

Małgorzata Lisowska-Magdziarz

Uniwersytet Jagielloński

Medialne narracje tożsamościowe i stosunek do Innego – problem społeczny i dylemat badawczy

Streszczenie

Koncepcja tak zwanych mediów tożsamościowych nie tylko zmienia rolę i zadania dziennikarza w demokracji, lecz także proponuje przyjęcie zamkniętej wersji patriotyzmu w opozycji do wielokulturowego świata oraz narzuca defensywny i nieufny stosunek do Innego. Różne wcielenia tej koncepcji czynią ją niebezpiecznym zjawiskiem społecznym i interesującym problemem dla badacza. Ten krótki artykuł to wprowadzenie do trzech następujących po nim większych publikacji, podejmujących zagadnienie z różnych punktów widzenia.

Słowa kluczowe: tożsamość, esencjalizm, media tożsamościowe, ksenofobia, patriotyzm.

The “identity media” narrative and the attitudes towards the Other. The social dilemma and the research problem

Abstract

The concept of the so-called identity media does change the role and obligations of the journalism in democracy, and proposes the closed-off version of patriotism as the opposition to the multicultural world. It also imposes the defensive, distrustful attitude towards the Other. Different iterations of this concept make it the dangerous social phenomenon, but also constitute the interesting research problem. The role of this short article is the introduction to ensuing three bigger publications, dealing with the issue from different points of view.

Keywords: identity, essentialism, identity media, xenophobia, patriotism.

Zamieszczone dalej w tym numerze czasopisma „Media Biznes Kultura” trzy teksty dotyczą – choć w bardzo różnych ujęciach – zjawiska, które w ostatnich latach coraz mocniej uwidacznia się w mediach i kulturze popularnej w naszym kraju. Jego rozpowszechnienie sprawia, że musi się ono stać ważnym zagadnieniem badawczym dla medioznawców, a także zapewne kulturoznawców, socjologów i pedagogów. Chodzi mianowicie o rozwój tak zwanej narracji tożsamościowej – w mediach i w rozmaitych obszarach perswazyj politycznej, edukacji, a nawet marketingu.

Dyskurs tożsamościowy, patriotyzm i Inny

Narracja ta proponuje jako dominujący, wyłączny, bezalternatywnie wartościowany dodatnio – jeden, określony model patriotyzmu, powiązany z aksjologicznie wartościującym stosunkiem do tożsamości człowieka i do ewentualnych wysiłków na rzecz jej samodzielnego konstruowania lub modyfikowania. Podstawowym komponentem tej tożsamości, rozumianej esencjalistycznie¹, jako jednorodna, niezbywalna i niezmienna, choć jednocześnie (paradoksalnie) zagrożona przez rozmaite zewnętrzne wpływy kulturalne i polityczne, ma być poczucie związku ze wspólnotą narodową hołdującą tradycji i wartościom konserwatywnym. Szczególnie istotnym aspektem zagadnienia jest relacja pomiędzy tak definiowaną tożsamością, przekonująco i z zapałem proponowaną odbiorcom przez media prawicowe i konserwatywne a wprowadzanymi przez nie do społecznego obiegu definicjami kulturowej różnorodności oraz opisami niebezpiecznego Innego czy Obcego, rozumianego jako ktoś pochodzący z innego kraju, kultury, zbiorowości etnicznej.

Problem stosunku do Innego zawsze był przedmiotem licznych dyskusji i negocjacji, w czym nie ma nic dziwnego, jest to bowiem istotny komponent kształtujący tożsamość kulturową dowolnej zbiorowości. Nasilenie tak zwanego dyskursu tożsamościowego w polskim życiu publicznym w oczywisty sposób jest związane z napływem do Europy uchodźców wojennych i imigrantów politycznych i ekonomicznych. Niewątpliwie też ton i intensywność kontrowersji wokół zagadnienia tożsamość/Inny jest wynikiem świadomego podsycania przez prawicowych polityków, dostrzegających we wzmacnianiu strachu przed imigrantami możliwości manipulowania opinią publiczną, w kształtowaniu zaś zamkniętej, esencjalistycznej wersji tożsamości narodowej – potencjał dla długofalowej inżynierii społecznej.

Media tożsamościowe i ich ideologiczne korzenie

Niemniej należy zauważyć, że termin „media tożsamościowe” w takim rozumieniu, jakie promują dziś prawicowe media w Polsce, jest sam w sobie pewnego rodzaju terminologicznym nadużyciem. Wywiedziony został przez dziennikarzy prawicowych mediów z wpisu blogowego Pawła Lisickiego „Dekalog redaktora”². Lisicki sam nie użył tego terminu, opowiedział się jednak jako zwolennik poglądu, że zadaniem mediów – jednym z głównych, jeśli nie wyłącznym – jest budowanie przywiązania do tradycji oraz poczucia tożsamości narodowej. Oparł to przekonanie na opisie świata jako obszaru dwóch niemożliwych do pogodzenia, ścierających się sił – zwolenników (negatywnie wartościowanego) postępu i (pozytywnych, lecz zagrożonych) tradycji, wartości konserwatywnych, wspólnoty opartej na przynależności narodowej.

¹ Por. S. Hall, *Cultural identity and diaspora* [w:] *Colonial Discourse & Postcolonial Theory: A Reader*, red. P. Williams, L. Chrisman, Routledge, New York 1993, s. 223 i dalsze.

² P. Lisicki, Dekalog redaktora, <https://wszystkoconajwazniejsze.pl/pawel-lisicki-dekalog/> (dostęp: 15.04.2018).

O ile Lisicki unikał potem jednoznacznego powiązania swojej koncepcji z którąkolwiek partią, o tyle dziennikarze prawnicy, którzy kontynuują jego myśl, nadali jej wyraźnie polityczny wymiar i rozwinęli na jej podłożu cały dyskurs, dość poręczny i czytelnie objaśniający współczesny świat i jego napięcia. Zbudowali także koncepcję funkcjonowania mediów polskich w tym świecie oraz zadań, jakie powinny być stawiane dyskursowi dziennikarskiemu, zdecydowanie zresztą odmienną od koncepcji mediów funkcjonującej w większości krajów demokracji liberalnej oraz wpisanej do Prawa prasowego i innych deontologicznych dokumentów dotyczących profesji. Używana przez media prawnicowe (implikowana, ale czytelna) definicja mediów tożsamościowych, którą można odtworzyć z wypowiedzi dziennikarzy, a także treści publikacji zakłada, że najważniejszym składnikiem tożsamości ludzkiej jest przynależność narodowa; że tożsamości ludzkie są nieodwołalnie przywiązane do tożsamości etnicznej i niezmiennie; że próba zmiany tożsamości jest godna potępienia, przymus zachowania trwałej tożsamości narodowej jest natomiast obowiązkiem o charakterze moralnym; że zbiorowa tożsamość jest nadrzędna w stosunku do indywidualnych; oraz że tak rozumianej tożsamości należy bronić zarówno przed kontaktem z tożsamościami odmiennymi, jak przed zmianami, jak wreszcie – co może najważniejsze – przed autorefleksją, renegocjowaniem komponentów tożsamości, dyskusją nad jej negatywnymi aspektami czy też przed krytyką z zewnątrz. Takie podejście do tożsamości utożsamia ją z jednoznacznie rozumianym, konserwatywnym i unikającym krytyki patriotyzmem z bardziej lub mniej widocznymi, lecz stale obecnymi komponentami ksenofobicznymi.

Dyskurs tożsamościowy i „tożsamość – brzytwą”

Napięcie pomiędzy potrzebą zachowania własnej tożsamości kulturowej a potencjalnym wpływem Innego może być w świecie współczesnym rozwiązywane na różne sposoby. W duchu imperialistycznym, gdy przyjmuje się, że Inny to zawsze obcy i gorszy, trzeba zmusić do akceptacji „naszej” kultury, przyjęcia i zinternalizowania jej wartości i stylu życia bezalternatywnego; w wersji ekstremalnej może to nawet zakładać podporządkowanie obcego za pomocą środków siłowych. Bądź też w wariacie defensywnym: wychodząc od założenia, że przed Innym/obcym trzeba swojej kultury bronić, ponieważ jest on zagrożeniem dla tożsamości własnej kultury, jej zwyczajów, wartości, stylu życia. Obrona może mieć charakter aktywny lub ucieczkowy/izolacyjny: ponieważ Inny/Obcy jest postrzegany jako zagrożenie, ważne okazują się środki, umożliwiające już nie tylko obronę własnej tożsamości w kontakcie z Innym, lecz także izolację od jego propozycji. Wreszcie, postawa międzykulturowa, w ramach której Innego/obcego traktuje się jako potencjalne źródło interesującej wiedzy, być może atrakcyjnych wzorców estetycznych, interesujących narracji, na nowo ujmujących ważne wartości, wreszcie – lustro dla własnej kultury, w którym odbijają się zarówno jej zalety, jak i kontrowersje oraz braki.

Dyskurs tożsamościowy wymaga rozumienia patriotyzmu w sposób ekskluzywny, do Innego podchodzi zatem z pozycji obronnych albo izolacyjnych. Media tożsamościowe

stają się zaś głównymi nośnikami tego typu dyskursu i narzędziem wychowania obywateli do tego typu myślenia o własnej odrębności. Ponieważ zaś patriotyzm i wykluczenie Innego są tutaj nieodwołalnie połączone z wartościami konserwatywnymi, okazują też wrogość w stosunku do szerzej rozumianej koncepcji konstruowania tożsamości jako procesu, w którym człowiek zmienia się, negocjuje najważniejsze wartości, wybiera, z jakich komponent chce budować indywidualną tożsamość własną. Nie dopuszczają zatem myślenia o płci, rasie czy nawet religii w sposób inny niż esencjalistyczny. Postulują waloryzację i wzmacnianie, a także pracę nad ukształtowaniem u obywateli tego typu autoidentyfikacji, którą polski kulturoznawca Tadeusz Miczka nazywa tożsamością – brzytwą³, w imię integralności i obrony przed inwazją Innego odcinającą możliwość włączenia nowych elementów czy nawet renegocjowania przyjętych definicji podstawowych wartości.

O ile media tożsamościowe definiują siebie same jako strażników tego typu myślenia o tożsamości i etycznych zobowiązaniach człowieka, o tyle jednocześnie postulują poddanie tego typu zobowiązaniom także innych sfer komunikacji społecznej, w imię „walki” czy „wojny” z innymi sposobami rozmiękania przynależności i tożsamości. Stąd postulaty – i realizacja – polityki tożsamościowej w obszarze edukacji (programy szkolne, manipulacja listą lektur), zwłaszcza historycznej i literackiej, popularyzacji wiedzy (muzea, wystawy, propagandowo nastawione publikacje popularnonaukowe, „patriotyczne” wydarzenia, święta i obchody), władzy politycznej i ustalania agendy społecznej (wypowiedzi polityków, programy polityczne, propaganda wyborcza), kultury (próby stworzenia tożsamościowego filmu czy literatury lub kooptowania do tych celów istniejących dzieł), wreszcie, życia codziennego. Niewątpliwie zainteresowanie części użytkowników, zwłaszcza młodszych oraz mniej historycznie i społecznie wyedukowanych pozwala też na kapitalizowanie na „dyskursie tożsamościowym” i niechęci do Innego/Obcego rynkowi produktów tożsamościowych – mnożą się firmy oferujące produkty służące do manifestacji tego typu tożsamości, wzmacniania wspierającej ją narracji historycznej, a także ekspresji wrogości w stosunku do obcych.

Badacze, których prace składają się na klasyczny już dzisiaj zbiór *The Question of Cultural Identity*⁴ pod redakcją Stuarta Halla i Paula du Gaya, wskazują na pięć podstawowych obszarów, w których dokonuje się kształtowanie i wzmacnianie poczucia ekskluzywnej oraz wykluczającej tożsamości narodowej – i piszą o kluczowej roli edukacji, mediów masowych i intelektualistów w jej forsowaniu. To mity założycielskie, narracje o esencjalistycznie rozumianym, jednolitym i zwartym narodzie, mity o tak zwanym narodowym charakterze, opowieści o ludowych źródłach narodu oraz sfera konstruowanych tradycji, świąt i rytuałów. Polityka tożsamościowa, z jaką mamy obecnie do czynienia, oraz wspierający ją dyskurs medialny wpisują się bardzo czytelnie w ten właśnie schemat.

³ T. Miczka, *O zmianie zachowań komunikacyjnych. Konsumenci w nowych sytuacjach audiowizualnych*, Księgarnia Świętego Jacka, Katowice 2001.

⁴ *Question of Cultural Identity*, red. S. Hall, P. du Gay, Sage, London 1992. Także: S. Hall, *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*, Sage, London 1997.

Analiza mediów tożsamościowych a zobowiązania medioznawcy

Stąd różnorodność ujęć w analizach, prezentowanych w tych trzech tekstach, które stanowią mają w założeniu jedynie początek szerzej pojmowanego programu badawczego, używającego rozmaitych metodologii i zestawów technik badawczych. Zjawisko to znajduje bowiem swoje odbicia nie tylko w treści, lecz także w całej proponowanej przez media tożsamościowej zmianie rozumienia funkcji i zobowiązań etycznych dziennikarza. O tym zagadnieniu traktuje tekst Rafała Wietoszki pt. *Ideologiczne narracje tożsamościowe w mediach – wymiar informacyjny i konsekwencje ekonomiczne*. Agnieszka Całek zaś w artykule *Wojciech Tochman – społeczny rzecznik uchodźców. Zapiski z obserwacji netnograficznej* podejmuje kwestię reprezentacji Innego w mediach. Przypatruje się też pracy dziennikarza, próbującego odwrócić za pomocą własnych wysiłków ten trend w postrzeganiu inności i obcości kulturowej jako bądź to kłopotliwego problemu politycznego, bądź jako niebezpieczeństwa, zagrożenia, problemu. Wpływ i nośność narracji tożsamościowej zostają skomercjalizowane. Sfera konsumpcyjna, paradoksalnie, jednocześnie korzysta z tej popularności, jak również wzmacnia jej obecność w dyskursie publicznym. Pisze o tym Sławomir Doległo w artykule *Patriotyzm konfekcyjny, czyli jak kochać ojczyznę, mieszkając w globalnej wiosce* traktującym o modzie na ubrania ze znakami „tożsamościowymi” i jej implikacjach politycznych, ekonomicznych i edukacyjnych.

Dlaczego tak zwana polityka tożsamościowa i jej medialne wcielenia są ważne i niepokojące? Czy nie wystarczy zdyskredytowanie tego trendu jako niegroźnej czkawki czy bólów wzrostowych w społeczeństwie, które nie przeszło jeszcze w pełni procesów modernizacyjnych i transformacji systemowej?

Dyskurs tożsamościowy prowadzi do wzmacniania poczucia strachu i niepokoju, potencjalnej agresji oraz obniżania poziomu zaufania w społeczeństwie, w oczywisty sposób bowiem jest oparty na legitymizacji strachu przed (kimkolwiek) innym czy i obcym oraz na stereotypach o rozmaitych obcych czy groźnych zbiorowościach i zjawiskach potencjalnie zagrażających poczuciu tożsamości narodowej. Prowadzi do wykrzywienia obrazu rzeczywistości, w dłuższym wymiarze zaś do obniżenia jakości i zmniejszenia pluralizmu dyskursu publicznego. Współgra w tym z tendencjami do lekceważenia i pomijania wiedzy naukowej (które, jak już wiemy, zdążyły doprowadzić do ukształtowania tak zwanej wiedzy potocznej, społecznościowo formułowanej, jako podstawy pod kolportowanie nieprawd i tak zwanej postprawdy). Przez dehumanizację i budzenie obaw przed (jakimkolwiek) Innym, współgra z obniżeniem empatii w społeczeństwie w ogóle. Wiadomo nie od dziś, że nacjonalizmy i agresja w stosunku do Innego wzrastają zawsze w warunkach intensywnych przemian kulturowych i społecznych. To być może jedna z przyczyn tłumaczących popularność dyskursu ksenofobicznego i tożsamościowego. Jednakże nie należy zapominać, że jest on zwykle wzmacniany z powodu związanych z nim korzyści ekonomicznych i politycznych, i prowadzi do tak zwanego nacjonalizmu banalnego – zinstytucjonalizowanego i upaństwowionego – którego skutki

Małgorzata Lisowska-Magdziarz

dla mentalności, poziomu społecznego zaufania i zdolności funkcjonowania dowolnego społeczeństwa we współpracy z innymi w wielokulturowym świecie mogą być znacznie dłuższe niż korzyści z doraźnego używania kategorii tożsamości narodowej dla celów wygranej politycznej czy zwiększenia dochodów firm.

Bibliografia

Hall S., *Cultural identity and diaspora* [w:] *Colonial Discourse & Postcolonial Theory: A Reader*, red. P. Williams, L. Chrisman, Routledge, New York 1993, s. 222–237.

Hall S., *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*, Sage, London 1997.

Lisicki P., Dekalog redaktora, <https://wszystkoconajwazniejsze.pl/pawel-lisicki-dekalog/> (dostęp: 15.04.2018).

Miczka T., *O zmianie zachowań komunikacyjnych. Konsumenci w nowych sytuacjach audiowizualnych*, Księgarnia Świętego Jacka, Katowice 2001.

Question of Cultural Identity, red. S. Hall, P. du Gay, Sage, London 1992.