

You have downloaded a document from



The Central and Eastern European Online Library

The joined archive of hundreds of Central-, East- and South-East-European publishers, research institutes, and various content providers

Source: Anthropos?

Anthropos?

Location: Poland

Author(s): Adam Regiewicz

Title: Wywłaszczeni z miejsca. O audiowizualności miasta i problemach z tożsamością jego mieszkańców na początku XXI w.
Dispossessed of their place. About the audio-visibility of a town and the problems with the identity of its inhabitants at the beginning of the XXI century

Issue: 24/2015

Citation style: Adam Regiewicz. "Wywłaszczeni z miejsca. O audiowizualności miasta i problemach z tożsamością jego mieszkańców na początku XXI w.". Anthropos? 24:10-21.

<https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=355067>

Adam Regiewicz

Wywłaszczeni z miejsca. O audiowizualności miasta i problemach z tożsamością jego mieszkańców na początku XXI w.

Bohater filmu Wima Wendersa *Jak daleko, jak blisko* - Cassiel, egzystujący w świecie opanowanym rozumowaniem zmysłowym, mówi: "My ludzie jesteśmy skazani na to, co widzimy (...) To okropne. Czego nie widać, tego nie ma. Oto nasza wiara. Wierzymy tylko w świat widzialny i kropka"^[1]. Oto świat, w którym oko stanowi centrum. Myślenie nadające pierwszeństwo zmysłowi wzroku zapoczątkowane zostało odkryciem perspektywy centralnej. Berger pisze: "Widzenie poprzedza słowa. Dziecko patrzy i rozpoznaje, zanim nauczy się mówić. Widzenie jednak poprzedza słowa w innym sensie. To widzenie ustala nasze miejsce w otaczającym świecie"^[2].

Pierwsza przechadzka

Przyjmując tę antropologiczną perspektywę, przechadzam się po mieście, które ma stać się dla mnie przestrzenią oswojoną - po Częstochowie. Niczym *flâneur*, stąпам powoli, bez wyraźnego pośpiechu, chłonąc każde wrażenie, przystając tu i ówdzie. Nie tyle słyszę gwar ulicznego życia, ile odbieram coraz to nowe doświadczenia wzrokowe. Szyldy, wystawy sklepowe, billboardy, afisze na słupach ogłoszeniowych, ruchome plandeki reklamowe każą gonić za nimi, odciągają moje spojrzenie od swoich poprzedników, każda kolejna płaszczyzna walczy o moją uwagę. Obrazy nawarstwiają się, tworzą niezwykle barwną ikonosferę przestrzeni miejskiej. Przechodząc kolejny raz tą samą ulicą rozpoznaję już znajomy plakat z Mariuszem Pudzianowskim reklamujący mijany sklep z akcesoriami sportowymi, już wiem, że za kilka kroków powita mnie czerwony szyld przydrożnego bufetu, a przy skrzyżowaniu będzie na mnie czekał źle zaparkowany Fiat 126p z reklamą internetowej kwaciarni.

A jednak od samego początku czuję, że coś jest nie tak. Od wyjścia z pociągu nie opuszcza mnie wrażenie, że rozpoznaję to miejsce, które powinno być mi obce. Takie

antropologiczne *deja vu*. Idę po raz pierwszy ulicami, którymi już szedłem, zatrzymuję się przy wystawach, które już oglądałem, wzór kostki brukowej pod stopami też jakby znajomy. I te ekrany^[3], górujące nad ścianami zarówno fizycznie, jak i wizualnie, stają się tak zwyczajnie znajome, rozpoznawalne, bliskie.

Jako pierwsze uwagę przyciągają olbrzymie monitory wideo - telebimy umieszczone na dachach niższej zabudowy bungalowowej. Już dawno wpisały się one w ikonografię miejską, stając się konstytutywnym elementem plastyki miejskiej. Stają się swoistymi freskami i rzeźbami świetlnymi, obrazo-bryłami^[4]. Niektóre z nich emitują w czasie rzeczywistym przekaz telewizyjny, inne zapętloną serię przekazów reklamowych. Czasem przyjmują funkcję fasad medialnych, które poprzez swą transparentność dają wgląd do wnętrza budowli, a równocześnie pozwalają osobom w środku obserwować otoczenie. Przestrzeń miejska dzięki fasadom wypełnia się wielogłosowym dyskursem treści tychże fasad. Widzowie - przechodnie znajdują się tym samym w interfejsie w punkcie styku świata rzeczywistego i obrazowego, bowiem ekrany przydają emisji temu, co realne, charakteru imaginatywnego. Ekran jako znak oznacza miejsce wydobywania na jaw światłoo obrazu, ale ekran monitora deleguje swą znakowość na świetlne fantomy, zaciera zatem granice między powierzchnią projekcji a samą treścią projekcji, stając się - jak zauważa Andrzej Gwóźdź - "przestrzenią reprezentacji".^[5] Wzrok przechodnia utożsamia emitowany obraz z samym ekranem, a obraz monitorowy pozostaje "obrazo-bryłą", przedmiotem-designem wypełniającym przestrzeń samą instalacją - wszak ekrany przyciągają uwagę nawet, kiedy nic na nich nie ma.

Duże, szerokie ekrany pozostają zawsze duże i szerokie bez względu na to, jaki pojawi się na nich obraz, a nawet wtedy, kiedy nie ma na nich żadnego obrazu. Nowy zakup prezentuje się dobrze, nawet bez włączenia odbiornika^[6].

W nowej rzeczywistości zmedializowanej monitor wideo nie rości sobie już prawa do tworzenia iluzji rzeczywistości, on zawsze jest tym, co tę rzeczywistość sytuuje obok tej pierwszej, co powoduje zdaniem Paul Virilio, że "dawna linia horyzontu kurczy się do ram ekranu, a elektro-optyka wypiera optykę naszych okularów"^[7]. Jednak w przeciwieństwie do rzeczywistości pierwotnej, widzenie monitora opiera się wyłącznie na logice fragmentacji i czasie teraźniejszym.

Podążając tropem monitorów, wzrok miejskiego turysty biegnie ku innym płaszczyznom projekcyjnym: plazmowym ekranom w napotkanym McDonald'sie, monitorom

w salonie gier, ekranom bankomatów i nawigatorów samochodowych, mini-monitorom przypiętym do zagłówków w vanach, mobilnym ekranom laptopów, minidisplayom: ekranom telefonów komórkowych, odtwarzaczy mp4; ciekłokrystalicznym ekranom przenośnych kamkorderów itp. Ta miniaturyzacja ekranów wywołuje oczywiste skojarzenia z komputerowymi oknami, wyskakującymi w monitorze. Ekranu nieustannie się przekształcają, pojawiają w nowych miejscach i w nowych formach. Ich wielość, swoisty natłok sytuuje przechodnia jako zappera wędrującego po obrazach-fiszkach, ślizgającego się po powierzchni znaczenia, odbierającego rzeczywistość fragmentarycznie, wręcz klipowo^[8]. Poza właściwościami opisanymi wyżej, wymienione tu w większości ekrany mają charakter interaktywny - można je dotykać i w ten sposób zmieniać ich zawartość. Tym samym uczestnik przestrzeni miejskiej ma wpływ na projektowanie treści oglądanych obrazów czy to poprzez ekran dotykowy napotkanego bankomatu, czy poprzez wirtualny spacer po swojej mp4, czy wreszcie dzięki telefonom komórkowym projektowanie treści wyświetlanych informacji i obrazów na fasadach interaktywnych. Z drugiej strony ekrany kultury medialnej zezwalają na wkroczenie sfery publicznej w prywatność przechodnia, który przed nimi nie może uciec wzrokiem.

Monitory towarzyszą mojemu spojrzeniu, oglądowi, rozpoznaniu miasta, dlatego czuję się zarazem swojsko, tożsamy z płaszczyzną ekranów, które napotykam, jak i nieswojo, bowiem doświadczana przeze mnie przestrzeń jest poniekąd obca, choć dobrze znana.

Kultura ekranów

Rozświetlając przestrzeń na kształt architektury światła, ekrany konstytuują na nowo przestrzeń miejską. Paul Virilio zauważa, że ekrany sprawiają, że następuje "zanik miejsc przedstawiania i projekcji", bowiem wszystko dziś staje się ekranem^[9]. Napotykane miejsca, znaczące, te wyjątkowe, charakterystyczne dla postrzegania i rozumienia swojskości miasta przenikają się z dużymi i małymi ekranami świetlnymi. Różnice między obrazami tradycyjnymi a obrazami technicznymi dostrzega Vilém Flusser:

Uniwersum tradycyjnych obrazów składa się ze ścian. Ściany te (zarówno ściany jaskiń, jak i mieszkań) mają zostać wypełnione obrazami, odzwierciedlającymi pewne okoliczności, na przykład byki albo cesarza Franciszka Józefa. Znaczący to, iż na ścianie mają zostać uwidocznione znaczenia *byka* i *cesarza*. (...) Obrazy na ścianach przenoszą znaczenie na powierzchnię, *wyjaśniają*. Uniwersum obrazów technicznych natomiast nie

dysponuje żadnym obiektywnym podłożem (...). Chodzi o obrazy rzutowane w *puszkę*, w *pole*. I jeśli obrazy te okazują byki lub cesarza Franciszka Józefa to po to, by nadać sens owej *puszce*, owemu *polu*, w którym przyszło nam żyć^[10].

Jeśli zatem obrazy tradycyjne odnoszą do znaczenia wpisanego w konkretną przestrzeń, określając tym samym tożsamość, o tyle ekrany świetlne są wypełnieniem przestrzeni przypadkowym znaczeniem, nie odnosząc do niczego poza sobą, mówiąc językiem McLuhana - przekaźnik staje się przekazem.

Warto zatrzymać się na chwilę przy ekranach jako nośnikach znaczeń i tożsamości. Jak już wcześniej pisałem, obraz ekranu jest tekstem alternatywnym wobec pierwszej rzeczywistości. Hiperrzeczywistość obrazu ekranowego i realność stają się przestrzeniami wymiennymi: realny świat zostaje odesłany do świetlnej hiperrealności, tym samym jego prawdziwość zostaje podważona. Obraz symulowany jest percypowany bardziej taktylnie niż wzrokowo^[11], a zetknięcie oka z monitorem powołuje nowy rodzaj poczucia przestrzeni. Obraz ekranu staje się prymarny wobec świata, tak jak mapa powołuje do istnienia terytorium. Kategoria przestrzeni miejskiej staje się zatem przedmiotem gry, która toczy się w uniwersum obrazów, jak powie Jacques Derrida - to *signifiants* obrazowe są jedyną instancją powołującą przestrzeń.^[12] Jednak *signifiants* ekranów jest powtarzalne, dlatego też powstająca na ich podstawie przestrzeń będzie także powtarzalna, wielokrotnie odtwarzana w różnych momentach topograficznych miasta.

W efekcie ekran nie angażuje przechodnia. Jego elektroniczny obraz - to charakterystyczne migotanie monitora, nazywane często "obrazem zerowym" - pozbawiony jest śladów światła. Więcej nawet, przestaje łączyć rzeczy z ich obrazami, jak robił to jeszcze obraz kinematograficzny, znosząc istotę re-prezentacji i podważając zasadność procesu ontologizacji^[13]. Unieważnia on także zasadę osvajania światła w funkcji rzeczy odnajdywanej we *wnętrzu* obrazu, bowiem go zwyczajnie nie posiada. Elektroniczny obraz zostaje uwolniony od wszelkich emocji, a także wszelkich zahamowań. Ten brak zaangażowania odbiorcy wrażeń miejskich staje się aż nadto widoczny w różnego rodzaju *performance'ach* multimedialnych, wykorzystujących architekturę miejską jako przestrzeń projekcji czy ekran, które na krótki czas stają się fasadami medialnymi. Jednocześnie krótkotrwały charakter wydarzenia i jego tymczasowość nie pozwalają na budowanie relacji między uczestnikiem a obrazem^[14].

Jeszcze inny trop ekranu prowadzi ku kulturowemu zjawisku natychmiastowości, które wyraża się poprzez technikę, proponującą współczesnemu człowiekowi produkty, ułatwiające szybki dostęp do tego, czego pragnie. Pierwowzorem takiego urządzenia jest

wideo, które pozwoliło odbiorcy szybko odnaleźć upragniony fragment. Rozwój technologii, przynoszący rozwiązanie w postaci dvd, umożliwił jeszcze szybszy i natychmiastowy dostęp do konkretnych sekwencji czy poszukiwanych scen, bez zbędnego czasu zmarnowanego na przewijanie taśmy. Nowe urządzenia cyfrowe tylko przyspieszyły zapoczątkowane procesy, odpowiadając na zapotrzebowanie człowieka w kwestii szybkości pochłaniania wrażeń, a zarazem biorąc udział w kreowaniu kultury szybkości i pośpiechu. Świat pod wpływem elektryczności zaczął się kurczyć, co doprowadziło do intensyfikacji przeżyć i sensualnego zaangażowania w życie^[15]. Takiej postawie bezpośredniego przeżywania sprzyja rozwój technologii cyfrowej, która pozwala każdemu w dowolnym czasie (w domyśle: szybko) doświadczać wrażeń wizualnych (aparaty cyfrowe) czy fonicznych (odtwarzacze MP3, discmany, walkmany) czy audiowizualnych (odtwarzacze MP4, kamkordery, palmtopy, urządzenia telekomunikacyjne).

Opisaną tu postawę można scharakteryzować za Gerhardem Schulze jako "nastawioną na poszukiwanie przeżyć" (*Erlebnisgesellschaft*)^[16]. Termin ten wskazuje na zmianę zasad konsumowania - z posiadania przedmiotów, czy wykonywania bądź bycia obiektem jakichś działań na przeżycia. Przedmiot, działanie, uczestniczenie jest zatem oceniane pod kątem ilości oraz jakości przeżyć, które uczestnik kultury miejskiej może generować. To rodzaj *permanentnego nasywania się*, czemu towarzyszy poszukiwanie nowych doświadczeń, nowych bodźców, obrazów, ekranów, które w rzeczywistości nie sycą. Obrazów jest ciągle więcej i dostarczane są w coraz większych ilościach, szybciej i w sposób zwielokrotniony dzięki mnogości ekranów. Szybkość transmisji oraz ich wielość powodują swoistą interferencję przestrzenną, a w konsekwencji powstanie nowej, asemantycznej przestrzeni, a co za tym idzie, zrywają związek obrazo-ekranu z fizycznym umiejscowieniem. Wspomina o tym Joshua Meyrowitz, który zauważa, że mamy do czynienia w tym przypadku z kreowaniem nowych wspólnot, dla których niezmiernie ważne stają się przestrzenie transmisji łączące grupy wokół wspólnego doświadczenia przekazu audiowizualnego w procesie kulturowej homogenizacji^[17]. Dzięki obrazom ekranowym tworzy się nowa wspólnota miejska, obejmująca zarówno mieszkańców, omiatających codziennie wzrokiem napotykanne ekrany, jak i przypadkowych turystów, których doświadczenie audiowizualne miasta pozwala na oswojenie obcej przestrzeni. Znika to, co lokalne na rzecz teleprzestrzeni. Idąc tropem Gerarda Ruela, można by podsumować, że w miejsce degradacji poczucia wspólnoty opartej na więzi przestrzennej (o czym świadczy proces de-lokalizacji), pojawia się więź oparta na sieci teletransmisji^[18].

Można zatem na różnych poziomach odczytań dostrzec zależność tożsamości miejsca od obecności ekranu i powtórzyć za Michaeliem Watsonem, że relacje przestrzenne oznaczają relacje wobec człowieka^[19].

Człowiek ekranów w nie-miejscu

Powyższa konstatacja prowadzi nas nieuchronnie do pytania o lokalizm, zdefiniowany i opisany przez Alvina Tofflera^[20]. W swoich badaniach zwrócił on uwagę na proces zaniku pozytywnego stosunku do uniformizacji na rzecz różnorodności i tożsamości. Podobnego zdania jest inny badacz - Peter F. Drucker, który zauważył rosnące znaczenie dla człowieka tego, co lokalne w życiu społecznym i gospodarczym. Według tego amerykańskiego twórcy nowoczesnego marketingu ludzie chociaż w większym stopniu żyją w świecie transnarodowym, to wciąż odczuwają potrzebę przynależności do struktur lokalnych.^[21] Z drugiej strony nie można pominąć zupełnie odmiennej koncepcji na temat tożsamości lokalnej, którą formułuje Zygmunt Bauman. Opisując zjawisko globalizacji, zauważa przenikanie się tego, co globalne, z tym, co lokalne. Pisze on:

Globalizacja w równym stopniu dzieli i jednoczy, a przyczyny podziału świata są takie same jak czynniki pobudzające do jego uniformizacji. Kiedy biznes, finanse i handel nabierają wymiaru planetarnego, a przepływ informacji odbywa się na skalę ogólnoświatową, zaczyna działać proces "lokalizacji" (...) To, co jednym jawi się jako globalizacja, dla innych oznacza lokalizację; co niektórym ludziom zwiastuje nową swobodę, na wielu innych spada jak bezlitosny wyrok przeznaczenia. (...) Niektórzy z nas stają się ludźmi w pełni "globalnymi", podczas gdy inni tkwią w swej "lokalności", co w świecie, w którym "ludzie globalni" nadają ton i ustalają reguły gry, nie jest położeniem przyjemnym ani nawet znośnym. W zglobalizowanym świecie lokalność jest [więc] oznaką społecznego upośledzenia i degradacji (...)^[22].

Rozwijając opozycję globalne - lokalne, Zygmunt Bauman konstruuje inne opozycje znaczeń obecności w przestrzeni miejskiej: anonimowość - imiennosc, władza - odpowiedzialność, bycie w podróży - zakorzenienie, kłacze - *axis mundi* itd. Jednej z przyczyn oddzielenia od siebie ludzi globalnych od ludzi *skazanych* na lokalną egzystencję autor *Globalizacji* doszukuje się we wszechobecności technologii informacyjnych^[23]. Rewolucja mikroelektryczna przeobraża cały świat, ale przede wszystkim miasto z jego najgęstsza siecią komunikacji, przepływów symbolicznych i materialnych.

Rozważając oba stanowiska, można zauważyć, że perspektywa lokalizmu, jak i globalizmu zasadza się na opozycji znaczeń elementów przestrzennych tzw. przestrzeni symbolicznej i konstruowaniu tożsamości, w które wpisany jest współczesny uczestnik miasta. Jeśli jest on uzasadniony w odniesieniu do stałych obiektów architektonicznych i zjawisk społeczno-gospodarczych z nimi związanych, o tyle przyglądając się zjawisku ekranów, wyżej wskazana opozycja nie ma racji bytu, gdyż - jak już wspomniałem - obrazomonitor znosi kategorie czasu i przestrzeni. Przestrzeń realna przeplata się z wirtualną, następuje fuzja przestrzeni mediów i przestrzeni fizycznej, rzeczywistość koegzystuje z hiperrzeczywistością, zanikają tradycyjne relacje w komunikacji społecznej, co wynika z nałożenia nowych technologii infokomunikacyjnych na zastane sieci społeczne^[24].

Aby zilustrować tę kwestię można przywołać opis centrum handlowego Jeana Baudrillarda, według którego "hiperprzestrzeń towarów, gdzie pod wieloma względami wytwarza się nowe społecznienie"^[25], wyznacza nowy sposób funkcjonowania człowieka wobec przestrzeni. To mallowe miasto konsumpcji, ze swoimi ulicami, kinami, barami, sklepami, ławkami i drzewkami przyjmuje zarówno tubylców, jak i przyjezdnych, zakorzenionych i przypadkowych turystów, nadając im na chwilę nową tożsamość na podstawie dokonywanych zakupów zgodnie z filozofią konsumeryzmu: "Kupuję, więc jestem". Centrum handlowe dzięki Internetowi i sieci powiązanych ze sobą ekranów zyskuje jeszcze dodatkowe znaczenie.

Kupowanie bez przekraczania progu sklepu, prześlizgiwanie się przez elektroniczne sklepy niczym na ruchomych schodach oznacza wejście do wirtualnego centrum handlowego przez okno komputera^[26].

W rzeczywistości nowych mediów to, co lokalne, staje się globalne, to, co globalne zaś - lokalne. Rozmywają się granice, nie tylko w rozumieniu organizacji przestrzennej, co zostało scharakteryzowane w sieciowej koncepcji społeczeństwa informatycznego, ale także na płaszczyźnie ontologicznej.

W refleksji nad antropologią przestrzeni coraz częściej mówi się o deterytorializacji jako procesu *odkotwiczania* się poszczególnych elementów kulturowych czy nawet całych systemów od geograficznie rozumianych miejsc, do których dotychczas były przypisane i swobodne ich dryfowanie. Jej siłę napędową stanowią dwa procesy: migracja oraz ekspansja mass mediów w ramach przepływu obrazów.^[27] Dzięki tym dwóm procesom dokonuje się transmisja lokalnych elementów kultury do skali światowej, a doświadczenie lokalne zostaje

wypierane przez światowe, wymazując zjawisko tubylczości. Jednak w deterytorializacji nie tyle chodzi o homogenizację kultur, ile o *odkotwiczenie* jego kulturowego doświadczenia z jego tradycyjnych lokalnych portów. Transmisja *zewnętrzności* w to, co lokalne, wdzieranie się odległych wydarzeń do sfery codziennych doświadczeń osłabiają poczucie tożsamości, wywołując w mieszkańcu uczucie dystansu. To zjawisko doskonale konstataje fraza o *końcu geografii* Richarda O'Briena, który ukazuje konsekwencje dla człowieka takiego przestrzennego upłynniania mas ludzkich i kultur.^[28] Im głębiej sięga demontaż geografii rozumianej jako naturalna baza kultur, tym poważniejszej reorientacji wymaga tożsamość mieszkańca *zdemontowanego* środowiska. Oczywiście, analizując liczne wypowiedzi z zakresu geografii humanistycznej można odnieść wręcz przeciwne wrażenie, że oto następuje renesans myślenia geograficznego, o czym świadczą nie tylko wszelkie zwroty przestrzenne i topograficzne w badaniach kulturowych, ale także odzyskiwanie znaczenia miasta w wymiarze ekonomicznym czy antropologicznym. Jednak nowe rozumienie miasta jako "produktu" społecznych relacji "rozciągniętych" w czasie i przestrzeni, a zatem miejsca-przejęcia^[29], dynamicznie się zmieniającego ze względu na otaczający je kontekst kulturowy nie znosi bynajmniej konstatacji O'Briena. Wręcz przeciwnie, podporządkowanie przestrzeni miejskiej nowym celom i funkcjom ekonomicznym, politycznym, gospodarczym itp. prowadzi w pewien sposób do jej utowarowienia, a towarzyszące temu zjawiska utylitaryzmu i pragmatyzmu zrywają ze społecznymi kulturowymi więzami danych miejsc. Ekran w mieście stają się zatem sprzymierzeńcami zarówno opisanej praktyki rozhermetyzowania miejsc i otwarcia ich na różnorodność multiplikowaną za pomocą obrazów, jak i sposobem na integrowanie środowiska miejskiego wokół przestrzeni rozrywki generowanej właśnie za pomocą *architainment* - "bryło-obrazów"^[30].

Fasady zbudowane z autoobrazów i należące do różnych państw narodowych pokazują dobitnie, w jaki sposób lokalność traci ontologiczne zakotwiczenie w konkretnych miejscach, podmywana przez translokalne reguły wytwarzania »narodowej fasady«. Pytanie o status ontologiczny miejsc, które docierają do nas tylko jako obrazy i nie mogą być "centrami cielesnej aktywności"^[31].

W efekcie kontekst, miejsce i środowisko ulegają procesom marginalizacji, funkcjonując na obrzeżach myślenia o miejscu jako *loci*.

Charakteryzując sieciową organizację przestrzenną w porównaniu z tradycyjną organizacją terytorialną, Bohdan Jałowiecki do cech tejże organizacji sieciowej zalicza połączenia zamiast dotychczasowych granic, rozproszenie i oddzielenie zamiast dotychczasowej zwartości i ciągłości, terytorialne otwarcie zamiast dotychczasowego zamknięcia i zasady nie przenikania do wnętrza, elastyczność i krótkotrwałość zamiast dotychczasowej stałości, sztywności i autochtoniczności, niewrażliwość na dystans i wszechobecność zamiast dotychczasowej bliskości i więzów lokalizacyjnych, odterytorializowanie elementów rodzimych i zagranicznych zamiast dotychczasowej dychotomii rodzimy-zagraniczny, więzi poziome zamiast dotychczasowej hierarchii terytorialnej, dominacji wielkości i więzi pionowych.^[32] Powstaje nowy typ społeczności - przednowoczesną wspólnotę i nowoczesne zrzeszenie zastępuje dziś ponowoczesny typ społeczności sieciowej, skoncentrowany wokół jednostki.

To, co widoczne jest już na poziomie struktury społecznej, dotyka także kwestii egzystencjalnej. Granicami przestrzeni symbolicznej są granice *ja*, tam gdzie znajduje się *ja* staje się także przestrzeń znacząca, rozpoznawalna, swojska. Tym samym następuje rezygnacja z myślenia o przestrzeni w kategoriach geometrycznych. Jeśli bowiem ciało wpisane dotąd w przestrzeń także ulega de-materializacji na podstawie relacji monitor-byt, miejsce antropologiczne traci rację bytu. Przywołane miejsce antropologiczne charakteryzują się trzema cechami wspólnymi: służą identyfikacji, są wyznacznikami racjonalności i historyczności. W tym sensie przestrzeń wypełniona ekranami nie spełnia żadnego z tych warunków, nie jest ani miejscem identyfikującym, bowiem mnogość i mobilność monitorów, a także nieokreślona do końca zasada ich własności uniemożliwiają utożsamienie człowieka z tą przestrzenią; ani wyznacznikiem racjonalności ze względu na alternatywność świata, którego ekran jest reprezentantem; ani historyczności - wszak monitory zjawiają się nagle i tak samo znikają zastępowane przez nowe, lepsze, mniejsze lub większe w zależności od potrzeby. Multiplikacja przestrzeni alternatywnych, będących substytutami światów, kreowanych przez ekrany prowadzi do swoistego nadmiaru przestrzeni, który wpisuje się Baudrillardowską koncepcję konsumpcji hipernowoczesności.

Ta przestrzeń wywłaszczona z granic terytorialnych, pozbawiona więzi społecznych, tożsamości (identyfikacji, realności i historyczności, czyli tego, co nazywamy pamięcią symboliczną) to rodzaj nie-miejsca. Pojęcie to wprowadza francuski antropolog Marc Augé, definiując nie-miejsca jako przestrzenie anonimowe.^[33] Opisując ich istotę skupia się na dworcach kolejowych, pokojach hotelowych na całym świecie, stacjach metra, lotniskach, wesołych miasteczkach, supermarketach czy szerzej sieciach sklepowych lub fastfoodowych

typu McDonald's, wszelkiego rodzaju sieciach komunikacyjnych, zwracając uwagę, że dostęp do nich ma każdy, w pewien sposób przypadkowy, codziennie. Rozróżnienie pomiędzy miejscami a nie-miejscami dokonuje się przez przeciwstawienie miejsca i przestrzeni. Powołując się na *Fenomenologię percepcji* Merleau-Ponty'ego, Marc Augé zauważa, że przestrzeń geometryczna zostaje tu zastąpiona przestrzenią antropologiczną jako przestrzenią egzystencjalną, rozumianą jako miejsce doświadczenia relacji ze światem bytu istotowo usytuowanego w odniesieniu do jakiegoś środowiska, a relacja z tym nie-miejscem oparta jest na samotnej umowności. Czyni również drugie odniesienie wobec nie-miejsca, wobec którego

przezeń byłaby dla miejsca tym, czym staje się słowo w chwili, gdy jest wypowiedane, to znaczy pochwycone w niepewności urzeczywistniania, przemienione w określenie będące wynikiem rozmaitych konwencji, rozumiane jako akt jakiejś terażniejszości albo jakiegoś czasu, oraz zmodyfikowane w wyniku pojawiania się kolejnych układów^[34].

Trzecim wyznacznikiem nie-miejsca jest prymat wzroku nad doświadczeniem, "widzenia" nad "działaniem", które można odnieść do opozycji przestrzeń nienazwana (omieciana wzrokiem, ślędzona na mapie) - miejsce znaczące (związane z jakąś opowieścią, anegdotą)^[35]. Nie-miejscia te nie tworzą ani tożsamości ani relacji, lecz jedynie podobieństwo i samotność. Jedyną bowiem płaszczyzną *spotkania* jest postawa konsumeryzmu, a tożsamość taka tworzona w oparciu o ciągłą konsumpcję Zbyszko Melosik nazwie transparentną, bowiem "osoba o takiej tożsamości cechuje się całkowitą niewrażliwością na różnice kulturowe. Dostrzega przede wszystkim to, co wspólne dla różnych miejsc i ludzi"^[36].

Przechodzień - mieszkaniec przestrzeni ekranów staje także w tym rozumieniu konsumentem obrazów, które mnożą się, intensyfikują w sposobie przekazu, tworzą swoisty nadmiar; a jego tożsamość buduje się pomiędzy monitorami. Miasta wypełnione ekranami przestają być historyczne, nie ugruntowują tożsamości, nie ułatwiają tworzenia nowych relacji, są nie-miejscami. Ekranry zaś tworzą tę sieć nie-miejsc, przekształcając miasto-pamięci czy miasto-spotkanie w miasto-fikcję, miasto-symulakrum, które ma oblicze planetarne, nieswoiste, możliwe do spotkania w każdej części zachodniego świata.

Moje pierwsze wrażenie przechadzki po Częstochowie, kiedy odkrywam paradoks rozpoznawania przestrzeni doświadczonej po raz pierwszy, okazuje się zatem słuszne. Dziś, kiedy mijam już po kilku tygodniach te same ekrany, przechodzę mimochodem, pochłaniając

w biegu wirtualne obrazy. I tylko nieśmiało odzywa się we mnie przeczytana u Marca Augé wątpliwość:

Czy miasto-fikcja będzie jutro czymś różnym od producenta obrazów do skonsumowania od razu albo do wzięcia ze sobą jak potrawy gotowane w niektórych restauracjach chińskich?^[37]

Mam nadzieję, że taka przyszłość ominie Miasto Świętej Wieży.

-
- [1] Lista dialogowa filmu pt. *Jak daleko, jak blisko* (*Faraway, so close*), reż. W. Wenders, Niemcy 1993.
- [2] J. Berger, *Sposoby widzenia*, tłum. M. Bryl, Poznań 1997, s. 7.
- [3] W pracy używam pojęcia ekranu jako płaszczyzny świetlnej, swoistego monitora, który zarówno oddziela, jak i pośredniczy między dwoma światami. Ekran nie ukazuje tylko jednej rzeczywistości, ale oparty jest na wielu oknach. Ukazuje obraz zmieniający się w czasie, jednocześnie ignoruje otaczającą go przestrzeń fizyczną. Takie rozumienie ekranu można utożsamić z pojęciem "ekranu dynamicznego" wprowadzonym przez Lva Manowicha. Zob. L. Manowich, *Język nowych mediów*, tłum. P. Cypryański, Warszawa 2006. Ewolucję tego pojęcia oraz problemy z definiowaniem "ekranu" przedstawia E. Huhtamo w artykule *Podstawy ekranologii*, tłum. zbior. w: *Od kina absolutnego do filmu przyszłości. Materiały z historii eksperymentu w sztuce ruchomego obrazu*, red. V. i P. Krajewscy, Wrocław 2009.
- [4] Por. L. Moholy-Nagy, *Kino symultaniczne albo polikino*, tłum. A. Gwóźdź, "Iluzjon", 1986, nr 1, s.337.
- [5] A. Gwóźdź, *Mała ekranologia*, w: *Wiek ekranów. Przestrzenie kultury widzenia*, red. A. Gwóźdź, P. Zawojski, Kraków 2002, s. 20.
- [6] B. Reeves, C. Nass, *Media i ludzie*, tłum. H. Szczerkowska, Warszawa 2000, s. 244.
- [7] P. Virilio, *La Vitesse de liberation*, Paris 1995, cyt.za: A. Gwóźdź, *Mała ekranologia...*, s. 25.
- [8] Świat wirtualny przenika świat fizyczny, nie tyle staje się jego częścią, ile konstytuując się obok niego, zaczyna przejmować nad nim kontrolę i zastępować go. Bardziej prawdziwe wydaje się to, co na ekranie, niż w rzeczywistości ontologicznej. Ekran potwierdza tym samym pozycję symulakryczności. Zob. J. Baudrillard, *Ameryka*, tłum. M. Lis, Warszawa 1998.
- [9] P. Virilio, *Światło pośrednie*, tłum. A. Gwóźdź, w: *Po kinie?... Audiowizualność w epoce przekazników elektronicznych*, red. A. Gwóźdź, Kraków 1994, s. 92.
- [10] V. Flusser, *Ku uniwersum obrazów technicznych*, tłum. A. Gwóźdź, w: *Po kinie?...*, s. 64 i nast.
- [11] Mam tu na myśli doświadczenie wzrokowe rozumiane jako tradycyjne spojrzenie, nie zaś patrzenie głębokie charakterystyczne dla symulakryczności.
- [12] J. Derrida, *O gramatologii*, tłum. B. Banasiak, Warszawa 1999.
- [13] A. Gwóźdź, *Obrazy i rzeczy. Film między mediami*, Kraków 1997, s. 150.
- [14] Zob. A. Gwóźdź, *Przedmowa*, w: *Kino po kinie*, red. A. Gwóźdź, Warszawa 2010, s. 6 i nast.
- [15] M. McLuhan, *Zrozumieć media*, w: Tegoż, *Wybór tekstów*, tłum. E. Różalska, J.M. Stokłosa, Poznań 2001, s. 209-212.
- [16] G. Schultze, *Die Erlebnisgesellschaft*, Frankfurt am Main 1995.
- [17] J. Meyerowitz, *The Generalized Elsewhere*, "Critical Studies in Mass Communication" 1989, Vol.6, Nr.3, s.330, cyt.za: E.Wilk, *Ku proksemice przekazów audiowizualnych*, w: *Prędkość i przyjemność. Kino i telewizja w dobie symulacji elektronicznej*, red. A. Gwóźdź, Kielce 1994, s.183.
- [18] G. Raulet, *Nowa utopia. Socjologiczne i filozoficzne konsekwencje nowych technologii komunikowania*, tłum. K. Krzemieniowa, w: *Po kinie?...*, dz. cyt., s. 145 i nast.
- [19] M. Watson, *Prozenic Behavior. A Cros-Cultural Study*, The Hague-Paris 1970, cyt.za: E. Wilk, dz.cyt., s.178.
- [20] Zob. A. Toffler, *Powershift Knowledge. Wealth and Violence At the Edge of the 21st Century*, New York 1990.
- [21] P.F. Drucker, *Post-Capitalism Society*, New York 1993.
- [22] Z. Bauman, *Globalizacja*, Warszawa 2000, s.6 i nast.
- [23] W cytowanej już *Globalizacji* pisze on następująco: "Wśród wszystkich czynników technicznych stymulujących mobilność szczególnie ważną rolę odegrało przesyłanie informacji - sposób komunikacji, który nie wymaga fizycznego poruszania się przedmiotów lub ludzi, albo potrzebuje go jedynie wtórnie i marginalnie (...) W końcu obsługiwana komputerowo sieć www położyła kres samemu pojęciu "podróży informacji" (a także

odległości, na jaką ona wędruje), dostarczając danych, które teoretycznie i praktycznie dostępne są w tej samej chwili na całej planecie". Tamże, s. 20 i nast.

[24] Zob. M. Castells, *The Informational City: Information Tehcnology, Economic Restructuring, and Urban-Regional Process*, Oxford 1989.

[25] J. Baudrillard, *L'hypermarché et la désintégration*, w: P. Ansay, R.Scoonbrodt, *Penser la ville*, Bruxelles 1989, cyt.za: B. Jałowiecki, *Społeczny język architektury od gotyckiej katedry do hipermarketu*, w : *Przemiany miasta. Wokół socjologii Aleksandra Wallisa*, red. B. Jałowiecki, A. Majer, M.S. Szczepański, Warszawa 2005, s.33.

[26] A. Friedberg, "...więc jestem". *Kupujący-widz i przeistoczenie poprzez zakupy*, tłum. B. Brzozowska w: *Miasto w sztuce - sztuka miasta*, red. E. Rewers, Kraków 2010, s. 591.

[27] N.G. Canclini, *Hybrid Cultures. Strategies for Entering and Leasing Modernity*, Minneapolis 1995.

[28] R. O'Brien, *Global Financial Integration. The End of Geography*, London 1992. Zob. D.

Utracka, *Demontaż geografii. Glokacja i hybrydy tożsamości we współczesnej refleksji kulturowej*, w: "*Pod wielkim dachem nieba*" *Granice, migracje i przestrzeń we współczesnym społeczeństwie*, red. W. Muszyński, E. Sikora, Toruń, 2009.

[29] Zob. D. Harvey, *The Condition of Postmodernity: An Enquiry into the Origins of Cultural Change*, Oxford 1999.

[30] L. Nyka, *Od architektury cyrkulacji do urbanistycznych krajobrazów*, Gdańsk 2006.

[31] E. Rewers, *Narodowa fasada - bricolage*, "Autoportret", 2007, nr 4, s. 72.

[32] B. Jałowiecki, *Współczesne przekształcenia struktury osadniczej i przestrzeni miejskiej*, w: *Cywilizacja informacyjna a przekształcenia przestrzeni. Zmiany strukturalne metropolii polskich*, red. J. Kołodziejski, T. Parteka, Biuletyn Komitetu Przestrzennego Zagospodarowania Kraju Polskiej Akademii Nauk. z. 186, Warszawa 1999.

[33] M. Augé, *Nie-miejsca. Wprowadzenie do antropologii hipernowoczesności*, tłum. R. Chymkowski, Warszawa 2010, s. 51-79.

[34] M. de Certeau, *Wynaleźć codzienność. Sztuki działania*, tłum. K.Thiel-Jańczuk, Kraków 2008, s.117.

[35] M. Augé, *dz.cyt.*, s. 54 i nast.

[36] Z. Melosik, *Kultura instant: paradoksy poptożsamości*, w: *Edukacja w czasach popkultury*, red. W. Burszta, A. Tchorzewski, Bydgoszcz 2002, s. 28.

[37] M. Augé, *Disneyland e altri nonluoghi*, Torino 1999, cyt za : P.J. Śliwiński, *Między nie-miejscem a kulturowym sezamem - EMPiK na Rynku Głównym w Krakowie*, w: *Przestrzenie dialogu międzykulturowego we współczesnych miastach Polski*, red. A. Kosecki, A. Stawarz, Warszawa-Pułtusk 2005, s. 150 i nast.