

Uwarunkowania epistemologiczne obrazowania rzeczywistości politycznej w mediach

Zgodnie z definicją słownikową¹ obrazowanie oznacza cechę przekazu, której istota polega na próbie stosunkowo wiernego, to znaczy prawie dosłownego, dokładnego odwzorowania przedstawianej rzeczywistości za pośrednictwem techniki właściwej danemu medium (na przykład: słowo mówione, pisane, obraz malowany, fotografia, prasa drukowana, media audialne i audiowizualne). Możemy wówczas mówić także o adekwatności obrazowania, czyli o stopniu, w jakim nasze roszczenie do odwzorowania² rzeczywistości w przekazie jest zaspokojone.

Oczywiście nie oznacza to marginalizacji czy redukcji mediów do swoistych zwierciadeł odbijających rzeczywistość, lecz odwrotnie, wskazuje na ich wielkie możliwości twórczej selekcji oraz interpretacji rzeczywistości. Nie można bowiem medialnego obrazowania rzeczywistości zaważać do prostych skutków relacji poznawczej, jaka zachodzi między podmiotem poznającym a przedmiotem poznawania, lecz należy także wziąć pod uwagę relację podmiotu poznającego do siebie samego. Albowiem rzeczywistość poznajemy pośrednio i to właśnie ją obrazujemy w mediach. Natomiast siebie poznajemy bezpośrednio i rezultatem tego samopoznania na ogół nie dzielimy się w mediach, gdyż wiązałyby się to na przykład z obnażeniem naszych faktycznych intencji, naszej niewiedzy bądź hipokryzji. To jednak wcale nie oznacza, że w przekazie to zjawisko jest nieuchwytnie³. Gdy dziennikarz mówi o nastawieniu do pewnych faktów, to myśli głównie o innych, zapominając o swoim nastawieniu do ich nastawienia. Ponadto nasze właściwości spostrzegania rzeczywistości⁴ oraz nasza pamięć, która rejestruje wiedzę i doświadczenie, nie są przecież doskonałe⁵. Dla procesu obrazowania rzeczywistości rodzi to określone i wielorakie konsekwencje teoriopoznawcze⁶.

¹ *Słownik języka polskiego*, red. nac. M. Bańko, t. 3, Warszawa 2007, s. 245.

² W ramach filozofii analitycznej pojęcie „odwzorowanie” wydaje się być tożsame z użytym przez nas pojęciem „obrazowanie”. Pojęcie to jest tam definiowane na trzy sposoby i oznacza: 1) obrazowe albo językowe przedstawienie jakiegoś przedmiotu lub stanu rzeczy, 2) założenie teoriopoznawcze, że rzeczywistość jest odwzorowana w języku i myśleniu, tzn. poprzez wrażenia, spostrzeżenia, wyobrażenia lub poprzez pojęcia, sądy, teorie, 3) w analitycznej filozofii języka, że zdania reprezentują formę świata. Por. P. Prechtl, *Leksykon pojęć filozofii analitycznej*, Kraków 2009, s. 188.

³ Ciekawym tego przykładem jest działalność polskiego „Radia Maryja”. Zob. E. Bobrowska, *Obrazowanie społeczeństwa w mediach. Analiza radiomaryjnego dyskursu*, Kraków 2007.

⁴ *Obrazy w umyśle*, red. P. Francuz, Warszawa 2007.

⁵ A. Niedźwieńska, *Poznawcze mechanizmy zniekształceń w pamięci zdarzeń*, Kraków 2004.

⁶ Do próby scharakteryzowania tego problemu możemy użyć dwu metafor, które traktują świat jako przedstawienie lub wolę. Świat jako przedstawienie jest wówczas obrazem (teatrem) czegoś, co jest obiektywnie dane. Natomiast świat jako wola jawi się w kategoriach artefaktów przejawiania się woli człowieka. Przedstawienie jest nam dane, w odróżnieniu od woli, której odczytanie bywa raczej zadaniem i tym samym wprost prowadzi do interpretacji, zatem także do uproszczeń, stereotypów, generalizacji, schematów, konwencji, domysłów itp. O epistemologii przekazu medialnego zob. J. Pleszyński, *Epistemologiczne aspekty przekazu medialnego*, w: *Rozmowy o komunikacji (3)*, red. G. Hebrajska, Łask 2009.

Dlatego w tej analizie niezmiernie przydatne okazują się dwa ważne terminy, a mianowicie „obrazowanie” oraz „odwzorowanie”. Jeśli bowiem odnosimy się do rzeczywistości, zarówno obrazkowej, jak i pozajęzykowej, w procesie jej werbalizowania, co ma miejsce w osobniczych wypowiedziach⁷ zawierających wrażenia, sądy, twierdzenia, wówczas mówimy na ogół o obrazowaniu rzeczywistości (dominantą jest wyobrażenie rzeczywistości). Jeśli zaś skupiamy się na faktualnym opisie oraz charakterystyce rzeczywistości, to jest to próba jej odwzorowania, czyli deskrypcji (dominantą jest ogląd rzeczywistości).

W rezultacie dopiero teoria referencji i teoria deskrypcji mogą dać odpowiedź na zasadnicze pytanie, z czego się składa obraz rzeczywistości werbalizowanej w przekazie medialnym. Teoria referencji skupia się na metodach, jakie ludzie stosują w procesie odnoszenia się do rzeczywistości językowej i pozajęzykowej, zaś teoria deskrypcji na sposobach opisywania i charakterystyki tej rzeczywistości. Z punktu widzenia sposobu funkcjonowania mediów możemy powiedzieć, że proces obrazowania rzeczywistości jest tutaj silnie związany z publicystyką, zaś proces odwzorowania rzeczywistości – z informacją⁸. W konsekwencji proces obrazowania i odwzorowania rzeczywistości w mediach można również ujmować w kategoriach dziennikarskiej próby jej obiektywizacji⁹.

W tym kontekście poznawczym pojawia się pojęcie rzeczywistości, które możemy ujmować dwuaspektowo. Z jednej strony przez rzeczywistość rozumiemy to, co istnieje niezależnie od podmiotu poznającego. Myślimy wówczas głównie o tak zwanej rzeczywistości materialnej. Nie oznacza to, że dla podmiotu poznającego istnieje coś, co jest od niego niezależne poznawczo, bo wówczas nie może być poznawane, zatem nie istnieje. Z drugiej strony na pojęcie rzeczywistości składają się takie elementy, które możemy określić jako wytwory mentalne (myśli, wrażenia, odczucia) oraz intelektualne (wartości, normy, sądy), które na ogół są zależne poznawczo od podmiotu poznającego. Gdy pozostają jedynie w świadomości człowieka są subiektywne i wewnętrzne, jeśli są uzewnętrznione mogą się stać rzeczywistością intersubiektywną, zatem dostępną także dla innych.

W tradycyjnym rozumieniu rzeczywistość ludzką tworzą czynniki zarówno materialne, jak i niematerialne. W procesie komunikacji medialnej zostają one w swoisty sposób zwerbalizowane, czyli wyrażone tradycyjnie językowo, jak też za pomocą techniki właściwej danemu medium (fotografia prasowa, dźwięk radiowy, obraz telewizyjny). Widać to zwłaszcza w mediach audialnych i audiowizualnych, w których wypowiedź składa się nie tylko z konstruktury językowej, ale także z czynności jego wygłaszania¹⁰. Werbalizacja to jedyny sposób,

⁷ Wypowiedzią jest tutaj sensowne zdanie o pewnym stanie rzeczy, z zastrzeżeniem, że stan rzeczy nie zawsze jest prawdziwy, natomiast zdanie zawsze jest prawdziwe. Wiąże się z tym problem derywacji, czyli wyprowadzania zdań prawdziwych z nieprawdziwego stanu rzeczy.

⁸ M. Lisowska-Magdżiarz, *Analiza tekstu w dyskursie medialnym*, Kraków 2006; *Tekst w mediach*, red. K. Michalewski, Łódź 2002.

⁹ Medialną obiektywizację rzeczywistości można rozumieć w kategoriach nie tylko uzewnętrzniania wrażeń ludzi, w tym dziennikarzy, chociaż po części ma ona taki właśnie charakter, kiedy dopytujemy się o odczucia ludzi, ich opinie czy oceny. Tutaj pojęcie dziennikarskiej obiektywizacji rzeczywistości jest widziane w kategoriach próby ukazania rzeczywistych przyczyn, podstaw, skutków, związków, motywacji, czyli rzeczywistego stanu rzeczy. Dziennikarz nie posiłkuje się tylko wyobrażeniami, wrażeniami, urojeniami, które chociaż mają wartość obiektywną, nie mają jednak pozasubiektywnego przedmiotu odniesienia. Zatem dziennikarska obiektywizacja rzeczywistości jest odpowiedzialną próbą jej często żmudnego odkrywania i jako taka właśnie nie jest dana dziennikarzowi, lecz raczej zadana. W ten sposób służy zdobywaniu częściowej wiedzy o świecie. Na temat statusu tzw. wiedzy medialnej zob. J. Pleszyński, *Wiedza medialna i jej status*, w: *Współczesne media. Status, aksjologia, funkcjonowanie*, t. I, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Lublin 2009, s. 293–303.

¹⁰ Należy tutaj wspomnieć o podmiotowości mediów, których udział w dialogu publicznym polega nie tylko na przygotowaniu i emisji określonych przekazów medialnych, lecz także na ich indywidualnej i zbiorowej partycypacji

w jaki człowiek może dotykać rzeczywistości, czyli ujmować ją pojęciowo¹¹, nie popełniając przy tym błędu utożsamiania rzeczywistości ze świadomością¹². Nie zapominając także, że fakty zawsze znajdują się w określonych relacjach do siebie oraz składają się zarówno ze przestrzeżeń (obrazów rzeczywistości), intencji (wiary i obawy), jak i przeżyć, odczuć, własnego doświadczania siebie i świata. Ponadto sama komunikacja medialna i udział w niej odbiorców ma charakter rytualny¹³, co ma także określone konsekwencje teoriopoznawcze.

W medialnym obrazowaniu rzeczywistości ważną rolę, można nawet powiedzieć, że zasadniczą odgrywają nie czynniki materialne, lecz niematerialne – i to właśnie one odpowiadają za powstanie tak zwanej „drugiej rzeczywistości”. Znajdują się wśród nich werbalizowane myśli ludzi, które przybierając postać mentalną oraz intelektualną stanowią przedmiot dziennikarskiego zainteresowania i refleksji. Są to przedmioty jednostkowe, konkretne, indywidualne oraz abstrakcyjne, to jest klasy przedmiotów lub relacje, własności, zależności, a także wypowiedzi, o których mówimy w metafizyce.

W ten sposób o obiegu publicznego przedostają się również myśli tworzące rzeczywistość pozorną. Wraz z nią takie na przykład bardzo ważne dla obrazu polityki, lecz abstrakcyjne, ujmowane często w metafizyce i głównie kontekstowo definiowane pojęcia, jak: cecha, dobro, konieczność, mądrość, możliwość, piękno, potrzeba, prawda, proces, racja stanu, równość, solidarność, sprawiedliwość, stan rzeczy, układ, wada, wartość, wiara, wolność, wspólnota, zamiar, zdarzenie, związek. Samo orzekanie o nich bądź odwoływanie się do nich jest bezpośrednim przyznaniem im publicznej egzystencji. Jednak z logicznego punktu widzenia istnienie nie jest właściwością przedmiotów, lecz pojęć. Dlatego sposób ich użycia oraz werbalizowania w procesie medialnego przedstawiania zdarzeń politycznych jest często oparty nie tylko na faktach, poddanych intelektualnej rzeczowej refleksji, wspartej doświadczeniem, uzależnionych od osiągnięć wiedzy, zmierzających do pewności, uwarunkowanych umiarem i tolerancją, lecz wspiera się także na domyśle, emocjach, interesie, intuicji, wrażeniu, supozycji. Warto choćby wskazać na ważną rolę doświadczenia dziennikarza, zarówno osobistego, jak i zawodowego, w procesie identyfikacji znaczeniowej rzeczywistości.

jako podmiotów życia gospodarczego, politycznego, społecznego, kulturalnego, religijnego. Obie formy podmiotowości umożliwiają mediom występowanie w roli strony w sporze politycznym, zarówno pośrednio poprzez przekazy medialne, jak i bezpośrednio jako indywidualne i zbiorowe podmioty medialne – w tym także poprzez swoiste formy asocjacji, jak: fundacje, stowarzyszenia, związki pracodawców, związki branżowe (np. Izba Wydawców Prasy). W ten sposób media jako ważne ośrodki wpływu politycznego mogą być tym samym wykorzystywane w procesie propagandy, manipulacji, socjotechniki, lobbingu.

¹¹ Termin „pojęcie” z teoriopoznawczego punktu widzenia ma charakter arbitralny i abstrakcyjny. W praktyce zaś obejmuje ogólne przedstawienie rzeczywistości, czyli jej ogląd albo wyobrażenie. Pojęcia traktuje się jako przedmioty realne, mentalne albo jako odmianę znaku. Pojęcia empiryczne łączy się z doświadczeniem i naocznością, natomiast pojęcia mentalne i intelektualne z wyobraźnią i rozumem. Z tego punktu widzenia pojęcia odnoszą się do wielu przedmiotów i jako takie nie mają cechy nazwy własnej. Tradycyjna, językowa definicja „pojęcia” kładzie akcent na sposób jego używania, czyli w procesie myślowego odzwierciedlenia i całościowego ujmowania cech przedmiotów czy zjawisk. Wyróżnia się trzy rodzaje pojęć: klasyfikujące (służą do dzielenia rzeczy), komparatywne (służą do porównania) oraz kwantytatywne (charakteryzują własności czy relacje za pomocą liczb). Pod pojęcie ogólne podpada wiele rzeczy, dlatego z logicznego punktu widzenia wyróżniamy ich rodzaj (*genus*), gatunek (*species*), różnicę gatunkową (*differentia specifica*), własność (*proprium*), cechę przypadkową (*accidens*).

¹² Świadomość jest rozumiana jako rodzaj substancji, która jest nośnikiem czy podmiotem określonych własności i stanów (samoświadomość). Jest wyrazem posiadania odpowiednich zdolności (pozyskiwania wiedzy o świecie oraz refleksji). Mówimy także o szczególnych cechach i własnościach świadomości (subiektywność, bezpośredniość, doświadczalność).

¹³ E. W. Rotenbuhler, *Komunikacja rytualna. Od rozmowy codziennej do ceremonii medialnej*, Kraków 2003.

Przykładem rzeczywistości pozornej jest tak zwany pozornie deskryptywny wniosek, który występuje w sformułowaniach o charakterze „wiem, że”. Nie wyrażają one bowiem, jak się sądzi na ogół, posiadania wiedzy podmiotu o jakimś stanie rzeczy, lecz przeciwnie – tę wiedzę dopiero werbalnie fundują w procesie myślowego (mentalno-intelektualnego) scalania, interpretowania, wartościowania, oceniania. W tym postępowaniu posilujemy się elementami zarówno faktualnymi, poznawczymi, jak i afektywnymi, aksjologicznymi i moralnymi – na ogół motywowanymi politycznie bądź światopoglądowo. Dochodzi wówczas do wytworzenia pozoru rzeczywistości, którego przykładem jest nadawanie równości znaczeniowej wyrażeniom pochodzącym z różnych dziedzin, co jest niedopuszczalne (na przykład zrównanie moralnego „dobra” i cechy naturalnej „dobra”). Podobnym przykładem tego typu propozycjonalnych aktów mowy jest wyrażenie „wierzę, że”. Przy tej okazji pojęcia abstrakcyjne zostają poddane procesowi ich reifikacji, czyli urzeczowienia. Ich efektem jest nadanie realnego bytu na przykład cechom czy właściwościom (własnościom).

Przypomnijmy, że własność oznacza to, co jest posiadane przez osoby, przedmioty czy pojęcia – inaczej cecha, jakość lub coś, co wyróżnia. Własności są istotne (niezbędne dla trwania przedmiotu) i nieistotne (przygodne, przypadkowe, bez których przedmiot może istnieć). Ilek w świecie polityki i medialnym obrazie polityki można znaleźć przykładów refleksji nad cechami nieistotnymi, które z perspektywy podmiotów wydają się fundamentalne, zaś cechy istotne – marginalne. Jest to jeden z przykładów odwróconej logiki dyskursu politycznego i o polityce, w którym to, co istotne jest wypierane przez to, co przygodne¹⁴. To właśnie ta ostatnia cecha osób, grup, społeczności budzi szczególnie zainteresowanie zarówno polityków dyskwalifikujących swoich przeciwników, jak i mediów przyciągających swoich odbiorców. W ten sposób własności służą także do pokazywania i zaznaczania różnicy oraz wywoływania dysonansów.

Z perspektywy poznawczej świat człowieka statuuemy jako przedmiot, który nie jest uzależniony od aktualnych danych zmysłowych podmiotu, lecz istnieje także poza nimi. Co przypomina nam banalną prawdę, że obrazowanie rzeczywistości jest zależne nie tylko od takich czynników, jak doświadczenie, wiedza, system wartości, postawa, lecz również od typowej dla człowieka w ogóle procedury selekcji spośród wielu dostępnych przedmiotów oraz ich przedstawień. Cecha ta jest szczególnie widoczna w języku polityki i dziennikarskim języku o polityce, prowadząc do systemowego, w tym również interesowanego subiektywizowania rzeczywistości politycznej¹⁵. Olbrzymią rolę w tym procesie odgrywają między innymi supozycje (przypuszczenia, domniemania, hipotezy) oraz presupozycje (pojawiają się głównie w sądach egzystencjalnych, mają na przykład postać implikacji, czyli następstwa deskrypcji określonych czy wyrażeń faktywnych, zawierają także sądy nieprawdziwe).

W gruncie rzeczy na tych właśnie czynnikach zasadza się współczesna debata publiczna oraz wyrażająca ją retoryka dominacji¹⁶, w której przeinaczane i instrumentalizowane oraz

¹⁴ Por. *Cudze problemy. O ważności tego, co nieważne. Analiza dyskursu publicznego w Polsce*, red. M. Czyżewski, K. Dunin, A. Piotrowski, Warszawa 2010.

¹⁵ Subiektywizm jest tu rozumiany nie jako wada osoby, lecz jej naturalny sposób wyrażania się, zwłaszcza w dziedzinie opinii, poglądów, sympatii, ocen. Dlatego tutaj subiektywizm oznacza indywidualny, zwykle stronniczy stosunek do określonej rzeczywistości, w którym kierujemy się osobistymi zapatrywaniami i przekonaniem. W wersji skrajnej subiektywizm występuje jako idealizm subiektywny, według którego przedmiotem poznania są subiektywne doznania, nie zaś obiektywny świat. To zaś może prowadzić do relatywizmu, w którym każdy indywidualny sąd o rzeczywistości jest nie tylko uprawniony, lecz uprawomocniony i cieszy się uznaniem społecznym (permissywizm). W dziedzinie poznania relatywizm prowadzi do sceptycyzmu, zaś do konformizmu w sferze moralności.

¹⁶ J. Wasilewski, *Retoryka dominacji*, Warszawa 2006.

zwalczane i marginalizowane są poglądy przeciwników¹⁷, a także symbolizowane przez nich wartości¹⁸. Niekiedy rola wartości w dyskursie politycznym jest ważniejsza od rzeczywistości i moralności. Zwłaszcza wówczas, gdy dotyczą one tak zwanych wartości odczuwanych, atrakcyjnych w znaczeniu emocjonalnym¹⁹. Dlatego warto wskazać, że wśród ważnych wartości Polaków znajdują się takie kategorie między innymi, jak: 1) nazwy wartości i celów, działań, stanów, postaw (np. demokracja, odpowiedzialność, patriotyzm, równość, samorządność, solidarność, sprawiedliwość, uczciwość, wolność); 2) nazwy wspólnot realizujących pewne wartości (np. naród, rodzina, społeczeństwo); 3) nazwy członków tych wspólnot (np. matka, ojciec); 4) nazwy instytucji oraz ich funkcjonariuszy służących realizacji określonych wartości i celów (np. państwo, urząd, władza); 5) nazwy miejsc związanych z wartościami (np. dom, Europa, kraj, miasto, region, ojczyzna, Polska, wieś); 6) nazwy przedmiotów funkcjonujących jako symbole (np. chleb, flaga, krzyż). Jak wynika z badań dotychczasowy system wartości podlega we współczesnej Polsce rozpadowi i radykalnej dyferencjacji²⁰.

W wypowiedzi politycznej i dziennikarskiej opinii o polityce siła wyobraźni jest zwykle większa od siły faktów, i to nie im jest podporządkowany przekaz oraz jego zasadniczy cel. Dlatego różnica między faktami a ich obrazami polega między innymi na nastawieniu podmiotu do faktów, jego intencji oraz celu relacji. W obrazowaniu politycznej rzeczywistości nie chodzi o literalne fakty i ich ewentualne związki, lecz głównie o ich twórczą polityczną interpretację, podczas której nadaje się im właściwy kontekstowy status poznawczy, odpowiadający wartościom, intencjom, interesom i celom danego podmiotu²¹. W rezultacie w takim procesie obrazowania rzeczywistości politycznej roszczenia pozytywizmu, stojącego na gruncie faktów i ich wzajemnych związków, zostają poddane zasadniczej rewizji. Ma to podstawowe znaczenie w dziedzinie rozróżniania teoriopoznawczego obrazu świata od religijnego światopoglądu. Problem ten jest szczególnie widoczny w Polsce, gdzie występuje silna presja na religijną majoryzację przestrzeni publicznej. Zachowanie takie w systemie demokracji pluralistycznej jest uważane na ogół za naganne, bowiem ma charakter nietolerancji.

W ten sposób obok racji rozumowych i intelektualnych, występują racje irracjonalne, intencjonalne i emocjonalne. Zatem w gąszczu prawdy, półprawdy, nieprawdy, przekonań, emocji, wrażeń, interesów, odbywa się rytualny medialny dyskurs publiczny, w którym dominują subiektywne racje i wartości oraz wygłaszane są przeciwne sądy, które utrudniają znalezienia realnego konsensu²². To z jednej strony prowadzi do arbitralnego narzucania odbiorcom odpowiednich rozwiązań, wartości, norm, postaw, poglądów – jako jedynie dobrych i słusznych²³. Z drugiej zaś strony przyczynia się do powstania nieporozumień, podziałów, a nawet konfliktów²⁴. Pamiętajmy, że słowa dotyczące na przykład kategorii moralności czy wartości

¹⁷ *Przemoc i marginalizacja. Patologie społecznego dyskursu*, red. P. Piotrowski, Warszawa 2004.

¹⁸ M. Ejsmont, B. Kosmańska, *Media, wartości, wychowanie*, Kraków 2005; *Wartości w komunikowaniu*, red. M. Wawrzak-Chodaczek, Toruń 2009.

¹⁹ S. Ossowski podzielił wartości na dwie kategorie: 1) wartości odczuwane oraz 2) wartości uznawane, do których zaliczył przedmioty, w stosunku do których żywymy przekonanie, że posiadają jakąś wartość obiektywną (*Z zagadnień psychologii społecznej*, t. 3, Warszawa 1968, s. 79).

²⁰ Por. *Język – wartości – polityka. Zmiany rozumienia nazw wartości w okresie transformacji ustrojowej w Polsce. Raport z badań empirycznych*, red. J. Bartmiński, Lublin 2005.

²¹ D. Dobrzański, *Interpretacja jako proces nadawania znaczeń. Studium z etnometodologii*, Poznań 1999.

²² Por. *Rytualny chaos. Studium dyskursu publicznego*, red. M. Czyżewski, S. Kowalski, A. Piotrowski, Kraków 1997.

²³ J. Jastrzębski, *Na rynku wartości. O mediach i etyce dziennikarskiej*, Wrocław 2009.

²⁴ B. Dobek-Ostrowska, *Porozumienie czy konflikt? Politycy, media i obywatele w komunikowaniu politycznym. Propaganda i PR w polityce, kampanie wyborcze, marketing i reklama polityczna*, Warszawa–Bielsko-Biała 2009.

zwykle nie posiadają funkcji deskryptywnej, lecz proskryptywną, spełniając tym samym specjalną funkcję językową, która polega na poleceniu jakichś rzeczy czy doradzaniu jakiegoś działania²⁵. Dlatego w tym miejscu warto przypomnieć, że fundamentem demokratycznego systemu politycznego jest (powinna być) tolerancja, także tolerancja polityczna, gwarantująca zachowanie naturalnego pluralizmu i ładu między ludźmi²⁶. Ochroniająca tym samym ich indywidualną wolność²⁷ oraz dyspozycje do społecznego współdziałania w imię dobra wspólnego²⁸.

Powracając do głównego wątku rozważań, czyli medialnego obrazowania rzeczywistości, powiemy, że zarówno technika przekazu, rozumiana w kategoriach sposobu jego tworzenia, jak i proces technicyzacji mediów, polegający na systematycznym wprowadzaniu do nich wielu usprawnień technicznych, mają niebagatelny wpływ na proces obrazowania rzeczywistości w mediach. Wydaje się jednak, że korzystanie przez media z różnych technik obrazowania rzeczywistości ma nie tylko pozytywny skutek wówczas, gdy powstaje wielostronny medialny obraz rzeczywistości, lecz również negatywny efekt, którego wyrazem jest między innymi rozproszenie uwagi odbiorcy, czyli jej dekoncentracja. W nadmiarze dostarczanych przez technicyzowane media ujęć i towarzyszących im sposobów konceptualizacji rzeczywistości, odbiorca nie skupia się przeciw na jednym elemencie przekazu. Dekoncentrację uwagi odbiorcy pogłębiają zarówno swoista polisensoryczność mediów, rozumiana w kategoriach struktury pobudzającej różnorodne zmysły i wywołującej dysonanse estetyczne, poznawcze oraz aksjologiczne, jak i polisemiczność przekazu, czyli jego elementy odpowiedzialne za efekt wieloznaczności²⁹.

Dlatego należy oczekiwać, że tradycyjny realizm, którego wyrazem jest z jednej strony autentyzm i dokumentarność (faktualność mediów), z drugiej zaś uczciwość nadawcy wobec odbiorcy (moralność mediów³⁰), stanowią rodzaj filarów, na których powinien się wznosić obraz rzeczywistości politycznej przedstawianej, interpretowanej i komentowanej w mediach. W zasadzie jednak nie powinien to być realizm naiwny, który spontaniczności poznawczej jednostki daje pierwszeństwo przed refleksją, analizą, doświadczeniem, ani realizm spirytualistyczny, który jedynie w duchowości człowieka upatruje prawdy o rzeczywistości.

W ten sposób niejednokrotnie już uwidoczniła się jedna z bodaj najważniejszych kategorii poznawczych, jaką jest pojęcie „prawdy”³¹. Ze względu na temat i cel tego materiału możemy

²⁵ Zob. E. Laskowska, *Wartościowanie w języku potocznym*, Bydgoszcz 1992; J. Puzynina, *Język wartości*, Warszawa 1992; *Język w kręgu wartości*, red. J. Bartmiński, Lublin 2003; *Nazwy wartości*, praca zbiorowa, Lublin 1993.

²⁶ F. Gross, *Tolerancja i pluralizm*, Warszawa 1992.

²⁷ *Wolność i tolerancja*, red. H. Świączkowska, Białystok 2007.

²⁸ Na temat dobra wspólnego zob.: *Dobro wspólne. Problemy konstytucyjnoprawne i aksjologiczne*, red. W. Wołpiuk, Warszawa 2008.

²⁹ E. Szczęśna, *Poetyka mediów – polisemiczność, digitalizacja, reklama*, Warszawa 2007.

³⁰ A. Szewczyk, *Problemy moralne w świecie informacji*, Warszawa 2008.

³¹ Mamy różne teorie prawdy, których cechą charakterystyczną jest oparcie się na tak zwany schemacie równoważnościowym. Jego postacią jest zwykle następujące wyrażenie: „prawdą jest, że p, dokładnie wtedy, gdy p”. Wśród nich znajdują się teorie redundancyjne, które głoszą, że schemat równoważnościowy ujmuje tylko i wyłącznie znaczenie wyrażenia „prawdziwy”, to znaczy, że powiedzieć o jakimś zdaniu, że jest prawdziwe, znaczy stwierdzić samo to zdanie. Inną postacią ma semantyczna teoria prawdy Alfreda Tarskiego. Stwierdza ona, że semantyczne predykaty takie, jak „prawdziwy” dotyczą stosunku między wyrażeniami danego języka i przedmiotami przez nie oznaczonymi. Dlatego, żeby uniknąć różnych paradoksów (na przykład słynnej antynomii kłamcy) należy rozróżnić język przedmiotowy od metajęzyka odnoszącego się do języka przedmiotowego. Inna teoria prawdy, a mianowicie teoria korespondencji lub teoria korespondencyjna, najbardziej rozpowszechniona, stwierdza, że prawda polega na zgodności (swoistej korespondencji) między przedmiotem mentalnym lub językowym (zdaniem, sądem, przedstawieniem) a rzeczywistością. Teorii tej zarzuca się, że nic nie mówi o rodzaju tej zgodności. Bowiemy owa zgodność, która ma

przyjąć, iż prawdą medialną jest zgodność przekazu, czyli tego, co jest bezpośrednio przedstawiane, jak i odkrywane przez dziennikarza w akcie osobniczej i zbiorowej konceptualizacji, z odpowiadającą mu rzeczywistością. Jak się domyślamy, prawda medialna zmienia się wraz ze zmianą sposobu konceptualizacji przedstawianej i odkrywanej przez dziennikarza rzeczywistości, co uwidacznia się szczególnie po różnych zmianach oraz przełomach politycznych. Zatem prawda jest cechą rzeczywistości, jakby można wnioskować na podstawie powyższej definicji, lecz cechą naszego poznania³². Pojęcie prawdy prowadzi nas do zasady przepełnienia, która głosi, że z fałszu wynika każde zdanie. Jest to tak zwany paradoks implikacji. Wychodząc bowiem od fałszywego założenia można udowodnić każdą wypowiedź, także wypowiedź sprzeczną.

W komunikacji publicznej dotyczącej sfery politycznej kategoria prawdy zwykle zawodzi³³. Dzieje się tak, dlatego że zasadnicze w tej komunikacji pojęcia społeczno-polityczne oraz zaliczane do kategorii aksjologicznych i moralnych mają cechy pojęć nieostrych, stąd też trudno o ich jednoznaczną definicję³⁴. W rezultacie ich językowy oraz społeczny status, znaczenie, zakres, cel są stosunkowo płynne. Bowiem wyznaczone nie tylko przez szerszy kontekst wypowiedzi, ale również przez odniesienie do jej podstawy przedmiotowej, która ma zwykle naturę niejednorodną oraz złożony charakter. Uwarunkowania te stanowią tym samym istotną barierę w publicznym porozumiewaniu się dotyczącym dziedziny polityki oraz w kształtowaniu jej medialnego obrazu³⁵. Co można zilustrować wieloma przykładami.

Chociaż wśród najważniejszych dla Polaków pojęć o nacechowaniu pozytywnym znajdują się „miłość” oraz „rodzina”, zaś wśród pojęć o ładunku negatywnym „przemoc” i „zakłamanie”, to w dyskursie publicznym wyraźnie widać, że z wartości „miłości” nie wypływa miłość do wszystkich, zaś z wartości „rodziny”, zaufanie do wszystkich³⁶. Widocznie z posiadania tego samego zestawu pojęć najważniejszych wcale nie wynika ich identyczność zakresu odniesienia dla podmiotu, który jest ich nosicielem. W rezultacie mamy do czynienia nie z subiektywizacją znaczenia konkretnego pojęcia (przecież jego definicja pozostaje niezmienna), czyli z systemową instrumentalizacją, lecz z odwołaniem się do społecznych podziałów na tle politycznym, ekonomicznym, kulturowym, światopoglądowym. Dlatego z wartości pozytywnej, jaką jest „miłość” może wynikać przemoc, zaś z wartości „rodziny” – zakłamanie. Czynnikiem identyfikacji wartościującej oraz scalania znaczeniowego nie jest bowiem definicja pojęcia, lecz kontekst społeczno-polityczny jego użycia, w tym także kontekst medialny. Widać to dokładnie wśród mediów o wyrazistej orientacji światopoglądowej, gdzie występuje zależność między repertuarem słów kluczowych danego medium a hierarchią słów sztandarowych jego odbiorców³⁷. Słowa te pełnią wobec odbiorców rozliczne funkcje, do których zaliczamy na przykład funkcję identyfikującą (są znakami rozpoznawczymi

postać językową jest rodzajem odczucia, wrażenia, poglądu czy czegoś innego, zaś na pewno językowo nie może być tożsama z przedmiotem oznaczanym (tak jak słowo „stół” nie może się w tym znaczeniu zgadzać z oznaczanym przez nie przedmiotem, lecz stanowi tylko jego pojęciowe ujęcie). Szerzej na temat pojęcia i teorii prawdy zob. *Prawda*, red. D. Leszczyński, Wrocław 2011; J. Woleński, *Epistemologia*, Warszawa 2007, s. 63–354.

³² *Prawda w mediach – między ideałem a iluzją*, praca zbiorowa, Tarnów 2010.

³³ *Dziennikarz – między prawdą a kłamstwem*, praca zbiorowa, Łódź 2009.

³⁴ Por. J. Bartmiński, *Cóż to jest prawda? Kryzys wiarygodności słowa we współczesnym dyskursie publicznym*, w: *Bariery i pomosty w komunikacji językowej Polaków*, red. J. Bartmiński, U. Majer-Baranowska, Lublin 2005, s. 325–346.

³⁵ M. Golka, *Bariery w komunikowaniu i społeczeństwo (dez)informacyjne*, Warszawa 2008.

³⁶ W. Pisarek, *Polskie słowa sztandarowe i ich publiczność*, Kraków 2002.

³⁷ W. Pisarek, *Słowa sztandarowe we współczesnych dyskursach Polaków o tym, co najważniejsze*, w: *Bariery i pomosty w komunikacji językowej Polaków*, op. cit., s. 311–324.

odbiorców), funkcję integrującą (konsolidującą zbiorowość rozproszonych jednostek), funkcję dyferencyjną (odróżniająą zwolenników od przeciwników).

Obrazować można praktycznie wszystko. Przedmiotem obrazowania mogą być na przykład: osoby, wypowiedzi, postawy, zachowania, wydarzenia, zjawiska, procesy, tendencje, obyczaje, zwyczaje, prawo. Obrazowanie może dotyczyć zarówno teraźniejszości, jak i przeszłości, a nawet przyszłości. Jednak mówiąc o przeszłości i przyszłości nie możemy odwoływać się do realizmu medialnego obrazu rzeczywistości. W odniesieniu do wydarzeń przeszłych media bowiem konstruują ich obraz zwykle na podstawie wypowiedzi świadków oraz faktograficznej wiedzy historycznej i historiozoficznej refleksji³⁸. Same stanowią wówczas ważne źródło historyczne³⁹. Efektem obrazowania medialnego przeszłości może być nie tylko jej opis i charakterystyka, ale również dekonstrukcja dotychczasowego obrazu, czyli jego odmitologizowanie, a nawet kompromitacja. Natomiast w odniesieniu do medialnego obrazu przyszłości częściej możemy odwoływać się do pojęcia obrazowości, czyli rozważać na przykład w kategoriach artystycznych, estetycznych, aksjologicznych czy etycznych, ale w szczególności hipotetycznych, prognostycznych czy społecznie utylitarnych, pragmatycznych – zwłaszcza w dziedzinie obrazowania politycznego.

Mówiąc o obrazowaniu medialnym teraźniejszości warto odwołać się do teorii reentywizmu⁴⁰, która twierdzi, że opis jakiejś rzeczywistości jest możliwy we wszystkich epokach i czasach, jednak prawdziwy tylko w czasie teraźniejszym, tu i teraz, chociaż jest to przekaz zmieniający się (skaczący) z chwili na chwilę. W tym znaczeniu media pełnią niezwykle ważną rolę, na różne sposoby utrwalając ową teraźniejszą rzeczywistość. W tej perspektywie teraźniejszość jest autonomiczna wobec przeszłości, zaś heteronomiczna wobec przyszłości.

Chociaż media mogą ekstrapolować przyszłość, muszą jednak mieć na uwadze ograniczenia z tym związane. Bowiem ekstrapolacja z epizodów zachowań teraźniejszych i opieranie na nich zaufania wiąże się ze znacznie większym ryzykiem niż ekstrapolowanie z długotrwałych i spójnych trendów. To jest również przykład swoistej asymetrii między rzeczywistością a jej obrazem, do jakiej dochodzi nie tylko w mediach, gdy epizod może odgrywać zasadniczą rolę na przykład w dyskredytacji reputacji i wiarygodności konkretnego podmiotu, a nawet stanowić źródło paniki społecznej, wywoływanej na podstawie przesadnego uogólnienia pojedynczych przypadków i rozpowszechniania przeświadczenia, że jakaś niegodziwość i dewiacja jest powszechna – co zwykle zdarza się w szczególnych sytuacjach historycznych, zmiany społecznej, prowadzącej do traumy kulturowej⁴¹. Epizod odgrywa także ważną rolę w procesie politycznym, gdy stanowi element walki politycznej i służy do manipulatorskiej dyskredytacji konkurencji politycznej, jest wykorzystywany w propagandzie, demagogii, czy szerzej – w manipulacji politycznej⁴².

³⁸ Zob. F. Ankersmit, *Narracja, reprezentacja, doświadczenie. Studia z teorii historiografii*, Kraków 2004; J. Bańka, *Prolegomena do historiozofii*, Poznań 2001.

³⁹ Por. M. Kosman, *Prasa jako źródło historyczne*, w: *Współczesne media. Status, aksjologia, funkcjonowanie*, t. II, red. I. Hofman, D. Kepa-Figura, Lublin 2009, s. 190–198.

⁴⁰ Autorem teorii reentywizmu jest współczesny polski filozof, J. Bańka. Zob. J. Bańka, *Epistemologia jako odkrycie aktualnego momentu prawdy*, Katowice 1990; idem, *Traktat o czasie. Czas a poczucie dziejowości istnienia w koncepcjach reentywizmu i prezentyzmu*, Katowice 1991; *Między reentywizmem a etyką prostomyślności*, red. P. Skudrzyk, współudział G. Mitrowski, Katowice 2005.

⁴¹ Zob. P. Sztompka, *The trauma of social change*, w: J. Alexander, R. Eyerman, B. Giesen, N. Smelser, P. Sztompka, *Cultural Trauma and Collective Identity*, Berkeley 2004, s. 155–197.

⁴² Zob. M. Karwat, *Sztuka manipulacji politycznej*, Toruń 1998; idem, *O perfidii*, Warszawa 2001; idem, *O demagogii*, Warszawa 2006; idem, *O złośliwej dyskredytacji. Manipulowanie wizerunkiem przeciwnika*, Warszawa 2007.

Te przykłady pokazują, jak trudną sprawą jest odwzorowywanie rzeczywistości przez media, które w sferze politycznej często stykają się z rzeczywistością pozorną, udawaną, nieszczerą, interesowaną, w ostateczności zafałszowaną, bo ukrywającą faktyczne znaczenie oraz cel danego zachowania, wydarzenia, wypowiedzi. Ta swoista dwuwymiarowość świata politycznego jest jego bodaj immanentną cechą, ujawniającą jego naturę rywalizacyjną, konfliktową, manipulacyjną⁴³. Jednak również zachowanie mediów zdradza ich charakter manipulacyjny⁴⁴. Przykładem jest typowe dla mediów perswazyjnych zjawisko intensyfikacji strachu wśród odbiorców, który ma zachęcić do postrzegania rzeczywistości i jej symboli w kategoriach bezpośredniego starcia. Towarzysząca jej jednoznaczność lepiej przemawia do wyobraźni odbiorców, przekazuje bowiem uproszczoną wizję świata, klarowną dychotomizację otoczenia, w której pojawia się wyraźny podział nie tylko na my–oni, ale w szczególności na dobro–zło, białe–czarne, niewinny–winny, sprawiedliwy–niesprawiedliwy, atakowany–atakujący, sojusznik–wróg. Do zasadniczych społecznych funkcji takiego podziału należą dwie grupy przeciwstawnych funkcji stratyfikujących. Z jednej strony jest to funkcja polaryzacji otoczenia, w tym polaryzacji mediów, opowiadających się za jakimiś propozycjami, ugrupowaniami, wartościami, celami. Z drugiej strony funkcja identyfikująca oraz integrująca, grupująca i scalająca zwolenników konkretnych podmiotów politycznych i medialnych.

Media jako mechanizm intensyfikacji lęku u odbiorców są wówczas zinstrumentalizowane w politycznym procesie sterowania ludźmi⁴⁵, czyli uczestniczą w socjotechnice. Czynnikiem instrumentalizacji może być sam podmiot medialny bądź podmiot zewnętrzny o charakterze politycznym. Media stając się narzędziem walki politycznej, wykorzystują między innymi elementy prakseologicznej teorii walki, czyli posługują się sytuacją deprivacyjną, potęgują potrzeby nieelementarne, kanalizują ideały, intensyfikują lęk⁴⁶.

W tej perspektywie poznawczej media jawią się jako podmiot i mechanizm sterowania społeczeństwem, który wytwarza w systemie sterowanym podatność na pewne sposoby postrzegania rzeczywistości, nastawienia do określonych idei oraz pojęć abstrakcyjnych je wyrażających. W ten sposób media warunkują postawy i zachowania odbiorców wobec konkretnych osób, instytucji, wydarzeń, zjawisk, procesów. Potęgując wśród odbiorców potrzeby nieelementarne, niemożliwe do natychmiastowego zaspokojenia przez jakąś część społeczeństwa, mogą tym samym wywoływać frustrację społeczną, której objawami są zwykle stres, agresja lub apatia i rezygnacja.

Są to przykłady negatywnego zachowania mediów, które sprzeciwiają się zasadniczym i oczekiwanym społecznym pozytywnym funkcjom mediów, a mianowicie funkcjom: informacyjnej, diagnostycznej, motywacyjnej, opiniotwórczej, prognostycznej, w szczególności

⁴³ *Manipulacja w języku*, red. P. Krzyżanowski, P. Nowak, Lublin 2004.

⁴⁴ M. Mrozowski, *Między manipulacją a poznaniem. Człowiek w świecie mass mediów*, Warszawa 1991; *Przegląd technik manipulacji mediów*, red. G. Abramczyk, Warszawa 2006; *Środki przekazu. Informacja czy manipulacja*, red. A. Balicki, T. Guza, W. Lis, Lublin 2008.

⁴⁵ Odbiorca mediów może być wówczas postrzegany w kategoriach przedmiotu *quasi* zewnątrzsterowanego, podobnie zresztą jak całe społeczeństwo *quasi* zewnątrzsterowane. Przedrostek *quasi* oznacza tutaj niezgodę na uznanie wręcz majoryzującego wpływu mediów na odbiorców, lecz jest wyrazem poparcia dla akceptacji ich potencjalnej możliwości i skali takiego oddziaływania na odbiorców, które w ich pewnej części może powodować kierunkowe, zatem zgodne z dyspozycją mediów, zmiany postawy czy zachowania. W odniesieniu do pojęciowego ujmowania problematyki wpływu mediów na odbiorców możemy używać również stosunkowo neutralnej formuły „identyfikacji”, która zwraca uwagę na próbę naśladowania przez odbiorcę wypowiedzi, gestów, postawy, wyglądu, zachowania, obyczaju, mentalności medialnych postaci oraz prezentowanych przez nie poglądów.

⁴⁶ Por. J. Rudniański, *Elementy prakseologicznej teorii walki*, Warszawa 1983, s. 93–118.

zaś funkcjom poznawczej oraz eksplikatywnej (eksplanacyjnej), wyjaśniającej złożoności współczesnego świata oraz umożliwiającej odnalezienie się w niej człowieka.

Funkcja eksplanacyjna mediów może być wykonywana w różny sposób, różne bowiem mamy typy wyjaśniania. Wśród nich szczególnie miejsce zajmuje wyjaśnianie przyczynowe⁴⁷, którego cechą powinno być racjonalne wnioskowanie logiczne, oparte na doświadczeniu i prawdzie, zmierzające do ustalenia przyczyny działania⁴⁸. Występuje wówczas prawo przyczynowe, stwierdzające istnienie stałego związku między przyczyną i skutkiem, który powinien być dowiedziony na drodze doświadczenia. W ramach tego prawa mówimy o regularności zdarzeń, uznając, że te same przyczyny wywołują ten sam skutek. Za przyczynę ostateczną uznaje się cel zdarzenia, natomiast za przyczynę działającą to, co bezpośrednio wywołało określony skutek. Poszukiwanie odpowiedzi na pytanie o przyczynę zdarzeń prowadzi także do poszukiwania winnych⁴⁹, tym samym do powstania wielu nieporozumień, tworząc zarzewie konfliktu społecznego. Ludzie bowiem nie są zgodni w tym, gdzie znajduje się wina i przyczyna wydarzenia⁵⁰. Na przykład katastrofę samochodową spowodowała mgła (mgła jako przyczyna działająca), której następstwem była śmierć kierowcy, co może być uznane jako kara za nieostrożną jazdę (kara jako przyczyna ostateczna). Niekiedy do nieporozumienia dochodzi na kanwie utożsamiania przyczyny – jako czynnika niezbędnego i koniecznego wystąpienia jakiegoś skutku – z przypadkiem, który jest zbiegiem okoliczności, nieopartym na prawie przyczynowym, zatem zdarzeniem losowym (kontyngentnym).

W praktyce mamy do czynienia głównie z wyjaśnianiem niezupełnym. Zalicza się do niego wyjaśnianie rudymenarne (eliptyczne), którego wyrazem są zdania posiadające formę zdań-ponieważ lub zdań-przyczyna-skutek (na przykład: „mamy bezrobocie, ponieważ rząd nie podejmuje żadnych działań w tej dziedzinie” lub „nie podejmując walki z bezrobociem, rząd zwiększa rozmiary biedy”). Zdania tego typu są prawdziwe, lecz wniosek może być fałszywy. Na przykład rozmiary biedy nie zależą tylko od ograniczania poziomu bezrobocia, lecz także od wielu innych czynników – choćby od woli podjęcia pracy i posiadania odpowiednich kwalifikacji. W niektórych sytuacjach mamy do czynienia z próbą politycznego, jak i medialnego zastosowania w wyjaśnianiu zasady zupełności, która obejmuje wyjaśnianie całkowite (wyjaśnione mają być wszystkie szczegóły zjawiska lub zdarzenia) i zamknięte (wyjaśnienie nie może zostawić nic niewyjaśnionego). Jak widać w praktyce wyjaśnianie zarówno całkowite, jak zupełne nie jest możliwe. Co prawie modelowo pokazuje syndrom smo-

⁴⁷ Szerzej na ten temat zob. P. Kawalec, *Przyczyna i wyjaśnianie*, Lublin 2006.

⁴⁸ Za przyczynę działania uznaje się stany i zdarzenia, które wyjaśniają przyczynowo zajście jakiegoś działania. Jednak pomiędzy uczonymi występują zasadnicze różnice w identyfikowaniu przyczyny działania. Kauzaliści widzą przyczynę w przekonaniach, motywach i intencjach, które jako dyspozycje działającego są przyczyną jego działań. Intencjonalisci twierdzą, że przyjmowanie pewnych stanów i zdarzeń za przyczynę działania nie może być definiowane w tych kategoriach, ponieważ nie spełnia kryteriów funkcji przyczynowej. Personalisci zaś uznają, że działający sam jest przyczyną działania, jakie podejmuje. Dlatego postulują przyjęcie kategorii immanentnej przyczynowości, występującej pomiędzy działającym a jego działaniem.

⁴⁹ Nieco ironicznie odniósł się do tego problemu felietonista „Rzeczpospolitej” M. Rybiński, pisząc: *Wszystko, co się dzieje, wszystko, co jest, a także to, czego nie ma, jest, zdaniem ludzi w ogóle, a Polaków w szczególności, rezultatem funkcjonowania jakiejś siły sprawczej. Jest to na ogół wraza, wroga i złośliwa siła, uniemożliwiająca nam wszystkim razem i każdemu z osobna szczęśliwe bytowanie pozbawione troski. Stąd pytanie: – Kto jest winien? Odpowiedzi na to pytanie są solą, jądrem życia politycznego i intelektualnego w Polsce, podstawą organizowania się ruchów społecznych i ugrupowań politycznych. Różne są definicje polityki. Moja własna, którą, mam nadzieję, potomni nazwą definicją Rybińskiego, brzmi: Polityka jest to szukanie i znajdowanie winnych (Definicja Rybińskiego, „Rzeczpospolita” 2003, 30.06., nr 150, s. A2).*

⁵⁰ Zob. *Co łączy, co dzieli Polaków, czyli społeczeństwo informacyjne w działaniu*, red. L. H. Haber, S. Jędrzejewski, Lublin 2008.

leński, gdzie wyjaśnienie jednej przyczyny katastrofy smoleńskiej z 10 kwietnia 2010 roku pociąga powstanie następnej fali przyczyn, zarówno realnych, jak i domniemanych – tak że mamy do czynienia z nieskończonym regresem. To znaczy, że wyjaśnienie jednej przyczyny wywołuje potrzebę wyjaśnienia następnej przyczyny i tak dalej. Sięgając nawet do wyjaśniania przyczyny wyjaśniania przyczyny. W debacie publicznej ważną rolę odgrywa wyjaśnianie intencjonalne (teleologiczne). W wyjaśnianiu intencjonalnym powstaje logiczny związek wniosku z przesłankami. Jest to bowiem związek między wolą (intencją) a zachowaniem, które jest podporządkowane jakiemuś celowi⁵¹. Natomiast w wyjaśnianiu przyczynowym skutek nie pozostaje w logicznym związku z przyczyną.

W naturalny sposób obok pojęcia medialnego obrazowania rzeczywistości pojawia się bliskoznaczny termin, a mianowicie pojęcie „obrazowy”. Oznacza on cechę przekazu świadcząca o jego plastyczności, która silnie oddziałuje na wyobraźnię odbiorcy między innymi poprzez wyrazistość, sugestywność, dosadność, ekspresyjność obrazu. Obrazowy może być na przykład: język, styl pisania, opis, reportaż, komentarz, felieton, artykuł – jako produkt działalności dziennikarskiej. Obrazowość to swoista konkretność przekazu, umożliwiająca odbiorcy stosunkowo dokładne wyobrażenie omawianej, opisywanej, przedstawianej, charakteryzowanej, pokazywanej rzeczy, osoby, wydarzenia, zjawiska. Obrazowaniu rzeczywistości politycznej służą głównie środki językowej ekspresji, zwłaszcza nacechowane emocjonalnie. Wykorzystując emocje w obrazowaniu polityki, media wykorzystują podatność odbiorców na motywy irracjonalne, wywołując także skłonność do archaicznego i magicznego myślenia o rzeczywistości. W ten sposób uzewnętrznia się mitotwórcza funkcja mediów⁵². Sprzyja ona kreowaniu obrazu rzeczywistości ufundowanej na podstawie elementarnych odczuć i wyobrażeń⁵³. Medialnie spreparowane wyobrażenie rzeczywistości, zastępując faktyczną rzeczywistość, zwalnia odbiorców z realistycznej, głębszej refleksji na jej temat⁵⁴. Media sytuują się wówczas w kategoriach systemu motywacyjnego, który posługuje się głównie argumentacją afektywną⁵⁵.

W rezultacie proces obrazowania rzeczywistości przez media możemy rozumieć jako próbę jej obrazowego przedstawienia. Pamiętając w szczególności o tym, że skutkiem dziennikarskiego obrazowania rzeczywistości (w tym wydarzeń z przeszłości, teraźniejszości oraz antycypowanej przyszłości) nie jest jej kopia, lecz swoisty medialny obraz (stał metafora mediów jako krzywego zwierciadła⁵⁶). Nie ulega bowiem wątpliwości, iż proces ustalania czy raczej konstruowania obrazu rzeczywistości w mediach ma charakter inferowany, bo wnioskujemy o niej pośrednio, jedynie z pewnym prawdopodobieństwem. Widać to wyraźnie na przykładach różnych felietonów, komentarzy, polemik, dyskusji, sprawozdań, reportaży, a zwłaszcza śledztwa dziennikarskiego⁵⁷, w którym wiarę daje się również niewiarygodnym i nieobiektywnym źródłom oraz interesownym świadkom (nawet świadkom

⁵¹ Szerzej o związku intencjonalności i znaczenia zob. M. Maciejczak, *Intencjonalność i znaczenie językowe*, Warszawa 2010.

⁵² J. Majewski, *Religia, media, mitologia*, Gdańsk 2010.

⁵³ K. Bredemeier, *Czarna retoryka. Siła i magia języka*, Warszawa 2007.

⁵⁴ W. Gałązka, *Gotowych faktów nie ma. Kreacja informacji oraz wizerunku publicznego i medialnego*, Wrocław 2008; W. Jabłoński, *Kreowanie informacji. Media relations*, Warszawa 2006.

⁵⁵ Szerzej zob. V. Pareto, *Uczucia i działania. Fragmenty socjologiczne*, Warszawa 1994.

⁵⁶ M. Hłowiecki, *Krzywe zwierciadło. O manipulacji w mediach*, Lublin 2003; E. Stawowczyk, *O widzeniu, mediach i poznaniu. Siłuczona lustra rzeczywistości*, Poznań 2002.

⁵⁷ J. Sobczak, *Dziennikarstwo śledcze i prowokacja dziennikarska*, w: *Media a polityka*, red. M. Szponar, Rzeszów 2007.

koronnym), bądź wyciąga wnioski nieuzasadnione dotychczas zgromadzonymi materiałami i dokumentami⁵⁸.

Jest to ilustracja jednej z charakterystycznych cech współczesnych mediów, do których zaliczamy zachowania kreujące, których efekt nie mogą się przecież pokrywać z rzeczywistością, wywołuje nową, medialną rzeczywistość⁵⁹. W perspektywie rynkowej materiały o takich właśnie cechach bardzo dobrze się sprzedają, bowiem przekazują dramatyczne i skandalizujące o własnościach perswazji narracyjnej zwykle wywołują sensację, przyciągając tym samym uwagę odbiorców⁶⁰ – na którym mediom komercyjnym zależy najbardziej⁶¹. Natomiast w perspektywie epistemologicznej jest to przykład swoistego medialnego sprzężenia poznawczego, w którym poznawanie przedmiotu jest zwykle zapośredniczone, gdyż następuje poprzez relacje wtórne, których jakość może być niezmiernie zróżnicowana, zaś liczba nieskończona.

W ten sposób powstaje metajęzyk mediów⁶² oraz odpowiadające mu zjawisko metanarracji, czyli relacji o relacji (mówimy o kimś, kto mówił o czymś) oraz relacji do relacji (mówimy o czymś, o czym ktoś mówił). Metajęzyk mediów jest zwykle bogatszy od języka przedmiotowego, ponieważ musi zapewnić możliwość wyrażania się w nim zarówno w odniesieniu do języka przedmiotowego, jak i o odniesieniu tego języka do jego dziedziny przedmiotowej. Tego rodzaju medialne przekazy mają także cechy metareczywistości, czyli statuują się w kategoriach nowych przedmiotów poznania, co ma niebagatelne konsekwencje zarówno dla badań teoriopoznawczych, jak i medioznawczych⁶³.

Epistemological Determinants of Political Reality Imagining in the Mass Media

Summary

The author reflects on the issue of epistemological limitations in the process of media imaginings of political reality. Using reference theory and description theory the author tries to answer the question of what makes up the image of political reality as verbalized in media

⁵⁸ Por. *Společne przestrzenie doświadczenia. Metoda interpretacji dokumentarnej*, red. S. Krzyczala, Wrocław 2004.

⁵⁹ *Kreowanie światów w języku mediów*, red. P. Nowak, R. Tokarski, Lublin 2007.

⁶⁰ Proces tzw. medialnego przyciągania odbiorców może mieć negatywne społeczne konsekwencje. Sytuacja ta może prowadzić do systematycznego ograniczania zdolności faktycznego uczestnictwa odbiorcy przekazu medialnego w złożonym systemie komunikowania społecznego, w szczególności w obszarze dialogu społecznego. Media dostarczając odbiorcy namiastkę realnego dialogu, w rezultacie zastępują go, stanowiąc rodzaj zastępczego przeżycia. W konsekwencji dzięki mediom może postępować proces uwiadu osobowych i zbiorowych umiejętności prowadzenia autentycznego dialogu społecznego, zarówno indywidualnego, jak i publicznego. W rezultacie media niejako odcinając odbiorcę od kontaktu społecznego, również wyznaczają mu pola bezpośredniego zainteresowania (ustalanie hierarchii ważności, porządku dziennego, strukturyzowanie i hierarchizowanie wiadomości, *agenda-setting*). W ten sposób media pełnią także funkcję nadawania statusu określonym postaciom, podmiotom, problemom, wydarzeniom. Tym samym mogą ograniczać zdolności odbiorców do szerszej autorefleksji poprzez ograniczanie wysiłku intelektualnego do odbioru, naśladowania i powielania przekazywanych treści medialnych. Zob. A. Gut, *O relacji między myślą a językiem*, Lublin 2009; M. McCombs, *Ustanawianie agendy. Media masowe i opinia publiczna*, Kraków 2008.

⁶¹ H. M. Kepplinger, *Mechanizmy skandalizacji w mediach*, Kraków 2008; *Między odpowiedzialnością a sensacją. Dziennikarstwo i edukacja na przełomie wieków*, red. K. Wolny-Zmorzyński, M. Wrońska, W. Furman, Rzeszów 2006.

⁶² J. Waszczuk, *O metatekście*, Warszawa 2005.

⁶³ E. Stawowczyk, *O widzeniu, mediach i poznaniu. Słuczone lustra rzeczywistości*, Poznań 2002.

coverage. His conclusion is that attempts to reflect the factual image in the media presentation of politics produce a specific politico-journalistic construction of this reality, the apparent reality. Therefore, the category of truth in media communications concerning the field of politics usually fails. One should thus expect that this traditional realism, which is expressed on the one hand by the factual nature of the media, and on the other by the morality of the media, will constitute a pillar that supports the image of political reality that is presented, interpreted and commented on in the media. In principle, this should not be a naïve realism, giving priority to individual cognitive spontaneity rather than to reflection, analysis and experience, or a spiritual realism seeking the truth about reality through human spirituality.

