

Fałszywe wiadomości, mediatyzacja wyobraźni

Odbiór doznaniowy a informowanie i obraz świata w mediach

Małgorzata Lisowska-Magdziarz

Pewien typ doświadczeń kulturalnych ludzi w zmediatyzowanym społeczeństwie jest możliwy do ujęcia za pomocą metafory porażenia przez elektrycznego węgorka. Chodzi o doświadczenia krótkie i intensywne, złożone z dojmujących doznań sensorycznych i silnych emocji, pozbawione natomiast istotnych treści intelektualnych; dające poczucie oderwania od rzeczywistości i zanurzenia w świat alternatywny – i współuczestniczenia w tym świecie wraz z wielką rzeszą innych użytkowników. Podejrzewam, że ten doznaniowy sposób uczestniczenia w kulturze może się przyczyniać do zmian w kształtowaniu społecznych reprezentacji rozmaitych zjawisk społecznych, ich rozpowszechnianiu, wartościowaniu i hierarchizacji. Jest więc prawdopodobnie współodpowiedzialny za wiarę w tak zwaną postprawdę, szerzenie się przesądów, kultywowanie stereotypów i uprzedzeń oraz za mediatyzację wyobraźni.

Logika podejrzeń i eklektyzm metodologii

Słowa „podejrzewam” używam tutaj świadomie, doskonale zdając sobie sprawę tego, że w dyskursie naukowym podejrzewania winny być najwyżej podstawą dla hipotez, które zostaną następnie empirycznie potwierdzone za pomocą intersubiektywnie sprawdzalnej metodologii. Mam nadzieję, że kiedyś uda się taką metodologię zbudować. Na razie moje podejrzewania

przyjmują za ledwie formę eseju. Chciałabym, żeby był on przyczynkiem do dyskusji na temat głębokich źródeł nieszczęścia, jakim stała się w ostatnich latach masowa zmediatyzowana dystrybucja fałszywych informacji i rozpowszechnianie tak zwanej postprawdy. Rujnuje ona sferę publiczną, zniekształca wybory polityczne obywateli, obniża prestiż wiedzy naukowej i dowartościowuje potoczną, uwalnia demony ukryte we wnętrzu społecznych stereotypów i uprzedzeń. Technologiczne wyjaśnienia tego fenomenu prowadzą do łatwego przypisania winy narzędziom komunikacji społecznościowej: oto rozum urwał się z uwięzi, bo pozwoliły mu na to techniczne rozwiązania umożliwiające masową dystrybucję i uwiarygodnienie każdej, najbardziej nawet absurdałnej informacji przez ludzi, ale też przez naśladowujące ludzi algorytmy. Wyjaśnienia socjologiczne wskazują na zapaść społecznego zaufania i ponowoczesny kryzys porządkujących świat wielkich narracji. Politolodzy opisują niebezpieczne powiązania pomiędzy deprywacją ekonomiczną wielkich grup i populizmem wykorzystującym ich frustrację do rozprzestrzeniania totalitarnej wizji rzeczywistości. Każde z tych wyjaśnień dotyka sedna problemu, ale tylko w pewnym zakresie. Medioznawca-semiolog (bo w takiej roli chcę tutaj wystąpić) też nie jest w stanie dostarczyć klucza do jego pełnego zrozumienia. Perspektywa medioznawczo-socjosemiotyczna może jed-

nak pomóc w zdiagnozowaniu sposobu, w jaki sposób zmediatyzowana kultura wytwarza nie tyle same w sobie fałszywe wiadomości, ile kontekst dla ich rozprzestrzeniania oraz sprzyjające im nastawienia emocjonalne i poznawcze ludzi. Może też wskazać siły w obszarze tej kultury umożliwiające przeciwstawienie się inwazji postprawdy. Zdając sobie sprawę z niemożności pełnego empirycznego uwiarygodnienia swoich tez, nie umiem się niekiedy powstrzymać od sceptycyzmu w stosunku do przyjętej heurystyki i procedur poznawczych. Nie chodzi mi jednak o to, żeby się odcinać od metod, które sama stosuję. Bardziej o to, żeby wskazać, że ich moc eksplikacyjna nie jest absolutna, ale wyraża się w ich współpracy z metodologiami socjologicznymi, politologicznymi, antropologicznymi. Stąd eklektyzm metodologiczny: użycie narzędzi semiotyki społecznej, koncepcji socjologicznych i osiągnięć nauki o komunikowaniu. Medioznawstwo, jako młoda dyscyplina, pozbawiona jednolitej Wielkiej Teorii, żywi się właśnie tymi spotkaniami.

Doświadczenia i praktyki

Metafora elektrycznego węgorka, użyta na początku tego eseju, odnosi się do specyficznego typu doświadczenia kulturalnego użytkowników mediów w kulturze zmediatyzowanej, będącego rezultatem wszechstronnej, bardzo intensywnej stymulacji zmysłów odbiorcy. Jest ono oparte na iluzji intymnego doświadczenia bezpośredniego fizycznego odbioru tekstu kultury, ale w rzeczywistości nie może się obyć bez wykorzystania technologii, która wzmacnia i zwielokrotnia zmysłowe doznania. Zapośredniczenie technologiczne dostarcza też wrażenia

wspólnoty, udziału w wielkich grupowych procesach społecznych, rodzaju wtajemniczenia łączącego uczestników wydarzenia w opozycji do całej reszty świata. Charakter kultury w której żyjemy sprawia, że takie doznania przydarzają nam się nieustannie – na koncercie, spektaklu, meczu, wystawie, podczas spotkania wyborczego, na zakupach i przed telewizorem. Są one przyjemne, jeśli za przyjemność uznamy emocjonalną i zmysłową stymulację, choć wcale nie muszą być radosne czy pogodne, a czasem wręcz polegają na wzbudzeniu gniewu, strachu albo obrzydzenia. Mimo że bardzo silne, mają charakter przemijający i krótkotrwały. Najczęściej też nie da się ich powtórzyć, chociaż odbiorcy mogą tego próbować i mają do dyspozycji narzędzia rejestracji tekstu i obrazu, które w tym do pewnego stopnia pomagają. Medioznawcze teorie zależności medialnej¹ i nowsze wersje teorii kulturywacji² podpowiadają, że długotrwałe, wielokrotne doświadczanie kultury w ten sposób, za pomocą rozmaitych mediów, wytwarza określone nastawienia odbiorcze; może wpływać na sposób przyswajania wiedzy albo decydować o rozmaitych wyborach nie tylko w sferze kultury, lecz także polityki, edukacji, konsumpcji czy stylu życia.

Doznaniowy model doświadczenia kulturalnego opiera się na syntezie technologii i mechanizmów rynkowych kultury zmediatyzowanej, masowo produkującej spektakularne teksty pozbawione intelektualnej głębi, które stają się następnie potężnymi, zbiorowymi doświadczeniami wielkich audytoriów. W rozważaniach na temat tego typu doświadczeń medialnych warto więc poszukać perspektywy pozwalającej na ich opis jako zbiorowego doświadczenia ludzi.

¹ S.J. Ball-Rokeach, J.Y. Jung, *The evolution of media system dependency theory* [w:] *Sage handbook of media processes and effects*, red. R. Nabi, M.B. Oliver, Thousand Oaks 2009, s. 531–544.

² M. Morgan, J. Shanahan, *Two decades of cultivation research: An appraisal and meta-analysis*, "Annals of the International Communication Association", 1997, 20, s. 1–45, doi: 10.1080/23808985.1997.11678937 [dostęp: 1.07.2018]. Także: M. Morgan, J. Shanahan, N. Signorelli, *Yesterday's new cultivation, tomorrow*, "Mass Communication and Society", 2015, 18/5, s. 674–699, doi:10.1080/15205436.2015.1072725 [dostęp: 1.07.2018].

Użyteczne i poznawczo skuteczne wydają się w tym kontekście socjosemiotyczne teorie odbioru; nie bez powodu praca Nicka Couldry'ego³ poświęcona praktykom medialnym jest w ostatnich latach w zachodnim medioznawstwie szeroko cytowana i używana do objaśniania rozmaitych zjawisk z obszaru komunikacji społecznej. Brytyjski socjolog komunikowania, wychodząc w swoich ustaleniach od Ludwiga Wittgensteina i od Teodora Schatzky'ego⁴, postrzega użytkowanie mediów jako rodzaj praktyki społecznej: nieustannie ponawianych ludzkich działań o powszechnym, powtarzalnym, rutynowym, zrytualizowanym charakterze, związanych z ludzkimi potrzebami komunikacji i interakcji, współpracy, zaufania i wolności⁵. Składają się na nie za każdym razem: działanie, rozwijana na jego podstawie i w związku z nim komunikacja (czyli wytwarzanie dyskursu) oraz porządkowanie wiedzy o świecie, nadawanie sprawom miejsca w hierarchii ważności, ustanawianie kryteriów prawdy i słuszności rozmaitych zjawisk znajdujących się w społecznym obiegu interpretacji. Jasno z tego wynika, że praktyki są związane z władzą, hierarchią społeczną i procesami wytwarzania wiedzy. Ich powtarzalność i powszechność w naszym życiu⁶ wytwarza określone zbiorowe postawy i wartości. Kolektywny i powtarzalny charakter praktyk społecznych związanych z użytkowaniem mediów ma zatem znaczenie praktyczne. Umożliwiają one rozpowszechnianie określonych rodzajów dyskursu, kształtują sposoby konstruowania i przekazywania wiedzy, prowadzą do naturalizacji takich, a nie innych reprezentacji życia społecznego. Praktyki medialne nieustannie wchodzą

we współzależności z praktykami konsumpcyjnymi, politycznymi, religijnymi, zdrowotnymi, edukacyjnymi, rodzinnymi – a to prowadzi do zmian w społecznym wartościowaniu zjawisk, sposobach korzystania z kultury, gustach i upodobaniach, wyborach konsumpcyjnych, politycznych i prywatnych decyzjach ludzi. To, jakie teksty medialne stanowią podłoże najszerzej rozpowszechnionych praktyk ma zatem zasadnicze znaczenie.

Konwergencja i wspólnota

Żyjemy w epoce przemysłowej produkcji i dystrybucji doświadczeń, które opisuję za pomocą metafory elektrycznego węgorza. Pomimo swej powtarzalnej natury są one promowane przez przemysł kulturalny jako wyjątkowe, jedyne w swoim rodzaju, zmieniające percepcję, niemożliwe do zapomnienia. Natomiast przez praktyki wsparte technologiami komunikacyjnymi do tego samego „wyjątkowego” doświadczenia dostęp mają wielkie rzesze ludzi. Paradoksalnie, sam przemysł kulturalny dzięki pomocy rozmaitych rozwiązań treściowych, formalnych i sposobów dystrybucji podkreśla, że mamy do czynienia ze wspólnym doświadczeniem wielkich agregatów ludzkich i zachęca do komunikowania się z innymi uczestnikami zbiorowości za pomocą konwergentnych mediów interaktywnych. Doświadczeniami tego typu zarządza więc swoista dialektyka inkluzji/ekskluzji. Chodzi w nich jednocześnie o poczucie wyjątkowości i intymności doświadczenia pojedynczego odbiorcy – i wspólnoty emocji i doznań z całym audytorium (rodzaj plemienności, wtajemniczenia łączącego konsumentów

³ N. Couldry, *Media, society, world. Social theory and digital media practice*, Cambridge 2012. Por. tegoż: *Media w kontekście praktyk. Próba teoretyczna*, „Kultura Popularna” 2010, 27/1, s. 96–113.

⁴ T.R. Schatzky, *Social practices: a Wittgensteinian approach to human activity and the social*, New York 1996.

⁵ N. Couldry, *Media, society, world...*, dz. cyt., s. 34 i n.

⁶ E. Shove, M. Pantzar, M. Watson, *The dynamics of social practice: Everyday life and how it changes*, London 2012.

danego doświadczenia kulturalnego w opozycji do całej reszty świata). Doznanie jednoczesności i wspólnotowego udziału w tego typu doświadczeniach, wraz z dzieleniem się doświadczeniami w czasie realnym ponad granicami mediów, jest ufundowane na transmedialności i interkonektywności różnych urządzeń komunikacyjnych. Dzięki technologii następuje interdyscyplinarne zatarcie granic. „Znam Harry’ego Pottera” oznacza zarówno zobaczenie któregoś z filmów, jak i przeczytanie całej serii książek, lub tylko jednej z nich, lub fragmentów; lub zagranie w grę interaktywną; lub udział w konstruowaniu procesów społecznościowych wokół produktu medialnego. Dzięki konwergencji, pozwalającej na uczestniczenie w konsumpcji produktu na własny sposób różnym grupom o rozmaitych poziomach kapitału kulturalnego, zostaje zatarta względnie jednoznaczna dotąd, społecznie konstruowana hierarchia praktyk komunikacyjnych i kulturalnych, a także hierarchia i czytelne granice oddzielające różne gatunki, narracje i dyskursy. Współczesne audytoria uczestniczą też w bardzo różnych doświadczeniach kulturalnych naraz, co powoduje wzajemne nakładanie się doznań, fascynacji, opowieści – zazwyczaj we fragmentach, urywkach, rozbłyskach, w postaci wybranych najbardziej atrakcyjnych momentów i obrazów, bo w olbrzymim nadmiarze i zmienności tylko najbardziej spektakularne, fascynujące albo kontrowersyjne elementy mogą pozostać w pamięci na dłużej. To one stają się podstawą kontaktów komunikacyjnych pomiędzy ludźmi dzielącymi się informacjami, rozpowszechniającymi rekomendacje i krytykę, opowiadającymi publicznie (choć za pomocą technologii komunikacyjnych) o własnych wrażeniach.

Rematyzacja i dicentyzacja

W dłuższym wymiarze zmienia to epistemologiczną definicję sytuacji, sposoby poznania i organizowania rzeczywistości, a co za tym idzie – prowadzi też do nowej organizacji doświadczenia estetycznego. W centrum epistemologii wytwarzanej przez kulturę elektrycznych węgorzy sytuuje się łączenie pozornie niepołączalnych tekstów, sposobów odbioru i doświadczeń oraz kolektywne poczucie udziału w wielkim procesie zbiorowym, który byłby niekompletny, gdyby nie można się było podzielić emocjami z innymi. W tym sensie doświadczenia kulturalne, które zostają tu opisane są nie tylko tak czy inaczej oparte na technologii, ale też mają charakter wspólnotowy, polegają na poszukiwaniu swoistej syntonii z wielkim tłumem współuczestników. Prowadzi to do wspólnoty opisu świata i emocji w stosunku do rozmaitych jego reprezentacji – i do uznania tego wspólnego opisu za oczywisty i bezalternatywny. Następuje coś, co semiologia nazywa rematyzacją⁷ i dicentyzacją⁸. W ramach tego pierwszego procesu zakładamy odruchowo, że znaki – skoro je widzimy i słyszymy – odzwierciedlają realnie istniejące obiekty. Drugi to fenomen bezrefleksyjnego uznawania, że musi istnieć logiczna lub strukturalna więź pomiędzy znakami a realnie istniejącymi zjawiskami. To zatem, co jest zaledwie konwencją reprezentacyjną lub podobieństwem zostaje uznane za dowód prawdy, zwłaszcza gdy jakaś reprezentacja jest powtarzana stale i wielokrotnie, szczególnie gdy pochodzi ze źródeł uznanych za wiarygodne, społecznie legitymizowanych, powiązanych z wiedzą, władzą, polityką. Długotrwała praktyka reprezentowania zjawisk w taki, a nie inny sposób prowadzi więc do naturalizowa-

⁷ L. Chumley, *Gualia and ontology: Language, semiotics, and materiality; an introduction*, “Signs and Society” 2017, 5/1, s. 1–20, <https://www.journals.uchicago.edu/doi/full/10.1086/690190> [dostęp: 1.07.2018].

⁸ C. Ball, *On dicentization*, “Journal of Linguistic Anthropology” 2014, 24/2, s. 151–173, <https://anthrosource.onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/jola.12046> [dostęp: 1.07.2018].

nia reprezentacji. Utrwala też (co może nawet ważniejsze) przywiązanie do pewnego sposobu reprezentowania. Praktyka konsumowania „doświadczeń–węgorzy” może więc prowadzić nie tylko do utrwalenia określonego obrazu świata, lecz także do przyjęcia trwałego przekonania o tym, jaki sposób reprezentowania twego świata jest atrakcyjny, pociągający, interesujący, pożądany. Uczy oczekiwać takich właśnie, a nie innych typów reprezentacji. A to istotne, bo reprezentowanie ma istotny wymiar poznawczy, a często także i perswazyjny.

Zbiegają się tu i przenikają dwa istotne zjawiska: z jednej strony, społeczny wymiar reprezentacji, z drugiej – ich symulakryzacja.

Społeczny i symulacyjny charakter reprezentacji

Serge Moscovici⁹ w swej klasycznej pracy o reprezentacjach społecznych określił w ten sposób kolektywne, rozwinięte koncepcje/definicje/opisy jakiegoś zjawiska po to, by się na jego temat skutecznie komunikować (wymiar symboliczny) oraz w związku z nim współpracować (wymiar materialny). Proces ten proponował ujmować w kategoriach zakotwiczenia i obiektywizacji. Zjawisko czy wydarzenie mało znane lub niezrozumiałe zostaje najpierw wpisane w obszar już znanych, przyswojonych wcześniej ram interpretacyjnych i istniejących reprezentacji. W trakcie cyklicznych, długotrwałych, powtarzalnych praktyk reprezentacyjnych dochodzi do społecznej „naturalizacji”, uznania za normalne, obiektywne, zgodne ze zdrowym rozsądkiem, zrozumiałe, prawomocne reprezentowanie rzeczywistości. Taka zobiektywizowana reprezentacja wytwarza – jak to ujmuje semiotyka – skonwencjonalizowane

kody i praktyki reprezentacyjne¹⁰. Pewne rozwiązania gatunkowe i stylistyki zostają uznane za właściwe i stosowne do najbardziej adekwatnego opisu zjawiska. Określone symbole, metafory, teksty, indeksy zostają z nim połączone „na zawsze”. Dochodzi więc do związania nowego elementu z już istniejącym obszarem społecznych reprezentacji – i do nasycenia reprezentacji emocjami i wartościami ważnymi dla tej grupy, w której reprezentacja jest podtrzymywana. Możemy zatem wyróżniać społeczne reprezentacje określonych problemów, zjawisk, miejsc, wydarzeń, ale integracja pomiędzy nimi oznacza, że w praktyce są one wzajemnie posplatane i tworzą całościowy obraz rzeczywistości. Obraz ten nie jest jednakowy dla wszystkich ani uniwersalny. Określone warunki społeczne sprawiają, że dla niektórych grup pewne tropy, metafory, opisy, historie będą miały szczególnie duże znaczenie. Może to wynikać zarówno z konkretnych w danym momencie interesów grupy, jak i ze specyfiki kulturalnej, zasłóści historycznych, miejsca w ustrukturuwaniu społecznym, warunkach życia, poziomie kompetencji kulturalnych, dostępie do wiedzy. Nie da się w tej sytuacji zlekceważyć roli praktyk medialnych w kształtowaniu tego typu reprezentacji. Socjosemiotyka dostrzega tu niezwykle istotną rolę rozmaitych form transmodalności¹¹, czyli komunikacji pomiędzy grupami używającymi do dystrybucji podobnych treści odmiennych zasobów semiotycznych i narzędzi komunikacyjnych.

Grupy te używają różnych mediów, bo dzieli je odmienność habitusu, kompetencji medialnych oraz środowiskowo ukształtowanych preferencji poznawczych i estetycznych. Podstawowy model korzystania z kultury, tj. po-

⁹ S. Moscovici, *Attitudes and opinions* [w:] „Annual Review of Psychology” 1963, Vol. 14, s. 251, <http://www.annualreviews.org/doi/pdf/10.1146/annurev.ps.14.020163.001311> [dostęp: 1.07.2018].

¹⁰ J. Fiske, *Television culture*, New York 1998, s. 3–14.

¹¹ D.R. Newfield, Transformation, transduction and the transmodal moment, https://www.academia.edu/30252947/Transformation_transduction_and_the_transmodal_moment [dostęp: 1.07.2018].

szukiwanie stymulacji emocjonalnej, mocnych doznań i poczucia wspólnoty, wydaje się natomiast w znacznym stopniu wspólny. Wspólne jest także to, że dla wszystkich grup ważnym źródłem reprezentacji jest wielomodalne medium z ekranem wyświetlającym sekwencje ruchomych obrazów, z dźwiękiem, przeznaczone do rozrywki. Umieszczenie medium o takich modalnościach w centrum praktyk medialnych i powiązanych z nimi praktyk społecznych w zasadniczy sposób wpływa na rezultaty procesów społecznej reprezentacji ważnych zjawisk. Medium to z powodu swej wszechobecności stało się „naturalnym” narzędziem do reprezentowania świata. Przez zręczną manipulację poczuciem modalności materialnej i formalnej wytwarza złudzenie realizmu, prawdy i aktualności. W istocie jednak oferuje przecież jedynie pewną konstrukcję rzeczywistości zarządzaną różnymi agendami marketingowymi i ideologicznymi. Przyczynia się do wytwarzania reprezentacji społecznych, lecz środki, które są w tym celu używane, mają charakter symulacyjny. Jeden z klasyków późnej nowoczesności nazwał to procesją symulaków¹², „podstawieniem w miejsce rzeczywistości znaków rzeczywistości”¹³. W istocie nawet symulacyjny czy symulakryczny charakter medialnych reprezentacji nie jest całkowicie jednoznaczny. Symulacje – obrazy, które naśladują rzeczywistość w taki sposób, że wyprzedzają rzeczywiste doświadczenia, a także symulakry – znaki, które w ogóle nie mają relacji do rzeczywistości, a jedynie do innych znaków, mieszają się w naszym doświadczeniu ze znakami, które rzeczywiście próbują o rzeczywistości informować lub przedstawiają ją w sposób subiektyw-

ny. Wszystko odbywa się przy tym za szybko, za głośno, za mocno, zbyt atrakcyjnie – atak na zmysły użytkownika zagłusza możliwości refleksji. Nasze przyzwyczajenia percepcyjne oraz społeczne koncepcje wiarygodności i realizmu rozmaitych modalności nie nadążają za rozwojem technologii. Toniemy więc w morzu elektrycznych węgorzy nieprzystosowani percepcyjnie, nie zawsze przygotowani mentalnie, wytrenowani natomiast przez zmediatyzowaną kulturę konsumpcyjną do poszukiwania przyjemnych, zmysłowych doświadczeń i unikania intelektualnego wysiłku, gdy tylko nie jest on bezwzględnie konieczny¹⁴.

Infrastrukturalna zależność medialna

Daleka jestem od demonizowania mediów jako jedyne źródła reprezentacji rzeczywistości dla współczesnych zbiorowości ludzkich. Jest wiele źródeł wiedzy, wśród których media nie muszą nawet być tym najważniejszym. Warto jednak przypomnieć, o czym poucza teoria zależności medialnej¹⁵: ludzie potrzebują mediów do rozumienia świata i siebie samych, do celów orientacyjnych – znaczącej interakcji z innymi i wpływania na ich działania – oraz do zabawy (rekreacji), która nie ma jedynie prostego charakteru eskapistycznego, lecz stanowi istotne narzędzie kształtowania ról społecznych, norm i wartości lub też odzwierciedla normy i wartości zbiorowości, która jedynie pozornie „bawi się” za pomocą mediów. Im niższa kompetencja i kapitał kulturalny, tym większa zależność od mediów, także w sferze wiedzy o świecie. Im wyższa konsumpcja mediów, tym większa zależność od nich, gdy chodzi o źródła wiedzy i rozrywki. A jednocześnie – im niższy

¹² J. Baudrillard, *Procesja symulaków* [w:] *Postmodernizm, antologia przekładów*, red. R. Nycz, Kraków 1996, s. 175–189.

¹³ Tamże, s. 177.

¹⁴ B. Barber, *Skonsumowani. Jak rynek psuje dzieci, infantylizuje dorosłych i połyka obywateli*, Warszawa 2008.

¹⁵ S.J. Ball-Rokeach, M.L. DeFleur, *A dependency model of mass-media effects* [w:] *Inter/Media: Interpersonal communication in a media world*, red. G. Gumpert, R.S. Cathart, Oxford 1979, s. 81–96.

kapitał kulturowy i kompetencje, tym większa konsumpcja mediów, w szczególności zaś telewizji czy – jakbyśmy to dzisiaj szerzej ujęli – mediów z ekranem emitujących wielomodalny przekaz. Wreszcie, słuszne spostrzeżenie, że zależność ta okazuje się szczególnie intensywna w warunkach niepewności, kryzysu, anomii¹⁶. W zależności pomiędzy kompetencjami i kapitałem kulturowym a typem (w nadmiarze) konsumowanych mediów nie chodzi o stary spór prasa–telewizja, w obrębie którego prasa była niegdyś źródłem wiedzy i obszarem rozwijania dyskursu publicznego, telewizja zaś dostarczała bezmyślnej rozrywki – jak jeszcze w latach 80., u progu ery mediów interaktywnych, ujmowali to Neil Postman¹⁷ czy Joshua Meyrowitz¹⁸. W kulturze konwergencji sytuację tę trafniej opisuje teoria infrastrukturalna¹⁹ wynikająca wprost z teorii zależności, ale też w znacznej mierze modyfikująca czy podważająca proste zastosowania teorii użytkowań i korzyści. W jej obrębie infrastruktura komunikacyjna ujmowana jest jako swoisty *storytelling system*²⁰, którego główną funkcją jest podtrzymywanie więzi w zbiorowościach w realnym życiu. Media zatem mogą być postrzegane jako wielopoziomowy system dostarczający ludziom rozmaitych narracji, lecz także jako kontekst – obszar, w którym rozgrywają się ludzkie działania (dla potrzeb tych rozważań przyjęłam do ich opisu perspektywę praktyki społecznej). System składa się z wielkich, oficjalnie uznanych podmiotów (*macroagents*), podmiotów na średnim

poziomie – grup, zbiorowości – które używają własnych mediów lub wykorzystują istniejące media oficjalne do lokowania w przestrzeni publicznej własnych narracji (*mesoagents*) oraz jednostek (*microagents*). Podmioty te angażują się w procesy kształtowania wspólnych „opowieści” o charakterze integrującym i pomagającym działać w sposób odpowiadający potrzebom. Już na etapie wczesnej teorii zależności te potrzeby, jeśli chodzi o życie społeczne, zostały zdefiniowane jako potrzeba obserwacji/nadzoru/kontroli nad światem społecznym, w którym żyje jednostka oraz użyteczności, tzn. działania w nim w sposób aktywny i skuteczny, a także ucieczki/eskapizmu, gdy wewnętrzne napięcia stają się zbyt nieprzyjemne. Teoria infrastrukturalna nie tłumaczy jeszcze dostatecznie wiarogodnie roli uczestników na różnych poziomach i wzajemnych zależności, ważne też, by nie traktować jej jako czegoś, co zastąpiło teorię zależności. Należy na nią raczej patrzeć jak na uzupełnienie czy rozwinięcie tej pierwszej, potrzebne wobec empirycznie obserwowalnej zmiany w sposobie korzystania z mediów przez ludzi i rosnącym dostępie różnych podmiotów do *storytelling system*. Wnioski, które z niej wynikają, powinny być optymistyczne: media interaktywne to siła, dzięki której dostęp do systemu mają także grupy dotychczas wykluczane czy marginalizowane. Jednak teoria infrastruktury komunikacyjnej wskazuje też na niepokojący aspekt całego procesu: otóż, niezależnie od otwierających się możliwości partycypacji

¹⁶ W. Lowery, *Media dependency during a large-scale social disruption: The case of September 11* [w:] „*Mass Communication & Society*” 2004, (3) 7, s. 339–357, doi:10.1207/s15327825mcs0703_5 [dostęp: 1.07.2018].

¹⁷ N. Postman, *Zabawić się na śmierć: Dyskurs publiczny w epoce show-businessu*, Warszawa 2006.

¹⁸ J. Meyrowitz, *No sense of place: The impact of electronic media on social behavior*, Oxford 1985.

¹⁹ S.A. Matei, *Can media system dependency account for social media? Or should communication infrastructure theory take care of it?* [w:] „*I Think*” 2010, <http://matei.org/ithink/2010/07/27/from-media-dependency-system-to-communication-infrastructure-theory/comment-page-1/> [dostęp: 1.07.2018].

²⁰ S.J. Ball-Rokeach, J.Y. Jung, *The evolution of media system dependency theory* [w:] *Sage handbook of media processes and effects*, red. R. Nabi, M.B. Oliver, Thousand Oaks 2009, s. 531–544; także: S.J. Ball-Rokeach, *A theory of media power and a theory of media use: Different stories, questions, and ways of thinking* [w:] „*Mass Communication and Society*” 1998, Vol. 1, s. 50–40.

mamy do czynienia z niezwykle silną nierównością dostępu do środków, zasobów, *know-how* i możliwości „opowiadania” historii. Na poziomie mezo, w niszach, bańkach i strefach wydzielonych obywatele rzeczywiście mogą na krótko przejąć strukturalną kontrolę nad rozwijaniem się społecznej narracji, na co dzień jednak jest ona konstruowana przede wszystkim na podstawie i wokół tekstów rozwijanych przez wielkie instytucje nadawcze (i polityków). Na poziomie makro społeczne zmediatyzowane reprezentacje rozwijają się w sposób kumulatywny, powstają w wyniku powtarzania i wielokrotnego reprezentowania rozmaitych zjawisk celowo w sposób, który zapewnia instytucji nadawczej maksimum oglądalności czy klikalności. Zmediatyzowany obraz świata rozwija się zatem przede wszystkim w zależności od przemysłu kulturalnego, seryjnie i produkującego w wykalkulowany sposób elektryczne węgorze.

Między reprezentacją a wyobrażeniem

Efektom procesu reprezentowania świata w modelu elektrycznych węgorzy jest mediatyzacja wyobraźni. Proces ten polega na wytwarzaniu zbiorowych reprezentacji rozmaitych ważnych zjawisk społecznych, miejsc, osób, grup oraz tworzeniu narracji o tym, co może lub musi się w związku z nimi wydarzyć na podstawie atrakcyjnych, ważnych dla odbiorców i przyjemnych tekstów medialnych dotyczących tych zjawisk, a stanowiących treść praktyk społecznych – zatem wielokrotnie konsumowanych, omawianych i redystrybuowanych, wartościowanych i negocjowanych. Używam terminu „mediatyzacja”, bo to media masowe dostarczają nam niezbędnej wiedzy o tych zjawiskach, do których nie mamy dostępu lub mamy jedynie fragmentaryczny. Nie nazywam tego jednak wiedzą, ale wyobraźnią, ponieważ te reprezentacje są wynikiem praktyk polegających na konsumpcji i redystrybucji tekstów o charakterze – w znacznej proporcji – symulacyjnym i/lub symulakrycznym.

Jak powstaje zmediatyzowana wyobraźnia? Byłoby nadużyciem twierdzenie, że kształtuje się ona całkowicie w oderwaniu od rzeczywistości. Podobnie jak w wypadku stereotypów, żeby wyobrażenie się zakorzeniło i rozpowszechniło, musi mieć w sobie ziarno prawdy, nawiązywać w jakiejś mierze do realnych doświadczeń ludzi. Jednocześnie jednak powstaje ono w odpowiedzi na potrzeby bezpieczeństwa we wspólnocie, uproszczenia niezrozumiałego i groźnego świata oraz odnalezienia prostych rozwiązań trudnych problemów czy przynajmniej ich sprawców lub winowajców.

To, z czego natomiast składa się i jak jest ustrukturuowana zmediatyzowana wyobraźnia jest wynikiem oddziaływania najbardziej gratyfikujących i najszerzej rozpowszechnionych praktyk medialnych. W kulturze elektrycznych węgorzy przedmiotem najbardziej złożonych, wieloaspektowych i długotrwałych praktyk medialnych są te teksty/narracje wielomodalne, które: 1) mają charakter formułowy, czyli przy pewnym wariantowym zróżnicowaniu są jednak powtarzalne, wielokrotnie pojawiają się w rozmaitych kontekstach; 2) są zauważalne i widzialne, najbardziej skutecznie narzucają się uwadze, łatwo je wyróżnić z tła, nasyconego przekazami tego typu; 3) są poznawczo dostępne, zatem łatwe do włączenia do już istniejących struktur poznawczych – co, jak już wiadomo, jest podstawowym mechanizmem umożliwiającym wytwarzanie trwałych reprezentacji społecznych za pomocą nowego materiału; 4) dostarczają przyjemności związanych z intensywną stymulacją zmysłową i emocjonalną widza; 5) pozwalają na skuteczną i satysfakcjonującą komunikację z innymi, w określonych sytuacjach natomiast – także na generowanie własnych wypowiedzi.

Łatwo zatem zauważyć, że – ujmując rzecz modelowo – rola mediów w wytwarzaniu społecznych reprezentacji może polegać na oddziaływaniach dwójakiego rodzaju. Może to być oddziaływanie informacyjne i eduka-

cyjne, w obrębie którego rozmaite reprezentacje zostają oparte na potwierdzonej wiedzy na temat rozmaitych spraw, zjawisk, postaci. Narzędziem tego typu działań będzie przede wszystkim język, jako główny zasób semiotyczny, który zazwyczaj łączymy z dyskursem racjonalnym, edukacją, dystrybucją wiedzy, biurokratyczną władzą. Warto zauważyć, że przy okazji uruchamia się manipulacyjny i perswazyjny potencjał słów – olbrzymi, zwłaszcza gdy łączy się on za pomocą procesów zakotwiczenia i wzajemnej semantyzacji z dobrze dobranym obrazem czy muzyką. Taki sposób kształtowania reprezentacji wymaga od audytoriów wysokiej kompetencji komunikacyjnej. W nieunikniony sposób jest powiązany ze społecznym postrzeganiem wiedzy jako pochodzącej od legitymizowanych instytucji edukacyjnych i politycznych – jest zatem stosunkowo elitarny. Na drugim biegunie znajdziemy kształtowanie społecznych reprezentacji przez oddziaływanie na emocje i sensorykę, przez teksty, które określamy tu jako „elektryczne węgorki”. Odbywa się to w znacznej mierze bez udziału argumentacji i analizy intelektualnej, przede wszystkim za pośrednictwem niehierarchizowanych, chaotycznie wymieszanych przekazów wielomodalnych: atrakcyjnych, zmysłowych, krótkich, szybko się zmieniających strzępków i fragmentów informacji, szczególnie sugestywnych obrazów, fragmentów muzyki i dźwięków, szokujących lub humorystycznych wypowiedzi i kawałków dialogu; wymieszanych, wzajemnie się znoszących, zagłuszających lub komentujących, mieszających fantazję i rzeczywistość. Ich atrakcyjność i prawomocność wzmacniana jest przez to, że pomiędzy wymieniającymi je ludźmi tworzy się w związku z nimi gratyfikująca więź emocjonalna. Stąd mnogość empirycznie obserwowalnych sytuacji, gdy ludzie wnoszą takie wycinkowe, chaotyczne i oderwane o rzeczywistości reprezentacje stosowane do własnej oceny i opisu rzeczywistości.

Wyobraźnia zmediatyzowana w działaniu

Przykładów jest wiele...

Prezentowanie techników kryminalistycznych w serialach telewizyjnych typu *procedural* jako niezwykle seksownych i charyzmatycznych naukowców, posługujących się ze stuprocentową skutecznością najbardziej nowoczesnymi technologiami kryminalistycznymi, spowodowało w USA i Europie Zachodniej efekt CSI (ang. Crime Scene Investigation), czyli wyobrazenie obywateli, że w realnym życiu działania policji będą równie skuteczne i technicyzowane. W Polsce podobne zjawisko, zwane „efektem Leśnej Góry” (od nazwy szpitala w serialu TVN *Na dobre i na złe*) prowadzi do nierealistycznych oczekiwań w stosunku do lekarzy i szpitali.

Zmediatyzowana wyobraźnia generuje więc nierealistyczny obraz różnych grup zawodowych – policjantów i lekarzy, a także duchownych, naukowców, artystów. To jednak tylko stosunkowo niewinne przykłady jej działania. Ważniejsze, że stosunek obywateli do rozmaitych grup społecznych i etnicznych też okazuje się częściowo oparty na zmediatyzowanych wyobrażeniach powstałych w wyniku konsumpcji najbardziej przemawiających do emocji i wywołujących najsilniejsze doznania wizerunków tych grup w mediach (newsów, fragmentów filmów, postów w mediach społecznościowych, memów). W USA czarni mężczyźni, w konsekwencji medialnej nadreprezentacji wizerunku przestępców jako kolorowych, odruchowo są traktowani jako niebezpieczni. W tym przypadku konsekwencje mogą być znacznie poważniejsze niż wygórowane oczekiwania w stosunku do szpitalnego personelu (w dniu, gdy piszę ten tekst, amerykańska policja zastrzeliła czarnego obywatela spokojnie rozmawiającego przez telefon we własnym ogródku). Stowarzyszenia Romów nie całkiem skutecznie walczą z wyobrażeniem o społecznościach romskich jako złożonych bądź to z wędrownych muzyków, bądź z żebraków i złodziei. Obywatele

krajów arabskich zostają utożsamieni z gwałcicielami lub z ekstremistami islamskimi, a uchodźcy z krajów objętych wojną – z terrorystami. W znacznej mierze dzieje się tak za sprawą niezwykle poruszających, atrakcyjnych, brutalnych obrazów i doniesień o niesionych przez nich zagrożeniach. Zmediatyzowana wyobraźnia mitologizuje różne grupy etniczne i narody, wytwarza fałszywy obraz różnych klas społecznych oraz relacji pomiędzy biednymi i bogatymi. Prowadzi do specyficznego ukształtowania tak zwanej postpamięci – wyobrażenia o stosunkowo niedawnych, ważnych wydarzeniach historycznych wśród ludzi, którzy nigdy ich nie doświadczyli oraz nie mieli okazji zetknąć się z pokoleniem naocznych świadków. Dyktuje też wzorce estetyczne dotyczące ludzkiego ciała oraz stylistycznych wyborów konsumpcyjnych. Psychologowie i seksuolodzy z niepokojem obserwują fenomen przenoszenia przez ludzi, zwłaszcza młodzież, do prywatnego życia oczekiwań odnośnie do wyglądu i seksualnej sprawności partnerów, co jest konsekwencją ekspozycji na wyidealizowane i pozornie nieśmiertelne ciała bohaterów filmów erotycznych i superbohaterskich oraz modelek i modeli w świecie mody.

Wreszcie, doznaniowy, emocjonalny odbiór mediów bywa podłożem pod rozmaite teorie spiskowe. Dobrze ilustruje to naturę fenomenu mediatyzacji wyobraźni – opisywane przez nią zjawiska składają się z elementów o różnym statusie i prawdziwości, połączonych pozornie przypadkowo i irracjonalnie, w gruncie rzeczy jednak na podstawie motywacji zbiorowości, która chce, żeby złożyły się one na spójny obraz, i żeby były jednoznaczne, zrozumiałe i przyjemne. Prawomocność tych wyobrażeń jest utrwalana dzięki ich kolektywnej obróbce w bańkach informacyjnych, w których ludzie stosują roszczeniową i społecznościową defini-

cję prawdy, opartą na wzajemnym potwierdzeniu własnych intuicji i przekonań oraz wspólnocie odczuć, emocji, gustów i stylu komunikacyjnego. Niebezpieczeństwo polega na tym, że wyobraźnia rzadko zatrzymuje się na wytworzeniu fikcyjnej reprezentacji tego „co jest”, jej dalsza praca polega na wytwarzaniu wyobrażeń i przewidywań tego, co może się stać; co stać się powinno; co stanie się na pewno. Niemożliwy do zatrzymania ruch wyobraźni, zwłaszcza gdy podsycany jest przez wciąż nowe obrazy i słowa, prowadzi do oczekiwań w stosunku do rzeczywistości i protestów, gdy rzeczywistość tych oczekiwań nie spełnia, a nawet do aktywnych prób dostosowania jej do naszych oczekiwań: ludzie naprawdę sprzeciwiają się przyjmowaniu uchodźców, odmawiają szczepienia dzieci i głosują na polityka, który obiecuje spełnienie ich fantazji...

Doznanie czy uczestnictwo?

Jeśliby ustawić sposoby zaangażowania i poznawczego wysiłku w stosunku do mediów na swoistym kontinuum, to doznaniowa wersja doświadczenia medialnego – incydentalnego, intensywnego, aintelektualnego, powierzchownego, przypadkowego lub wywołanego dla czystej sensualnej stymulacji – znajduje się na przeciwnym końcu kontinuum, w stosunku do ważnego kulturalnego trendu, który dzisiejsi teoretycy sieci i społecznej zmiany nazywają kulturą partycypacji²¹, udziału, uczestnictwa.

„Kultura węgorzy” opiera się na doświadczeniach mocnych, ale krótkich i nietrwałych, szybko mijających, zapewniających wprawdzie odbiorcy natychmiastową gratyfikację, jednak w taki sposób, że nie ma on czasu i przestrzeni mentalnej na intelektualną analizę, ani na samoswiadomą autoanalizę, zastanowienie się nad własnymi odczuciami oraz ich źródłami czy przyczynami. Uczestnik takiego kulturalnego

²¹ *The participatory cultures handbook*, red. A. Delwiche, J.J. Henderson, New York 2013.

doświadczenia jest skoncentrowany na własnej przyjemności. Odczuwana syntonía emocjonalna z innymi użytkownikami ma wymiar wspólnotowy, ludzie nie mają jednak ani czasu, ani najczęściej motywacji do jej dalszej intelektualnej obróbki. Ten model odbioru wpisuje się w wartości kultury konsumpcyjnej. Modelowy odbiorca konsument ma być niecierpliwym hedonistą wyznającym kult wartości witalnych. Ma dzięki pomocy mediów spełniać potrzeby ludyczne. Materialistycznie nastawiony i poszukujący w równej mierze potwierdzenia własnego statusu, jak i samorealizacji, powinien być skupionym na sobie indywidualistą, realizującym wewnętrzny przymus zabawy i ucieczki od lęku statusowego²².

Kultura partycypacji natomiast definiowana jest w rozmaitych paradygmatach badawczych na różne sposoby, ale jej istota się nie zmienia. Zakłada się mianowicie, że wchodzimy w obszar medialnie zapośredniczonej partycypacji, gdy używamy środków komunikacji masowej do wielokierunkowej wymiany materiału kulturalnego, wspólnie wytwarzając wiedzę na temat istotnych zagadnień, która staje się czymś więcej niż tylko sumą zgromadzonych przez nas informacji. Kultura uczestnictwa przekształca rozmaite sfery naszych doświadczeń. Komponent technologicznego zapośredniczenia partycypacji zostaje włączony w obręb doświadczeń dotychczas stosunkowo samotnych, takich jak lektura, oglądanie filmów czy słuchanie muzyki, które są indywidualnymi doświadczeniami nawet wówczas, gdy odbywają się w grupie w zaciemnionej sali. Dzisiejszy wymiar partycypacji prowadzi do włączenia w to doświadczenie wymiany zdań i opinii, komunikacji z innymi i poznawania ich, a w wersji zaangażowanej – także pracy transformacyjnej oraz zamiany komunikowania na działanie. Jesteśmy członkami kultury partycypacji także wtedy, gdy w wyniku

intensywnej aktywności komunikacyjnej wokół jakiegoś ważnego zagadnienia estetycznego czy społecznego zmieniamy się z odbiorców, w twórców. Komunikacja tego typu nie jest tu zaledwie niezbyt często realizowaną możliwością, lecz rodzajem *default setting*, zestawu stale uruchamianych praktyk. Są one zorientowane na dłuższe trwanie, bo wymagają wysiłku na rzecz podtrzymania komunikacji, cierpliwości oraz celowego dążenia do indywidualnej satysfakcji i korzyści zbiorowych. Satysfakcjonujące doświadczenie z medialnego uczestnictwa jest rozciągnięte w czasie i nie da się go osiągnąć bez trwałego zaangażowania poznawczego i odpowiedzialnej komunikacji z innymi. Doświadczenie partycypacji ma zasadniczo charakter intelektualny, bo jest oparte na kompetencji kulturalnej, technologicznej i komunikacyjnej. Strategie komunikacyjne uczestników nakierowane są nie tylko na bierny odbiór/udział, lecz także na współtworzenie przekazu i negocjowanie jego miejsca w przestrzeni publicznej. Co więcej, są też otwarte na Innego, bo żeby uczestniczyć, trzeba stałego wysiłku w stronę rozumienia, interpretacji, współpracy.

Te dwa modele kulturalnego uczestnictwa współistnieją i mogą się wzajemnie uzupełniać. Możliwość racjonalnej, kompetentnej i zaangażowanej komunikacji oraz potencjał edukacyjny mediów istnieje. Jednocześnie jednak dyspozycje odbiorcze wytworzone przez technologię, system medialny i kulturę konsumpcyjną skłaniają raczej do życia w świecie elektrycznych węgorzy i zmediatyzowanej wyobraźni, w której zamki na piasku są zbudowane z fragmentów, doznań, rozbłysków i zbiorowych wzruszeń. Zmienia to zdecydowanie warunki dystrybucji wiedzy w społeczeństwie, zaangażowania społecznego i publicznego. Niewątpliwie także jest częściowo odpowiedzialne za kłopoty, w jakie wpadły obecnie liberalne demokracje przez zbyt

²² A. de Botton, *Lęk o status*, Warszawa 2011.

łatwe dawanie przez ludzi posłuchu populizmowi, rozpowszechnianie się fałszywych wiadomości i tak zwanej postprawdy, zanik empatii i społecznego zaufania. Można wskazać przyczyny technologiczne i finansowe, dla których Cambridge Analytica bezceremonialnie obeszła

się z naszymi prywatnymi danymi, a rosyjskie boty skłoniły ludzi do głosowania wbrew własnym, racjonalnie pojmowanym interesom. Nie byłoby to jednak możliwe bez uprzedniego poznawczego i emocjonalnego przygotowania audytoriów.

Bibliografia

- Ball-Rokeach S.J., DeFleur M.L., *A dependency model of mass-media effects* [w:] *Inter/Media: interpersonal communication in a media world*, red. G. Gumpert, R.S. Cathart, Oxford 1979, s. 81–96.
- Ball-Rokeach S.J., *A theory of media power and a theory of media use: different stories, questions, and ways of thinking*, „Mass Communication and Society” 1998, Vol. 1, s. 50–40.
- Ball-Rokeach, S.J., Jung, J-Y, *The evolution of media system dependency theory* [w:] *Sage handbook of media processes and effects*, red. R. Nabi, M.B. Oliver, Thousand Oaks 2009, s. 531–544.
- Ball C., *On dicentization*, „Journal of Linguistic Anthropology” 2014, Vol. 24/2, s. 151–173, <https://anthrosource.onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/jola.12046> [dostęp: 1.07.2018].
- Barber B., *Skonsumowani. Jak rynek psuje dzieci, infantylizuje dorosłych i połyka obywateli*, Warszawa 2008.
- Baudrillard J., *Precesja symulaków* [w:] *Postmodernizm, antologia przekładów*, red. T. Nycz, Kraków 1996, s. 175–189.
- Chumley L., *Qualia and ontology: language, semiotics, and materiality; an introduction*, „Signs and Society” 2017, Vol. 5, No. S1, s. 1–20, <https://www.journals.uchicago.edu/doi/full/10.1086/690190> [dostęp: 1.07.2018].
- Couldry N., *Media w kontekście praktyk. Próba teoretyczna*, „Kultura Popularna” 2010, nr 1 (27), s. 96–113.
- Couldry N., *Media, society, world. Social theory and digital media practice*, Cambridge 2012.
- Lowery W., *Media dependency during a large-scale social disruption: The case of September 11*, „Mass Communication & Society” 2004, nr 3, s. 339–357, doi: 10.1207/s15327825mcs0703_5 [dostęp: 1.07.2018].
- Matei S.A., „Can media system dependency account for social media? Or should communication infrastructure theory take care of it?”, „I Think” 27.07. 2010, <http://matei.org/ithink/2010/07/27/from-media-dependency-system-to-communication-infrastructure-theory/comment-page-1/> [dostęp: 1.07.2018].
- Meyrowitz J., *No sense of place: The impact of electronic media on social behavior*, Oxford 1985.
- Morgan M., Shanahan J., *Two decades of cultivation research: an appraisal and meta-analysis*, „Annals of the International Communication Association” 1997, nr 20, s. 1–45, doi: 10.1080/23808985.1997.11678937 [dostęp: 1.07.2018].
- Morgan M., Shanahan J., Signorelli N., *Yesterday's new cultivation, tomorrow*, „Mass Communication and Society” 2015, Vol. 18 (5), s. 674–699, doi:10.1080/15205436.2015.1072725 [dostęp: 1.07.2018].
- Moscovici S., *Attitudes and opinions*, „Annual Review of Psychology” 1963, Vol. 14, s. 231–260, <http://www.annualreviews.org/doi/pdf/10.1146/annurev.ps.14.020163.001311> [dostęp: 1.07.2018].
- Newfield D.R., *Transformation, transduction and the transmodal moment*, https://www.academia.edu/30252947/Transformation_transduction_and_the_transmodal_moment [dostęp 1.07.2018].
- The participatory cultures handbook*, red. A. Delwiche, J. Jacobs Henderson, New York 2013.
- Postman N., *Zabawić się na śmierć: Dyskurs publiczny w epoce show-businessu*, Warszawa 2006.
- Shatzky T.R., *Social practices: a Wittgensteinian approach to human activity and the social*, New York 1996.
- Shove E., Pantzar M., Watson M., *The dynamics of social practice: everyday life and how it changes*, London 2012.

Fake news and the mediatised imagination

The experiential reception mode vs. information and the world image in the media

Małgorzata Lisowska-Magdziarz

KEY WORDS

representation, mediatisation, imagination, consumerism, pleasure, fake news

ABSTRACT

The mass media provide the auditoria with the attractive texts aiming mainly or solely at the powerful emotional and sensual stimulation. To the auditoria, these texts constitute the source of the narratives, heuristics, and interpretations handy in the description and representation of the world. Such a mediatised imagination facilitates spreading stereotypes, hearsay, and fake information.

It is possible to describe a certain type of people's cultural experiences in the mediated society by means of a metaphor of the shock caused by the electric eel. The experience thus described is short and intense, composed of poignant sensations and strong emotions, still, devoid of any significant intellectual content. Such experiences provide a sense of detachment from reality and immersion into the alternative world, and participation in this world together with a large crowd of others. One can surmise that the experiential participation in culture contributes to the reshaping of social representations of various social phenomena, their altered evaluation, diffusion, and hierarchisation. It may be therefore co-responsible for the faith in the so-called post-truth, the dissemination of superstitions, the cultivation of stereotypes and prejudices, and the mediation of the imagination.

The logic of suspicion and eclecticism of methodology

The word "surmise" is being used consciously here, with the perfect awareness that in the academic discourse the conjectures need only be the basis for hypotheses empirically confirmable through an intersubjectively valid methodology. Hopefully, sometime such a methodology will be built. Meanwhile, the conjectures allow for the construction of an essay. It might be contributive to the discussion about the deep causes of the calamity that the mass-mediated distribution of fake news and the dissemination of post-truth has become in recent years. The distribution of fake news ruins the public sphere, distorts political choices of citizens, diminishes the prestige of science while bolstering the spreading of the common knowledge, and, releases demons hidden inside social stereotypes and prejudices. Technological explanations of this phenomenon lead to the easy attribution of blame to the social media tools: lo and behold, the reason fetched away as a result of the technical solutions enabling mass distribution and authentication of every, even the most absurd information both by humans and by the human-emulating algorithms. Sociological explanations point to the collapse of the social trust and the post-modern crisis of the world-ordering "great narratives". Political scientists describe the dangerous connections between the economic deprivation of the large groups of people and populism that uses their frustration to spread the totalitarian vision of reality. Each of these explanations touches the heart of the problem, but only to a certain extent. Media scholar/semiotician (which is the position of the author of this essay) is also unable to provide the key to its complete understanding. However, the media-socio-semiotic perspective may help to diagnose how the mediated culture produces not only fake news on their own, but also the context

incentivising their distribution, paired with people's emotional and cognitive attitudes conducive to it. It can also indicate the cultural forces enabling the resistance against the post-truth invasion. The awareness of the inability to fully empirically validate the theses expressed in this essay has to lead to the partial scepticism as to the adopted heuristic and cognitive procedures. However, it does not have to lead to the complete disqualification of the applied methodology. It is instead useful to remind that its explicatory power is not absolute, so the used methods should be triangulated with the sociological, political and anthropological methodologies. Hence the methodological eclecticism: the use of socio-semiotic tools, sociological concepts and the achievements of communication science. The media studies, as a young discipline lacking a single unified Great Theory, feed on these encounters.

Experiences and practices

The metaphor of electric eel used at the beginning of this essay refers to the particular type of the experience of the media users, resulting from the comprehensive, very intense stimulation of their senses. It is based on the illusion of an intimate, direct physical reception of the cultural text, but in reality, it cannot do without the use of sense-enhancing technology. The technological mediation is also the source of the sense of togetherness, the co-participation in large aggregative processes, a kind of initiation binding the participants of the particular cultural event against the rest of the world. In concert with the character of our current culture such experiences happen to us incessantly - during a concert, performance, match, exhibition, election rally, at the shopping mall and in front of a TV. They are pleasurable because of providing users with the emotional and sensory stimulations, even though they do not have to be joyful or cheerful, and sometimes they rely on arousing anger, fear or disgust. Although very strong, they are transient and temporary. They are basically unrepeatable, although the recipients can try to reprise them, and they have at their disposal the text and image registration devices allowing to do it to some extent. Media science theories of media dependency¹ and the newer versions of the cultivation theory² suggest that the recurring, long-term technologically mediated cultural experiences of this kind generate the particular reception attitudes. This can influence the acquirement of knowledge or shape various

¹ S.J. Ball-Rokeach, J.Y. Jung, *The evolution of media system dependency theory* [in:] *Sage handbook of media processes and effects*, ed. R. Nabi, M.B. Oliver, Thousand Oaks 2009, pp. 531–544.

² M. Morgan, J. Shanahan, *Two decades of cultivation research: An appraisal and meta-analysis*, "Annals of the International Communication Association", 1997, 20, pp. 1–45, doi: 10.1080/23808985.1997.11678937 [access: 1.07.2018]. Also: M. Morgan, J. Shanahan, N. Signorelli, *Yesterday's new cultivation, tomorrow*, "Mass Communication and Society", 2015, 18/5, pp. 674–699, doi:10.1080/15205436.2015.1072725 [access: 1.07.2018].

people's choices not only in the sphere of culture, but also in politics, education, consumption, or lifestyle.

The experiential model of cultural reception is based on the synthesis of technologies and market mechanisms of the mediatised culture, mass-producing spectacular texts devoid of intellectual depth which then become powerful, collective experiences of large audiences. While pondering this type of media experiences, it is worth looking for a perspective allowing for the description of their social dimensions. The socio-semiotic theories of reception seem to be useful and applicative in this respect. Not without reason, Nick Couldry's³ work on media practices has been in recent years widely cited in Western academia and applied to explain various phenomena in the realm of social communication. The British communication sociologist, drawing on Ludwig Wittgenstein and Teodor Schatzky⁴, perceives the media use as a kind of social practice: the set of recurring human activities of universal, repetitive, routine, ritualised character, incident to the human needs of communication and interaction, cooperation, trust and freedom⁵. Each time, they consist of the activity, co-related communication (production of discourse) and the re-ordering of the world knowledge, hierarchisation of the issues, establishment of the criteria of truth and accuracy of the collective interpretations of the various social phenomena. This clearly entails that practices are related to power, social hierarchy and knowledge production processes. Their repeatability and universality in our life⁶ lead to specific collective attitudes and values. Therefore, the collective and repetitive nature of media practices has considerable practical import. They enable the dissemination of certain types of discourse, shape the construction and transfer of knowledge, lead to naturalisation of particular representations of social life. The media practices constantly interact with the consumption, political, religious, health, educational and family practices which leads to the changes in the collective evaluation of the social phenomena, and in the uses of culture, the tastes, and preferences, consumer and political choices, and private decisions of people. Therefore the character of the media texts serving as the background for the most prevalent practices is of enormous importance.

³ N. Couldry, *Media, society, world. Social theory and digital media practice*, Cambridge 2012. See, by the same author: *Media w kontekście praktyk. Próba teoretyczna* [Theorising Media as Practice], "Kultura Popularna" 2010, 27/1, pp. 96–113.

⁴ T.R. Schatzky, *Social practices: a Wittgensteinian approach to human activity and the social*, New York 1996.

⁵ N. Couldry, *Media, society, world...*, op. cit., p. 34 et seq.

⁶ E. Shove, M. Pantzar, M. Watson, *The dynamics of social practice: Everyday life and how it changes*, London 2012.

Convergence and unity

The metaphor of an electric eel culture relates to the era of industrial production and distribution of experiences. Despite their repetitive nature, they are promoted by the cultural industry as unique, perception-altering, and unforgettable, whereas the technologically-supported communication gives the access to the same “unique” experience to large numbers of people. Paradoxically, the cultural industry itself, while promoting the uniqueness of its products, uses different content, formal and distribution solutions to emphasise the collective character of the experiences of large human aggregates and encourage us to communicate with other users by means of the convergent interactive media. Such experiences are thus shaped by a specific inclusion/exclusion dialectics. They convey both the sense of uniqueness and intimacy of the experience of a single recipient and unity of emotions and sensations with the whole audience (therefore, a kind of tribalism, the group shared exclusiveness in opposition to the rest of the world). The sense of the simultaneity and collective involvement in this type of experience, along with the possibility of mediated exchange of opinions in real time is founded on transmediality and interconnectivity of various communication devices. Thus the technology leads to the interdiscursive obliteration of the media and genre boundaries. “I know Harry Potter” means either seeing one of the films, or reading a whole series of books, or just one of them, or its fragments; or playing an interactive game; or taking part in the social processes provoked by the media product. The media convergence allows different groups with various levels of cultural capital to participate in the consumption of the cultural product in their own way. It contributes to the effacement of the socially constructed hierarchy of communicative and cultural practices, and of the definite boundaries separating different genres, narratives and discourses. To boot, contemporary auditoria participate in many diversified cultural experiences simultaneously, which results in overlapping of sensations, fascinations, stories - usually in fragments, flashes, selected attractive moments and images, because in the vast excess and variability only the most spectacular, fascinating or controversial elements stay marginally longer in one’s memory. These cultural bits and pieces form the basis for communication between the people who share information, disseminate recommendations and criticism, and recount their own impressions publicly, albeit within the technologically mediated space.

Rematisation and dicentisation

This, in the long run, changes the epistemological definition of the situation, the cognition and ordering of knowledge, thus leading also to a new organisation of aesthetic experience. In the

centre of epistemology resulting from the culture of electric eels lies a combination of seemingly incompatible texts, reception modes and experiences, and a collective sense of participation in a great collective process that would be incomplete if one could not share emotions with others. In this sense, the cultural experiences that are described here are not only technology-based but also communal, arising in the search for a specific syntony with a large crowd of co-participants. This leads to a shared image of the world and concerted emotional evaluation of its various representations - and the implication of their obvious naturalised nature. The semioticians will call the phenomena thus occurring the rematisation⁷ and dicentisation⁸. Within the former process, we reflexively assume that the signs, since we are able to perceive them, must reflect real objects. The latter is the phenomenon of the assumption of a necessary logical or structural link between signs and actual appearances. Therefore, what is just the representative convention or emulation, is considered a proof of truth, especially when a representation is wide-spread and recurring, and when it comes from the sources deemed reliable, socially legitimised, and associated with knowledge, power, or politics. A prolonged representative practice leads to the naturalisation of the representation. It also (which may be even more important) breeds the attachment to certain representation modes. The practice of consumption of the “electric eel-experiences” may lead not only to the reification of the specific world image, but also to the perpetuation of the criteria of the attractiveness, appeal, interest, and desirability of its particular representations. We are taught to expect specific types of representation, which is consequential due to the significant cognitive and persuasive aspects of representation practices.

Two essential phenomena converge here and inter-penetrate: on the one hand, the social dimension of representations, on the other - their simulacrisation.

A societal and simulative character of representations

Serge Moscovici⁹ in his classic work on social representations used this term regarding the collective, elaborate concepts/definitions/descriptions of phenomena coined in order to effectively communicate about them (the symbolic dimension) and cooperate (material dimension). He proposed to frame this process in terms of anchoring and objectification. The

⁷ L. Chumley, *Gualia and ontology: Language, semiotics, and materiality; an introduction*, “Signs and Society” 2017, 5/1, pp. 1–20, <https://www.journals.uchicago.edu/doi/full/10.1086/690190> [access: 1.07.2018].

⁸ C. Ball, *On dicentization*, “Journal of Linguistic Anthropology” 2014, 24/2, pp. 151–173, <https://anthrosource.onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/jola.12046> [access: 1.07.2018].

⁹ S. Moscovici, *Attitudes and opinions* [in:] „Annual Review of Psychology” 1963, Vol. 14, p. 251, <http://www.annualreviews.org/doi/pdf/10.1146/annurev.ps.14.020163.001311> [access: 1.07.2018].

obscure or incomprehensible phenomenon is originally inscribed into existing interpretive frameworks and received representations. In the course of recurring, long-lasting, repetitive representation practices, the social naturalisation occurs conducting to the recognition of the particular representations as normal, objective, common sense, understandable, and valid. Such an objectified representation produces (in semiotic terms) the conventionalised representative codes and practices¹⁰. Certain form and content solutions and styles become considered right and appropriate for the adequate depiction of the phenomenon. Specific symbols, metaphors, texts, indexes become associated with it seemingly forever. Thus, a new element becomes included in the pre-existing area of social representations. The new representation gets charged with emotions and values important for the group in which it is sustained. While it is possible to distinguish the social representations of specific problems, phenomena, places, events, the integration between them means that in practice they are mutually interwoven and form a holistic image of reality. This image is not the same for everyone, or universal. Certain social conditions make some clues, metaphors, descriptions and stories more important to some groups. This may result from both the specific interests of the group at the moment, as well as from the cultural specifics, historical events, the place in social structuring, living conditions, level of cultural competence, access to knowledge. It is therefore impossible to disregard the role of media practices in the shaping of the social representations. Social semiology finds here an extremely important role of various forms of transmodality¹¹, i.e. the communication between the groups using different semiotic resources and communication tools to distribute similar content.

These groups use various media as a result of diversified habitus, different levels of media literacy and environmentally shaped cognitive and aesthetic preferences. Still, the basic experiential model of the cultural reception premised on the search for the sensory stimulation, strong emotions and a sense of togetherness, seems to be shared by all strata. Shared is also the assumption of the role of a multimodal medium with a screen displaying sequences of moving images with sound intended for entertainment as the vital source of representations. The location of a medium with such modalities at the centre of media practices and related social practices fundamentally influences the results of processes of social representation of important societal phenomena. This medium, because of its omnipresence, has become a “natural” tool for representing the world. It produces the illusion

¹⁰ J. Fiske, *Television Culture*, New York 1998, pp. 3–14.

¹¹ D.R. Newfield, Transformation, transduction and the transmodal moment, https://www.academia.edu/30252947/Transformation_transduction_and_the_transmodal_moment [access: 1.07.2018].

of realism, truth and currency through skilful manipulation of the formal and material modality markers. In fact, however, it offers only a certain construction of reality managed by various marketing and ideological agencies. It contributes to the production of social representations, but the means used for this purpose are simulative in nature. One of the classics of late modernity called it the precession of simulacra¹², “substituting the reality with the signs of reality”¹³. In fact, even the simulative or simulacrum character of those representations is not entirely unambiguous. There are the simulations – the reality-forestalling signs of the emulative nature, as well as simulacra – the signs without the actual relationship to reality, just to other signs. These in our experience intermingle with signs actually aiming at the information about reality or at its subjective depiction. Everything is too fast, too loud, too forceful, and too attractive; this attack on the user's senses eliminates the possibility of reflection. Our perceptual habits and social concepts of credibility and realism of various modalities do not keep in step with the development of technology. We, therefore, are drowning in a sea of electric eels, not adapted perceptually, not always prepared mentally, but trained by a mediatised consumer culture to seek for pleasant, sensual experiences and avoid intellectual effort as long as it is not absolutely necessary¹⁴.

Infrastructural media dependency

It would be precipitant to demonise the media as the only source of the world representation for the contemporary human communities. There are many sources of knowledge, among which the media may not be the most important one. However, the media dependency theory is worth recalling here¹⁵: people need the media to understand the world and themselves, for the orientative purposes, i.e. the significant interaction and influencing others, and also for the purposes of play and recreation. The latter not having only a simple escapist character, but being the important device for shaping social roles, norms and values, and reflecting the norms and values of a seemingly “just playing” community. The lower the cultural capital and competences, the greater dependence on the media, also in the sphere of knowledge. The higher media consumption, the greater dependence on them as the source of knowledge and entertainment. Concurrently, the lower the cultural capital and competences, the greater

¹² J. Baudrillard, *Precesja symulakrów* [The Precession of Simulacra] [in:] *Postmodernizm, antologia przekładów* [Postmodernism, the anthology of translations], ed. R. Nycz, Kraków 1996, pp. 175–189.

¹³ *Ibid.*, p. 177.

¹⁴ B. Barber, *Skonsumowani. Jak rynek psuje dzieci, infantyлізуje dorosłych i połyka obywateli* [Consumed: How Markets Corrupt Children, Infantilize Adults, and Swallow Citizens Whole], Warszawa 2008.

¹⁵ S.J. Ball-Rokeach, M.L. DeFleur, *A dependency model of mass-media effects* [in:] *Inter/Media: Interpersonal communication in a media world*, ed. G. Gumpert, R.S. Cathart, Oxford 1979, pp. 81–96.

consumption of the media, in particular, television, or - as we should phrase it today – the multimodal screen medium in general. Finally, it is worthwhile to remind that the media dependency deepens in the conditions of uncertainty, crisis, and anomy¹⁶. The dependency between the cultural capital and competence and the type of the (excessively) consumed media does not come down to the old “print vs. television” dispute, where the press was once the realm of knowledge and public discourse, while television provided careless entertainment (as commented upon in the 1980s, at the beginning of the era of interactive media, by Neil Postman¹⁷ or Joshua Meyrowitz¹⁸). In the convergence culture, this situation is more aptly described by the infrastructural theory¹⁹ - resulting directly from the media dependency theory but also substantially modifying or undermining simplistic applications of uses and gratifications theory. It perceives the communication infrastructure as a kind of storytelling system²⁰ whose main function is to sustain social bonds in real life. One can, therefore, view the media as a multi-level system providing people with various narratives, but also as a context - the area in which human actions take place (the social practice perspective is adopted here to describe them). The system consists of large, officially legitimised media entities (*macro-agents*), medium-level entities – groups and collectives using their own media or existing official media to distribute their own narratives (*mezzo-agents*) and the individuals (*micro-agents*). These entities are involved in the processes of construction of the shared purpose-fitted “stories” of an integrating nature. At the early stage of development of the media dependency theory, these needs in terms of social life had been defined as the need for observation/supervision/control over the social world wherein the individual operates, and the need for usefulness, i.e. acting in it in an active and effective manner; as well for refuge/escapism, when internal tensions become too unpleasant. The infrastructural theory does not yet explain the roles of the participants at different levels and interrelationships in a sufficiently reliable way; it is also important not to treat it as the replacement of the dependency theory. It should be looked at as a supplement or development of the former,

¹⁶ W. Lowery, *Media dependency during a large-scale social disruption: The case of September 11* [in:] “Mass Communication & Society” 2004, (3) 7, pp. 339–357, doi:10.1207/s15327825mcs0703_5 [access: 1.07.2018].

¹⁷ N. Postman, *Zabawić się na śmierć: Dyskurs publiczny w epoce show-businessu* [Amusing ourselves to death. Public discourse in age of show business], Warszawa 2006.

¹⁸ J. Meyrowitz, *No sense of place: The impact of electronic media on social behavior*, Oxford 1985.

¹⁹ S.A. Matei, *Can media system dependency account for social media? Or should communication infrastructure theory take care of it?* [in:] “I Think” 2010, <http://matei.org/ithink/2010/07/27/from-media-dependency-system-to-communication-infrastructure-theory/comment-page-1/> [access: 1.07.2018].

²⁰ S.J. Ball-Rokeach, J.Y. Jung, *The evolution of media system dependency theory* [in:] *Sage handbook of media processes and effects*, ed. R. Nabi, M.B. Oliver, Thousand Oaks 2009, s. 531–544; also: S.J. Ball-Rokeach, *A theory of media power and a theory of media use: Different stories, questions, and ways of thinking* [in:] “Mass Communication and Society” 1998, Vol. 1, pp. 50–40.

necessary in the situation of the empirically observable change in the way people use the media and the growing access of various entities to the storytelling system. The conclusions that follow should be optimistic: the interactive media are a force providing the previously excluded or marginalised social strata with access to the system. However, the infrastructural theory does also point to the worrisome aspect of the entire process: that, regardless of the open possibilities of participation, extreme inequality of access to resources, know-how and the ability to “tell” the story persists. At the mezzo level, in the niches, bubbles and sectioned-off zones, the citizens can briefly intercept the structural control over the development of social narratives, but generally, this process is being conducted primarily on the basis and around the texts developed by large broadcasting institutions and political entities. At the macro level, the mediatised social representations develop cumulatively, as they emerge from repetition and multiplication of the various world representations constructed purposefully with the maximisation of the viewership or clickability in view. The resulting mediatised image of the world is then dependent on the cultural industries’ calculated production of the swarms of the electric eels.

Between the representation and the imagination

The representation of the world with the means of the electric eels results in the mediatisation of imagination. This process consists in production of the collective representations of various important social phenomena, places, people, groups, and co-creation of the narratives about what may or must happen in relation to them on the basis of attractive, essential and crowd-pleasing media texts about these phenomena. These texts concern the critical matters, so they are repeatedly consumed, discussed and redistributed, evaluated and negotiated. The use the term “mediatisation” seems apt here because mass media, through the process of representation, provide us with the necessary knowledge about the occurrences and phenomena to which otherwise we have no access or just a fragmentary one. Nevertheless, one cannot call it knowledge, but imagination, as these representations are in a large proportion built of the texts of the simulative or simulacrous nature.

How does the mediatised imagination arise? It would be rash to maintain that it is entirely divorced from reality. As in the case of stereotypes, for the imagination to root and spread, there must be some truth to it, and it must in some way refer to the peoples’ real-life experiences. At the same time, however, it arises in response to the needs of security within the community, of the simplification of the incomprehensible and threatening world and simple solutions to severe problems or at least pointing to their perpetrators or culprits.

On the other hand, the composition and structuring of the mediatised imagination result from the impact of the most gratifying and widely disseminated media practices. In the culture of electric eels, the object of the most complex, multifaceted and long-lasting media practices are the particular multimodal texts/narratives that 1) have a formulaic character, i.e. despite marginal mutability are basically repetitive and reappear in various contexts; 2) are noticeable and visible, most memorable, and easily distinguishable on the message-and image-saturated background; 3) are cognitively straightforward, therefore easy to incorporate into already existing cognitive structures - which, as is already known, is the underlying mechanism for producing sustainable social representations with the use of the new material; 4) provide audiences with the pleasure associated with intense sensory and emotional stimulation; 5) allow for effective and satisfying communication with others, and in certain situations - for expressing one's own interests.

It is therefore easy to notice that – from the model point of view – the role of the media in the creation of social representations might rely on two kinds of influence. It may be based on an informational and educational impact, wherein various social representations are premised on legitimate knowledge of various issues, phenomena, figures. This kind of influence will be executed primarily through language, as the main semiotic resource generally associated with rational discourse, education, knowledge distribution, and bureaucratic power. It is worth noticing that it may involve unleashing the manipulative and persuasive potential of the words that can be enormous, especially when skilfully paired with the images or music through the anchoring and mutual semanticisation mechanisms. This representation mode calls for a highly media literate audience. It is inevitably associated with the social perception of knowledge as coming from legitimised educational and political institutions, hence relatively exclusive. At the other extreme, we find the formation of social representations through the appeal to emotions and sensory stimulation, with the texts previously referred to here as the “electric eels”. It happens to a large extent without rational argumentation and intellectual analysis, mainly through unorganised, chaotically mixed multimodal messages: the short, attractive, sensual, fast-paced shreds and fragments of information, particularly suggestive images, soundbites and music fragments, shocking or humorous statements and pieces of dialogue; mixed, cross-contradicting, mutually commenting or jamming, combining fantasy and reality. Their attractiveness and value are strengthened by the emotional bonds forged by the viewers who exchange them. Hence the multitude of empirically observable situations when people include such fragmentary, chaotic and detached representations of reality into their own assessment and description of reality.

Mediatised imagination in action

There are numerous examples...

The portrayal of the forensic technicians in the numerous procedural TV series as the extremely sexy and charismatic scientists using state-of-the-art forensic technologies with 100% efficiency, contributed in the USA and Western Europe to the spread of the so-called CSI effect – the citizens' expectation that in real life the police will be equally effective and technologically advanced. A similar effect in Poland is called the “Leśna Góra effect” (after the name of the hospital in the TVP soap opera “Na dobre i na złe”); it is expressed through the unrealistic expectations towards doctors and healthcare institutions.

The mediatized imagination generates unrealistic images of various professional groups – police officers, doctors, clergy, scientists, and artists. This seems relatively innocuous, still the particular social attitudes towards various social and ethnic groups may also be partially founded on the mediated imagery resulting from the consumption of their most popular and response-provoking portrayals in the media (news, film fragments, social media posts, memes). There is a tendency in the US to treat men of colour as potentially dangerous – on account of the overrepresentation of the images of black criminals in film and television. This can lead to much more severe consequences than the excessive expectations regarding hospital staff: the day this paper is being written, the US police shot a black citizen calmly talking on the phone in his own backyard. The Romany associations not too successfully contend with the image of the Roma communities as consisting of wandering musicians or beggars and thieves. The citizens of Arab countries are too often equated with rapists or Islamic extremists, and the refugees from war zones - with terrorists. This, to a large extent, seems to result from the pervasiveness of the attractive, violent, moving media images and reports about the threats these groups allegedly bring. The mediatized imagination mythicises various ethnic groups and nations and produces distorted images of different social strata and relationships between the poor and the rich. It leads to the particular configuration of the so-called post-memory – the set of media-based projections about the relatively recent, important historical events among the people who had never experienced them in person nor met the eyewitnesses, displacing the actual historical knowledge. It also dictates the aesthetic patterns of the ideal human body and shapes the consumer lifestyle choices. Psychologists and sex therapists anxiously scrutinise the tendency, especially among the young, to transfer the expectations as to the appearance and fitness of the sexual partners from the media to people's

private lives - clearly, as a consequence of the exposure to idealised and seemingly immortal bodies of fashion models or characters of porn and superhero movies.

At long last, the emotional, experiential mode of media reception may serve as the ground for various conspiracy theories. This illustrates well the nature of the mediatised imagination: its portrayal of different life's occurrences consists of disparate elements of various status and authenticity, connected in a way that seems to be random or irrational, but does actually respond to the interpretive communities' need for the coherent world image of the unambiguous, understandable and pleasurable nature. The legitimacy of this image is solidified thanks to their collective processing in the information bubbles, whence people apply the claim definition of truth or the social one, based on the processes of the mutual confirmation of shared intuitions and beliefs as well as on the syntony of feelings, intuitions, tastes and communication styles. The danger lies in the fact that the imagination rarely stops at the false representation of a current state of affairs; it usually works on, producing the misconceptions and doomsaying about what may happen, what should happen, and what will happen inevitably. The unstoppable operation of imagination, especially when fuelled continuously by new images and words, leads to particular expectations as to reality, and to the protests when the reality fails to meet them. It may even lead to the active attempts to bend the disobedient reality to one's expectations: the people do, in fact, object against hosting refugees, refuse to vaccinate their children and vote for the politicians promising the fulfilment of their fantasies.

Experience or participation?

On the continuum of the cognitive effort and engagement with the media, the experiential reception mode lies at the opposite end to the important cultural trend which today's network and social change theorists term the culture of participation²¹.

“The electric eel culture” is premised on the search for the powerful but short and impermanent, transient experiences. It provides the users with instant gratifications, albeit without leaving time or mental space for intellectual elaboration or self-aware self-analysis, or the reflection on the sources and causes of their own sentiments. The participant of such cultural experience is focused on their own pleasure. The perceived emotional syntony with other participants provides the sense of togetherness, but people have no time and most often no motivation for its further intellectual processing. This reception model is consistent with

²¹ *The participatory cultures handbook*, ed. A. Delwiche, J.J. Henderson, New York 2013.

the consumerist axiology. The ideal media user/consumer is supposed to be an impatient, vital values-oriented hedonist. The media are to provide for their ludic needs. Materialist, seeking, in equal measure, the confirmation of their own class status as well as a self-fulfilment, they must be focused on themselves, responding to the inner compulsion for both having fun and assuaging status anxiety²².

The participatory culture, on the other hand, would be differently defined within various research paradigms, but its essence is immutable. The experience of participation is essentially of an intellectual nature, as based on cultural, technological and communication competence. We are supposed to enter the area of mediated participation as a result of the use of the interactive devices for the purpose of multiway exchange of the cultural material while collectively producing the new, relevant knowledge representing more than the straight sum of the collected information bits. The participatory culture transforms various spheres of our experiences. The component of technologically mediated participation gets included in previously lonesome experiences such as reading, listening to music or watching films, of the individualistic character even when placed in a group in a darkened room. The participatory dimension of today's cultural experiences leads to the widening of contacts and communication with others, and the exchange of views and opinions. In the more engaged version, it encourages the transformative work and transition from communication to practical actions. We are also the active members of the participatory culture when, as a result of intense communication activity around some important aesthetic or social issues, we evolve from recipients to creators. This kind of communication practices is not just the rarely realised possibility. As a result of their recurrence, they form a kind of the default setting of the culture user. They are oriented at a longer duration, as they require the effort to maintain communication while calling for perseverance and purposeful pursuit of both individual satisfaction and collective benefits. Satisfactory experience of media participation is stretched in time and cannot be achieved without a lasting cognitive commitment and responsible communication with others. The media users' communicative strategies are aimed not only at passive attending and reception but also at the co-creation of the message and the negotiation of its place in the public sphere. Furthermore, they are also open on the Other, as the prerequisite for successful participation in the constant effort towards understanding others, interpretation of their intentions, and cooperation.

²² A. de Botton, *Lęk o status* [Status Anxiety], Warszawa 2011.

The experiential and participatory reception modes coexist and can complement each other. The possibility of rational, competent and committed communication and the educational potential of the media do exist. At the same time, however, people's receiving dispositions shaped by technology, media systems, and consumer culture favour life in the world of electric eels and mediatised imagination, where sand castles are built of shreds, flashes, transient sensations, and collective sentiments. It definitely changes the conditions for the social distribution of knowledge and civic involvement. It is also, undoubtedly, co-responsible for the current troubles of the liberal democracies, since their predicament clearly results from people's undue belief in the claims of the populists, the spread of fake news and the rise of post-truth, and decline of social trust and empathy. One can parse the technological and financial reasons for which Cambridge Analytica unceremoniously dealt with our private data, and Russian bots prompted people to vote against their own rationally perceived interests. However, this would not be possible without their prior cognitive and emotional grooming.

References

- Ball-Rokeach S.J., DeFleur M.L., *A dependency model of mass-media effects* [in:] *Inter/Media: interpersonal communication in a media world*, ed. G. Gumpert, R.S. Cathart, Oxford 1979, pp. 81–96.
- Ball-Rokeach S.J., *A theory of media power and a theory of media use: different stories, questions, and ways of thinking*, “Mass Communication and Society” 1998, Vol. 1, pp. 50–40.
- Ball-Rokeach, S.J., Jung, J-Y, *The evolution of media system dependency theory* [in:] *Sage handbook of media processes and effects*, ed. R. Nabi, M.B. Oliver, Thousand Oaks 2009, pp. 531–544.
- Ball C., *On dicentization*, “Journal of Linguistic Anthropology” 2014, Vol. 24/2, s. 151–173, <https://anthrosource.onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/jola.12046> [access: 1.07.2018].
- Barber B., *Skonsumowani. Jak rynek psuje dzieci, infantylizuje dorosłych i polyka obywateli* [Consumed: How Markets Corrupt Children, Infantilize Adults, and Swallow Citizens Whole], Warszawa 2008.
- Baudrillard J., *Precesja symulaków* [The Precession of Simulacra] [in:] *Postmodernizm, antologia przekładów* [Postmodernism, the anthology of translations], ed. T. Nycz, Kraków 1996, pp. 175–189.
- Chumley L., *Qualia and ontology: language, semiotics, and materiality; an introduction*, “Signs and Society” 2017, Vol. 5, No. S1, pp. 1–20, <https://www.journals.uchicago.edu/doi/full/10.1086/690190> [access: 1.07.2018].

- Couldry N., *Media w kontekście praktyk. Próba teoretyczna* [Theorising Media as Practice], "Kultura Popularna" 2010, no. 1/27, pp. 96–113.
- Couldry N., *Media, society, world. Social theory and digital media practice*, Cambridge 2012.
- Lowery W., *Media dependency during a large-scale social disruption: The case of September 11*, "Mass Communication & Society" 2004, no. 3, pp. 339–357, doi: 10.1207/s15327825mcs0703_5 [access: 1.07.2018].
- Matei S.A., "Can media system dependency account for social media? Or should communication infrastructure theory take care of it?", "I Think" 27.07. 2010, <http://matei.org/ithink/2010/07/27/from-media-dependency-system-to-communication-infrastructure-theory/comment-page-1/> [access: 1.07.2018].
- Meyrowitz J., *No sense of place: The impact of electronic media on social behavior*, Oxford 1985.
- Morgan M., Shanahan J., *Two decades of cultivation research: an appraisal and meta-analysis*, "Annals of the International Communication Association" 1997, no. 20, pp. 1–45, doi: 10.1080/23808985.1997.11678937 [access: 1.07.2018].
- Morgan M., Shanahan J., Signorelli N., *Yesterday's new cultivation, tomorrow*, "Mass Communication and Society" 2015, Vol. 18 (5), s. 674–699, doi:10.1080/15205436.2015.1072725 [access: 1.07.2018].
- Moscovici S., *Attitudes and opinions*, „Annual Review of Psychology" 1963, Vol. 14, pp. 231–260, <http://www.annualreviews.org/doi/pdf/10.1146/annurev.ps.14.020163.001311> [access: 1.07.2018].
- Newfield D.R., *Transformation, transduction and the transmodal moment*, https://www.academia.edu/30252947/Transformation_transduction_and_the_transmodal_moment [access 1.07.2018].
- The participatory cultures handbook*, ed. A. Delwiche, J. Jacobs Henderson, New York 2013.
- Postman N., *Zabawić się na śmierć: Dyskurs publiczny w epoce show-businessu* [Amusing ourselves to death. Public discourse in age of show business], Warszawa 2006.
- Shatzky T.R., *Social practices: a Wittgensteinian approach to human activity and the social*, New York 1996.
- Shove E., Pantzar M., Watson M., *The dynamics of social practice: everyday life and how it changes*, London 2012.