

Z o f i a R o s i ń s k a

Bierność i aktywność. Z dziejów badań nad recepcją mediów: Leopold Blaustein

Kiedy bóg Teut przyniósł królowi Temuzowi swój wynalazek — litery — król prezent odrzucił. Argumentował: „Ten wynalazek niepamięć w duszach ludzkich posieje, bo człowiek, który się tego wyuczy przestanie ćwiczyć pamięć [...] to nie jest lekarstwo na pamięć, tylko na przypominanie sobie [...] uczniom swoim dasz tylko pozór mądrości a nie mądrość prawdziwą [...] posiadają bowiem wielkie odczytanie bez nauki i będzie im się wydawało, że wiele umieją a po większej części nie będą umieli nic i tylko obcować z nimi będzie trudno [...]”¹

Można by sądzić — gdyby to nie brzmiało nieco humorystycznie — że Platon w tej legendzie stoi na stanowisku determinizmu technologicznego. Z pewnością jednak uwrażliwia nas na fakt, że odkrycia technologiczne, szczególnie te, które pośredniczą w komunikacji międzyludzkiej, nie są czymś obojętnym. Być może najlepiej byłoby — wzorem mądrego króla — odrzucić je wszystkie i żyć w niezmiennającym się społeczeństwie. Pismo jednak zostało przyjęte, a po nim inne wynalazki. Nie można ignorować ich wpływu na kształt kultury i charakter stosunków międzyludzkich. Analiza ich odbioru staje się przyczynkiem do ogólnej refleksji nad filozoficznym zagadnieniem wpływania-ulegania-odporności.

Dlaczego król bał się mediów? Być może nie wierzył w zdolność ludzkiego umysłu do stawiania oporu. Wiarę w zdolność ludzkiego umysłu do stawiania oporu można uczynić kryterium rozróżnialności koncepcji odbioru medialnego. Wiara ta stanowiłaby rodzaj przesądu, wyznaczającego podstawowe sposoby myślenia na ten temat.

Choć pojawianiu się wynalazków technologicznych stale towarzyszyła refleksja, za źródłowy okres filozoficznego namysłu nad technologią należałoby przyjąć lata międzywojenne. Wtedy to właśnie rozpowszechniły się technologie przekazu masowego (radio, kino, telewizja)², a wprowadzone wcześniej technolo-

¹ Platon, *Fajdros*, tłum. W. Witwicki, Lwów-Warszawa 1922, s. 112.

² Pierwsze audycje telewizyjne były transmitowane w l. 1920–1930 w Anglii i USA. Systematyczne transmisje rozpoczęto w połowie lat 30. W 1936 r. było 50 odbiorników w USA i 3000 w Anglii.

gie wojenne były po raz pierwszy produkowane na masową skalę. Na temat technologii wypowiadali się m.in. Spengler, Heidegger, Adorno, Mumford, a szczególnie środkami przekazu masowego interesowali się m.in. Adorno, Benjamin, Blaustein. Usiłowali zrozumieć (czy nadać) sens wynalazkom technologicznym, w tym również technologiom komunikującym. Zrozumieć, czy i jaki mają wpływ na umysł ludzki i na panujące międzyludzkie relacje. Prowadzono również obserwacje reakcji na nowe wynalazki, szczególnie na radio i telewizję.

Już w tych źródłowych latach można wyróżnić dwa rodzaje stosunku do mediów: determinizm technologiczny — przekonanie, że treść przekazywana przez media w pełni określa jej odbiór (dzieje się tak nawet wtedy — a właściwie szczególnie wtedy — gdy treścią są same media) oraz indeterminizm technologiczny — to znaczy przekonanie, że o ostatecznym kształcie odbioru decyduje odbiorca. Jeden i drugi rodzaj postaw generował badania teoretyczne nad recepcją mediów. W porządku epistemologicznym należałoby powiedzieć, że postawy te są odczytywane po analizie koncepcji jako leżące u ich podstaw założenia *implicit*e. Badania teoretyczne inspirowane postawą deterministyczną skupiały się na stronie nadawczej, czyli na przekazywanej treści. Badały jej efekty i — w trosce o odbiorcę — usiływały wpływać na tę treść, wierząc, że wyznacza ona postawy indywidualne i społeczne. Z kolei postawa indeterministyczna zachęcała w badaniach teoretycznych do koncentracji na analizie odbioru, w przekonaniu, że to u odbiorcy znajduje się „termostat” odpowiedzialny za wpływ mediów, jego brak czy stawiane mu granice. Postawy te rzadko kiedy występują w postaci czystej czy konsekwentnej. Nawet w koncepcjach zdawałoby się skrajnie deterministycznych, jak np. w koncepcji McLuhana znajduje się możliwość przekroczenia determinizmu technologicznego. Te dwa typy „przedsądów” przetrwały do dziś i stanowią rodzaj matrycy, na której nabudowana jest obfita literatura dotycząca odbioru medialnego.

Scharakteryzuję krótko badania inspirowane tymi postawami, gdyż pozwoli to nam jaśniej widzieć odrębność stanowiska Blausteina.

Najogólniej rzecz ujmując, wyróżniane są trzy etapy w badaniu recepcji przekazu masowego³. Do najwcześniejszego należą rejestracje reakcji ludzi związanych z wprowadzaniem nowych technologii do życia publicznego. Rejestrowali je pisarze, dziennikarze, psycholodzy i socjologowie i stwierdzają np., iż pojawienie się radia wywołało w społeczeństwie amerykańskim euforię, ale jednocześnie lęk, poczucie utraty czegoś oraz bezradności. Emocje te były niezależne od wykształcenia. Poczucie utraty związane jest z utratą dawnych sposobów życia, odczuwania i reagowania, z utratą dawnych wartości i relacji międzyludzkich, a także rozumienia samego siebie. Poczucie utraty tego, co dawne, zwykle połączone jest z poczuciem bezsensu tego, co nowe, i złączonego z tym stanu

³ Por. np. N. Abercrombie, *Television and Society*, Polity Press, Cambridge 1996.

bezradności. Przystosowanie następuje wówczas, gdy temu, co nowe, zostanie nadany sens złączony z tym, co dawne.

Jako drugi etap można potraktować badania prowadzone w latach czterdziestych i pięćdziesiątych. Miały one już ukierunkowany charakter zarówno co do metody, jak i przedmiotu. Ich celem było „studiowanie treści i efektów audycji radiowych i telewizyjnych”. Podkreślano, że audycje radiowe zachęcały słuchaczy raczej do życia za pomocą gotowych formulek, niż pomagały rozwinać zmysł krytyczny⁴. Podobnie sądzono o wpływie audycji telewizyjnych. Zakładano, że mają bezpośredni wpływ na odbiorcę, np. okrutne czy agresywne sceny wywołują okrutne bądź agresywne zachowania u odbiorcy. Adorno twierdził, że przyczyniały się do wytwarzania przekonań i postaw totalitarnych. Pisał: „[...] choć trudno to wykazać za pomocą dokładnych danych, jest to szeroko akceptowana opinia, że większość telewizyjnych spektakli jest nastawiona na tworzenie lub przynajmniej odtwarzanie intelektualnej pasywności i naiwności, która doskonale współgra z przekonaniami totalitarnymi, nawet jeśli jawny przekaz będzie anty-totalitarny”⁵. Adorno zaobserwował następujące cechy spektaklu telewizyjnego, które przyczyniały się do kształtowania bierności i zaślepienia: (1) narzucanie postaw — przez uprzednie zaklasyfikowanie spektaklu jako poważny, lekki czy satyryczny; (2) normalizacja kryminalności — umiejscawianie akcji tragicznych o znaczeniu symbolicznym w otoczeniu codziennym, przez co zostawał im odebrany sens symboliczny i uniemożliwiony odbiór właściwy; (3) produkowanie i uśzytywnianie stereotypów — co prowadzi do uniemożliwienia autentycznego doświadczania życia. Adorno wierzył, iż przez ukształtowanie spektaklu telewizyjnego we właściwy sposób będzie można wykształcić jednostkę autonomiczną i demokratyczną — odporną na wpływy przekazu telewizyjnego. Ta oświeceniowa postawa nie powinna nam przesłaniać ukrytej za nią wiary we wszechmoc telewizji.

W latach sześćdziesiątych ów model badawczy był krytykowany, przez McLuhana. Wykazał on, że nie można ograniczać się w badaniach do *explicite* przekazywanej treści, lecz należy ją rozszerzyć o same media, czyli o narzędzie, które staje się treścią i oddziałuje na nas w sposób niejawny. Pisał: „nasza konwencjonalna reakcja wobec wszelkich mediów, a mianowicie, że ważne jest, jak są używane, jest bezmyślną reakcją technologicznego idioty. Efekt medium jest silny [...] Stajemy się tym, co postrzegamy [...] kształtujemy nasze narzędzia, a potem one kształtują nas”⁶. W 1994 roku po trzydziestu latach książka McLuhana została wydana ponownie ze wstępem, który stanowi usprawiedliwienie jej aktuali-

⁴ Por. np. M. Fatherstone, *Consumer Culture and Postmodernism*, Sage, London 1991 czy A. Smith, *Books to Bytes*, British Film Institute, 1993.

⁵ T. Adorno, *How to Look at Television*, „Quarterly of Film, Radio and Television”, 1954, s. 222.

⁶ M. McLuhan, *Understanding Media. The Extension of Man*, The MIT Press, Massachusetts 1994, s. 18.

zacji. Czytamy tam: „wiele z tego, co McLuhan powiedział w 1964 roku nabrało sensu wraz z pojawieniem się nowych technologii, takich jak poczta elektroniczna, Internet i MTV”⁷. Potwierdza to Sherry Turkle: „dekadę temu, kiedy po raz pierwszy nazwałam komputer drugim ja, relacje przekształcające tożsamość były prawie zawsze jednostkowe. Dotyczyły mnie i komputera. Nagle rozszerzający się system sieci, tzw. Internet łączy miliony ludzi w nowych przestrzeniach, które zmieniają nasz sposób myślenia, naturę naszej seksualności, formy naszej społeczności, wreszcie naszą tożsamość”⁸. W ten sposób deterministyczny przedśąd — przez krytykę swoich wcześniejszych form — został pogłębiony i utrwalony.

Następny etap w myśleniu na temat relacji media-człowiek, to lata 60-80. Okazało się bowiem, że media nie mają tak obezwładniającego wpływu na kształtowanie naszych postaw, przekonań i zachowań, że konkuruje z nimi kontakt osobisty. Odbiorca zaczął być postrzegany jako aktywny podmiot, który ma potrzeby i istnieje w określonym kontekście społecznym. W miejsce pytania, co telewizja robi z człowiekiem, pojawiło się pytanie, co człowiek robi z telewizją. Okazało się, że telewizja i radio stanowią rodzaj środków gratyfikujących, tzn. zaspokajających potrzeby i pragnienia. To nie oznacza, że media tracą zdolność oddziaływania, lecz jedynie, że oddziaływanie to nie jest bezpośrednie. Staje się wpływem pośrednim (przez zaspokajanie) i długofalowym. Badano rodzaje gratyfikacji dostarczanych przez radio i telewizję. Okazywało się, że (1) stanowią środek emocjonalnej ucieczki od nie lubianej rzeczywistości, że (2) stają się modelem rzeczywistości, który pomaga, jak żyć i jak działać, że (3) wypełniają puste życie wydarzeniami, a wreszcie zwracano uwagę na (4) alienujące efekty środków przekazu masowego, kiedy to na przykład wolimy radio od przyjaciół, bo przyjaciele wymagają czasu, pieniędzy i wysiłku, a przyjaciele radiowi nie.

Oba te modele badawcze — deterministyczny i indeterministyczny — są krytykowane za skrajny sposób ujmowania człowieka. W jednym człowiek jest postrzegany jako zupełnie bierny, w drugim — jako aktywny i niezależny od przekazu. Faktu aktywności odbiorcy nie można utożsamiać z jego zdolnością do stawiania oporu przekazywanym treściom. Zmiany technologiczne bowiem kształtują nowego typu odbiorcę telewizyjnego — nadaktywnego — który lubi szybkość, nie koncentruje się długo na niczym, jest nieuważny, kapryśny, przeskakuje z kanału na kanał. Będąc nadaktywnym w sferze percepcji, traci zdolność do wyższej aktywności umysłowej: do koncentracji, różnicowania, oceniania, pamiętania, myślenia, wyboru⁹. W określony sposób przedśąd o indeterminizmie i pełnej wolności odbiorcy prowadzi do efektów charakterystycznych dla przedśądu de-

⁷ L.H. Lapham, *Introduction*, w: M. McLuhan, *Understanding Media...*, dz. cyt., s. 3-5.

⁸ S.Turkle, *Life on the Screen. Identity in the Age of the Internet*, A Touchstone Book, New York 1995, s. 9. Por. także: E. Wilk (ed.), *Methodology, Culture, Audiovisuality*, Katowice 1998.

⁹ Por. N. Abercrombie, *Television...*, dz. cyt.

terministycznego, czyli przekształca się w swoje przeciwieństwo. Współgra to z opisem stanów umysłu i egzystencjalnych odczuć w różnych krajach przedstawianych przez socjologów, historyków i psychiatrów. Podkreśla się w nich apatię, rozproszenie, niezdolność do odczuwania własnej tożsamości i własnej emocjonalności, a także rozluźnianie i zanik trwałych więzi międzyludzkich, uczuć moralnych i estetycznych. Chorobami czasu stają się psychozy *border-line*, aleksytymia i anoreksja¹⁰. Te przemiany, nazywane czasami postmodernistycznymi, są łączone z ekspansją środków masowego przekazu. Telewizja zaś jest traktowana jako wzorcową formą postmodernistyczną. Wzorzec ten jest charakteryzowany w następujący sposób: (1) zastępowanie rzeczywistości obrazami (obraz i rzeczywistość nakładają się na siebie. Nie możemy już ich odróżnić. Ani na przyrodę, ani na relacje międzyludzkie nie możemy już patrzeć w sposób niewinny, bezpośredni. Głównym źródłem obrazów w społeczeństwie jest — w przekonaniu Bau-drillarda — telewizja, stwarzając kulturę symulacji); (2) obsesja związana z wyglądem, pozorem (prowadzi to do celebrowania zmysłowości i konsumeryzmu. Kupujemy obrazy, opakowania, wyglądy, style); (3) łamanie granic (pomiędzy kulturą wysoką a niską, pomiędzy okresami historycznymi. Telewizja jest ucieleśnieniem tej tendencji. Używa elementów ze sztuki malarskiej czy rzeźbiarskiej do reklam, muzyki sakralnej, do aktów erotycznych. Nie ma respektu dla autentyczności. Patisze i kolaże stały się czymś naturalnym); (4) odnoszenie się do siebie (telewizja karmi się samoodnoszeniem. Ecco nazywa telewizję neo-telewizją, ponieważ stale odwołuje się do siebie zamiast do rzeczywistości zewnętrznej); (5) zabawa konwencjami (nie stosuje się konwencji realistycznej i narracyjnej, ale ukazuje się je wprost jako konwencje właśnie. Na przykład pokazuje się kamery telewizyjne zamiast je ukrywać); wreszcie (6) fragmentaryzacja (prezentowanie obrazów bez intencji, aby stanowiły znaczącą czy choćby koherentną całość. Doświadczenie fragmentaryzacji jest wzmożone przez nawyk zmieniania kanałów telewizyjnych bez wysłuchiwania audycji do końca).

Krytyka badań opartych na postawach deterministycznych-indeterministycznych zwraca uwagę na fakt, iż nie podkreślają one sposobu, w jaki odbiorca odczytuje i interpretuje program. Z tej krytyki zrodził się model odbiorcy jako dekodera, czyli tego, który przede wszystkim odczytuje sensy niesione przez przekaz. Dekodowanie, lub inaczej odczytywanie znaczeń czy po prostu rozumienie treści, nie przebiega w pustce i to, jak rozumiemy program, zależy od sytuacji społeczno-kulturowej, w której się znajdujemy. W modelu dekodera podkreśla się, że przekaz telewizyjny jest z natury polisemiczny, zawiera wielość możliwych znaczeń, które zezwalają na różnorodne interpretacje. Fiske pisze: „To, co telewizja dostarcza, to nie są programy, to jest semiotyczne doświadczenie, które charakteryzuje się otwartością i wieloznacznością. Telewizja nie jest co prawda znacze-

¹⁰ Por. Z. Rosińska, *Passivity and the Aesthetic Attitude*, w: *Aesthetics for the Future*, Kraków 1996, s. 162-171.

niem „zrób to sam”, ale też nie jest pudełkiem gotowych znaczeń¹¹. W latach osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych badania nad odbiorcami czy nad publicznością prowadzone były głównie z pozycji strukturalistycznej i fenomenologiczno-hermeneutycznej. Podstawowym problemem staje się nie tyle opis reakcji, ile to, w jaki sposób odbiorca telewizyjny czy kinowy nadaje sens programom. Strukturalistyczna odpowiedź na to pytanie — oraz badania empiryczne oparte na niej — są krytykowane przez fenomenologiczno-hermeneutyczną z dwu powodów: (1) za brak rozróżnienia pomiędzy odbiorcą założonym i realnym oraz (2) za redukcjonistyczną wizję odbiorcy. Odbiorca założony to zawarty *implicite* w tekście czy programie, do którego program jest skierowany, a który jest inny niż odbiorca realny. „Odbiorca realny podchodzi do tekstu z własnym wyposażeniem: wiedzą, doświadczeniem, których może użyć nie tylko po to, aby stworzyć nową interpretację, ale także po to, aby stawiać opór odbiorcy założonemu”¹². Interpretacja tekstu przez odbiorcę założonego jest interpretacją preferowaną, ale ani badania, ani teoria nie mogą lekceważyć czytelnika realnego.

Redukcjonistyczna wizja odbiorcy charakteryzuje się tym, że neguje się specyfikę doświadczenia indywidualnego oraz rolę tego doświadczenia w kształtowaniu świadomości i poczucia rzeczywistości, a także w tym, że traktuje się go jako zdeterminowanego przez elementy społeczno-kulturowe.

Analiza fenomenologiczno-hermeneutyczna jako punkt wyjścia także przyjmuje przekonanie, że dzieło nie jest tworem o gotowym sensie, ale że odbiorca czy publiczność współtworzy ten sens. Przedmiotem analizy czyni całość „dzieło-odbiorca”, jaka pojawia się w procesie konstytuowania się sensu. Proces ten nie ma charakteru ciągłego stopniowego przyrostu sensu, ani nagłego „aha — zrozumiałem”, ale jest to proces mediacyjny pomiędzy różnymi horyzontami poznawczymi. Podstawowymi pojęciami, z których pomocą proces ten jest opisywany, są: identyfikacja, dystansowanie się, iluzja, horyzont poznawczy, świat przeżywany, wreszcie odbiorca założony i realny.

Identyfikacja — to szukanie podobieństwa pomiędzy horyzontem poznawczym tekstu i odbiorcy. Z procesem identyfikacji złączony jest proces tłumienia świadomości tego, co obce i dystansujące. Podkreślimy: tłumienia, nie wyrzucania. W następnym bowiem momencie to, co stłumione jako obce zostanie dopuszczone do świadomości i będzie powodem rozejścia się horyzontów, czyli dystansowania się. Źródłem dystansu są różne biografie w szerokim sensie słowa, jakie dzielą odbiorcę założonego od realnego. Dystansowanie się jest trudne szczególnie w przypadku telewizji, ponieważ używane są tam techniki wzmagające po-

¹¹ J. Fiske, *Moments of Television. Neither the Text nor the Audience*, w: E. Seiter [et al.] red., *Remote Control. Television, Audiences and Cultural Power*, Routledge, London 1989, s. 59.

¹² T. Wilson, *Watching Television. Hermeneutics, Reception and Popular Culture*, Polity Press, Cambridge, 1996, s. 2.

czucie bliskości i familijności, jak np. cotygodniowe cykle, w których występują te same postacie, witanie się z zapraszającymi gośćmi, mówienie po imieniu, odwoływanie się do przekazywanych już przez telewizję informacji. Wszystko to ma wywoływać w odbiorcy poczucie, że należy do tego samego kręgu wtajemniczonych, którzy to samo wiedzą i myślą tak samo. W ten sposób telewizja narzuca odbiorcom ich horyzonty doświadczenia i poznawania, a także percepcję tego, co jest racjonalne. Rozziew pomiędzy unifikującą rolą programu telewizyjnego a moim własnym horyzontem doświadczenia i poznania jest warunkiem oporu na wpływy programu masowego i na jego globalizujące ambicje. Jest warunkiem zachowania własnej-indywidualnej i kulturowej tożsamości. Dystans poprzedzony identyfikacją umożliwia krytyczną refleksję nad masową komunikacją.

W publikacjach lat dziewięćdziesiątych — które mniej koncentrują się na telewizji, a bardziej na komputerach — używa się terminów „wsysanie” i „zanurzenie”. Pojęcia: wpływanie-uleganie-odporność jakby tym samym zostały zarezerwowane do opisu mediów tradycyjnych, tzn. radia, kina, telewizji. Mogłoby to sugerować, że kategorie: determinizm i indeterminizm, przestały adekwatnie opisywać „przedsady” badawcze lat dziewięćdziesiątych. Wmyślenie się jednak w sens pojęć wsysanie-zanurzenie nie pozwala zbyt pochopnie rezygnować z koncepcji o deterministyczno-indeterministycznych przedsądach. „Wsysanie” sugeruje bowiem — cokolwiek jeszcze to znaczy ponadto — aktywność medium. To komputer nas wsysa, a my jesteśmy bierni i „pozwalamy” się wsysać. „Zanurzenie” z kolei każe myśleć o aktywności odbiorcy. To my się zanurzamy w przestrzeń czy otchłań komputerową. Uzyskujemy wrażenie, iż rozwój refleksji nad mediami zatacza koło i uświadamiając sobie niedostatki metod badawczych, a także przyjmowane utajone założenia, powraca tym samym do swoich filozoficznych źródeł, aby w obszarze filozoficznym zastanawiać się nad najogólniejszymi i zarazem podstawowymi kategoriami i za ich pośrednictwem doskonalić rozumienie naszych relacji z technologiami masowego przekazu.

Jednym z tych źródeł jest myśl Leopolda Blausteina. Jest ona źródłowa z dwu powodów: Blaustein jest pierwszym, który podjął się analizy odbioru medialnego z perspektywy fenomenologiczno-analitycznej. O ile tradycja fenomenologiczno-hermeneutyczna została podjęta m.in. przez angielską teorię mediów lat 90., to fenomenologia analityczna jest ogniwem przerwany, a zawiera w sobie potencjał myślowy gotowy do wykorzystania przy refleksji nad mediami współczesnymi. Po drugie — jest pierwszym, który — przy analizie odbioru mediów — zwrócił uwagę na percepcję zmysłową. Inne perspektywy badawcze ciągle jeszcze traktują percepcję jako element przezroczysty, coś, co nie wymaga namysłu, jakby nie odgrywało żadnej roli w procesie kształtowania odbioru medialnego. Tymczasem właśnie obszar percepcji, domaga się szczególnie wnikliwej uwagi przy analizie odbioru mediów elektronicznych. Dostrzegł to McLuhan kiedy twierdził, że środki przekazu masowego działają na nas w sposób utajony, podprogowy, gdyż zmieniają nasz aparat percepcyjny. W przekonaniu McLuhana,

tylko artyści mogą sobie to uświadomić i temu się opierać. Myśl ta jednak nie została podjęta. Procesy percepcyjne nie poddane refleksji sprawiają wrażenie nieistnienia.

W latach międzywojennych — kiedy pojawiały się pionierskie analizy Blausteina — procesy percepcyjne stały w centrum uwagi psychologiczno-filozoficznej. Blaustein — uczeń Twardowskiego i Husserla — od nich przejmując postawę i metodę filozofowania. Stosuje ją do analizy percepcji filmu i słuchowiska radiowego. Uwzględnia również badania, jakie prowadzili w tym czasie Külpe, Wertheimer i inni.

Usiłuje kategorie ogólnofilozoficzne (używając terminologii Wundta: te „od góry”) „przetłumaczyć” na takie, które mogą być stosowane do charakterystyki i zrozumienia badanego zjawiska. Zarazem podnosi potoczny język opisu tego zjawiska, czyli to, co „od dołu” na poziom oglądu filozoficznego. Z tego też względu może się spotkać z dwojakiego rodzaju zarzutami: płynącymi z obszarów czystej spekulacji oraz płynącymi z obszarów badań empirycznych. Dla jednych myśl jego będzie za mało abstrakcyjna, dla drugih — zanadto ogólna, dowolna, subiektywna.

Zadaniem, jakie sobie stawia, jest opis przeżyć widza kinowego, tzn. przeżyć, jakie mają miejsce w czasie wyświetlania filmu ze szczególnym uwzględnieniem źródeł przeżywanej przyjemności. Zwróćmy od razu uwagę, że nie bada on tylko przeżyć ani też związku przyczynowo-skutkowego pomiędzy bodźcem a przeżyciem jako reakcją na ten bodziec. Przedmiotem jego badania jest całość: widz kinowy, czyli dzieło i przeżycia z nim związane jako struktura organiczna. Wśród przeżyć widza kinowego znajdują się zarówno percepcja zmysłowa, różnorodne uczucia, jak i stany intelektualne. Dzieło funkcjonuje jako gwarant syntetyczności tych przeżyć, które dzięki niemu zachowują swój organiczny, zestrojeniowy charakter. Blaustein podkreśla wagę nastawienia ekstrawertycznego, czyli nastawienia na dzieło. Jego przeciwieństwem jest nastawienie intrawertyczne, tj. traktowanie dzieła jako *Rauschmittel*, jako środek do wytwarzania uczuć w sobie, którymi się delektujemy. Takie nastawienie nie może doprowadzić do odbioru estetycznego.

Opis Blausteina nie ma charakteru przygodnego, ale istotowy, czyli modelowy. Blaustein jest świadomy tego, że to jest pierwszy etap pracy, ale że jej celem jest ustalenie wzorca opartego na poznaniu pewnym. Idealne doświadczenie odbiega od realnego, empirycznego. Dlatego też należy kształcić przeżywanie (podkr. Z.R.), aby spełniało coraz więcej warunków doświadczenia idealnego.

W przekonaniu Blausteina, na przeżycia widza kinowego składają się przeżycia estetyczne i pozaestetyczne. Filmowe przeżycia estetyczne to te, których źródłem jest zmysł wzroku i słuchu. Nie należy ich utożsamiać tylko z wrażeniami wzrokowo-słuchowymi. Do przeżyć zapośredniczonych przez oko i ucho należą również m.in. nastroj, fantazja, wczuwanie się, a także bardziej złożone stany uczuciowe, w których odczuwana jest wzniosłość, tragizm, komizm, wdzięk itp.

Do przeżyć pozaestetycznych należą np. oburzenie moralne, podniecenie polityczne czy erotyczne, pobudzenie apetytu. Pozaestetyczne przeżycia u widza kinowego są silniejsze i występują częściej niż u odbiorcy innego rodzaju sztuki. Nie powinny jednak dominować, gdyż wtedy film traci charakter estetyczny.

Analizując percepcję wzrokowo-słuchową Blaustein zauważa dwie jej specyficzne właściwości: po pierwsze, że wrażenia wzrokowo-słuchowe dane są jednocześnie z interpretującymi je aktami przedstawiania i sądzenia oraz po drugie, że wraz z wrażeniami wzrokowo-słuchowymi dane są inne jakości zmysłowe. Wrażenia wzrokowe obejmują sobą nie tylko barwy, ale również jakości, które uważamy za dotykowe, jak np. gładkość, lepkość, szorstkość czy płynność, twardość. Widzimy zatem lepkość miodu, gdy na ekranie jest on pokazany, jak się przylepia do ubrania, twardość czy miękkość materiału poprzez układ fałdów itp. Blaustein nazywa je jakościami pozornie niewzrokowymi i niesłuchowymi. Są to jakości, które mogą być dane dotykowo i zarazem wzrokowo/słuchowo np. gdy słyszymy — nie widząc — jadący wóz naładowany żelastwem, widzimy nierówność drogi, ciężar wozu itd., dzięki wydawanym przez wóz dźwiękom. Nie wiemy dokładnie, jak to się dzieje: czy poprzez skojarzenia, pamięć czy wyobraźnię, ale tak jest — twierdzi Blaustein — iż widzowi kinowemu dane są całe struktury jakościowe, mimo iż doznaje tylko wrażeń wzrokowych i słuchowych. Inaczej jest ze smakiem i zapachem. Wiemy, że cukier jest słodki, a róża pachnie, ale nie czujemy słodczy ani zapachu.

Treści zmysłowe dane we wrażeniach wzrokowo-słuchowych układają się w całość i stanowią treść prezentującą. Treść prezentująca — zależnie od nastawienia widza — może być traktowana jako odtwarzająca rzeczywistość bądź imaginatywna. Nastawienie widza może się zmieniać i przechodzić od imaginatywnego do realnego. Dotyczy to również percepcji przestrzeni i czasu. Widz odróżnia — szczególnie, gdy zdjęcia są zwolnione lub przyspieszone — dwa tempa upływu czasu: imaginatywny i realny. Ma też do czynienia z imaginatywnym światem przestrzeni, który znajduje się w przestrzeni realnej, ale nie pozostaje w stosunku do niej w żadnych relacjach przestrzennych. Jej ujmowanie jest możliwe dzięki nieświadomemu rzutowaniu naszego ciała w świat imaginatywny. Przestrzeń imaginatywna nie posiada granic w głębi, granice boczne są zamknięte, a przednia — nie jest ostro zamknięta, jak boczne, ale też nie ciągnie się bez ograniczenia, jak tylna. Przedmioty pomiędzy okiem a ekranem nie są traktowane jako część świata imaginatywnego. Granicą, ramą, która oddziela świat imaginatywny od realnego, jest ciemność. Daje poczucie izolacji obu światów i wywołuje zmianę nastawienia widza.

Blaustein jest przekonany, że w filmie jest przewaga sfery emocjonalnej nad intelektualną. Z tego też względu — inaczej niż większość badaczy w jego czasie — uważa, że muzyka w naturalny sposób łączy się z filmem. Są to bowiem dwa uzupełniające się języki uczuć. Muzyka wciąga widza w świat imaginatywny i dzięki niej ulega on nastrojowi: „budząc raz miłe wesołe nastroje, innym razem poważ-

ne i przygnębiające, budząc w sercu słuchacza raz skargę, ból tęsknotę, smutek innym razem uczucia czułości, rozkoszy, tryumfu, siły, dając człowiekowi, któremu monotonia rzeczywistości życia poskapiła sposobności do rozwinięcia swych uczuć możliwość poznania owego bogactwa doznań uczuciowych, do których jest zdolny¹³. Muzyka spełnia swoją rolę w filmie — czyli dobrze tłumaczy uczucia postaci filmowych — jedynie wtedy, gdy jest niezauważalna. Gdy wysuwa się na plan pierwszy, spełnia ją gorzej. I dla muzyki, i dla filmu refleksje intelektualne są obojętne. Ani muzyka, ani film nie przedstawiają walki myśli, ale walkę uczuć.

Widz może przedstawić sobie uczucia jako uczucia obcych osób, które sam mógłby przeżyć w analogicznej sytuacji, ale jego jaźń nie ulega tym uczuciom, a może też odczuwać siebie jakby był wcielony w obcą postać. Dzięki temu widz może doznawać uczuć fantazyjnych, przeżywanych w rzeczywistości rzadko lub nigdy.

Działanie fantazji uruchamiane jest przez reżysera, gdy pewne sceny zostają nie do końca określone — np. pokazane są zaciekawione oczy lub część ciała. Pamięć jest również niezbędna w odróżnianiu i identyfikowaniu bohaterów występujących w filmie oraz pamiętaniu momentów minionych, co jest konieczne do przeżycia całości.

Poza percepcją, fantazją, nastrojem, wczuwaniem się Blaustein wyróżnia odrębny typ przeżyć, w których dokonuje się rozumienie filmu. Nazywa je supozycjami. Supozycje są to akty sądzenia oparte na wyobrażeniach imaginatywnych, bez momentu przekonaniowego. Dzięki supozycjom akcja łączy się w całość, której części minione dane są w przypomnieniach, obecne w obserwacji, a przyszłe w oczekiwaniu. Rozumienie filmu nie jest łatwe ze względu na przeplatanie się akcji, wtrącanie wątków wreszcie rozumienie stanów psychicznych osób akcji.

Jest wiele sposobów oddawania stanów psychicznych: mimika, gestykulacja, dźwięk mogą dobrze oddać zachwyt, niepokój, zmęczenie, apatię itd. Niewiele jednak przeżyć intelektualnych — poza uwagą, natężonym myśleniem czy przypominaniem sobie — pozwala na mimiczne odtworzenie. Dlatego też rozumienie filmu i uczestnictwo widza w akcji polega głównie na rozumieniu stanów uczuciowych. Te jednakże również nie zawsze są jednoznaczne i łatwe do rozumienia. Częściowo tę niejednoznaczność usuwa muzyka.

Różne przeżycia wywołane jednym filmem stanowią zamkniętą całość ograniczoną początkiem i końcem seansu. Stanowią one przerwę w zajęciach codziennych, w potocznym życiu, a jeżeli film zachwyci nas wartością estetyczną — przerwa, powiada Blaustein, nabiera charakteru świątecznego.

Interesujące jest spostrzeżenie Blausteina, iż w kinie oglądamy sprawy i zdarzenia w świecie imaginatywnym, do którego widz nie należy, choć rzutuje tam swoje ja, które jest obserwatorem i które po skończonym filmie wraca w świat rzeczywisty wypoczęte, odświeżone. Przebywanie w świecie imaginatywnym jest

¹³ L. Blaustein, *Przyczynek do psychologii widza kinowego*, „Kwartalnik Psychologiczny” 4, 1933, s. 31.

warunkiem psychicznego odprężenia. Oznacza to, że granica pomiędzy światem rzeczywistym a imaginatywnym jest przekraczana, ale nie likwidowana. Co więcej, jej przekraczanie (co oznacza zarazem jej utrzymanie) stanowi warunek doznań estetycznych, które same są twórczą aktywnością psychiczną.

Wyżej opisane przeżycia, tzn. wrażenia wzrokowo-słuchowe oraz zapośredniczone przez nie wyobrażenia, nastroje, wczuwanie się i rozumienie, stanowią źródło przyjemności widza kinowego. Jest to przyjemność płynąca z faktu aktywności psychicznej. Dołącza się do niej przyjemność płynąca z zaspokajania obecnej w naszej psychice tendencji do unaoczniania. Może ona być zaspokajana przez oglądanie rzeczy już widzianych w rzeczywistości oraz rzeczy oglądanych po raz pierwszy — imaginatywnie. Oglądanie rzeczy już widzianych w rzeczywistości, ale w oderwaniu od niej, staje się odrębnym źródłem przyjemności. Przyjemność płynie również z zaspokajania pragnień fantazyjnych, oczekiwań, niepokojów, a nie tylko z chłodnego odgadywania ogniwi akcji. Wymienione źródła przyjemności nie wywołują odrębnych przyjemności, ale stanowią rozmaite składniki przeżyć widza kinowego, które się zlewają w jedną całość. Jednoś tym przeżyciom — poza wymienionym już dziełem — nadaje im ich funkcja, a mianowicie wszystkie one jako jedno złożone przeżycie estetyczne zaspokajają elementarną potrzebę życia psychicznego, tzn. potrzebę uczuciowo zabarwionego oglądania. Zaspokajają głód oczu i uszu.

Aktywność psychiczna może wywoływać dwa rodzaje stanów uczuciowych: ożywienie, które przejawia się w pragnieniu przedłużania filmu, oraz znużenie, czyli stępienie na podniety filmowe. Stępienie może być rezultatem zbyt częstego odwiedzania kina, masowej produkcji filmów, które dostarczają podobnych podniet, ale także znużenie może być rezultatem tzw. „braku nastroju”, czyli braku odpowiedniego nastawienia psychicznego na świat imaginatywny. Oglądanie filmu wymaga silnego skupienia uwagi i oderwania się od spraw codziennych, które — w przeciwnym wypadku — mogą przytłoczyć swoją siłą obraz filmowy i uczynić go mdłym. Interesujące jest, że w momentach największego przejścia się filmem nastawienie imaginatywne ustaje i pojawia się rzeczywisty podziw dla twórców filmu.

Przyjemność estetyczna, mimo pewnych podobieństw, nie jest przyjemnością płynącą z zabawy. Jest to bowiem radość, jakiej doznajemy z obcowania z obiektywnymi wartościami, podczas gdy zabawa dostarcza nam radości, której źródłem jest własna zręczność.

Dodajmy na zakończenie, że Blaustein swoim rozważaniom nadaje wartość poznania modelowego i prawdziwego, ale nie absolutnego, tzn. ogranicza je do aktualnej techniki filmowej oraz do człowieka dorosłego. W wypadku istotnych zmian w obszarze techniki filmowej czy w wypadku odbiorcy, przeżycia także ulegną zmianie (np. inaczej przebiega recepcja filmu przez dzieci).

Zapytajmy na koniec, jakie elementy z analiz Blausteina należałoby rozwijać, aby wzbogacać filozoficzną refleksję nad recepcją mediów? Czy teza o utrzymaniu

granicy pomiędzy światem rzeczywistym a imaginatywnym jest do utrzymania? Wierząc postmodernistycznym doniesieniom żyjemy w świecie symulakry, gdzie obraz i rzeczywistość zlewają się i ich dalsze rozróżnianie nie jest możliwe. Nie negując, że tak bywa, nie możemy tracić z oczu tych obszarów rzeczywistości, gdzie rozróżnienie pomiędzy rzeczywistością a obrazem jest czymś ważnym i czynione są wysiłki, aby je dokładnie rozdzielać. Poza tym konsekwencje symulakrowej fuzji prowadzą do spłaszczenia życia umysłu. Pojęcie granicy, możliwość jej przekraczania i ponownego powrotu do rzeczywistości a także jej ważność symboliczna, zasługują na tematyzację, nie zaś na odrzucenie. Dotyczy to również pojęcia przedmiotu, jako czegoś, co, co prawda, tworzy jednolitą strukturę z podmiotem, ale czego nie można zredukować do podmiotowych jakości.

Wreszcie, filozoficznej nobilitacji zdają się domagać pojęcia przyjemności, bierności i aktywności. Rezygnacja z nich nie tylko prowadzi do opisów nudnych i depresyjnych, ale także w podobny sposób zmienia recepcję przekazu kulturowego.

Activity and passivity. On the reception of the media according to L. Blaustein

The purpose of the paper is to draw attention to the thought of Leopold Blaustein who may be considered the pioneer of the phenomenological-cum-hermeneutic approach to the analysis of the media. The author shows how this position is different from the dominant type of reflection on the media. The two typical research attitudes can be characterized as technological determinism and as technological indeterminism. The former says that the media fully determine perception, the latter disagrees, pointing to the possibility of resistance to the seductive powers of the media.