

Słowo od Redaktor Tematycznej

Zjawisko przemocy medialnej stanowi istotny przedmiot badań współczesnych nauk humanistycznych i społecznych – obejmuje takie dyscypliny jak medioznawstwo, kulturoznawstwo, filozofia mediów, antropologia wizualna oraz socjologia. W kontekście przemocy symbolicznej, jak określał ją Pierre Bourdieu, media funkcjonują jako narzędzie dominacji kulturowej, które wykorzystywane są do reprodukcji struktury władzy i hegemonicznych narracji, utrwalających asymetrię sił społecznych. Współczesne formy medialnej przemocy wizualnej, audiowizualnej i audialnej nie tylko wpływają na sposób percepcji rzeczywistości przez odbiorców, ale także przyczyniają się do produkcji i reprodukcji normatywnych schematów interpretacyjnych, warunkujących sposoby odbioru przemocy w przestrzeni publicznej.

Analiza przemocy w mediach wymaga precyzyjnego rozróżnienia pomiędzy przemocą rzeczywistą, przedstawioną i wyobrażoną, co prowadzi do refleksji nad strategiami imaginatywnymi stosowanymi w przekazach audiowizualnych. W tym kontekście istotne okazują się teorie biowładzy Michela Foucaulta, zgodnie z którymi media nie tylko dokumentują, lecz także uczestniczą w mechanizmach regulujących ciało i podmiotowość jednostek dzięki zarządzaniu percepcją zagrożenia, lęku i afektywnych doświadczeń odbiorców. Strategie wizualne, obecne w estetykach medialnych, pozwalają na kształtowanie sposobów organizowania spektakli przemocy oraz są mechanizmami kontrolowania podmiotów, zarówno na poziomie narracji kulturowych, jak i technologii nadzoru.

W kontekście rozwoju przemysłów kreatywnych 4.0 medialna nadreprezentacja przemocy staje się kluczowym aspektem funkcjonowania współczesnych produktów kulturowych. Reklamy, gry sieciowe, filmy i seriale telewizyjne intensyfikują estetyzację przemocy, czego przykładem są zjawiska takie jak nekromarketing oraz pornografia śmierci. W tym miejscu można odwołać się do teorii estetycznych Wolfganga Welscha, który zwraca uwagę na estetyzację rzeczywistości jako istotny mechanizm kształtowania wrażliwości odbiorców – w tym także za pośrednictwem przemocowych treści wizualnych, które funkcjonują na styku spektaklu, szoku i rozrywki. Estetyka szoku, jak

zauważa Susan Sontag, a także estetyka wstrętu, opisana przez Julię Kristewę, są kluczowymi narzędziami w przyciąganiu uwagi widza oraz intensyfikacji jego reakcji afektywnych.

Tego rodzaju strategie są z kolei ściśle związane z kapitalizmem afektywnym, w którym zarządzanie emocjami odbiorców staje się fundamentem tzw. ekonomii uwagi. Przemoc wizualna i audiowizualna to zatem nie tylko element narracji medialnych, lecz także narzędzie przyciągania i zatrzymywania spojrzenia, co prowadzi do jej eksploatacji w ramach algorytmicznych mechanizmów dystrybucji treści.

Istotnym zagadnieniem jest też performatywność przekazów przemocowych oraz ich wpływ na kolektywne imaginarium, zasoby pamięci kulturowej i współczesne estetyki medialne. Obrazy przemocy w mediach nie są jedynie biernymi reprezentacjami rzeczywistości, lecz są także aktami sprawczymi, wywołującymi określone reakcje emocjonalne i behawioralne u odbiorców. Performatywność ta polega na zdolności obrazów do modelowania zachowań społecznych poprzez powtarzalność wizualnych kodów przemocy i osadzanie ich w dyskursie kulturowym. W tym kontekście można odwołać się do teorii Judith Butler, dotyczącej performatywności i iteracyjności norm społecznych – przemoc w mediach nie tylko przedstawia określone schematy zachowań, ale również je wzmacnia i reprodukuje w kolejnych kontekstach medialnych.

Przywołane mechanizmy wpływają na internalizację określonych wzorców agresji, normalizację brutalności oraz stopniowe osłabienie empatii u odbiorców. Badania psychologiczne dotyczące desensytyzacji wskazują, że długotrwała ekspozycja na przemoc medialną może prowadzić do zmniejszenia reaktywności emocjonalnej wobec rzeczywistych aktów agresji, a także do przejmowania ról przypisywanych ofiarom, sprawcom lub świadkom przemocy w narracjach medialnych. Przykładem tego zjawiska są badania nad grami komputerowymi, w których mechanizmy identyfikacji z postaciami agresorów mogą prowadzić do zmian w percepcji społecznej i w moralnej ocenie przemocy.

Mechanizmy mediatyzacji prywatności i intymności, w których media pełnią funkcję narzędzia spektakularnego voyeuryzmu, podkreślają ścisły związek między przemocą symboliczną a społecznymi technologiami podglądu i kontroli. W tym kontekście w patostreamingu, mowie nienawiści oraz medialnych spektaklach przemocy ujawniają się strukturalne mechanizmy władzy, które za pośrednictwem audiowizualnych narracji regulują normy społeczne oraz granice akceptowalności zachowań agresywnych w przestrzeni publicznej.

Warto również podjąć refleksję nad kwestiami etycznymi związanymi z produkcją i odbiorem treści przemocowych w mediach. W jaki sposób przekazy audiowizualne kształtują moralne ramy postrzegania przemocy? Jakie są konsekwencje etyczne dla twórców, dystrybutorów i odbiorców

medialnych spektakli przemocy? Pytania te są szczególnie istotne w kontekście neoliberalnych mechanizmów produkcji medialnej, w których granice odpowiedzialności za przekaz często się rozmywają. Przemoc medialna nie jest jedynie estetycznym wyborem czy narzędziem narracyjnym, lecz jest także element polityki medialnej, w której rozgrywają się fundamentalne konflikty dotyczące granic przedstawiania, cenzury i norm etycznych.

Niniejszy tom stanowi próbę interdyscyplinarnej analizy medialnych strategii legitymizacji przemocy. Uwzględniono w nim takie zagadnienia jak gatunkowe i formalne konwencje estetyczne, mechanizmy manipulacji ikonicznej i audiowizualnej, a także kulturowe i psychologiczne aspekty odbioru przemocowych treści w mediach. W perspektywie badań nad dezinformacją i korupcją dyskursu medialnego szczególną uwagę poświęcono ukrytym i jawnym mechanizmom propagowania agresji, analizowanym na przykładach współczesnych filmów, gier, seriali, kampanii politycznych i reklam. Serdecznie zapraszam do lektury.

Agnieszka Ogonowska