiej wioski” udawało się bowiem wstępować w przestrzeń psychologiczną swych bohaterów, aby uchwycić uczuciowe apogeum przedstawianych przez siebie historii. Komponowane z dostojeństwem sztuki religijnej punkty kulminacyjne ludzkich emocji<sup>4</sup> – heroizm żołnierza, narodziny dziecka, nagła pomoc lekarska, śmierć starego człowieka, troskliwość matki wobec dziecka – stały się społecznymi ikonami człowieczeństwa, a ogromna empatyczna wrażliwość charakterystyczna dla W. Eugene’a Smitha sprawiła, że stał się on legendą<sup>5</sup>.

Bez wątpienia ugruntowaniu „cywilizacji empatycznej” – wedle sformułowania Jeremy’ego Rifkina<sup>6</sup> – sprzyjają motywacje zawodowe i orientacje dyskursywne niektórych dziennikarzy, które mają wpływ na przebieg kariery profesjonalnej oraz procesy selekcji wydarzeń i tworzenie newsów. Szczególnie interesujące są napięcia, zwłaszcza w latach 90. XX wieku, między bezkompromisowymi zwolennikami proceduralnie operacjonalizowanej zasady obiektywizmu<sup>7</sup> a korespondentami wo-

<sup>3</sup> Agape (starogrecki *ἀγάπη*, *agápē*) jest to najwyższa forma miłości, zwłaszcza dobroczynność, miłość Boga do ludzi i ludzi do Boga. Nie należy mylić z *phileo* – miłością braterską – *agápē* unosi uniwersalną, bezwarunkową, transcendentalną (wszechobecną) miłość, która istnieje niezależnie od sytuacji.

<sup>4</sup> Takie efekty udawało się uzyskać m.in. dlatego, że E. W. Smith tygodniami przebywał z ludźmi, których fotografował, aby zyskać ich zaufanie. Por. N. Rosenblum, *Historia fotografii światowej*. Bielsko-Biała 2005.

<sup>5</sup> Innym przykładem ducha humanizmu w fotografii światowej jest wystawa pod tytułem „The Family of Man” z 1955 roku, będąca przesłaniem o wielkiej rodzinie ludzkiej, pozostawiającej za sobą bezimienne okropieństwa na drodze do wiecznego już pokoju w świecie. Na wystawie pokazano 503 prace 257 fotografów z 68 krajów. Wystawa zorganizowana została przez Edwarda Steichena, wkrótce po tym jak został on dyrektorem Departamentu Fotografii w Museum of Modern Art w Nowym Jorku. Wystawa miała cztery edycje, podróżowała po 38 krajach i odwiedziło ją ponad dziewięć milionów osób. Wystawa nie pełniła funkcji propagandowych jakiegokolwiek doktryny politycznej, nie była też obrazem świata podzielonego żelazną kurtyną. Jej twórcy starali się jedynie unaocznnić widzom fakt, że w każdym człowieku tkwi dobro, a w fundamentalnych wymiarach egzystencji wszyscy ludzie są do siebie podobni.

<sup>6</sup> Por. J. Rifkin, *The Empathic Civilization: The Race to Global Consciousness in a World in Crisis*. New York: Jeremy P. Tarcher/Penguin 2009.

<sup>7</sup> Tak rozumiany obiektywizm polega m.in. na dążeniu do wszechstronności ujęcia tematu, dzięki prezentacji możliwie szerokiego spektrum poglądów i opinii.

jennymi, takimi jak Christiane Amanpour, czy James Nachtwey – opowiadającymi się za interwencjonistycznym idealizmem, który przybiera postać *advocacy journalism*, tj. dziennikarstwa zaangażowanego, zwłaszcza po stronie ofiar, a przeciwko zbrodniarzom<sup>8</sup>. Trzeba też pamiętać o dość często spotykanym wśród zachodnich – zwłaszcza amerykańskich – dziennikarzy szczerym pragnieniu odgrywania heroicznej roli naszkicowanej przez tzw. teoretyków pierwszej poprawki<sup>9</sup>, aby dbać o odpowiedzialność rządu i informowanie opinii publicznej. Normatywne obrazy własne dziennikarzy mogą w pewnych sytuacjach zmodyfikować lub pokonać bariery ekonomiczne lub instytucjonalne gatekeepingu.

Terminem *gatekeeping* określa się szereg decyzji podejmowanych na wielu poziomach – od dziennikarzy, poprzez redaktorów, aż do ogólnego poziomu instytucji medialnej – w celu ustalenia, które wydarzenia stają się newsami, tj. mają być publicznie rozpowszechniane i udostępniane odbiorcom. Badania w tej dziedzinie polegają na szukaniu odpowiedzi na pytania, w jaki sposób informacja przechodzi przez system „bramek” przed publikacją, w jaki sposób medialni decydenci określają, które informacje są przekazywane dalej (lub odrzucane, zatrzymywane) i w jakiej formie. Proces filtrowania treści w mediach jest czymś więcej niż szeregiem prostych decyzji, gdyż w długofalowym procesie przepływu informacji te, z pozoru proste wybory przyczyniają się do społecznego konstruowania rzeczywistości przez media i kultywowania określonych obrazów świata<sup>10</sup>. Kluczowymi gatekeeperami medialnych przekazów są we współczesnym krajobrazie komunikacyjnym sami odbiorcy<sup>11</sup>, którzy wraz z rozwojem technologii komunikowania zyskują coraz większy wpływ w zakresie publicznego rozpowszechniania treści. Optymiści twierdzą, że to właśnie dzięki nowym mediom świat ostatecznie przekształcił się w McLuhanowską „globalną wioskę”, w której ludzie z dowolnego zakątka świata mogą poznać i współodczuwać problemy innych, nawet najbardziej odległych im społeczności. Ale czy przypadkiem nie mamy bardziej do czynienia z globalnym wojeryzmem, aniżeli z rozwojem empatycznej partycypacji? Czy wspomagana technologicznie „kultura podglądactwa”, tj. czerpanie przyjemności z obserwacji innych, zwłaszcza pozostających w tragicznym położeniu ludzi nie jest raczej przejawem degeneracji procesów komunikowania? I czy wreszcie fakt, że jako odbiorcy różnorodnych, w tym alternatywnych mediów możemy się dowiadywać i reagować na niesprawiedliwość, zbrodnię, tragedię w odległych częściach globu, rzeczywiście sprawia, że to czynimy?

### Od empatii do zobojętnienia – hipoteza „znużenia współczuciem”

Jak przekonuje Susan D. Moeller, autorka koncepcji „znużenia współczuciem”, termin *compassion fatigue* opisuje mechanizm swoistego przeciążenia i odrętwienia,

<sup>8</sup> Por.: *CNN Global Forum* (Amanpour vs Clinton) <https://www.youtube.com/watch?v=BdotqDPoZ0o> oraz S. Kinzer, *Where There's War There's Amanpour*, „New York Times”, 9.10.1994, [online], dostępny w Internecie: <http://www.nytimes.com/1994/10/09/magazine/where-there-s-war-there-s-amanpour.html?pagewanted=all&src=pm>, data dostępu: 15.04.2013. Por. także *Scream Bloody Murder*, reż. Ch. Amanpour, CNN, 2009.

<sup>9</sup> W nawiązaniu do pierwszej poprawki konstytucji Stanów Zjednoczonych.

<sup>10</sup> Por. D. M. White, *The „Gatekeeper”: A Case Study in the Selection of News*. „Journalism Quarterly”, (27) 1949, s. 383-390. A także: P. Shoemaker, S. Reese, *Mediating the Message, Theories of Influence on Mass Media Content*. White Plains, NY: Longman 1996 oraz P. Shoemaker, M. Eicholz, E. Kim, B. Wrigley, *Individual and Routines Forces in Gatekeeping*. „Journalism & Mass Communication Quarterly”, 78(2) 2001. s. 233.

<sup>11</sup> Por. P. J. Shoemaker, T. Vos, *Gatekeeping Theory*, Taylor & Francis, 2009.

które niejednokrotnie oznacza po prostu przyzwyczajenie do złych wiadomości, a czasem niechęć lub niezdolność do reakcji wobec apelu o pomoc. Co prawda nikt nie zaprzecza faktom, gdyż są one zbyt dobrze znane, a ich znaczenie potwierdzone, więc nie możemy ogłosić, iż „nie wiedzieliśmy” (o tragedii, zbrodni, ludobójstwie itd.), ale – jako odbiorcy – nie chcemy i nie potrafimy reagować. Pojęcie „zmęczenia” odnosi się do poczucia zubożenia, które może mieć charakter wypalenia emocjonalnego, czyli – niczym w przypadku stresu pourazowego – zmniejszonej zdolności do odczuwania czegokolwiek w wymiarze moralnym i osłabionej wrażliwości etycznej<sup>12</sup>. Wśród kluczowych aspektów kształtujących zjawisko obojętności wobec cierpienia należy wymienić wartość informacyjną (*news values*)<sup>13</sup> mediów konstruujących swoistą „hierarchię ważności tragedii”, w której cierpienie pewnych ludzi w określonych miejscach zyskuje większy rozgłos niż inne. Warto nieustannie prowadzić badania w tej dziedzinie, aby identyfikować te praktyki dziennikarskie, które decydują o „hierarchii współczucia”. Należy ponadto odkrywać możliwe postawy odbiorców mediów wobec cierpiących i szukać odpowiedzi na kluczowe pytania: jak medialne reprezentacje tragedii wpływają na relacje między odbiorcami a ofiarami gwałtownych i negatywnych wydarzeń oraz w jaki sposób uczucia publiczności mediów są kształtowane przez środki masowej komunikacji.

Na przykład czy media mogą nadawać priorytet atrakcyjności nad adekwatnością przekazu, nawet jeśli dokonują swoistej tabloidyżacji w słusznym celu – aby angażować odbiorców. Wśród kluczowych kwestii etycznych znajduje się także problem dotyczący nas wszystkich jako odbiorców mediów. Jak się czujemy wobec medialnych reprezentacji cierpienia? A jak się czuć powinniśmy? Wielu korespondentów wojennych uzasadnia na przykład własne zaangażowanie (po stronie ofiar), deklarując, iż jest ono motywowane współczuciem i wrażliwością wobec ofiar, których sytuację i losy relacjonują, ponieważ „świat musi wiedzieć”. Ale czy odbiorcy przekazów medialnych – nawet jeśli wiedzą – to czy zawsze muszą wykazywać się

<sup>12</sup> Por. S. Moeller, *Compassion Fatigue: How the Media Sell Disease, Famine, War and Death*. London and New York: Routledge 2009. A także L. Chouliaraki, *The Ironic Spectator: Solidarity in the Age of Post-Humanitarianism*. Wiley. Kindle Edition.

<sup>13</sup> Pojęcia „wartość wiadomości” (*news value*) użył w 1922 roku po raz pierwszy Walter Lippmann w pracy *Public Opinion*, który wskazywał na znaczenie takich czynników atrakcyjności informacji jak jednoznaczność zdarzeń, czynnik zaskoczenia, geograficzna bliskość, osobiste uwikłanie w dane wydarzenie oraz konflikty, z którymi wydarzenia się wiążą. Z kolei pionierska propozycja typologii informacji wedle kryterium atrakcyjności pochodzi od Wilbura Schramma, który w 1949 roku wyróżnił informacje o „opóźnionym” i bezpośrednim znaczeniu dla odbiorcy. Do informacji o bezpośrednim znaczeniu dla odbiorcy zostały zaliczone informacje o korupcji i zbrodniach, wypadkach i katastrofach, informacje o sporcie i rozrywce, jak również o wydarzeniach towarzyskich. Wiadomości o „opóźnionym” znaczeniu to informacje o sprawach publicznych i gospodarczych, problemach społecznych, informacje z dziedziny nauki, wychowania itd. Badania nad wartością informacji miały swoją kontynuację w nurcie skandynawskich badań nad pokojem (*peace research*). Warto tu wymienić Einara Östgaarda, który w połowie lat 60. XX wieku zaproponował nowe podejście w badaniach nad przekazywaniem informacji. Badacz zajął się między innymi problematyką „zużywania się” informacji w ich ciągłym natłoku. Östgaard uważał, że zachowania na arenie międzynarodowej – w tym działania podejmowane przez państwa – zależą każdorazowo od wizerunku konkretnych relacji między państwami. Sposób przekazywania wiadomości w mediach wzmacnia poczucie, iż polityka wydaje się działaniem wpływowych osób, że świat przedstawiany jest jako przesycony konfliktami i że tak rzeczywiście jest, i wreszcie że wzmacnia się podział świata na państwa o wysokim i niskim statusie. Największy wkład w badania z zakresu *news value* miał Johan Galtung, który – razem z Marie Holmboe Ruge – uporządkował tę problematykę w formie dwunastu czynników determinujących proces przekształcania wydarzeń w medialne wiadomości. Por. Galtung, J; Ruge, M. Holmboe, *The Structure of Foreign News. The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four Norwegian Newspapers*. „Journal of Peace Research”. 1965, 2: 64–91.

empatią? Czy są niegodziwymi ludźmi, jeśli nie obchodzi ich cierpienie innych? Czy *ordo caritatis*, o którym tak głośno również w Polsce za sprawą kryzysu migracyjnego, a który za sprawą części mediów jest raczej utrwalany, niż kontestowany oznacza, że powinniśmy ową rozumność i ład w miłości przenosić również na porządek pomocy ludziom w potrzebie? Innymi słowy, czy w zglobalizowanym świecie XXI wieku fakt, że współczujemy raczej tym, którzy są nam w pewien sposób bliscy, natomiast innych nie dostrzegamy, może mieć jakiegokolwiek moralne uzasadnienie?

W badaniach nad postawami odbiorców mediów wobec cierpienia ludzi – zwłaszcza w czasie konfliktów zbrojnych i wojen – trzeba brać pod uwagę wiele różnych czynników, z których na pierwszy plan wysuwa się problem adekwatności reprezentacji medialnych. Kwestią fundamentalną w badaniach nad rolą mediów wobec ludzkiej tragedii jest problematyka prawdy i relewantności masowych przekazów. Istotnym dylematem w dyskusjach nad prawdziwością medialnych obrazów świata jest autopoietyczność i autoreferencyjność systemu masowych środków przekazu. Znaczenie medialnego newsa zależy od wcześniejszych układów znaczeń, które uzupełnia się kolejnymi, nowymi wiadomościami, a „prawda” jest w istocie produktem zamkniętego systemu. Dziennikarze są poddawani swoistemu „szkoleniu” po to, aby pewne wydarzenia traktować właśnie jak wartościowe newsy<sup>14</sup> i prezentować je za pomocą sprawdzonej formy<sup>15</sup>. Co więcej, ów system się reprodukuje: doświadczeni dziennikarze przekazują bowiem określone wzory i wartości profesjonalne młodszym adeptom zawodu. Dlatego właśnie można – za Niklasem Luhmannem – określić system tradycyjnych mediów masowych jako system autopoietyczny<sup>16</sup>. Andrew Hoskins i Ben O’Loughlin dodają, że nie chodzi o fakt medialnej manipulacji czy ukrywanie prawdy, a raczej o to, że dziennikarze i redaktorzy stosują rutynowe praktyki zawodowe, w których tylko niektóre aspekty rzeczywistości zyskują atrybut „prawdziwości” lub „faktyczności”<sup>17</sup>.

Problem ten nie dotyczy zresztą wyłącznie mediów. Inne instytucje, na przykład kompleksy polityczno-militarne, instytucje pozarządowe, agencje pomocy humanitarnej mogą również być postrzegane jako systemy z własnymi praktykami weryfikacji prawdziwości wydarzeń, zwłaszcza w odległych, trudno dostępnych i niebezpiecznych miejscach globu. Można odnieść wrażenie, że w warunkach konfliktów zbrojnych mamy do czynienia raczej z różnymi procesami „wytwarzania prawdy” o wojnie, a kluczowymi elementami tych mechanizmów są zeznania naocznych świadków, weryfikacje tożsamości ciał ofiar przez rodziny lub personel medyczny, także rozpowszechniane przez władze publiczne raporty dotyczące zniszczeń infrastruktury czy stosowanych technologii wojennych. Jest to swoiste komponowanie narracji o wojnie, obejmujących fakty i opinie pochodzące

<sup>14</sup> Por. J. Baudrillard, *The Illusion of the End*, Cambridge: Polity 1994, a także M. Deuze, *Understanding journalism as newswork: How it changes, and how it remains the same*, Westminster Papers in Communication and Culture, 2008, 52/2:4-23 oraz N. Luhmann, *Ecological Communication*, Chicago: Chicago University Press 1989.

<sup>15</sup> Na przykład wielu fotoreporterów wojennych udaje się w rejon konfliktu, aby wykonać zdjęcie, którego sprawdzona kompozycja gwarantuje sukces. Na przykład od czasu słynnej fotografii Dona McCullina każda nowa wojna ma swą *Mater Dolorosa*, czyli ikoniczne odwzorowanie tragedii w kompozycji nawiązującej do ikonografii chrześcijańskiej.

<sup>16</sup> Autopoeza oznacza zamknięcie organizacji danego systemu, czyli samoodniesienia kompleksu składników i procesów produkcji komponentów, które się wzajemnie reprodukuje prowadząc do ujednoczenia systemu.

<sup>17</sup> A. Hoskins, B. O’Loughlin, op. cit.

z rozmaitych źródeł na wielu poziomach. Tak właśnie dokonuje się konstruowanie prawomocnych, a nierzadko hegemonicznych (w danym czasie i miejscu) dyskursów o gwałtownych wydarzeniach.

Przez lata wierzyliśmy – jako odbiorcy – że nawet jeśli media nie są w stanie przekazać nam ostatecznie prawomocnej prawdy o świecie, to dziennikarskie procedury docierania do informacji oraz porządkowanie rozmaitych elementów w poznanczo wartościową całość są operacjami godnymi zaufania. Innymi słowy, ufaliśmy, że to, czego dowiadujemy się z mediów jest wiarygodne, nawet jeśli media nie są w stanie przekazać nam pełnego obrazu zdarzeń. „Wiarygodność” zastępuje „prawdziwość”, a test wiarygodności stanowi naczelną zasadę pragmatyki mediów<sup>18</sup>. Obecnie, z różnych powodów, wiara publiczności w uczciwość medialnych treści jest mocno zachwiana. W coraz bardziej złożonym środowisku komunikacyjnym ludzie nieustannie pytają – i pytać powinni – o to, czy istotnie możemy dziś ufać dziennikarskim relacjom, zwłaszcza jeśli dotyczą one tak ważnych kwestii jak wojna i cierpienie innych ludzi.

Kolejną ważną kwestią jest – oprócz sygnalizowanej wiarygodności – problematyka formy, a zwłaszcza wizualizacji tragedii<sup>19</sup>. Dziennikarze, redaktorzy, bohaterowie wydarzeń oraz publiczność powinni nieustannie zastanawiać się, jak wiele cierpienia media mogą (lub powinny) pokazywać oraz jakie są odpowiednie sposoby medialnego odwzorowania bólu i ludzkiego nieszczęścia. Taki, a nie inny „widok cudzego cierpienia” – jak to ujęła Susan Sontag – może całkowicie zdeterminować nasze zaangażowanie i chęć niesienia pomocy innym. A warto przy tym pamiętać, że w tej zasadniczej kwestii – ukazywania ludzkiej tragedii – oczekiwania publiczności zazwyczaj całkowicie rozmiągają się z decyzjami dziennikarzy, a tym bardziej redaktorów i wydawców<sup>20</sup>.

Innym, lecz wcale nie mniej ważnym pytaniem jest *cui bono*? Kto korzysta na tym, że odległe cierpienie jest nagłaśniane albo wręcz przeciwnie, nieobecne lub

<sup>18</sup> Relacja medialna może być zdyskredytowana tylko w sytuacji, jeśli zostanie medialnie sfalsyfikowana, tj. przez relację przeciwną. A to oznacza, że atrybuty prawdziwości (lub fałszywości) przekazów są generowane głównie w ramach systemu mediów masowych.

<sup>19</sup> James Nachtwey o funkcji piękna w swoich kompozycjach mówił: „Piękno jest nieodłącznym składnikiem życia i jest często obecne w tragedii. Nie jest czymś, co próbuję narzucić. Jest czymś, co postrzegam. Nie sądzę, by w moich fotografiach piękno triumfowało nad tragedią. Czasami spowija ją, czyniąc bardziej przejmującą. Czyniąc bardziej dostępną. Paradoks koegzystencji piękna i tragedii był tematem w sztuce i literaturze od wieków. Fotografia nie jest wyjątkiem. Piękno Pietę wyrażone jest w języku ciała, w związku pomiędzy matką a synem. Pieta nie jest wytworem wyobraźni, jest zaczerpnięta z życia. Fotografia przedstawiająca Pięte nie jest imitacją sztuki. Reprezentuje źródło sztuki w prawdziwym życiu. A piękno nadal pozostaje w związku matki z synem”. Por. A. Hoy, *Wielka księga fotografii*, Gruner+Jahr, G+J 2005. a także dokument filmowy *War Photographer* (reż. Ch. Frei, 2001) (info: [www.war-photographer.com/](http://www.war-photographer.com/)).

<sup>20</sup> Patrz Kenneth Kobre, *Photojournalism. The Professional Approach*. Sixth Edition 2008. Istnieje wiele dowodów, że media w różnych krajach i regionach świata wykazują się całkowicie odmienną wrażliwością w tej kwestii. Oczywiście najmniej skłonne do pokazywania dosłownych obrazów śmierci, wojny, przemocy są bezpieczne, żyjące w pokoju i dobrobycie kraje Zachodu. Można oczywiście zrozumieć ten mechanizm, ale – moim zdaniem – nie można go akceptować, i to z wielu powodów. Bodaj najważniejszym z nich jest fakt, że obywatele Europy czy USA, do których traumatyczne obrazy nie docierają, żyją w poczuciu fałszywego bezpieczeństwa, w świecie iluzji, co sprawia, że w sytuacjach trudnych – takich jak chociażby zamachy samobójcze – terroryści usiłujący (...) „zastraszyć nas na śmierć (jak to ujął Tomasz Goban-Klas w pracy pt. *Media i terroryści* z 2009 roku) są niebywale skuteczni. Terroryzm XXI wieku nie jest ukierunkowany na osiągnięcie jakichkolwiek celów politycznych, gdyż najczęściej są one całkowicie nierealistyczne. Współczesny terroryzm opiera się na komunikacji, której celem jest rozgłos i sparaliżowanie strachem przeciwnika, co – ostatecznie – pozbawia go jakiegokolwiek woli obrony.

ślabo pozycjonowane w agendzie medialnej i publicznej? Czy nowe globalne sieci informacyjne, takie jak Al Jazeera, „głos arabski w świecie mediów” lub system rosyjskich mediów w świecie zachodnim (np. Russia Today), mogą zmienić proces podejmowania decyzji o tym, co ma znaczenie i jest oceniane jako poważny kryzys w oczach światowej opinii publicznej?

Jak już wspomniano, „wartość informacyjna” mediów przyczynia się do tego, że określone wydarzenia pojawiają się w dyskursie publicznym, a inne znikają zaś z pola widzenia mediów. Istnieje bowiem „hierarchia newsów”, zgodnie z którą niektóre wydarzenia zyskują nieproporcjonalnie wysoki oddźwięk w mediach kosztem innych. Należy sobie zdawać sprawę, że „sprawiedliwość” czy „relewantność” odwzorowania rzeczywistości – wbrew licznym deklaracjom redaktorów i dziennikarzy – nigdy nie była podstawową wartością dla mediów. Stopień zainteresowania środków przekazu określoną problematyką zależy bowiem w ogromnym stopniu od założeń i przekonań dziennikarzy i redaktorów na temat zainteresowań publiczności, a zwłaszcza tego, co odbiorcy postrzegają jako interesujące lub dla nich ważne<sup>21</sup>. Decyzje decydentów medialnych są kształtowane przez czynniki wartości informacyjnej wydarzeń takie jak aktualność i dramatyczność, ale także określone właściwości samego przekazu – ton dziennikarskiej wypowiedzi, talent autora oraz niecodzienne ujęcie tematu, które stanowią determinanty „atrakcyjności” relacji dziennikarskiej. Redaktorzy – jako gatekeeperzy w procesie komunikowania – mogą zakładać również, że informacja jest bardziej zrozumiała dla publiczności, jeśli jest jednoznaczna, czyli zawiera wyraźne określenia – „my kontra oni”, „dobro versus zło”, piętnuje „sprawców” i wskazuje „ofiary”, a także zawiera wysoki poziom identyfikacji różnic religijnych i etnicznych. Bogata tradycja badań nad wartością informacyjną (czynnikami atrakcyjności), czyli naukowa refleksja nad kryteriami doboru oraz filtrowaniem treści w mediach dowodzi, że proces selekcji jest kształtowany przez wartości kulturowe, ideologię, czynniki instytucjonalne mediów, profesjonalne normy dziennikarstwa (zalecenia techniczne, wartości takie jak jasność, zwięzłość i terminowość), a także cechy osobowościowe reporterów. Wśród zweryfikowanych empirycznie szczegółowych czynników selekcji można wymienić typ informacji (informacje zagraniczne zorientowane na kontekst a informacje skupione na wydarzeniu), odstępstwo od wzorców kulturowych, dziennikarskie zasady profesjonalne (zwłaszcza doktrynę społecznej odpowiedzialności mediów), strukturę organizacyjną instytucji medialnych, oddziaływanie czynników rynkowych oraz koncepcję tzw. systemów świata<sup>22</sup>.

<sup>21</sup> Jak twierdzi James Nachtwey w filmie *Fotograf wojenny*, redaktorzy czasopism zachodnich, nie doceniają swych czytelników i błędnie uważają, że odbiorcy nie akceptują publikacji fotografii obrazujących trudne tematy, takie jak bieda, wojna, klęska żywiołowa itp. Można dodać, że w coraz większym zakresie o zawartości współczesnych mediów zachodnich decydują menedżerowie działów marketingu i sprzedaży, którzy dobrze wiedzą, iż prezentacja traumatycznych treści stanowi ogromną barierę dla sprzedaży reklamy w mediach. Tym samym, po raz kolejny znajduje swoje potwierdzenie słynna teza Dallasa Smythe’go o „utowarowieniu publiczności”, w myśl której najważniejszą funkcją środków przekazu (zwłaszcza telewizji) w systemach liberalnych jest „produktowanie i sprzedaż publiczności”, którą – w odpowiednich „pakietach” (wieku, płci, wykształcenia, miejsca zamieszkania itd.) kupują reklamodawcy.

<sup>22</sup> Zgodnie z koncepcją tzw. systemów świata (*world systems*) Immanuela Wallersteina, czynnik ideologiczny wpływający na medialny obraz świata znajduje swoje odzwierciedlenie w pozycji poszczególnych państw na arenie międzynarodowej. Kraje rozwijające się i mniejsze państwa cieszą się mniejszym zainteresowaniem mediów niż inne wysokorozwinięte kraje zachodnie (*core Western countries*). Doniesienia zagraniczne na temat krajów spoza tego obszaru (*non-core countries*) dotyczą głównie konfliktów i wyrazistych odstępstw od normy,

Badania nad procesem selekcji w odniesieniu do informacji zagranicznych, w tym relacji wojennych w mediach często koncentrowały się na logistycznych czynnikach selekcji, np. takich jak geograficzna bliskość wydarzenia. Intensywność medialnego zainteresowania daną historią jest oczywiście uzależniona także od kwestii praktycznych, zwłaszcza ekonomicznych, ale też osobowych<sup>23</sup>. Zainteresowanie mediów zależy na przykład od tego, czy arena gwałtownych zdarzeń jest stosunkowo bezpieczna dla korespondentów, czy można uzyskać dostęp do strefy działań wojennych, czy redaktor – jako selekcjoner wiadomości w mediach – interesuje się określonymi wydarzeniami, czy – wręcz przeciwnie – odczuwa znużenie, które zwykle projektuje na swych odbiorców, uważając, że oni także są zniechęceni kolejnymi doniesieniami w danej sprawie.

Każdy z wymienionych powyżej czynników może współdziałać razem z pozostałymi i w efekcie przyczyniać się do poznawczego i emocjonalnego zaangażowania odbiorcy lub jego zobojętnienia wobec tragedii. Jeśli dziennikarze nie mogą uzyskać dostępu do obszaru wojny, zwykle – jako publiczność mediów – pozostajemy nieświadomi tego, co się dzieje w określonej części świata, więc nie możemy ocenić, w jakim stopniu określone wydarzenia wpływają także na nasze położenie. A przecież – jako obywatele – chcemy wierzyć, że medialne zasoby (środki, ludzie, działania) są ukierunkowane na relacjonowanie tych wydarzeń, które mają wpływ na naszą sytuację. A co w sytuacji, kiedy określone wydarzenia nie mają – obiektywnie lub w subiektywnej ocenie mediów – wpływu na nasze życie? Czy mamy pogodzić się z faktem, że takie wydarzenia znikają z pola widzenia mediów i ich odbiorców?<sup>24</sup>

Logistyczne czy rynkowe ograniczenia działania mediów mogą wchodzić w interakcje z czynnikami wartości informacyjnej, co powoduje powstawanie błędnego koła referencji – niektóre wydarzenia i procesy pozostają nieznane lub słabo relacjonowane przez media, są zatem mniej zrozumiałe dla publiczności, a ta swoista „hermetyczność” poznawcza zmniejsza z kolei prawdopodobieństwo medialnego zainteresowania określoną problematyką. Dlatego też, aby zrozumieć, dlaczego określone relacje dziennikarskie pozostają poza zasięgiem publicznej percepcji musimy nie tylko identyfikować różne tego powody, ale badać, jak pewne czynniki kreujące „świat nieprzedstawiony” w mediach wzmacniają się wzajemnie.

---

wzorca kulturowego. Por. I. Wallerstein, *The modern World System I: Capitalist Agriculture and the Origins of the European World-Economy in the Sixteenth Century*. New York: Academic Press.

<sup>23</sup> Czynniki logistyczne (np. koszty relacji, odległość i dostęp do miejsca wydarzeń), a także czynniki organizacyjne i rynkowe mają ogromny wpływ na proces filtrowania informacji zagranicznych. Ekonomia mass mediów wymusza konieczność zdobywania wielkich, atrakcyjnych dla hojnych reklamodawców audytoriów, co w efekcie prowadzi do uproszczeń, i wyrzykowości relacji zagranicznej, po to by uczynić ją zrozumiałą dla odbiorcy masowego. Media muszą minimalizować koszty gromadzenia informacji. Pojawia się bariera ekonomiczna korespondencji zagranicznej. Media ograniczają liczbę własnych biur i korespondentów zagranicznych, powołują się na ograniczoną liczbę agencji informacyjnych i usług agencyjnych. Zjawiska te w zgrabnej formule ujął John Maxwell Hamilton: „korespondencja zagraniczna jest najdroższym przedsięwzięciem dziennikarskim przynoszącym najmniej korzyści, jeśli chodzi o zainteresowanie odbiorców”. Nadzieją – choć nadal w dużej mierze niezrealizowaną – na zmianę sytuacji było upowszechnienie Internetu jako platformy, w której funkcjonuje wiele konkurencyjnych źródeł informacji o świecie, które mogą kreować egalitarny i zróżnicowany przepływ wiadomości zagranicznych. Zob.: J. Hamilton, *Journalism's Roaming Eye: A History of American Foreign Reporting*. 2009, LSU Press.

<sup>24</sup> Dobrym przykładem jest kwestia co najmniej kontrowersyjnej postawy mediów – zwłaszcza zachodnich – wobec współczesnych aktów ludobójstwa w odległych rejonach świata.



Refleksję nad mediami masowymi jako selekcyonerami wiadomości oraz społecznymi skutkami gatekeepingu w mediach – na przykład w procesie kreowania poczucia zaangażowania publiczności – odnajdujemy też w innych koncepcjach teoretycznych takich jak *agenda setting*<sup>25</sup> oraz *framing*<sup>26</sup>. Są one wykorzystywane m.in. w badaniach nad międzynarodowym przepływem informacji, ale także w nurcie badań polemologicznych, zwłaszcza w analizie roli mediów w czasie wojen i konfliktów zbrojnych.

Selekcja informacji jest kluczowym elementem procesu ustalania „porządku dnia”, inaczej hierarchii ważności określonych treści w agendzie mediów, która – ze względu na siłę oddziaływania środków masowego przekazu – może kształtować także inne agendy, tj. publiczną (ludziom wydaje się, że coś jest ważne, bo media o tym komunikują) i polityczną (politycy i instytucje polityczne, które w systemach demokratycznych są w pewnym sensie „zakładnikami” opinii publicznej włączają w obszar swych działań kwestie nagłaśniane przez media, nawet jeśli niekoniecznie są one priorytetowe z punktu widzenia decydentów polityki)<sup>27</sup>.

Z kolei koncepcja *framingu* (*news framing*) – ramowania (ustalania ram interpretacyjnych) opiera się na założeniu, że sposób, w jaki dana sprawa jest relacjonowana przez media, wpływa na jej percepcję przez publiczność. Medialne nastawienie mediów do określonych kwestii (np. dziennikarza przygotowującego materiał medialny, redaktora prowadzącego główne wydanie wiadomości, eksperta komentującego wydarzenie w studiu telewizyjnym) często jest przejmowane przez odbiorców medialnych doniesień. Narzędziami ramowania są symbole, kluczowe

<sup>25</sup> Teoria *agenda setting* – w swoim pierwotnym brzmieniu – sugeruje, że media kreują poczucie publicznej ważności obiektów (wydarzeń, problemów, osób): następuje przeniesienie ‘porządku dziennego’ (agendy, tj. konfiguracji, hierarchii ważności) mediów w sferę społecznej percepcji. Koncepcja *agenda setting* w mniejszym stopniu wyjaśnia czynniki filtrowania wydarzeń (i redagowania informacji), zajmując się głównie oddziaływaniem przekazów medialnych na odbiorców. Polega ona na analizie treści (w celu ustalenia agendy medialnej), po to, by następnie skonfrontować ją z hierarchią obiektów (i ich właściwości) występującą w świadomości społecznej. Agenda mediów wpływa na nastawienia opinii publicznej, ponieważ to właśnie media wyróżniają istotne wydarzenia. *Agenda setting* jest szeroką perspektywą badawczą, obejmującą teoretyczną refleksję i empiryczną analizę upowszechniania treści zagranicznych w mediach. Koncepcja ta zakłada również, że należy badać: medialny porządek spraw i wykreowaną przez media wyrazistość określonych właściwości rozmaitych obiektów (pierwszy poziom analizy) oraz problematykę wpływu na treści medialne (poziom drugi). Kluczowe pytanie drugiego poziomu badań w ramach *agenda setting* brzmi: kto ustala agendę mediów? Badania tej kwestii prowadzą niejednokrotnie do wniosku, że media są skuteczne nie tylko we wskazywaniu o czym myśleć, ale także jak o tym myśleć. Por. White D. M. 1949. *The „Gatekeeper”: A Case Study in the Selection of News*. „Journalism Quarterly”, (27) 1949, s. 383-390. A także: Shoemaker, P., Reese, S. 1996. *Mediating the Message: Theories of Influence on Mass Media Content*. White Plains, NY: Longman oraz P. Shoemaker P., Eicholz M., Kim E., Wrigley B., 2001. *Individual and Routines Forces in Gatekeeping*. „Journalism & Mass Communication Quarterly”, 78(2) 2001.

<sup>26</sup> Wyższy poziom analizy w ramach *agenda setting* jest koncepcyjnie bardzo blisko teorii *framingu*, która oznacza selekcjonowanie i akcentowanie pewnych aspektów wydarzeń i problemów oraz kształtowanie określonych związków między nimi w celu wzmacniania (promowania) szczególnych interpretacji, ocen lub rozwiązań. Koncepcja ta ma bardzo bogatą tradycję w badaniach nad mediami i komunikacją polityczną. Pojęcia ‘ramy’ (*frame*) i ‘framingu’ są na przykład kluczowe dla modelu kaskadowego Roberta Entmana. Por. R. Entman, *Projections of Power: Framing News, Public Opinion and Foreign Policy*. Chicago, IL: University of Chicago Press 2004, s. 5-6.

<sup>27</sup> W sytuacji, gdy informacja o danym wydarzeniu nie przedostanie się przez kolejne bramki gatekeepingu, odbiorcy mediów nie dysponują wskazówkami o istotności określonych kwestii, co jest szczególnie ważne w procesie mediatyzacji spraw międzynarodowych. M. McCombs, D. Shaw, *The Agenda Setting Function of the Mass Media*. „Public Opinion Quarterly”, 36 1972, s. 176-187. A także: R. Entman, *Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm*, „Journal of Communication”, 43(4) 1993, s. 51-58.

słowa, schematy, metafory i charakterystyczne frazy (np. w formie „skrzydlatych” słów i wyrażeń). Framing można uznać za wyższy poziom ustanawiania medialnej agendy. Ramowanie to inaczej „agenda atrybutów”, czyli selekcjonowanie ograniczonej liczby aspektów i właściwości prezentowanych przez media tematów, zdarzeń i osób. Jeśli „porządek dzienny” bardziej odnosi się do kwestii „o czym” media informują, to ramowanie do tego, „jak” informują<sup>28</sup>. Rama interpretacyjna jest zatem obszarem możliwej interpretacji, strukturą poznawczą w świadomości dziennikarza (a za jego pośrednictwem także odbiorcy mediów), która ułatwia selekcję i przetwarzanie informacji (w przypadku odbiorcy – jej interpretację)<sup>29</sup>. Wcześniejsze doświadczenia są gromadzone i następnie wykorzystywane jako zbiór schematów, za pomocą których interpretuje się również doświadczenia późniejsze.

Ramy, jakimi posługują się media, są utrwalonymi wzorami poznawania rzeczywistości oraz jej interpretacji i prezentacji. Są również wzorami selekcji, szablonami narracji i wyjaśniania. To właśnie dzięki nim pewne kwestie są akcentowane, a inne osłabiane lub pomijane. W skład ram medialnych wchodzi symbol, którymi posługują się członkowie wspólnot dyskursywnych, zarówno w dyskursach werbalnych, jak wizualnych<sup>30</sup>. Korzystanie z zasobów schematów interpretacyjnych, wzorców czy wręcz szablonów medialnych (*media templates*) sprawia, że określone fragmenty rzeczywistości stają się – w percepcji odbiorcy – szczególnie istotne, podczas gdy inne są marginalizowane lub ignorowane<sup>31</sup>.

### Rola mediów w kształtowaniu relacji widz-ofiara

Dlaczego odbiorcy mediów czują się związani z pewnymi relacjami dziennikarskimi bardziej niż z innymi? Co decyduje o tym, że z określonymi ofiarami odczuwamy więź emocjonalną, a wobec innych zachowujemy dystans? Z jakiej perspektywy powinniśmy spoglądać na cierpienie innych? – w poszukiwaniu odpowiedzi

<sup>28</sup> Koncepcja framingu ma jednak wymiar szerszy, niż tylko ten związany z ustaleniem istotnych właściwości elementów agendy medialnej, ponieważ niektóre rodzaje ram wykraczają poza pojęcie atrybutu, cechy, kwestii lub osoby. Tak jest np. w przypadku ujęć interpretacyjnych wielowymiarowych kwestii, np. konsekwencji ekonomicznych pewnych procesów, źródeł konfliktów zbrojnych czy długofalowych skutków wojen. Aby radzić sobie ze złożonością świata, dziennikarze i redaktorzy niejednokrotnie korzystają z tzw. szablonów medialnych (*media templates*). Podobnie jak generałowie, którzy – zazwyczaj z fatalnym skutkiem – „toczą poprzednie wojny”, media redukują niektóre bieżące wydarzenia do znanych schematów interpretacyjnych, np. „wzorec Holocaustu” jest jednym z najczęściej nadużywanych szablonów medialnych w relacjonowaniu współczesnych zbrodni wojennych.

<sup>29</sup> Erving Goffman w pracy pt. *Frame Analysis* (1974) stwierdził, że wszyscy klasyfikujemy, organizujemy i interpretujemy nasze życiowe doświadczenia, aby znajdować w nich określony sens. Ramy interpretacyjne czynią jednostki zdolnymi do posługiwania się informacjami do lokalizowania swojego miejsca, postrzegania świata, utożsamiania się z określonymi zdarzeniami czy też do nazywania określonych sytuacji.

<sup>30</sup> Więcej na temat pojęć *frame*, *framing*, schemat pamięciowy, model kognitywny, efekt framingu, rama interpretacyjna zob. A. Pluwak, *Geneza i ewolucja pojęcia framing w naukach społecznych*. „Global Media Journal” – Polish Edition No 1 (5), 2009.

<sup>31</sup> Istnieje bogata tradycja badań i literatura poświęcona m.in. klasyfikacji medialnych ram interpretacyjnych. Na przykład W. Russle Neuman, Marion R. Just, Ann N. Crigler wymieniają pięć typów ram z perspektywy publiczności: 1) znaczenia dla ludzi (*human impact*) – wpływ wydarzeń na życie ludzi; 2) bezsilności (*powerlessness*) – bezbronności, bezradności zwykłych ludzi; 3) ekonomiczna (*economics*) – konsekwencji ekonomicznych danej decyzji lub wydarzenia, kto na tym traci, a kto zyskuje (na przykład interesowność, chciwość); 4) moralności (*morality*) – związanej z wartościami, Bogiem i religią; 5) konfliktu (*conflict*) – rama przedstawiająca odmienne punkty widzenia w danej kwestii, głosy wielu stron zaangażowanych w konflikt. Zob.: A. Pluwak, op. cit.

na te pytania pomagają koncepcje medioznawcze, takie jak *gatekeeping*, *agenda setting*, *framing* oraz bogata tradycja badań nad publicznością mediów, a wszystkie one – w gruncie rzeczy – prowadzą do ogólnego wniosku, iż kluczowymi determinantami emocjonalnego zaangażowania odbiorców mediów (lub jego braku) są ‘tożsamość’ oraz ‘percepcja’.

Lojalności polityczne i społeczne uwikłania w istotny sposób wpływają na recepcję medialnych przekazów o konfliktach zbrojnych. Dramat wojny polega także na tym, że tragedia jednych zwykle oznacza zwycięstwo i wzrost poczucia bezpieczeństwa innych. Jeśli „nasi żołnierze” wygrywają bitwy, to fakt ten zyskuje pierwszeństwo nad przekazami o innych aktorach wojennych wydarzeń (np. cywilnych ofiarach), którym moglibyśmy – jako odbiorcy – współczuć. Proces konstruowania hierarchii ważności w dyskursach medialnych jest więc determinowany przez społeczne przynależności oraz poczucie wspólnotowej lojalności nadawców i odbiorców środków przekazu. Mechanizmy definiowania priorytetów w mediach – zwłaszcza podczas działań wojennych – są ponadto warunkowane czynnikami natury historycznej, politycznej, ideologicznej itd.

Oprócz poczucia tożsamości dziennikarzy i ich odbiorców, a co za tym idzie społecznej recepcji treści medialnych, ogromne znaczenie ma wiarygodność przekazu. Strategiczne pytanie w tej sferze brzmi: czy dziś odbiorcy mediów rzeczywiście ufają medialnym obrazom rzeczywistości?<sup>32</sup>

Aby zaangażować się w określoną kwestię, odbiorca musi przyjąć aktywną postawę wobec medialnego przekazu o odległym cierpieniu innych ludzi. Dlatego też, musi on – w pierwszej kolejności – uwierzyć, że relacja jest rzetelna. Można wymienić trzy główne aspekty zaufania odbiorców do wiarygodności medialnych relacji o tragedii wojny. *Po pierwsze*, relacja medialna musi być weryfikowalna, co oznacza, iż istnieje możliwość potwierdzenia, że informacja nie jest jedynie plotką czy wymysłem reportera. Musi zatem istnieć perspektywa weryfikacji wiadomości dzięki pozyskaniu informacji z innego zaufanego źródła, np. od wiarygodnego świadka. *Po drugie*, relacjonowanie dramatycznych zdarzeń musi mieć uzasadnienie. Adresaci medialnych doniesień muszą być przekonani, że środki masowego przekazu słusznie zajmują się daną sprawą jako ważniejszą od innych. Jest to kwestia fundamentalna, gdyż aktywność poznawcza odbiorców jest ograniczona (np.

<sup>32</sup> Jak pisze J. Baudrillard – „Abstrakcją nie jest już dzisiaj mapa, sobowtór, zwierciadło albo pojęcie. Symulacja nie dotyczy jakiegoś terytorium, bytu referencyjnego albo substancji. Jest natomiast generowaniem, przy pomocy modeli, nierzeczywistej i pozbawionej oparcia realności – hiperrealności. Terytorium nie poprzedza już mapy ani nie żyje dłużej niż ona. Nadeszły czasy, że mapa poprzedza terytorium – precesja symulaków – że mapa rodzi terytorium (...). Coś zniknęło, mianowicie zasadnicza różnica między tym, co przysparzało tyle uroku abstrakcji. Różnica odpowiedzialna za poezję mapy i urok terytorium, magię pojęcia i czar rzeczywistości. Wyobraźniowy świat przedstawień, którego zwieńczeniem, a zarazem ostatecznym upadkiem jest szalona idea kartografów o idealnej współbieżności mapy i terytorium, rozprasza się w symulacji – jej działania są nuklearne i genetyczne, a nie spekulatywne i dyskursywne. Odpada cała metafizyka. Żadnego odtąd zwierciadła natury i zjawisk, rzeczywistości i jej pojęcia. Żadnej wyobraźniowej współbieżności, to raczej genetyczna miniaturyzacja jest przestrzenią symulacji. Rzeczywistość jest produkowana przez mikroskopijne komórki, matryce i moduły pamięci, systemy operacyjne - da się ją zatem powielać w nieskończoność. Można się obejść bez racji, przestał bowiem istnieć, jako ideał bądź negatyw, punkt odniesienia. Wystarczy operacje. (...) Chodzi o podstawienie w miejsce rzeczywistości znaków rzeczywistości, to znaczy o operację, gdzie zamiast realnego procesu na pierwszy plan wysuwa się jego operacyjny sobowtór, homeostatyczna maszyna znakotwórcza, bezgrzeszna, programowalna, która oferuje wszystkie znaki rzeczywistości i w krótkim zwraciu wszystkie jej perypetie”. Por. J. Baudrillard, *Precesja symulaków*, [w:] *Postmodernizm. Antologia przekładów*, przeł. T. Komendant, Kraków 1997.

w czasie), tymczasem obecnie, w epoce gwałtownego przyspieszenia historycznego, coraz większa liczba środków informacji i opinii, coraz szybciej, sprawniej, atrakcyjniej konkuruje o uwagę odbiorcy. Dlatego musimy wierzyć, że wiadomości są przez media selekcjonowane według tych samych kryteriów ważności, które są dla nas – jako odbiorców – decydujące. Wartość informacyjna wiadomości musi zatem być dostosowana do oczekiwań i przekonań odbiorców na temat tego, co ważne. *Po trzecie*, liczy się rama interpretacji – ujęcie danego tematu musi być zasadne. Jako odbiorcy mediów oczekujemy od dziennikarzy określonego stopnia obiektywizmu i bezstronności. Nie można bowiem skutecznie wykreować sfery publicznej, jeśli nie możemy omawiać istotnych dla wspólnoty zagadnień, jeśli nie istnieje przynajmniej minimalny konsensus, zestaw powszechnie uzgodnionych przekonań co do określonych faktów i znaczeń, na temat których możemy debatować. Równocześnie jednak, aby przyciągnąć i utrzymać uwagę widzów, doniesienia prasy, radia czy telewizji zwykle pomijają niektóre szczegóły, a medialni selekcyonerzy przyznają pierwszeństwo pewnym kwestiom kosztem innych. Celem tego procesu jest m.in. odpowiednie zarządzanie emocjami odbiorców. Ale my, jako publiczność, chcemy mieć pewność (lub nadal naiwnie wierzymy), że proces selekcji nie deformuje medialnego przekazu, nie czyni go stronniczym, gdyż to prowadziłoby do nierzetelności dziennikarskiej i deformowało społeczny odbiór i rozumienie określonych aspektów rzeczywistości.

Różnorodne są kryteria wartości, dobra wspólnego i moralności. Z niektórych badań wynika, że mężczyźni zwykle przejawiają tendencję do myślenia o dramatycznych wydarzeniach w kategoriach 'sprawiedliwości', dlatego sytuację oceniają w kategoriach abstrakcyjnych, idealnych, natomiast 'modelowe' kobiety – przeciwnie – skupiają się na wartościach konkretnych, takich jak 'opieka' i 'ochrona' ludzi w potrzebie. Oczywiście w większości realnych przypadków ludzie – bez względu na płeć – w różnym stopniu mieszają obydwie moralne wrażliwości<sup>33</sup>.

Odbiorcy mediów w różny sposób manifestują także swój sprzeciw wobec tragedii. Osoba, której poczucie moralności jest zogniskowane na 'sprawiedliwości' może odczuwać wstyd z powodu bezprawia. Pojawić się może poczucie winy, które wynika z beczynności uniemożliwiającej realizację ideału sprawiedliwości. Człowiek, którego centrum poczucia przyzwoitości stanowi 'opieka', odczuwa – a nie rzadko także demonstruje – oburzenie z powodu degradacji międzyludzkich więzi oraz moralnego indyferentyzmu i braku odpowiedzialności za potrzeby innych. Jeśli odnieść te dwie ogólne perspektywy etyczne do funkcjonowania mediów, to okaże się, że człowiek motywowany poczuciem „sprawiedliwości” może zostać sprowokowany do protestu przez te medialne przekazy, które nagłaśniają bezprawność określonych działań, a zwłaszcza brak reakcji wspólnoty międzynarodowej, np. pasywność instytucji politycznych czy nieobecność organizacji humanitarnych w miejscu tragedii. Z kolei osoba ukierunkowana na „opiekę” może zostać zaktywizowana przez media, które dramatyczne wydarzenia ujmują w ramy dyskursów emocjonalnych.

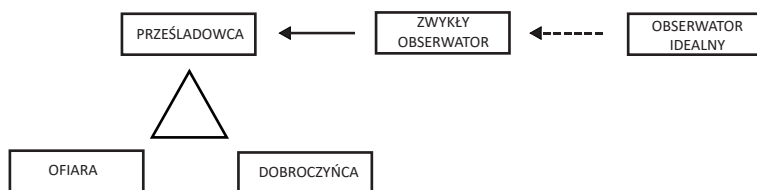
Badanie zjawisk społecznej empatii lub zobojętnienia wobec tragedii wymaga ramy analitycznej dla odwzorowania relacji między widzami, ofiarami i innymi aktorami gwałtownych – na przykład wojennych – wydarzeń w odległych regio-

<sup>33</sup> C Gilligan, J. Attanucci, *Two Moral Orientations: Gender differences and similarities*, „Merrill-Palmer Quarterly” 1988, 34, s. 223-237.

nach świata, które są relacjonowane przez media. Użyteczną konstrukcją badań tych zależności jest „model współczucia” zaproponowany w 1759 roku przez jednego z ojców liberalizmu, Adama Smitha w pracy zatytułowanej *The Theory of Moral Sentiments*.

W centrum opisywanego modelu znajduje się ‘zwykły (rzeczywisty) obserwator’ zdarzeń, który spogląda na triadę dramatu – ‘sprawcę’ (‘prześladowcę’), ‘ofiary’ oraz ‘dobroczyncę’, czyli podmiot przejawiający wolę i dysponujący możliwościami zmiany sytuacji na lepsze. W medialnych relacjach o wojnie w tej roli mogą występować zarówno wybitne, nierzadko heroiczne jednostki (w tym sami dziennikarze), jak i instytucje, takie jak wspólnota międzynarodowa, rządy, interwencyjne siły zbrojne, ale także organizacje religijne czy pozarządowe. Ostatnim – ale kluczowym – elementem modelu współczucia Smitha jest ‘obserwator idealny’, czyli pewne tożsamościowe wyobrażenie jakiegoś ‘zwykłego widza’ ma o odczuciach innych obserwatorów tragedii, zwłaszcza ludzi będących członkami tej samej wspólnoty społecznej, politycznej, religijnej czy kulturowej.

### Schemat 1. Model Adama Smitha



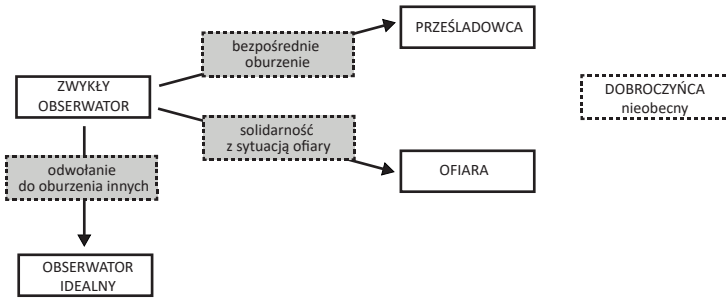
Źródło: A. Hoskins, B. O’Loughlin, *Media and War. The Emergence of Diffused War*. Polity, 2013.

Odwołując się do naszkicowanego modelu, spróbujmy zatem rozważyć kilka podstawowych kwestii. W jaki sposób media reprezentują triadę ofiary, sprawcy i beneficjenta? W jaki sposób publiczność mediów reaguje na medialne odwzorowanie ofiary, sprawcy i dobroczyncy? Aby odpowiedzieć na tak postawione pytania warto – za A. Hoskinsem i B. O’Loughlinem – odnieść się do koncepcji L. Boltanskiego zaprezentowanej w pracy pt. *Distant suffering* na temat możliwych relacji między widzem a ofiarą wedle modelu współczucia Smitha.

Można wskazać trzy rodzaje reakcji publiczności wobec „cierpienia innych ludzi” w relacjach medialnych. Te trzy typy relacji – *oskarżenie*, *sentyment* lub *estetyzacja* – stanowią możliwe postaci postawy emocjonalnej odbiorcy wobec tragedii. Innymi słowy, możemy na wydarzenie reagować oburzeniem, niefrasobliwą czułością lub – po prostu – obserwować je wyłącznie jako fascynujący spektakl.

Denuncjacja występuje w sytuacji, gdy widz nie jest w stanie interweniować, zrobić czegokolwiek w sprawie cierpienia innych ludzi w odległym świecie. Współczucie, litość i żal zamieniają się w sprzeciw i złość, że nie można się włączyć w jakiegokolwiek działania na rzecz poprawy sytuacji. Wyłącznie werbalne akty protestu są możliwe, a jedyną formą sprzeciwu jest oskarżenie. Uwaga odbiorcy nie kieruje się w stronę cierpiących ofiar, lecz skupia się na sprawcy tragedii.

Schemat. 2. Relacje ‘odbiorca’ – ‘sprawca’ – ‘dobroczynca’ w modelu ‘denuncjacji’ (tryb ‘oskarżycielski’)



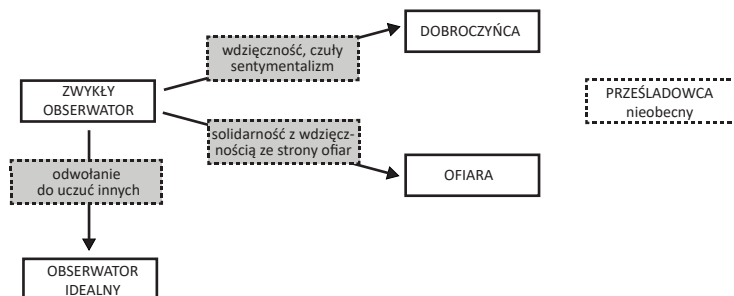
Źródło: A. Hoskins, B. O’Loughlin, *Media and War. The Emergence of Diffused War*. Polity, 2013.

Jednak nie zawsze łatwo wskazać prześladowcę. Sytuacja – zwłaszcza w odległych geograficznie lub kulturowo arenach konfliktu – nie zawsze jest jasna, a odpowiedź na pytanie, kto ponosi winę za wojnę, klęskę głodu<sup>34</sup> lub inne katastrofy jest złożona. Dodatkowo, odbiorca może identyfikować się z ofiarami (np. ze względu na wspólnotę narodowości lub wyznania), a pochopne wskazywanie i oskarżanie sprawcy może wynikać ze stereotypów lub uprzedzeń. Określona grupa lub zbiorowość może przypisywać zbiorową winę innej grupie w sposób bezrefleksyjny i tym samym upowszechniać pochopne oskarżenia w szerszych kręgach społecznych.

Drugi tryb relacji między ‘obserwatorem’ a ‘ofiara’ można określić mianem więzi sentymentalnej. O ile w modelu denuncjacji widz czuł oburzenie wobec prześladowcy oraz podzielał urazę, którą ofiara żywi wobec sprawcy, o tyle w relacji sentymentalnej, obserwator (np. odbiorca mediów) sympatyzuje z wdzięcznością cierpiącego wobec dobroczyńcy. Podstawowym problemem w oczach odbiorcy jest pilna potrzeba złagodzenia cierpienia, dlatego też, w miejsce oburzenia, widz przejawia niefrasobliwe wzruszenie spowodowane skuteczną akcją pomocy, które przesłania jakiegokolwiek odniesienia do sprawców tragedii. W sferze odczuć jakiegokolwiek kwestie odpowiedzialności i rozliczenia winy są tłumione.

<sup>34</sup> Głód we współczesnym świecie jest nierzadko – o czym łatwo zapominamy – efektem wojny, a nawet najbardziej prymitywną, lecz jakże skuteczną bronią.

Schemat 3. Relacje ‘odbiorca’ – ‘sprawca’ – ‘dobroczynca’  
w modelu ‘sentymentalnym’

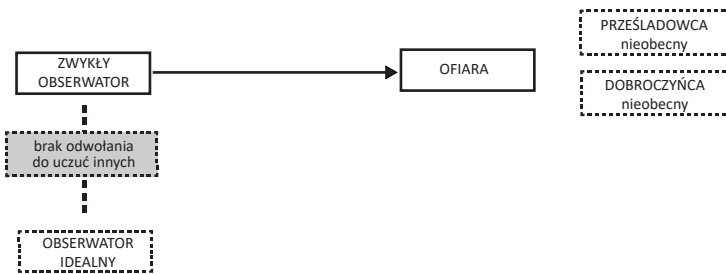


Źródło: A. Hoskins, B. O’Loughlin, *Media and War. The Emergence of Diffused War*. Polity, 2013.

Skutki konfliktów zbrojnych wzbudzają sprzeciw pewnej części odbiorców przejawiający się w formie oskarżania sprawców przestępstw wojennych, bądź też w postaci sentymentalnej afektacji wobec ofiar i podmiotów działających na rzecz poprawy sytuacji. Jednak takie nastawienia emocjonalne mogą być krytykowane, na przykład ze względu na fakt, iż tożsamości społeczne, polityczne czy kulturowe tworzą mocne więzi odbiorców mediów z określonymi pacjentami (pasywnymi obiektami działań, np. ofiarami) lub agensami (aktywnymi pomiotami działań, np. walczącymi oddziałami, instytucjami politycznymi, ), a takie uwikłania skutecznie przesłaniają prawdziwy obraz wojny. Czynnikiem zakłócającym poprawną percepcję gwałtownych wydarzeń (takich jak konflikty zbrojne czy działania wojenne), zarówno po stronie nadawców przekazów, jak i ich odbiorców, jest interes polityczny lub ekonomiczny. W najnowszej historii mediów (nie tylko zresztą amerykańskich, choć w tym względzie najczęściej krytykowanych) istnieje wiele przykładów, kiedy swoiście definiowana *raison d’État* skutecznie blokowała rozpowszechnianie informacji o tragicznych skutkach konfliktów militarnych, co może być uznane za przejaw hipokryzji mediów i ich odbiorców.

Trzecim sposobem doświadczania spektaklu cierpienia przez odbiorcę jest postrzeganie tragedii i cierpienia w kategoriach wyłącznie estetycznych.

#### Schemat 4. Relacje ‘odbiorca’ – ‘sprawca’ – ‘dobroczynca’ w modelu ‘estetyzującym’



Źródło: A. Hoskins, B. O’Loughlin, *Media and War. The Emergence of Diffused War*. Polity, 2013.

Widz ma wrażenie, że bierze udział w oszłamiającym spektaklu. Zamiast poddawać się emocjom, poszukiwać winnych lub manifestować swój sprzeciw, odbiorca po prostu akceptuje cierpienie jako takie, w myśl formuły, iż historia ludzkości jest historią wojen i przemocy, zawsze tak było i nic nie można z tym zrobić. Ale ów imposybilizm to nie wszystko. W modelu ‘estetyzującym’ odbiorca nie tylko akceptuje dramatyczny stan rzeczy, ale wnikliwie mu się przygląda, a nierzadko czerpie nawet z tego wojeryzmu swoistą przyjemność. Ta forma odbioru jest całkowicie oderwana od kwestii politycznej odpowiedzialności czy niezgody wobec niesprawiedliwości, a przerażające wydarzenia mogą pojawić się wszędzie, mogą dotyczyć każdego w dowolnym momencie. W tym rodzaju percepcji wojny liczą się przede wszystkim doświadczenia własne odbiorcy, wpływające na sublimację aktu odbioru, w którym można wyodrębnić dwa etapy. Początkowo widz odczuwa zmieszanie, a nierzadko przerażenie wobec tego czego doświadcza za pośrednictwem medialnej reprezentacji; stara się zrozumieć tragedię i cierpienie, które obserwuje, by następnie – niejako pogodzony z sytuacją – czerpać satysfakcję z aktu obserwacji. Widzowie odczuwają tym samym – niemal równocześnie – przerażenie, ale także dziwną przyjemność. Trudno jednoznacznie wyjaśnić psychologiczny mechanizm opisywanego zjawiska. Jedną z możliwych eksplanacji jest odwołanie się do szczególnej – najczęściej nieuświadomionej – konstrukcji ‘ofiary’: oto gdzieś w dalekim świecie inni są prześladowani, cierpią, i umierają, niejako za nas, my natomiast, obserwując ludzkie tragedie z bezpiecznej odległości, odczuwamy – niestety – ulgę, że nie nas to dotyczy.

Opisywane zjawiska estetyzacji tragedii można również odnieść do dramatu „kultury” epoki ponowoczesności, która – zdaniem jej krytyków – w długofalowym procesie prowadzi do powszechnej dekonstrukcji i implozji tradycyjnych konfiguracji społecznych (klasowych, ekonomicznych, rasowych, seksualnych itp.), totalizującej dominacji przedmiotów i dóbr konsumpcyjnych nad ludźmi, a w rezultacie do ostatecznej zaturbowości podmiotowości i zastąpienia prawdziwych relacji między ludźmi przez ‘symulakry’ i ‘symulacje’, a kultury przez ‘hiperrzeczywistość’, w której panuje obraz, spektakl, wizja, gra znaków i w efekcie chaos wrażeń i fantazji.



Tabela 1. Trzy modele medialnej reprezentacji tragedii w ujęciu syntetycznym

	Formy relacji WIDZ – OFIARA – DOBROCZYŃCA	Główne problemy
OSKARŻENIE	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Widz jest bezsilny.</li> <li>• Jedynym możliwym działaniem jest protest werbalny w formie oskarżenia.</li> <li>• Uwaga koncentruje się na prześladowcy, a nie na ofierze.</li> <li>• Oceny nierzadko są determinowane przez lojalności i tożsamości kolektywne.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Badanie przebiegu zdarzeń oraz dowody są potrzebne, aby mieć pewność, że ofiara jest ofiarą, a wyłącznym sprawcą tragedii jest prześladowca.</li> <li>• Oskarżenia są niejednokrotnie pustymi słowami bez konsekwencji.</li> <li>• Odbiorcy (widzowie, obserwatorzy, publiczność mediów itp.) albo nigdy nie doświadczyli równie tragicznych sytuacji (a więc mają trudności z współodczuwaniem bólu ofiar), albo, nawet jeśli mają pewne doświadczenie (np. jako członkowie grupy ofiar), to zwykle takie oskarżenia mają charakter zainteresowania ukierunkowanego na siebie lub/i własną grupę.</li> <li>• Jeśli oskarża się całą grupę, to czy wszyscy jej członkowie są równie winni współudziału jako sprawcy tragedii?</li> </ul>
SENTYMENT	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Priorytetem widza jest zakończenie cierpienia ofiary.</li> <li>• Widz odczuwa więź z wdzięcznością ofiary do dobroczyńcy.</li> <li>• Brak wyraźnych odniesień do oskarżenia prześladowcy.</li> <li>• Ocena opiera się na emocjach: odbiorca, który czuje się dotknięty przyjmuje prawdę o danej sytuacji.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Swoista „samopobłaźliwość” rozemocjonowanego widza przysłania cierpienia rzeczywistej ofiary.</li> <li>• Odkrycie u widza jego emocjonalnej wrażliwości może oznaczać czerpanie swojej przyjemności z tragedii innych.</li> <li>• Widz de facto ignoruje przyczyny cierpienia.</li> </ul>
ESTETYZACJA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Brak relacji: ofiara jest wyłącznie obiektem obserwacji.</li> <li>• Liczy się to jak widz doświadcza spektaklu – np. wzniosły moment przejścia od niejasności (sytuacji, wydarzenia) do zrozumienia.</li> <li>• Postawa krytyki hipokryzji i egoizmu oraz niechęć do innych form obserwacji tragedii.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• To, co widz selekcjonuje z medialnej relacji o wydarzeniu, na jaki aspekt sytuacji patrzy szczególnie uważnie pozostaje kwestią indywidualnego gustu, a nie częścią publicznego zainteresowania lub głębokiego zatroskania losem ofiar.</li> <li>• Istnieje „nierówny status”: ofiara jest jedynie obiektem oglądu.</li> <li>• Wyjście poza zestaw norm społecznych oferuje niewielki zakres działania.</li> </ul>

Źródło: A. Hoskins, B. O'Loughlin, *Media and War. The Emergence of Diffused War*. Polity, 2013.

Pesymistyczna wizja ponowoczesnego świata nie może jednak przesłonić faktu, iż nadal wiele jednostek i podmiotów instytucjonalnych – nierzadko pod wpływem narracji medialnych – podejmuje działania na rzecz zatrzymania przemocy lub likwidacji skutków działań zbrojnych. Zastanówmy się zatem, jakie są zalety i wady

możliwych form reakcji i działań ze strony odbiorców, mediów i instytucji wobec tragedii konfliktów militarnych, a zwłaszcza jakie są ich konsekwencje w sferze społecznej empatii wobec tragedii wojny.

Jedną z podstawowych form aktywności jest finansowanie (np. w formie charytatywnych darowizn, zbiórek itp.) przedsięwzięć. Zaletą takich akcji jest bez wątpienia ich wymierny charakter. Taka realna pomoc wymaga jednak całego łańcucha pośredników, instytucji do gromadzenia datków i organizowania dystrybucji zebranych środków finansowych, co ma miejsce nawet w przypadku crowdfundingu. Paradoksalnie, taka „instytucjonalizacja” i „profesjonalizacja” niesienia pomocy może w niektórych sytuacjach prowadzić do społecznego zobojętnienia wobec cierpienia. Może się to przejawiać w postaci szczególnego transferu odpowiedzialności (i wrażliwości) na instytucjonalne podmioty, np. organizacje humanitarne, ale też media. Działania konkretnych jednostek tracą swoistość; indywidualne darowizny stają się częścią większej puli środków; nie tworzy się więź między donatorem a beneficjentem pomocy. Kolejnym problemem może być anonimowość ludzkiej solidarności: nie wiemy komu jeszcze (poza nami) leży na sercu los ofiar, jaka jest skala finansowa działań humanitarnych. Taka sytuacja nie sprzyja mobilizacji do działań wspólnotowych.

Prawdopodobnie najbardziej powszechną – i zmediatyzowaną – postacią aktywności wobec traumy wojny we współczesnym świecie są werbalne akty protestu, np. apele rozpowszechniane na łamach prasy. Ogromne znaczenie ma też fakt, że relacjonowanie określonych tragedii przez media, sprawia, że pewne wydarzenia stają się istotnym elementem komunikacji interpersonalnej, a tym samym częścią powszednich dyskursów. Protest werbalny umożliwia sformowanie grup nacisku, co z kolei może wpłynąć na podjęcie określonej polityki motywowanej współczuciem i empatią wobec ofiar. Politycy biorą bowiem pod uwagę wyniki sondaży opinii publicznej, które są przejawami „publicznej mowy” obywateli. Jednocześnie należy pamiętać, iż niejednokrotnie także w tej formie kontestacji wojny konieczny jest pośrednik, po to, aby przekształcić pojedyncze głosy protestu w „opinię publiczną”. Pośrednikami są tu np. instytuty badań opinii społecznej (a częściej podmioty zlecające sondaże), organizacje pozarządowe „trzeciego sektora” oraz media. Trudno też nie zauważyć, że werbalne akty protestu – zwłaszcza jeśli zestawić je z okrutnymi zbrodniami o znamionach ludobójstwa we współczesnym świecie – nie wymagają zbyt dużego poświęcenia, dlatego to akty czynnego protestu, takie jak działania w formie demonstracji są najbardziej pożądane.

### **Konwencje dokumentalne i rozwiązania narracyjne a tragedia wojny**

Statystyki są jednym z najczęściej wykorzystywanych elementów dziennikarskich narracji o wojnie. Liczby zabitych i rannych odgrywają kluczową rolę. Podawane przez media niemal nigdy nie są „neutralne”: rosnące dane o liczbie zabitych są oznaczane jako „niepotrzebne straty”. Natomiast zmniejszające się liczby zabitych i rannych funkcjonują w mediach jako wskaźniki „sukcesu”, „postępu”, „dowodu, że sytuacja jest pod kontrolą” oraz konotują „powrót do bezpieczeństwa”. Jednocześnie liczby mogą być zbyt duże, aby opowiedzieć jakąkolwiek historię, dehumanizacja ofiar przebiega w taki sposób, że jednostki są przedstawiane jako część ludzkiej masy. Wykorzystanie statystyki w wiadomościach medialnych jest tylko jednym ze sposobów w jaki media mogą kreować publiczne zainteresowanie

daną kwestią lub odwrotnie, mogą obniżać poczucie emocjonalnego związku odbiorcy z daną historią.

W kreowaniu publicznej empatii wobec tragedii ważne jest wykorzystywanie określonych konwencji i scenariuszy narracji. Relacjonowanie przez media sytuacji kryzysowych w odległych regionach świata przyjmuje często *konwencję moralitetu*. Medialny obraz zdarzeń jest tak skonstruowany, iż odbiorca ma wrażenie, że obraz ten jest naturalny, a sposób opowiedzenia historii nie może być inny. Można wskazać kilka elementów konwencji moralitetu. Kryzys przychodzi znikąd i pojawia się nagle. Role aktorów zdarzeń szybko się krystalizują: bohaterowie pozytywni, tacy jak zachodnie agencje pomocy humanitarnej oraz złoczyńcy, tacy jak np. urzędnicy ONZ lub lokalne władze wojskowe – aktorzy negatywni, którzy utrudniają udzielanie pomocy w regionie objętym konfliktem zbrojnym lub klęską. Cierpienie jako takie, a nie jego przyczyny przykuwają uwagę. Pojawiają się medialne opowieści o operacjach pomocowych, a strona cierpiąca jest niemal zawsze *patienssem* – jedynie odbiorcą pomocy, nigdy nie jest *agenssem* (aktywnym, działającym bohaterem) decydującym o własnym losie. Wiarygodność bohaterów nie jest kwestionowana. Nie stawia się pytań czy te agencje pomocowe są najlepiej przygotowane do działania, czy ich osiągnięcia są efektywne, jakie są ich motywacje – wszystkie te fundamentalne sprawy nie są kwestionowane w relacjach medialnych. Starania i działania lokalnych podmiotów są zwykle pomijane.

Można wskazać inne konwencje stosowane w narracjach dokumentalnych i dziennikarskich. W konwencji *poetyckiej* najważniejsza jest strona formalna przekazu. Polega na specyficznej – nierzadko metaforycznej – konfiguracji fragmentów świata realnego, w której brakuje specyficzności: świat jest przedstawiony nadmiernie abstrakcyjnie, a na plan pierwszy wysuwają się wizualne skojarzenia, rytmiczne brzmienia dźwięku, słowa i obrazy.

W codziennym funkcjonowaniu mediów częściej wykorzystuje się konwencję *dokumentu wyjaśniającego*, która podnosi bezpośrednio kwestie obecne w świecie prawdziwym (istniejącym w sensie historycznym, faktograficznym itp.). Można krytykować nadmierny dydaktyzm często widoczny w tej konwencji, w której ważny jest – jeśli mowa np. o relacji telewizyjnej lub filmowej – komentarz słowny, logika wyводу, racjonalna argumentacja. Większość odbiorców właśnie ten rodzaj przekazu utożsamia z powszednią działalnością mediów.

Twórcy relacji w konwencji *obserwacyjnej* unikają komentarza czy rekonstrukcji zdarzeń. Obserwują natomiast i – w przypadku mediów audiowizualnych – rejestrują rozgrywające się zdarzenia bez jakiegokolwiek ingerencji. Wadą takiego nastawienia jest nieobecność historii – a co za tym idzie spójnej narracji – oraz brak przedstawienia kontekstu. W relacjach obserwacyjnych najistotniejsze jest natomiast bezpośrednie zaangażowanie w sytuację i losy osób obserwowanych przez dziennikarza i dyskretnie kamery.

Podstawowymi metodami pracy dziennikarza stosowanymi w konwencji *uczestniczącej* – intensywnie rozwijanej w telewizji i dokumencie filmowym od lat 60. XX wieku – są wywiady i inne formy interakcji z bohaterami medialnych relacji. Twórcy często wykorzystują ponadto archiwalne zasoby, aby „ożywić” opowiadaną historię<sup>35</sup>. Wadą konwencji uczestniczącej jest – zdaniem jej krytyków – nadmierne zaufanie do relacji świadków, co sprawia, że opowiadane historie są niejednokrot-

35

Często wykorzystuje się materiały archiwalne w celu zbadania kwestii historycznych.

nie dość naiwne lub zbyt nachalne w prezentowaniu jednostronnej wersji zdarzeń. W konwencji uczestniczącej najważniejsza jest interakcja między dziennikarzem a bohaterem, dlatego – jak wspomniano – wykorzystuje się wywiad i inne formy wprowadzające większą bezpośredniość i zaangażowanie dziennikarza w relacjonowaną rzeczywistość.

Konwencja *refleksyjna* pojawiła się na dobre w świecie mediów audiowizualnych w latach 80. XX wieku. Twórcy, którzy się nią posługują niejednokrotnie kwestionują formę relacji dokumentalnej jako taką. Konwencja refleksyjna jest całkowicie odmienna od innych sposobów narracji dokumentalnej i dziennikarskiej, gdyż jest skrajnie abstrakcyjna, a jej autorzy często tracą z pola widzenia rzeczywiste problemy, bohaterów, zdarzenia czy miejsca. Swoją uwagę koncentrują oni natomiast na założeniach, regułach, normach (itd.) dokumentalnego instrumentarium. Eksperymentują, kontestują, testują oryginalne i innowacyjne rozwiązania formalne, co zwiększa świadomość konstrukcjonistycznej reprezentacji rzeczywistości w dyskursach medialnych.

Ostatnią, „modelową” konwencję medialnego odwzorowania rzeczywistości można nazwać *performatywną*. Jej zwolennicy kładą nacisk na subiektywizm, lekceważąc aspekty obiektywnego dyskursu dziennikarskiego. Odchodzenie od reguł obiektywizmu sprawia, że przekazy o charakterze performatywnym często zbliżają się w swej stylistyce do awangardy, ale też niebezpiecznie dryfują w stronę propagandy. W konwencji performatywnej łatwo zauważyć nadmierną „stylizację”, która manifestuje się w subiektywizmie autora, eksponuje jego – bardziej twórcy, niż bohatera opowiadanej historii – emocje, opinie, poglądy czy zaangażowanie w temat. Opisywana konwencja jest mocno nacechowana perswazyjnie, liczy się reakcja i postawa publiczności wobec tematu, bohatera i twórczego zaangażowania autora. Autorzy przekazów performatywnych porzucają obiektywizm na rzecz odwoływania się do emocji i skutków, dlatego audiowizualne przekazy w tej konwencji charakteryzują się podobnymi właściwościami jak filmy akcji, filmy osobiste czy eksperymentalne, ale jednak ze szczególnym naciskiem na uczuciowe i społeczne oddziaływanie na odbiorców.

Oprócz konwencji dokumentalnego odwzorowania świata istotne są także sposoby narracji reporterskiej. Lilie Chouliaraki, autorka pracy pt. *The Spectatorship of Suffering*, twierdzi, że zachodnie media, relacjonując odległe katastrofy, konstruują hierarchię współczucia, która współbrzmi z hierarchią informacji w mediach (agendą medialną). Ta swoista „hierarchia żalu” jest konstruowana poprzez zastosowanie jednego z trzech scenariuszy relacjonowania wydarzeń: (1) scenariusza przygody, (2) scenariusza emergencji (nagłego, niespodziewanego wydarzenia) oraz (3) scenariusza ekstazy. Rama analityczna zaproponowana przez L. Chouliaraki uwzględnia trzy kategorie opisu każdego z wymienionych skryptów narracji: (i) kategoria multimodalności odnosząca się do właściwości języka narracji i cechy obrazów, które konstruują spektakl cierpienia w projekcji medialnej, tj. na łamach prasy, w telewizji, internecie; (ii) kategoria czasu i przestrzeni określająca medialne odwzorowanie bliskości lub dystansu (zarówno w wymiarze przestrzennym, jak i czasowym) wobec cudzego cierpienia oraz (iii) kategoria działań opisująca medialne odwzorowanie aktywności wpływających na los ofiary<sup>36</sup>.

36

L. Chouliaraki, *The Spectatorship of Suffering*, SAGE Publications Ltd., 2006.

Relacjonowanie katastrofy, klęski czy wojny według *scenariusza przygody* jest zbliżone do ponadczasowej opowieści, w której główny bohater wędruje przez dziwne kraje i miejsca, gdzie występują różne zdarzenia losowe. Medialne relacje zawierają opisy ofiar (liczby, narodowości, zajęcia) i okoliczności (lokalizacja, sposób katastrofy, przyczyny), które są ujmowane w kategoriach multimodalnych, gdyż odbiorca ma do czynienia z chaotycznym pomieszaniem werbalnych i audio-wizualnych aspektów relacji dziennikarskiej, więc – co warto podkreślić – uporządkowana narracja nie funkcjonuje w scenariuszu przygodowym. W newsach konstruowanych wedle tego scenariusza mamy do czynienia z dążeniem do obiektywizmu, dlatego miejsce lokacji, np. ujęcia kamery telewizyjnej sprawiają wrażenie nieokreślonych, co daje poczucie uniwersalnej perspektywy. Jednakże takie ujęcia w istocie tworzą dystans widzów wobec zdarzeń. W historii, w której brak wywiadów na miejscu (w lokalizacji zdarzeń), kiedy nie udziela się głosu lokalnym bohaterom oraz nie prezentuje perspektywy osób zaangażowanych w wydarzenia, gdy nie przywiązuje się wagi do przyczyn katastrofy – wszystko to sugeruje istnienie pewnej hierarchii ważności ludzkiego życia. Opisywane zjawisko może być wzmocnione, jeśli historia jest nisko pozycjonowana w hierarchii ważności w bieżącej agendzie medialnej. Istnieje także niejawna hierarchia miejsc: jeżeli obywatele państw zachodnich nie są ofiarami gwałtownych zdarzeń, to zdarzenie staje się po prostu incydentem, punktem na mapie.

Wiadomości medialne w *scenariuszu emergencji*, tj. nagłej i niespodziewanej sytuacji, mogą skutecznie kreować współczucie odbiorców wobec tragedii wojny. W przeciwieństwie do statycznych ujęć i minimalnej obecności lokalnych głosów w wiadomościach budowanych na kanwie scenariusza przygody, *emergency news* oferują bardziej złożoną konfigurację sposobów angażowania odbiorcy. Zamiast jedności miejsca i czasu, tj. konkretnych lokalizacji i dat *emergency news* opowiadają historię, która łączy różne miejsca na płynnej osi czasu od przeszłych zdarzeń, przez obecną sytuację, aż do przewidywanego rozwoju sytuacji w przyszłości. Scenariusz emergencji może skutecznie nakłaniać odbiorców do nterwencji czy manifestowania niezgody, a przekazy medialne w tej stylistyce kreują najsilniejszy związek między widzem a cierpiącymi ludźmi. Dramatyczna różnica między tragiczną sytuacją przedstawioną w mediach a doświadczeniem własnym odbiorcy jest tym czynnikiem, który w scenariuszu emergencji najbardziej angażuje widza emocjonalnie, ponieważ intensywnie doświadcza on medialnych świadectw „granicznego” charakteru sytuacji innych ludzi, a także „wielkiej historii”, która niemal rozgrywa się na jego oczach.

*Ekstacyjny* scenariusz medialnej relacji o wojnie i ludzkim cierpieniu jest kolejnym sposobem relacjonowania tragedii w newsach adresowanych do zachodniej publiczności. Jak twierdzi L. Chouliaraki medialne przekazy live z zamachu terrorystycznego 11 września są modelowym przykładem opisywanej formy narracyjnej. W medialnych doniesieniach z tego wydarzenia panowała ogromna niepewność co do tego, co się dzieje, a globalna publiczność odnosiła wrażenia, że rozgrywane się wydarzenia pozostają poza granicami dotychczasowego rozumienia rzeczywistości. Zdaniem Chouliaraki niektórzy widzowie mogli upajać się sytuacją, w której „minuta trwa całą wieczność”<sup>37</sup>. Wydaje się, że medialny obraz zamachów w Nowym Jorku, zwłaszcza w mediach amerykańskich powinien kreować wysoki

<sup>37</sup> Tamże.

poziom zaangażowania odbiorców mediów w sytuację, a zwłaszcza los ofiar tragedii, gdyż zarówno widzowie, jak i ofiary byli członkami tej samej wspólnoty, a cierpienie ukazywano z różnych ujęć, w tym z ruchomych kamer usytuowanych na Manhattanie, symbolicznym miejscu dla każdego Amerykanina. Jednak mediacja wydarzeń z 11 września zawierała także pewien poziom szumów i zakłóceń, co powodowało pewien dystans. Kurz na soczewkach obiektywów kamer i aparatów fotograficznych uświadamiał widzom, że nie byli oni fizycznie obecni w miejscu tragedii, że zdarzenie jest pośredniczone przez media, a łamanie rutynowych zasad dziennikarstwa wzmacniało poczucie chaotycznych działań środków przekazu. Medialne transmisje przekazywano z Manhattanu, a kamery koncentrowały się na amerykańskich ikonach: płonących, a w końcu wałujących się wieżach WTC. Długie ujęcia sprzyjały swoistej kontemplacji grozy, wywołując tym samym przerażenie i strach odbiorców. Ten ekstatyczny i na swój sposób estetyzujący model odbioru (widz czerpie satysfakcję z patrzenia na spektakularne sceny dramatu) może ewoluować, gdyż po pewnym czasie wśród widzów pojawia się refleksja na temat innych, możliwych, przyszłych ataków. Konkretno wydarzenie może w percepcji odbiorcy zostać powiązane z innymi wydarzeniami (w innym czasie, w innych miejscach, co prowadzi do wyłonienia się nowej medialnej opowieści o wojnie, którą – jak się wkrótce okazało – świat poznał jako narrację o globalnej „wojnie z terroryzmem”. Stąd ekstatyczne wydarzenie, takie jak zamachy z 11 września może przenosić odbiorców mediów – hipotetycznie – między różnymi rejestrami: od *zainteresowania* i *empatii*, *oskarżenia*, aż w stronę pogłębionej *refleksji*.

### Widz ironiczny w epoce posthumanitaryzmu

Punktem wyjścia opisu „nowej emocjonalności” mieszkańców współczesnego, zwłaszcza zachodniego świata jest dla Lili Chouliaraki analiza sposobów komunikowania solidarności, które uległy zasadniczej transformacji w ciągu ostatnich dekad. Ten ważny okres dla przekształcenia globalnego humanitaryzmu charakteryzuje się trzema, pozornie niezwiązanymi, ale ostatecznie krzyżującymi się transformacjami. Autorka *The Ironic Spectator* przekonuje, iż latach 1970–2010, *po pierwsze*, instrumentalizacja międzynarodowych działań na rzecz pomocy i rozwoju podporządkowała je regułom rynku i mechanizmom korporacyjnym; *po drugie*, wraz z rozwojem ponowoczesności nastąpił upadek „wielkich narracji”, także tych dotyczących międzyludzkiej solidarności, a wreszcie, *po trzecie*, dominacja technopolu w kontaktach międzyludzkich oraz rosnący i wszechobecny wpływ technologii komunikowania w pewnym sensie pozbawia altruistyczną aktywność istotnej części humanistycznej wrażliwości. Te głębokie procesy doprowadziły – zdaniem Chouliaraki – do przekształcenia empatycznego świadka w ironicznego obserwatora ludzkiej tragedii.

Pojęcie „ironii” – w myśl filozofii ponowoczesnej – odnosi się do swoistego usposobienia na bezstronną wiedzę, samoświadomości oraz podejrzliwości wobec wszelkich roszczeń do niepodważalnej prawdy, co wynika z uznania, że zawsze istnieje jakaś różnica między tym, co komunikowane a tym, co realnie istniejące, że nie ma już „wielkich” narracji, które mogłyby spajać różne rzeczy. Ironia jest często postrzegana jako „ponowoczesna” postawa chłodnego cynizmu, który odrzuca jakiegokolwiek moralne zaangażowanie na rzecz agnostycyzmu.

Jednak współcześnie spektakl wrażliwości wobec cierpienia innych jest bardziej złożony. Relacja odbiorcy wobec ludzkiej tragedii nadal zawiera kwestię „co zrobić”, a to oznacza, że nadal angażujemy się jako podmioty etycznej refleksji i działań. Ironiczny widz (odbiorca) jest zatem postacią ambiwalentną, która pozostaje sceptyczna wobec etycznych fundamentów solidarnego działania, a jednocześnie jest otwarta na działania na rzecz ludzi cierpiących.

Współczesnego systemu komunikacji humanitarnej nie należy postrzegać jako wyłącznie instytucjonalnych apeli ze świata międzynarodowych organizacji i instytucji pomocowych. Należy ją raczej postrzegać jako szereg codziennych praktyk wykraczających poza wspomniane apele. W analizie komunikacji humanitarnej trzeba uwzględnić na przykład rolę celebrytów, wydarzeń o charakterze masowym (np. koncertów), a zwłaszcza sposób konstruowania i rozpowszechniania medialnych wiadomości o ludzkim cierpieniu. Wymienione sfery można uznać także za przestrzeń komunikowania humanitarne, choć w każdej z nich mamy do czynienia z działaniami bazującymi na nieco odmiennych wzorach estetycznych.

Ale wszystkie one – personalizacyjna moc celebryty, magia koncertu rockowego lub profesjonalne świadectwo dziennikarza – mogą skonfrontować nas z obrazem ludzkiej tragedii, w efekcie czego cierpienia w odległym świecie stają się kwestią wymagającą naszej reakcji. W ten sposób wymienione praktyki – działanie gwiazd kultury popularnej, masowe wydarzenia artystyczne oraz mediatyzacja tragedii – stanowią część rozproszonej struktury komunikacyjnej kosmopolitycznej etyki, która rutynowo funkcjonuje jako swoista siła moralizatorska oddziałująca na życie publiczne w zachodnim świecie, co w efekcie prowadzi do wykreowania współczesnego „humanitarnego imaginarium”.

Na początku XXI wieku nastąpiło przejście od etyki współczucia do etyki ironii. W procesie komunikowania solidarności międzyludzkiej nastąpiła zasadnicza zmiana o charakterze epistemicznym. Zmiana ta polega na odejściu od moralności zorientowanej na innych, która niczego nie oczekuje w zamian, i w ramach której czynienie dobra polega na odwołaniu się do koncepcji uniwersalnej *humanitas*. Nastąpiło przejście do moralności zorientowanej na nas samych, gdzie czynienie dobra angażuje głównie sferę własnych uczuć konsumenta popkultury czy odbiorcy, a precyzyjniej mówiąc, użytkownika mediów. A zatem działaniu na rzecz ludzi w potrzebie, np. ofiar konfliktów zbrojnych i wojen, musi towarzyszyć gratyfikacja w postaci zadowolenia z siebie. Jak przekonuje L. Chouliaraki nowa emocjonalność quizu<sup>38</sup>, publiczna spowiedź celebryty, ekstaza rockowego koncertu czy twitterowe dziennikarstwa to tylko niektóre z przejawów nowej moralności.

<sup>38</sup> L. Chouliaraki ilustruje ten mechanizm przykładem działań organizacji ActionAid, która zaproponowała internautom – w formie rozrywkowego quizu – następujący przekaz: „>Poznaj swoje uczucia<, >Zaangażuj się<. Czujesz się zainspirowany? Ci, którzy wspierają Action Aid nieustannie doświadczają niesamowitych uczuć szczęścia, ciepła i dumy. Nie ma ograniczeń co do skali niesamowitych uczuć, jakie możesz uzyskać, angażując się. Aby odkryć swoje uczucia, weź udział w interaktywnym quizie ActionAid już dziś”. Akcja ‘Find Your Feeling: How Could ActionAid Make You Feel?’ to 30-sekundowy quiz, który zachęca internautów do odkrywania ich „głębokich uczuć” nie tylko wobec wybranych problemów, ale przede wszystkim wobec – jak czytamy – „marki” humanitarnej, którą jest Action Aid. Odbiorca odpowiada na kilka pytań, np. który obraz porusza go najbardziej. Zdjęcie dziecka „żyjącego po sąsiedzku”? Grupa protestujących w Ameryce Łacińskiej lub kilka kobiet przytulających i uśmiechających się do kamery? W zależności od dokonanej decyzji w stosunku do odległych, innych ludzi w potrzebie, internauta otrzymuje swoją diagnozę własnej wrażliwości: może być „cieplą osobą” lub jednostką „zainspirowaną i podekscytowaną”. Kiedy badany – dzięki quizowi – uświadomi sobie własne emocje, zostaje zaproszony do „kliknięcia w link”, aby „dowiedzieć się więcej o ActionAid”.

Aby we współczesnym świecie chronić uniwersalne dobro, uświadomiony humanitaryzm i poczucie empatii należy – choć brzmi to jak truizm – odrzucić narcystryczne zapatrzenie w samego siebie. Niestety komunikacja humanitarna dziś wykorzystuje zdolność późnej nowoczesności do kontemplacji kondycji ludzkiej, głównie po to, aby drugiego człowieka ujrzeć w lustrzanym odbiciu samego siebie. Musimy dążyć do rekonstrukcji obiektywizmu w symbolicznych (zwłaszcza medialnych) reprezentacjach ludzkiej tragedii, a wraz z nim do odbudowy nieredukowalnej do własnego „ja” reprezentacji odległego cierpienia, które istnieje poza nami i niezależnie od naszego ego. Ludzie cierpiący, ofiary wojen, głodu, epidemii nie potrzebują autentyzmu naszych emocji. Domagają się prawdy i sprawiedliwości.

## Bibliografia

Berger, G., *How the Internet Impacts on International News*, „The International Communication Gazette”, 71(5)/2009, s. 355-371.

Berglez, P., *What Is Global Journalism? Theoretical and Empirical Conceptualizations*, „Journalism Studies”, vol. 9/2008, s. 845-848.

Boltanski, L., *Distant Suffering: Morality, Media and Politics*, Cambridge Cultural Social Studies 1999.

Chang, T.K., *All Countries Not Created Equal to Be News*, „Communication Research”, 25(5)/1998, s. 528-563.

Chouliaraki, L., *The Spectatorship of Suffering*, SAGE Publications Ltd 2006.

Chouliaraki, L., *The Ironic Spectator: Solidarity in the Age of Post-Humanitarianism*, Polity 2013.

Cohen, B.C. *The Press and Foreign Policy*, Princeton, NJ, 1963.

Entman R.M., *Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm*, „Journal of Communication”, 43(4)/1993, s. 51-58.

Entman, R.M., *Mediating the Public's Influence on Foreign Policy*, w: D.A. Graber, *Media Power in Politics*, Washington DC 2011, s. 315-326.

Entman, R.M., *Projections of Power. Framing News, Public Opinion and U.S. Foreign Policy*, The University of Chicago Press 2004.

Gade, P. J., Ferman, D., *Theoretical Framework the Study of International News: Gatekeeping, Agenda Setting and Framing*, w: P. Gross, G. Kopper, *Understanding Foreign Correspondence. A Euro-American Perspective of Concepts, Methodologies and Theories*, Peter Lang Publishing, Nowy Jork 2011.

Gilboa, E., *The Global News Networks and U.S. Policymaking in Defense and Foreign Affairs*, Cambridge, MA: Shorenstein Center for Press, Politics and Public Policy, Harvard University 2002.

Hamilton, J.M., *Journalism's Roving Eye: A History of American Foreign Reporting*, Louisiana State University Press 2009.

Hoskins A., O'Loughlin B., *Media and War. The Emergence of Diffused War*, Polity 2013.



McCombs, M., Shaw, D., *The Agenda Setting Function of the Mass Media*, „Public Opinion Quarterly”, 36/1972, s. 176-187.

Nichols, B., *Introduction to Documentary*. Indiana University Press 2017.

Robinson, P., *Theorizing the Influence of Media on World Politics: Models of Media Influence on Foreign Policy*, „European Journal of Communication”, 16(4)/2001, s. 523-544.

Robinson, P., *The CNN Effect: The Myth of News, Foreign Policy and Intervention*, Londyn 2002.

Seib, P., *Beyond the Front Lines: How the News Media Cover a World Shaped by War*, Nowy Jork 2004.

Shoemaker, P., Reese, S., *Mediating the Message: Theories of Influence on Mass Media Content*, White Plains, Nowy Jork, 1996.