

# ZASADY I SPOSOBY ODDZIAŁYWANIA PARTYZANTKI KOMUNIKACYJNEJ

LUTHER BLISSET, SONJA BRÜNZELS  
autonome a.f.r.i.k.a. gruppe

Partyzantka komunikacyjna jest próbą wywoływania subwersywnych efektów poprzez ingerencję w proces komunikacji. Używane przy tym różnorodne metody i techniki funkcjonują na bazie dwóch podstawowych zasad: dysonansu poznawczego i nadidentyfikacji.

Wywoływanie dysonansu poznawczego opiera się na subtelnych zmianach przedstawiania tego, co znajome, uwidacznianiu nowych aspektów, tworzeniu przestrzeni do niestandardowych sposobów odczytywania typowych sytuacji lub wytwarzaniu dzięki przesunięciom nieprzewidywalnych i nieoczekiwanych znaczeń. Nadidentyfikacja z kolei oznacza otwarte podkreślanie tych aspektów, które są co prawda ogólnie znane, lecz zarazem owiane tabu. Z wielką powagą przyjmuje logikę dominujących wzorców myślenia, wartości i norm, ze wszystkimi ich konsekwencjami i następstwami dokładnie tam, gdzie konsekwencje te nie są (nie powinny być) głośno nazywane i są chowane pod stół. Tam, gdzie dysonans poznawczy wytwarza dystans do zastanego porządku, nadidentyfikacja stara się z kolei zlikwidować wbudowane w dominujący dyskurs zdystansowanie podmiotów. Co w tym jest subwersywnego, postaramy się omówić w poniższym tekście.

## Zasada dysonansu poznawczego

Ingerencja w proces komunikacji polegająca na wywołaniu dysonansu poznawczego oznacza uchwycenie istniejących form, wydarzeń, obrazów lub wyobrażeń i zmianę

ich normalnego przebiegu lub zwyczajowego wizerunku. Zmiany takie mogą początkowo wywoływać poczucie dezorientacji, jako że każdy posiada wynikającą z socjalizacji w ramach społeczeństwa podstawową wiedzę na temat gramatyki kulturowej, która wstępnie kształtuje postrzeganie. Oznacza to, że z reguły istnieją jasne oczekiwania dotyczące tego, jak powinno „normalnie” wyglądać i przebiegać jakieś wydarzenie czy sytuacja. W momencie, gdy w procesie komunikacji pojawiają się nieoczekiwane lub nieprzewidywane elementy, zakłócana jest oczywistość, z jaką odbieranie rzeczywistości jest wkomponowane w siatkę gramatyki kulturowej. Zakłócenie jest szczególnie skuteczne, gdy przez moment nie jest jasne, co (lub kto) tak właściwie „nie pasuje”. Wynikająca z tego dezorientacja ma umożliwić obserwatorom, przynajmniej na chwilę, podejście do sytuacji z dystansem: może wywołać krytyczne spojrzenie wobec standardowych wzorów postrzegania. Zmiana ta musi być jednak na tyle wyraźna, by rzeczywiście „wywrócić” typowy odbiór. Nie trafia w cel, gdy jest przewidywalna lub daje się wpisać w proste, jednoznaczne wzorce interpretacyjne (jak np. stwierdzenie: „znowu te lewackie oszołomy”).

Wywołanie dysonansu opiera się na tym, że nawet w „normalnych”, codziennych sytuacjach zawarte są sprzeczności, paradoksy czy niewypowiedzane zwyczaje. Jest tak nawet wtedy, gdy obecni początkowo nie kwestionują danej sytuacji, ale na podstawie jej „normalności” uważają ją za oczywistą.

Ludzie są bowiem także niejednorodni i walczą z własnymi sprzecznościami. Nie tylko zajmują różne pozycje w ramach dominującego dyskursu, ale też takie, które wychodzą poza ów dyskurs i są z nim sprzeczne. Konkretnie może to oznaczać, że np. obawiają się stracić pracę, jednocześnie nie mając na nią żadnej ochoty i by ją utrzymać, wymagane jest od nich (przez szefa, ministra...) złożenie pewnej „ofiary”. Wtedy ich własne doświadczenia niesprawiedliwości i pokrzywdzenia w oczywisty sposób przeczą wspólnie wymawianej frazie „Musimy trzymać się razem!”.

Kiedy nagle i nieoczekiwanie staje się coś, co stawia na głowie, wyśmiewa lub zamienia w absurd ustalone reguły, wtedy taki dysonans może działać jak pewnego rodzaju oferta: pokazuje, że niemożliwe staje się możliwe, że wpasowanie się w normalność to kwestia decyzji, a nie wyłącznie konieczność nie do obejścia. Okazuje się, że to, co odbierane jako oczywiste, wcale nie jest takie w rzeczywistości, a to, co ignorowane na co dzień, jest obecne. Może się zdarzyć, że taki dysonans pobudza w danej osobie to, co zazwyczaj jest stłumione lub na podstawie racjonalnych decyzji świadomie „zapominane”. Jest więc możliwe, że nie jest on tylko metodą destrukcyjną, lecz może działać jako (mały) drogowskaz wskazujący społeczne utopie.

Partyzanci komunikacyjni nie wytwarzają dysonansu w dowolny, bezcelowy sposób.

Poprzez próbę uwidocznienia i uświadomienia znaturalizowanych, zakamuflowanych stosunków władzy oraz stosunków społecznych, nabiera on politycznego charakteru. Akcje partyzantki komunikacyjnej bazują na tym, że właśnie w tych aspektach codziennych sytuacji i procesów komunikacji można wywoływać krytyczne, a w konsekwencji subwersywne myślenie. Zakończenie pozostaje jednak otwarte: nie można mieć wpływu na to, jak reaguje „publiczność”, czy odbiera atak na oczekiwania i wyobrażenia jako ciekawe doświadczenie, czy z oburzeniem go odrzuca.

Możliwość wywołania dysonansu wynika z faktu, że wypowiedzi nabierają pełnego znaczenia dopiero w okolicznościach, w jakich powstają. Normalną i oczywistą jest sytuacja, w której mówca wita słuchających określeniem „wielce szanowni Państwo”, niezależnie od tego, czy rzeczywiście ich szanuje, czy nie. Jeśli jednak nauczyciel w taki sposób zwróci się do uczniów, jest to wtedy prawdopodobnie ironia i w tym kontekście raczej nie zostanie to zrozumiane jako przyjazny zwrot. Ten przykład pokazuje, że zniekształcenie sytuacji, do której np. elementy języka przeniesione są z innego kontekstu, jest całkiem zwyczajną rzeczą. Nie staje się to wcale natychmiastowo elementem subwersji: w tym przykładzie nauczyciel jest tym, który znajduje się w nadrzędnej pozycji i dodatkowo ją podkreśla, grając różnymi poziomami języka.

Wiele metod i technik partyzantki komunikacyjnej opiera się na zasadzie dysonansu poznawczego. Oczywiście sugeruje się jego wywoływanie w momentach, kiedy przekazywana treść jest możliwa do odczytania. Dlatego ulubionymi obiektami na stosowanie tej zasady są np. plakaty wyborcze, reklamy i pomniki. Można też jednak zniekształcać całe sytuacje, atakując naładowane znaczeniem okazje i publiczne rytuały (wybory, uroczystości upamiętniające coś lub kogoś, zebrania). Stosunki władzy nie wyrażają się jednak tylko tam, gdzie są otwarcie celebrowane, lecz również w codziennych sytuacjach. Także tam wywołanie dysonansu może je ujawnić i zakłócić ich płynne funkcjonowanie.

Wywołując dysonans można w różny sposób wykorzystać fakt, że między (pisanymi i mówionymi) wypowiedziami a sytuacjami, w których padają, istnieje związek znaczeniowy. Istnieje na przykład możliwość zmiany wypowiedzi, komentując przez to sytuację, w której jest formułowana. Wynika to z faktu, że same informacje nigdy nie są przekazywane jako rzeczowe komunikaty. Nawet jeśli prezentują się jako takie, przenoszą zawsze element ideologii, która poprzez zniekształcenie może zostać wystawio-

na na światło dzienne. Kiedy słowne wypowiedzi łączone są z obrazami, jak np. w reklamach, można zniekształcić obydwie te części. Takie próby muszą być jednak na tyle subtelne, by oryginał pozostał rozpoznawalny. Bez tego efekt dysonansu traci swoją moc i powstaje coś zupełnie innego.

Wypowiedź może być także ukazana w innym świetle, kiedy użyta jest w zmiennej sytuacji. Takie zniekształcenie poprzez inny kontekst kładzie nacisk na aspekty, które normalnie nie są zauważane. W wyniku tego wypowiedź nabiera nowych znaczeń, które nie wynikają z samego tekstu.

Z drugiej strony jasne jest, że również reklama używa zasady dysonansu. Jest to oczywiście gorzka konstatacja, że najgorsi wasale kapitalizmu grają elementami, które wydawały się wcześniej zarezerwowane dla Bertolda Brechta i aktywistów. By choć trochę rozproszyć dylemat, że nasze metody są podobne do kapitalistycznych, można odróżnić dysonans „zadowolający” i „niepokojący”. Ten pierwszy wykorzystywany jest w reklamie i przypisuje mu się manipulacyjny charakter. Oczywiście to rozróżnienie może nie być właściwe. Specje od reklamy posługują się bowiem także „niepokojącym” zniekształceniem. Najlepszym tego przykładem są reklamy Benettona, ukazujące zakrwawione noworodki, chorych na AIDS i zastrzelonych żołnierzy. Zasada dysonansu nie jest zatem ściśle związana z jedną koncepcją polityczną. Nie jest ona sama w sobie subwersywna. Jej działanie określa po pierwsze kontekst, po drugie sposób jej zastosowania.

W założeniu, jakoby partyzantka komunikacyjna była „niezawodną” praktyką, jednoznacznie przypisaną do treści antykapitalistycznych, leży podstawowy błąd. Raz „zaatakowany” obiekt jest bowiem podatny na „obronę”, odzyskanie i ponowne przejęcie przez władzę. Partyzantka komunikacyjna jest jednak taktyką, a nie strategią. Jej celem nie może być zajmowanie pozycji za wszelką cenę. Jej siła o wiele bardziej polega na tym, że jest mobilna i pozwala wciąż na ponowne ingerencje poprzez kolejne akcje, które

mogą być prowadzone ad absurdum. Przewaga aktywistów polega na tym, że ten, kto działa po stronie władzy, musi zawsze bronić strategicznej pozycji.

### **Zasada nadidentyfikacji**

Dysonans stara się wytworzyć u uczestników i obserwatorów dystans wobec dominujących stosunków, kwestionując w ten sposób ich pozorną naturalność. Z kolei nadidentyfikacja oznacza konsekwentne umiejscowienie się w ramach rządzącego porządku i zaatakowanie go w najbardziej czułym punkcie: w samym centrum. Stoi za tym wyobrażenie, że otwarcie krytykujące lub moralizujące dyskursy są nieskuteczne wobec państwa i jego ideologii, a ironiczne zdystansowanie może działać nawet raczej stabilizująco niż subwersywnie. Dzisiejsze dyskursy ideologiczne odznaczają się często zinternalizowaną, antycypowaną autokrytyką. Ironiczne podejście do tej sprzeczności pozostaje w ramach jej logiki i ostatecznie jest rządzącym na rękę. Nadidentyfikacja decyduje się na przeciwny kierunek. Przełamuje ideologię cynizmu, usuwając z niego cały dystans, identyfikując się z logiką rządzącego systemu, którą przyjmuje z niezłomną powagą, dużo bardziej niż sam system. Co to dokładnie oznacza? Žižek wychodzi z założenia, że ideologia zawsze składa się z dwóch części: publicznie ogłaszanych i propagowanych przez polityczny system „jawnych” wartości oraz „podszewki”. W ramach ideologii transportowane są treści, które jednocześnie jej zaprzeczają. Są one integrowane w ten sposób, że, choć powszechnie uświadomione, przemilcza się je i nadaje im status tabu. Jako przykład przywołuje amerykański rasizm, który jest tak istotny dla funkcjonowania amerykańskiego społeczeństwa, choć z zasady zaprzecza jego „oficjalnym” wartościom: zdobył swoje miejsce w społeczeństwie w postaci tajnej i nielegalnej organizacji Ku-Klux-Klan. Dominujący dyskurs dystansuje się od takich „ukrytych prawd”, które są istotnymi elementami systemu, a jednocześnie potencjalnymi punktami zapalnymi. Można o nich mówić, jeśli

w ogóle, tylko w tonie ironii, cynizmu lub krytycznego dystansu.

W takiej sytuacji skuteczną formą subwersji może być afirmatywne wyrażanie tych pomijanych aspektów w sposób możliwie wiernie naśladowujący logikę systemu i pozostawiający odbiorcom niewiele możliwości nabrania dystansu. Dla skonfrontowanych z taką afirmacją podmiotów nie oznacza to, jak w przypadku wywoływania dysonansu, że zostaną pobudzone ich subwersywne, stłumione instynkty. Dużo ważniejsze jest zatakowanie „stabilnych”, wpasowujących się w dominującą ideologię postaw, tak, by uwidoczniła się ich ukryta „podszełka”.

Jedną z form nadidentyfikacji uprawiana była przez grupę artystyczną NSK (Neue Slowenische Kunst – Nowa Sztuka Słoweńska), szczególnie przez zespół Laibach. Odnosząc się do rytuałów nacjonalistycznej inscenizacji, stawiali ją w służbie sztucznej, dysfunkcyjnej ideologii. Mimo że nawiązania między pojedynczymi elementami estetycznymi wydają się spójne, to w tej wyglądającej na jednorodną ideologię, naładowany znaczeniami rdzeń (własny naród) nie jest niczym wypełniony. Ta pustka jest jednak ledwo widoczna: Jedyną różnicą w stosunku do inscenizacji „rzeczywistego” narodu polega na tym, że NSK w swoim projekcie wcale nie rości sobie prawa do takiego odniesienia. Właśnie fakt, że inscenizacja działa mimo tego, wyraźniej ukazując mechanizmy konstrukcji narodu niż jakakolwiek bezpośrednia krytyka.

## TECHNIKI

### Wytwarzanie fałszywych faktów w celu wywołania prawdziwych wydarzeń

Wytwarzanie fałszywych faktów w celu wywołania prawdziwych wydarzeń jest metodą ukazywania i krytyki mechanizmów, które określają hegemoniczną produkcję medialnych i politycznych obrazów rzeczywistości. Metoda ta wychodzi daleko poza analityczno-uświadamiające formy informowania: nie atakuje sposobów ujęcia konkretnych tematów, lecz igrza z mechanizmami produ-

kującymi społecznie istotne wydarzenia. Przykład: względnie wysoki wzrost „przestępczości” w latach 80. nie był szczególnie istotnym tematem, podczas gdy raczej niewielki wzrost w latach 90. stał się jednym z centralnych wydarzeń medialnych. Także konflikty zbrojne mogą trwać latami, dopóki w konkretnym momencie nabiorą medialnej aktualności. Poprzez zmyślanie fałszywych faktów próbuje się kierować mechanizmy nadające medialny takt przeciwko władzy.

Koncepcję tę zainicjował w 1977 r. włoski kolektyw z Bolonii A/Traverso, który jako pierwszy uruchomił we Włoszech pirate radio (Radio Alice). Jednak już Yippies\* się nią posługiwali. W 1967 r. zainscenizowali w Nowym Jorku na 5 alei imprezę, na której podczas spontanicznej akcji ulicznej 2 tys. nastolatków ogłaszało, że wojna w Wietnamie się skończyła: „Allen Ginsberg wbiegał do restauracji, wznosił ręce do góry, skakał i krzyczał na całe gardło: 'Wojna się skończyła! Wojna się skończyła!'”. Nawet policjanci, którzy próbowali rozwiązać to niezalegalizowane działanie stali się nagle „częścią święta”. Udało się przy tym nie tylko zmusić rząd do ogłoszenia dementi, ale też wyrwać wiele osób z ich codziennych ról: „Ludzie, którzy popierali wojnę, pytali się daremnie, jak powinni zareagować w tym momencie na to psychologiczne wyzwanie. Nie mogli go zignorować, tak jak by to mogli zrobić z transparentami o treści 'Zakończyć wojnę!'”.

Skuteczne rozpowszechnianie zmyślonych wydarzeń wymaga z reguły wiarygodnej i posiadającej autorytet instancji, która (niekoniecznie dobrowolnie) służy jako poręczyciel jego „prawdziwości”: wymyślone lub nie, nazwisko autora lub nazwa medium

\*Yippies – jedna z bardziej aktywnych grup ruchu protestu z końca lat 60. w USA. Zebrani wokół Międzynarodowej Partii Młodzieży (Youth International Party, YIP), organizowali liczne akcje protestacyjne i happeningi. Jedną z głośniejszych akcji było rozrzucenie banknotów dolarowych w nowojorskiej giełdzie, próba „wypędzenia szatana” z budynku Pentagonu itp. (przyp. tłum.).

muszą zostać użyte. Dobre fałszywe fakty odnoszą się do tematów, które są silnie nalaadowane emocjonalnie w określonej politycznej czy społecznej sytuacji lub z którymi wiążą się obawy i oczekiwania. Udało się to w 1978 r. w Rzymie, kiedy *Il Male jako Corriere dello Sport* ogłosił anulowanie mistrzostw świata w piłce nożnej i powtórzenie finałowego meczu Włochów. Na skutek tego miasto opanował na cały dzień totalny chaos komunikacyjny i taka fałszywka (fake) ukazała życzenia i obawy czytelników bardziej niż jakakolwiek analiza.

Kiedy odpowiednie informacje są wymyślone i przekazywane przez odpowiednie medium, same z siebie wywołują „prawdziwe” wydarzenia. W przypadku akcji Yippies rząd amerykański czuł się zobligowany do złożenia dementi. Dzięki temu udało się postawić działania rządzących w oczywistej sprzeczności do pragnień ich podwładnych. Nie chodzi zatem tutaj w pierwszym rzędzie o dowcip, „zrobienie na szaro” naiwnych obywateli. Dużo ważniejsze jest dyskredytowanie instancji ogłaszania prawdy i atakowanie ich autorytetu: „Pomiędzy konsensem a jego brakiem otwiera się szerokie pole tego, co można nazwać momentami wyrażania nieufności. To doskonały teren dla fałszerstw. Fałszywe komunikaty nie pozwalają ani na akceptację, ani na odrzucenie. Wydrążają relację zaufania, którą polityka – jak i masowe media – stara się zainstalować”\*. Zdarzają się zmyślenia, które dopiero wtedy działają subwersywnie, gdy zostają zdekonspirowane. Wówczas bowiem można postawić pytanie, dlaczego wszyscy chcieli w nie wierzyć. Przy tej okazji nie tylko wskazuje się, jak dane fałszerstwo stało się wiarygodne. Tematem staje się także cały zbiór reguł produkcji wydarzeń, czy to fałszywych, czy nie.

Odwrotnie, przy niektórych zmyśleniach lepiej jest, gdy nie zostaną nigdy odkryte. Przykładem jest wymyślenie „Dni Chaosu”,

---

\* K. Gruber, *Die zerstreute Avantgarde. Strategische Kommunikation im Italien der 70er Jahre*, Wiedeń-Kolonia, 1989, s. 139.

które wystrzeliły jakiś czas temu jak grzyby po deszczu w wielu miastach Niemiec. Fikcyjni organizatorzy byli przypuszczalnie przede wszystkim zainteresowani wywołaniem sporej mobilizacji policji, by w ten sposób sugestywnie zademonstrować irracjonalną gotowość aparatu państwowego do przemocy. Kto częściej chciałby powtórzyć taką grę, raczej nie miałby dużego interesu w informowaniu, że „zagrożenie dla porządku publicznego” to w rzeczywistości tylko kilka ulotek i internetowe komunikaty.

Jeszcze większe zamieszanie powstaje, gdy nagle pojawiają się wymyślone ogłoszenia, które nie tylko zgadzają się co do formy, ale i do treści, jednak nie są autorstwa podawanego nadawcy. Z jednej strony jest to świetny środek, kiedy przeciwnik polityczny z łatwych do odgadnięcia powodów nie chce ujawniać pewnych faktów. Z drugiej metoda ta pozwala ponownie (lub w ogóle) wywołać kontrowersję, które inaczej wcale nie są podnoszone. Celem nie jest wtedy przedstawienie własnej pozycji, lecz zarysowanie stanowiska przeciwnika. Przykład: kiedy dyskutuje się w mieście uniwersyteckim na temat burszostw\*, może być bardzo sensownym napisanie listu do lokalnej gazety, w której członek burszostwa skarży się, że wskutek interwencji aliantów od 1945 r. zabronione jest noszenie barw na kampusie uniwersyteckim. Radykalne stanowiska wymagają bowiem często konkretnych punktów odniesienia, do których mogą się odwoływać. Kiedy przeciwnik sam ich nie określa i próbuje uniknąć dyskusji, wtedy musi pomóc advocatus diaboli i ją rozkręcić.

### **Kamuflaż**

Przy wielu działaniach partyzantki komunikacyjnej konieczne jest realizowanie celów w przebraniu, posługującym się dominującymi formami, estetycznymi środkami wyrazu lub sposobami mówienia. Formy te są imitowane, by przekazać dysydenckie

---

\* Burszostwo (Burschenschaft) – korporacja akademicka o narodowym charakterze w Niemczech (przyp. red.).

## Atak banerami i w internecie



– Może być gorąco – zapowiadają poznańscy anarchiści. 6 grudnia chcą wyjść na ulicę i protestować przeciwko konferencji klimatycznej. Anarchiści chcą się przyłączyć do pokojowego marszu ekologów. (...)

Parę dni temu na rondzie Kaponiera w Poznaniu ktoś zawiesił białe banery z logo poznańskiego Roku Klimatu i Środowiska. Widniały na nich hasła „Kto ociepla nam klimat?” oraz „Co wydarzy się 6 grudnia?”. Były ludzako podobne do miejskich materiałów promujących Rok Klimatu i Środowiska oraz Konferencję Klimatyczną ONZ, która 1 grudnia rozpocznie się na targach. Adres jej oficjalnej strony internetowej to [www.cop14.gov.pl](http://www.cop14.gov.pl). Z kolei plakaty z Kaponiery odsyłają na stronę o bardzo podobnym wyglądzie i adresie – [www.cop14.org.pl](http://www.cop14.org.pl). Stworzyli ją alterglobaliści.

„Konwencja Klimatyczna ONZ jest jedną z umów międzynarodowych, które mają dawać pozory walki z globalnym ociepleniem klimatu, chroniąc jednocześnie prawdziwą przyczynę kryzysu: system społeczno-ekonomiczny oparty na bezwzględnej eksploatacji zarówno przyrody, jak i ludzi” – piszą autorzy strony. Atakują też władze Poznania – zarzucają im uleganie lobby samochodowemu, oddawanie terenów zielonych pod zabudowę deweloperom i podnoszenie cen biletów MPK. Co na to miasto?

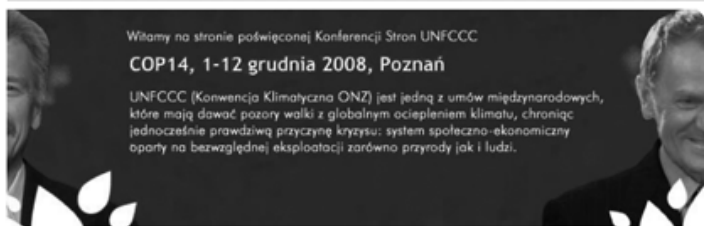
– Banery zostały powieszono nielegalnie i będą zdjęte – mówi Maciej Milewicz z biura prasowego Urzędu Miasta. – Nie zgadzamy się też z żadnymi zarzutami wobec miasta, które znalazły się na tej stronie – dodaje.

*Gazeta Wyborcza,  
28 listopada 2008*

# Oświadczenie Ministerstwa Środowiska w sprawie oficjalnej strony internetowej COP 14



- Strona główna
- Aktualności
- Publicystyka
- Ekologiczny Poznań
- Linki
- Kontakt



W dniach 1 - 12 grudnia w Poznaniu odbyła się „ impreza ” dla 180 ministrów ochrony środowiska i innych ważnych notabli światowego lobby polityczno-biznesowego. Oficjalnie zjeżdżają do Poznania by porozmawiać o emisjach gazów cieplarnianych i problemie globalnego ocieplenia klimatu. Jak zawsze przy tego typu okazjach sztab specjalistów od public relation zastanawia się jak sprzedać społeczeństwu swoją liberalną wizję świata.

Tym razem honor jaki związany jest ze współczesnymi stosunkami społecznymi (dotyczy również stosunku do przyrody) próbuje się opowiedzieć na nowo - w formie bajki, w której złym bohaterem jest bliżej nieokreślone ocieplenie klimatyczne, a pozytywnym władza interweniująca na czas. Cóż za hipokryzja! Przyczyny kryzysu ekologicznego mają systemowe pochodzenie i związane są z funkcjonowaniem gospodarki opartej jedynie na kryterium zysku, której elity polityczne są strażnikami.

Globalne problemy stanowią niebawem trudny temat, ich rozwiązanie wymaga myślenia w kategoriach globalnych, a działania na poziomie lokalnym. Gdzie jak nie „u” i kiedy jak nie „teraz” mamy domagać się poszanowania naszych praw. To my przecież wybieramy ludzi, którzy nas reprezentują, to my doświadczamy efektów ich decyzji, podejmowanych za nasze pieniądze. Przecież jaka powstała między władzą a społeczeństwem nie da się jednak zasycać tysiącem słów o problemie globalnej polityki i efektu cieplarnianego. Zjemy konkretnych działań i efektów.

Organizacja tego ważnego spotkania w Poznaniu, w Polsce jest mocno kontrowersyjna. Oto kraj, który przoduje w emisjach gazów cieplarnianych, poprzez marketingowe zabiegi stał się gospodarzem międzynarodowego spotkania dotyczącego ograniczenia emisji tych gazów. Oto władze miasta Poznania słynące z oddawania deweloperom pod zabudowę zielonych pól tego miasta, ulegające za każdym razem lobby samochodowemu, szczytują się dziś organizacją międzynarodowej ekologicznej imprezy. Politycy naszego miasta, którzy jeszcze nie tak dawno o 1/3 podnieśli - zapewne w imię racji ekologicznych - ceny na przewozy transportem publicznym, w grudniu 2008 roku wypowiadają będą gładkie frazesy o znaczeniu ekonozwoju.

Gdzie jesteśmy my? Gdzie według ich jest nasze miejsce? Przed telewizorem i przed urną wyborczą? To jest ich demokracja!

W związku z pojawieniem się stron internetowych, których twórcy podszywają się pod oficjalną polską stronę Konferencji Narodów Zjednoczonych w sprawie Zmian Klimatu – COP 14, Ministerstwo Środowiska – jako koordynator przygotowań do COP 14 z ramienia polskiego rządu – podaje do wiadomości, że nie ponosi odpowiedzialności za treści na nich zamieszczone.

W związku z powyższym, Ministerstwo Środowiska informuje, że jedyną oficjalną polską stroną Konferencji Stron UNFCCC jest [www.cop14.gov.pl](http://www.cop14.gov.pl).

treści. Takie przebrania są oczywistą częścią akcji nie tylko w przypadku happeningów i niewidzialnego teatru. Kamuflażem określamy próby pokonania barier komunikacyjnych dzięki przebraniu, a następnie skonfrontowania ludzi z jasną treścią lub działaniem, których uniknęliby w innym przypadku. Forma kamuflażu używana jest np. przez anarchistyczny zespół Chumbawamba, który łączy popową muzykę głównego nurtu i wpadające w ucho melodie z anarchistycznymi tekstami: „Give the anarchist a cigarette.

Every fire needs a little bit of help...” („Daj anarchiście papierosa. Każdy ogień potrzebuje trochę pomocy...”). Słuchając tego po raz pierwszy, rejestrujemy niegroźną i przyjemną formę muzyczną, która służy za przebranie dla wcale nie takiej niewinnej treści. Podobnie ma się sytuacja wtedy, gdy grupy aktywistów imitują formalny „styl” mieszczkańskich mediów lub innych instytucji, aby w takim przebraniu jasno zakomunikować swoje własne treści.

Często istnieje niebezpieczeństwo, że takie kamuflaże zostaną ocenione jako oszukańcze opakowanie. Wynika to z nadziei, że ładne opakowanie pozwoli zmotywować czytelników do zapoznania się z niepopularnymi treściami. Prowadzi to do tego, że są one np. zaprezentowane w postaci komiksu, jednak reszta pozostaje taka sama, jak zwykłe ulotki. Taka próba przechytrzenia czytelników i popchnięcie ich do tego, by w ogóle wzięli to coś w ręce przeważnie nie działa: nawet jeśli adresaci nie zauważą od razu, o co chodzi, problem zaczyna się najpóźniej w momencie, gdy zaczynają czytać (lewicowe teksty nie są tu wcale w lepszej sytuacji niż np. zapakowane w komiks treści biblijne). Ta „próba zmylenia opakowaniem” nie wykorzystuje możliwości leżących w imitacji bądź przechwytywaniu utrwalo-nych form i ukazujących się np. w paradoksalnych i lirycznych kombinacjach tekstu i obrazu, typowych dla komiksów stworzonych przez sytuacjonistów. Mimo tego kamuflaż może być skuteczną techniką komunikacji. Gdy napięcie między formą a treścią jest świadomie stosowane, wtedy umiejętny i dowcipny kamuflaż może w zupełności osiągnąć swój cel: pokonać bariery komunikacyjne i być wysłuchanym pomimo wszechogarniającego nadmiaru informacji.

### **Falszować i pozwalać falszować**

Wytwarzanie fałszywek jest jednym z ulubionych pól działania partyzantów komunikacyjnych. Dobra fałszywka swoją skuteczność zawdzięcza połączeniu siły imitacji, fałszywych faktów, dysonansu poznawczego i wyolbrzymienia dominujących form językowych. Możliwie perfekcyjnie naśladować głos władzy, by w ograniczonym czasie mówić w jej imieniu i z jej autorytetem (np. przez podrobienie pism urzędowych). Priorytetem fałszerza nie jest jednak osiągnięcie bezpośredniego materialnego skutku lub uzyskanie osobistych korzyści. Ważniejsze jest rozpoczęcie procesu komunikacji, którego tematem – często poprzez (celowe) odkrycie fałszywki – będzie struktura sfal-  
 zowanej sytuacji komunikacyjnej.

rozwinętej sytuacji komunikacyjnej. Fałszywka rozwija swoją skuteczność w trakcie procesu następującego po jej zdemaskowaniu, w łańcuchu prawdziwych, lub też fałszywych, dementi, jeśli to możliwe wzbogaconym dalszymi fałszywkami. Produkcja fałszywek porusza się często na granicy legalności. Mimo że od strony prawnej sytuacja nie jest tak jednoznaczna, jak w przypadku fałszerstw (oszustwo itd.), z reguły są one prawnie ścigane.

W dalszej części nie podamy konkretnych wskazówek, jak zdobywać nagłówki listów, dostęp do danych lub jak używać skanerów, kopiarek i programów komputerowych. Fałszerze wykazują się w tym zakresie wystarczającą ilością fantazji. Bardziej chodzi nam o to, by pokazać, jak działa fałszywka i jakie osiąga cele.

### **Teoria fałszywek**

W dzisiejszym burżuazyjnym społeczeństwie władza sprawowana i legitymowana jest w znaczącym stopniu na poziomie dyskursywnym. Fałszywki są próbą zakłócenia tej zasady funkcjonowania władzy i zniszczenia jej legitymizacji poprzez rozprzestrzenianie w jej imieniu fałszywych, celowo zmodyfikowanych lub po prostu bezsensownych informacji. W ten sposób ma zostać załamana oczywistość procesów dyskursywnych, poprzez które władza się konstituuje i reprodukuje. Fałszywka jest środkiem taktycznym, który z reguły nie wskazuje alternatyw i nie formułuje konkurencyjnych dyskursów. Mimo to działa w pewnym sensie oświecająco: pokazuje, że wszystko równie dobrze mogłoby być inaczej, że struktury mówienia i władzy nie są ani przymusowe, ani oczywiste w formie, w której prezentują się ludziom. Fałszywka pozwala w procesach komunikacji ujawnić się owej niepokojącej i potencjalnie wywrotowej „Inności” zastanego, która przez dominujące dyskursy na wszystkich poziomach skazana jest na milczenie, choć nie może nigdy zniknąć.

Fałszywka opiera się zatem na zakłócaniu, chwilowym obalaniu tego, co Foucault



nazywa „porządkiem dyskursu”, który identyfikuje jako kluczowy element sprawowania władzy\*. Porządek ten określa zarówno dopuszczalne wypowiedzi w ramach komunikacji społecznej, jak i dopuszczanych mówców. Jeśli ktoś „po cichu” podmienia mówcę, to zakłóca reguły, ustalające kto, kiedy i co może powiedzieć, a kto nie. Szczególnie efektywne jest to w sytuacjach, w których wagę argumentów określa nie ich siła, a nazwisko lub tytuł mówiącego. Dzięki fałszywce ukryte dyskursywne struktury władzy stają się nagle widoczne, jako że zakłócenie zdaje się nadchodzić ze strony, która w porządku dyskursu posiada legitymizację do mówienia i bycia słuchaną. Pozornie są to lokalne urzędy, które nakazują badania na AIDS. Wypowiedź i mówca oscylują: z jednej strony przyzwoita obywatelka wierzy w przyzwoitość jej zwierzchników w kwestiach dotyczących sfery prywatnej i dlatego wątpi w treść pisma, z drugiej zapisuje się na test na AIDS, ponieważ mimo to uznaje totalną kontrolę przyzwoitych zwierzchników nad „zdrowiem publicznym”.

Legitymizacja mówienia w imieniu władzy ustanawiana jest poprzez zastosowanie symboli zarezerwowanych dla władzy. Mogą być to elementy takie jak nagłówki listów jakiegoś urzędu, tytuł, nazwisko lub samo zastosowane medium. Takie symbole mają gwarantować jedność autora i tekstu, która jest tak istotna dla sprawowania władzy i dlatego też zabezpieczona paragrafami: tylko uprawnione instytucje władzy mogą posiadać autorytet do wyrażania pewnych treści. Fałszywka przelamuje tę jedność. Fakt, że jest to odbierane jako poważny atak, można odczytać po tym, że nawet na pierwszy rzut oka rozpoznawalne fałszywki prawie zawsze pociągają za sobą sprostowanie.

Udana fałszywka igra z przyporządkowaniem autora do tekstu. Jej działanie uwiadczenia się dokładnie tam, gdzie nie można ustalić jednoznacznego związku między tymi dwoma elementami: w tym momencie zna-

czenia wypowiedzi także zaczynają oscylować, nowe interpretacje stają się widoczne i dostępne. Zasada zróżnicowania interpretacji, działająca w konwencjonalnych procesach komunikacyjnych jako nieunikniony czynnik zakłóceń, staje się w przypadku fałszywki fundamentem, który w ogóle umożliwia jej sposób komunikacji – fałszywka nie chce być wzięta dosłownie, ale wywołać refleksje na temat autora i treści komunikatu. Jej otwartość oznacza także, że nie da się nigdy do końca przewidzieć jej rezultatów.

Zamiarem fałszywki jest przemycenie do tekstów i sposobów mówienia władzy subwersywnych sposobów ich odczytywania. Każda przekonująca fałszywka jest igrającą negacją strukturalistycznej zasady „tekst pisze autora”. Niemniej fałszerz nie jest także tym, który pisze tekst fałszywki: dostępny tekst władzy istnieje, jest dostępny fałszerzowi, jest częścią naszego języka. Sama zasada języka pozwala, by pozycja wyrażającego dany komunikat (przynajmniej potencjalnie) mogła być przyjęta przez każdego: głos władzy może być imitowany także przez tych, którzy nie posiadają legitymizacji w ramach porządku dyskursu. W tym sensie język jest wieloznaczny i anarchiczny. Ten sam rozwój, który doprowadził do przeniesienia oddziaływania władzy do języka jednostek i pozwolił samym aktom mówienia stać się instrumentami sprawowania władzy, otwiera fałszerzowi drogę do subwersji. Obecnie wszyscy znają język władzy: w ten sposób fałszywka może stać się elementem codziennej subwersji. Ponieważ sprawowanie władzy ma miejsce w każdej części społeczeństwa, tzn. nie jest już tylko kwestią niewielkiej elity, odpowiedni język (inaczej niż np. łacina w średniowieczu) jest używany przez wielu. Szczególnie dobrze głos władzy opanowują ci, którzy poruszają się w otoczeniu rządzących\*. W tym sensie fałszywka jest raczej formą działania aktywistów pochodzących z klasy średniej, niż tych, którzy zepchnięci na krawędź społeczeństwa, najbar-

\* M. Foucault, *Porządek dyskursu*, Gdańsk 2002.

\* W Stanach Zjednoczonych wielu „figlarzy” (pranksters) jest docentami na uniwersytetach!

dziej narażeni są na wyzysk. Falszywka działa prawdopodobnie najlepiej wtedy, gdy tożsamości fałszerza i fałszowanego stykają się\*.

Właśnie fakt, że bliskość ta ma miejsce w przypadku wielu aktywistów, może także być przyczyną wielu trudności z tego typu działaniem. Podczas tworzenia fałszywki ważne jest świadome podejście do wielorakości własnych tożsamości oraz przynależności i obchodzenie się z tym na swój sposób. Tylko wtedy tożsamości i ich fragmenty piszącego mogą być w pełni wykorzystane. Nie ma groźniejszej rzeczy dla fałszywki, niż stary przesąd, że aktywista może wyrażać tylko jeden, mianowicie SŁUSZNY tekst.

### Sposób działania fałszywki

Taktyka fałszowania opiera się na paradoksie: fałszywka powinna z jednej strony być możliwie nierozpoznawalna jako taka (fałszerstwo musi być dobre), jednocześnie jednak powinna wywoływać proces komunikacyjny, w którym staje się jasne, że informacje są fałszywe: musi zostać zdemaskowana. Krótko mówiąc, wzór wygląda tak: fałszywka = fałszerstwo + demaskacja/sprostowanie/rozpoznanie/przyznanie się. Po jego obydwu stronach na fałszerza czyhają pułapki.

Fałszywka, która zostanie natychmiastowo rozpoznana z powodu słabej jakości fałszerstwa, zostanie w najlepszym przypadku odczytana jako dobra satyra, a w najgorszym jako kiepska ulotka. Obecnie nie ma już problemu z wyprodukowaniem optycznie przekonującej fałszywki. Dużo trudniejsze jest przekonywujące imitowanie głosu i retoryki władzy. Żargonowe wyrażenia aktywistów prowadzą do tego, że czytelnicy bardzo szybko są w stanie przejrzeć zamiary.

Z drugiej strony, w ogóle nie rozpoznana fałszywka jest wysiłkiem na marne. W najgorszym wypadku podwaja i umacnia ona imitowany dyskurs władzy. Przykładem

może być wywieszka, wskazująca osobom posiadającym i nieposiadającym niemiecki paszport odpowiednie wejście do budynku. Takie „fałszywki”, pozornie wychodzące z uprawnionej instytucji, były już akceptowane bez cienia sprzeciwu. Dla osób bez paszportu działały jako realne zagrożenie, czego nie mogło zmienić głośne przyznanie się inicjatorów. Decydującym dla działania fałszywki jest to, by powstała irytacja co do pozornie jednoznacznej sytuacji komunikacyjnej. Celem jest wywołanie procesu komunikacyjnego wyrażającego się pytaniami: Czy to możliwe, że dana wypowiedź pochodzi od tego autora? Jeśli tak: Co o tym sądzić? Jeśli nie: Dlaczego nie, i kto w takim razie mówi? Wypowiedź jest co prawda wiarygodna, ale jednak coś nie pasuje, tylko co? Na przykład: „(...) autorytet żąda antyautorytarnego zachowania. Ludzie stają przed wyborem: albo posłuchają autorytetu, zachowując się antyautorytarnie, albo zachowują się autorytarnie, autorytetu nie słuchając”\*. Takie paradoksy często wywołują pytania do (pozornego) autora.

Czasami fałszywka dochodzi do głosu dopiero po przyznaniu się fałszerza. Ma to miejsce szczególnie wtedy, gdy ofiarą fałszywki padają media, jako że nie mają one interesu w publicznym ogłaszaniu swojej wpadki. Przeważnie jednak otwarte przyznanie się nie jest konieczne, ze względu na istnienie dziwnego zwyczaju, który prawie zawsze oszczędza fałszerzom tego wysiłku: dementi.

Poprzez dementi władza stara się przywrócić zakłócony porządek dyskursu. Ten, kogo podrobiono, osobiście zabiera głos i ogłasza wszystkim, jak jest naprawdę. Kto w rzeczywistości mówi w imieniu władzy, nie uważa ludzi za zdolnych do samodzielnego rozpoznania fałszywki. Fałszerze wiedzą, jak z tego korzystać, gdyż poprzez sprostowanie fałszywka otrzymuje jakby urzędową pieczęć. Fakt, że jest przeważnie rozgłaszana przez media, zapewnia jej po-

\*Deleuze i Guattari określają to mianem najmniejszej możliwej różnicy.

\* Spassguerilla, Münster 1994, s. 116.

nadto publikę, która wykracza daleko poza jej rzeczywisty zasięg.

Właśnie dlatego, że sprostowania padają prawie automatycznie, były już przez niektórych fałszerzy świadomie wykorzystywane. Oferują one możliwości dla specjalnych fałszywek. Te fałszywki wyższego rzędu grają na literalnej formie dementi. W najprostszym przypadku działają poprzez kiwanie głową, które wywołane jest, gdy składane jest sprostowanie, mimo że wszystko wydaje się w porządku. Takie dementi może być sprowokowane świadomie niewinną fałszywką, która nikomu nie podpada. Szczególnie eleganckie, a jednocześnie oszczędzające wiele pracy jest, kiedy fałszerze pozwalają odwalić całą robotę przedstawicielom władzy. Wystarczy przekonać ich o istnieniu fikcyjnej fałszywki – kiedy to się uda, dementują coś, o czym nikt nie słyszał.

Także podrobione sprostowanie bez poprzedzającej fałszywki było już wypróbowane, przy czym fałszerze założyli, że dementi innego dementi wymaga karkołomnych dyskursywnych wygibasów. Kiedy przez media płynie sfalszowane dementi, że firma XY nie zwolni jednak 1 tys. pracowników, wszyscy zainteresowani będą się pytać, o co chodzi w tej informacji. Firma jest w tym momencie zmuszona ogłosić, że nie zwalnia nikogo (lub zwalnia 300 osób itp.).

Dementi jest najwidoczniej mało skutecznym środkiem przywracania porządku dyskursu. Sfalszowane dementi było już nawet użyte do zabezpieczenia rzeczywistej fałszywki. W pierwszym etapie nie stało się nic – nie było sfalszowanych darmowych biletów autobusowych. Wtedy padło sfalszowane dementi: sprostowano fakt, jakoby każdemu mieszkańcowi wysłano darmowe bilety. Dopiero gdy to pismo zostało zdementowane, podrobione bilety zostały rzeczywiście wysłane. Całość dałaby się w zasadzie rozbudować do całej gry sfalszowanych obwieszczeń i sprostowań, w pełni symulującej proces ciągłego reartykułowania porządku dyskursu.

Dementi można także stosować jako strategię medialną: sami fałszerze mają z re-

guly niewielkie możliwości umieszczenia danego tematu w mediach głównego nurtu, dla urzędów i innych instytucji nie jest to z kolei żaden problem. Jak tu nie wykorzystać tego faktu i nie popchnąć ich za pomocą fałszywki do ogłoszenia w mediach dementi, oszczędzając w ten sposób fałszerzom wiele pracy medialnej? Wykorzystywana jest przy tym wielorakość interpretacji, czyli fakt, który przynajmniej umożliwi medialną obecność proponowanych przez nich sposobów odczytywania. Przykład: kiedy w mediach ogłasza się, że w elektrowni atomowej XY nie miał miejsca żaden wypadek, taki meldunek wywołuje raczej wątpliwości, niż gdyby w ogóle o tej elektrowni nie mówiono. Specjaliści od reklamy znają podobną zasadę – każda prasa jest dobrą prasą, jeśli tylko produkt jest obecny w mediach. Dlatego nie dziwi, że także używają fałszywek: Stacja VOX reklamowała swój nędzny serial „Space”, pokazując w imieniu „Inicjatywy przeciwko Space” fałszywe ogłoszenie sprzeciwiające się serialowi.

## MAŁA TYPOLOGIA FAŁSZYWEK

### a) Zagrożenia

Władza (państwowa) gwarantuje bezpieczeństwo i pomyślność dla wszystkich. Trzyma wszystko w garści. Jej instytucje zapewniają ochronę przed mrocznymi zagrożeniami i problemami żywymi, przed powodziami, chaosem i innymi nieprzewidywalnymi sytuacjami. Obraz pewnego siebie, silnego Swojego i zagrażającego Obcego jest podstawą dyskursu władzy.

Duża liczba fałszywek próbowała szczególnie w latach 80. kwestionować ten wizerunek. Możliwe katastrofy i zagrożenia, występujące w dyskursie władzy jako niemożliwe, opanowane lub niegroźne stawały się w fałszywce symulowaną rzeczywistością: elektrownie jądrowe wybuchały, brakowało bunkrów i możliwości ucieczki, trucizny itp. były wszędzie. Wymowa takiej fałszywki jest zawsze taka sama: W przeciwieństwie do tego, co władza twierdzi, nie ma ona wszystkiego w garści. Przy okazji fałszywek, które

powstawały w czasie tworzenia się ruchu ekologicznego i antywojennego, podstawowa struktura dyskursu władzy pozostawała nienaruszona. Zaprzeczano co prawda, jakoby władza zapewniała bezpieczeństwo, jednak nie temu, że jest to jej prawdziwe zadanie. Przeciwnie: padało życzenie, że mogłaby to zadanie lepiej wykonywać. Żądanie gwarantowanego przez władzę bezpieczeństwa było niekwestionowane.

### b) Zakłócenia ładu społecznego

Dyskursy władzy są jednocześnie wyrazem i gwarantem społecznych hierarchii, sankcjonujących nierówności. Nie ma mowy o dobrym życiu dla wszystkich, lecz o efektywności, zarobku i użyteczności. Władza chroni pracowitych, karze leniwych i próżniaków. Jeśli pozwala im dostawać niezаслужoną jałmużnę, wymaga przedtem rytuałów upokorzenia i poddaństwa (każdy, kto był choć raz w urzędzie pracy lub ośrodka pomocy społecznej wie, o czym mowa).

Okazjonalnie władza zdaje się wpadać w amok i zaczyna rozdzielać niezаслужone nagrody i kary. Tak np. posłuszni i pracowici mieszkańcy otrzymują niezrozumiałe wezwania do urzędu pracy, partia chrześcijańska rozdaje bezrobotnej młodzieży bony żywnościowe do luksusowych restauracji i wszyscy dostają darmowe bilety tramwajowe. Te fałszywki mają dwa podstawowe kierunki działania. Kiedy obywatele o nieoczekiwanej opinii zostają wystawieni na nieoczekiwane bezczelności, na fasadach uznanych instytucji zdają się pojawiać ciemne karykatury kafkowskich biurokratów, nieobliczalne i groźne drugie oblicze władzy.

Inne fałszywki nagle pozwalają instytucjom rozdzielać nieoczekiwane dobrodziejstwa: W 1975 r. w Berlinie Zachodnim rozdano 120 tys. podrobionych biletów zbiorowych o łącznej wartości 360 tys. marek. W 1976 r. bezdomni otrzymali sfałszowane bony żywnościowe i w większości z nich skorzystali. Do obydwu akcji przyznały się grupy rewolucyjne. Takie fałszywki to po pierwsze fałszerstwa. Kto ich używa, wie

z reguły bardzo dobrze, że nie powinien oczekiwać dobrodziejstw. Mimo to wykorzystywane były bony towarowe i podrobione bilety, a zdarzały się grupy młodych bezrobotnych, którzy nie omieszkali skorzystać z kuchni Hotelu Kempinski na koszt CDU. Tego typu fałszywki dostarczają krnąbrnemu działaniu pewnego rodzaju osłony. Trafiają w miejsca, w których ludzie sami mają ochotę się zbuntować, choć tłumią to lub się do tego nie przyznają. Wymówka „Nie wiedziałem/am” daje im możliwość przeżycia chwili nieposłuszeństwa.

Ta gra może być czasami problematyczna. Rozdawanie bezdomnym podrobionych zaproszeń na uroczysty bankiet może mieć np. takie skutki, że jeśli któryś z nich pojawi się tam z nadzieją na dobrą kolację, zostanie wyrzucony i pobity przez ochroniarzy lub nawet zatrzymany. Ryzyko ponoszą nie tylko fałszerze (którego oni akurat są z reguły świadomi), ale też ich adresaci, którzy oczywiście są łatwiejsi do złapania. Takie fałszywki wywołują efekt komunikacyjny dopiero wtedy, gdy podrabiane instytucje muszą jednoznacznie zająć stanowisko, np. dementując, że mogły kiedykolwiek wpaść na pomysł, by rozdawać jedzenie bezrobotnym.

### Władza jako przyglup

Dyskurs władzy podkreśla racjonalność i obiektywność decyzji, jak i odpowiedzialność za powszechny dobrobyt. W przeciwieństwie do tego wiele osób jest zdania, że wielu przedstawicieli władzy to niewyobrażalni głupcy. Dlatego z ukrytą radością obserwują, kiedy przedstawiciele ci za pomocą subtelnych fałszywek prowokowani są do ukazania się jako tacy. Ten, kto głośno dementuje, jakoby powiedział lub uczynił jakieś oczywiste głupstwo, sugeruje przy tym, iż „Jednak jest do pomyślenia, że...”.

### Komunikaty performatywne

Wypowiedzi mają nie tylko aspekt językowo-dyskursywny, ale mogą też wywoływać bezpośrednie materialne skutki. Komu

dostarcza się zwolnienie z pracy lub wyrok sądu, ten jest faktycznie zwolniony lub osądzony. Całe zastępy funkcjonariuszy władzy zajęte są formułowaniem i ogłaszaniem performatywnych komunikatów, od „W imieniu narodu”, przez „Ego te absolvo” („Ja odpuszczam tobie grzechy”), po „Aż was śmierć nie rozłączy”. Falszywki z zamiarem wywołania materialnych skutków opierają się właśnie na tym aspekcie komunikacji. W tym przypadku odkrycie falszywki jest ostatnią rzeczą, jaka interesuje autora: niszczy ono nie tylko performatywne działanie, ale ma też niemile konsekwencje. Kiedy fałszerze posługują się performatywnymi wypowiedziami, nie chodzi im przede wszystkim o własne korzyści, lecz o subwersję. Materialne efekty powstają głównie na podstawie cichych porozumień i tylko wyjątkowo muszą być wymuszane przemocą. Porozumienia te zakładają, że wypowiedzi performatywne używane są tylko przez tych do tego uprawnionych oraz że wtedy rzeczywiście zachodzą odpowiednie skutki. Poprzez fałszywkę i jej demaskację ta legitymizacja ma zostać naruszona, tracąc swoją oczywistość.

Przykład: Kiedy urząd miasta informuje mieszkańców w fałszywym komunikacie, że tego i tego dnia odbierane będą z ulic stare lodówki, to wtedy najprawdopodobniej rzeczywiście wiele lodówek będzie stać na ulicy i czekać na odbiór. W tej sytuacji albo muszą zostać rzeczywiście odwiezione przez miasto, albo mieszkańcy poczują się zrobieni na szaro. W pierwszym przypadku performatywny komunikat zadziałałby, mimo że autorstwa nieuprawnionej osoby. W drugim wiarygodność władz miasta zostałaby nadwyrężona. Dla reakcji służb publicznych na fałszywki typowe jest, że skarżą się na „dezorientację mieszkańców”. Ziarno subwersji tkwi właśnie w tej dezorientacji, chwilowo kwestionującej oczywiste funkcjonowanie porządku dyskursu.

Performatywny aspekt fałszywek zmusza instytucje władzy do doprowadzenia zakłóconego porządku do normy poprzez dementi, a przez to do rozpoczęcia procesu komunikacyjnego, oczekiwanego przez fał-

szerzy. Zachodzi tu podwójne związanie\* zaatakowanych: z jednej strony nie mogą tak po prostu zostawić danej fałszywki, z drugiej sprostowanie sytuacji wywołuje nagłośnienie z reguły nieprzyjemnych pytań, których przedyskutowania życzą sobie fałszerze, w przeciwieństwie do ich ofiar.

#### e) Chaos komunikacyjny

Chaos komunikacyjny powstaje, gdy niemożliwe jest ostateczne przyporządkowanie wypowiedzi do mówców. Takie sytuacje mogą być wytwarzane przy pomocy fałszywek wyższego rzędu. Na przykład w związku z kontrowersjami wokół spisu ludności, współpracowały ze sobą różne fałszywki i dementi o efektach performatywnych i komunikacyjnych. Cel był jasny: wytworzyć zamieszanie, prowadzić fałszywymi ścieżkami komunikacji – tak długo, aż nikt z uczestników nie będzie już wiedział, o co właściwie chodzi.

Fałszywka określa się jako atak na władzę, mimo że jej techniki przypominają repertuar metod dezinformacji i fałszerstw typowych dla służb specjalnych. Dla tych, którzy roją wizje „społeczeństwa informacyjnego”, takie techniki stały się elementem prowadzenia wojny i walki o władzę. W wojnie w Zatoce Perskiej szeroko były stosowane formy medialnej i pozamedialnej dezinformacji. Powiązania z fałszywkami są tutaj jednak mniejsze niż by się zdawało, ponieważ fałszerstwa wywiadowcze celują z reguły w samą informację. Fałszywa informacja ma wpłynąć na ruchy wroga lub pomóc zewrzeć własne szyki. Takie fałszerstwa używają kanałów komunikacyjnych w zdecydowanie liniowy sposób i zaledwie wymieniają potajemnie nadawcę komunikatu, nie posługując się jednak wieloznacznością informacji.

---

\* Podwójne związanie (double bind) – dylemat komunikacyjny, w którym osoba otrzymuje dwa lub więcej sprzecznych komunikatów. Poprawna odpowiedź na jeden z nich oznacza fałszywą odpowiedź na inny. Osoba ta nie jest w stanie ani skomentować tego konfliktu, ani go rozwiązać. Za: wikipedia.org (przyp. red.)

W przeciwieństwie do takich fałszerstw fałszywka jest sposobem mówienia bezsilnych głosów, które skazane są na milczenie przez dyskursywne struktury porządku. Podczas walki o POSIADANIE władzy taka forma krytyki byłaby jednak ostatnią rzeczą, jaka miałaby sens. Nie jest przypadkiem, że technika fałszywek nie odgrywa istotnej roli w starciach wojennych. Fałszywka bowiem nie służy do zajmowania strategicznych pozycji i walki o władzę. Może wkalkulować swoją demaskację i wykorzystać ją jako broń komunikacyjnej subwersji. Nie włączając się w grę o władzę, fałszerze zyskują nowe możliwości ataku, subwersji i praktycznej krytyki.

### Przechwytywanie

Przechwytywanie jest metodą wywoływania dysonansu poznawczego, zmieniającą postrzeganie powszechnie znanych przedmiotów lub obrazów poprzez wyrwanie ich ze zwyczajowego kontekstu i wstawienie w nowe, niecodzienne okoliczności. W kulturze popularnej metoda ta nazywana jest *samplingiem* i wykorzystywana przeważnie na polu (audio)wizualnym przy tworzeniu kolaży lub montażu. Przechwytywać można też jednak pojęcia lub frazy. Powszechną formą przechwytywania jest parodia, krytykująca przeważnie tekst, na którym się opiera.

Przechwytywanie zostało zdefiniowane po raz pierwszy przez sytuacjonistów w 1956 r.: „Kulturowa kreacja, którą można nazwać sytuacjonistyczną, rozpoczyna się wraz z projektami unitarnego urbanizmu lub konstruowaniem sytuacji w życiu w taki sposób, że ich realizacji nie da się oddzielić od historii ruchu wszystkich zawartych we współczesnym społeczeństwie możliwości rewolucyjnych. Jednak w bezpośrednim działaniu, które musi zostać przeprowadzone w ramach, które chcemy zniszczyć, można już dziś tworzyć sztukę krytyczną przy pomocy dostępnych środków wyrazu – od filmu po obrazy. Całość tego sytuacjoniści ujęli w teorię przechwytywania”<sup>\*</sup>.

<sup>\*</sup> G. Debord, *Rapport zur Konstruktion von Situationen*, Hamburg 1980, s. 82.

Krytyczni artyści lub grupy artystyczne posługują się metodą przechwytywania. Znać są np. „Ready Mades” Marcela Duchampa lub prace Josepha Beuysa. Trzeba tu przywołać także plagiaryzm, w którym jako własne używane są nie tylko czyjeś idee lub teksty, ale też wyrwane z pierwotnego kontekstu obrazy lub zdjęcia.

Podczas gdy przechwytywanie w obszarze sztuki kwestionuje pojmowanie sztuki wysokiej przez umieszczanie w muzeach banalnych przedmiotów codziennego użytku, sytuacjoniści wykorzystywali formy popkultury, grafiki czy reklamy i łączyli je z politycznymi analizami. Za adekwatną formę wyrazu w społeczeństwie uznawali komiks i przechwytyując jego kontekst, jako taniej literatury rozrywkowej, wypełniali nową treścią. W „Proletariat jako podmiot i reprezentacja” ekskluzywnie ubrana piękność z gniewnym spojrzeniem poucza swojego rozmówcę na temat składu proletariatu, wytworzonej przez burżuazję ideologicznej świadomości i potrzeby rewolucji. Doprowadza ją to pod koniec odcinka do wniosków na temat społeczeństwa klasowego oraz spektaklu nie-życia.

Poprzez przechwytywanie obrazów, pojęć i tekstów z hegemonicznej estetyki oraz dyskursów władzy można, łatwiej niż przy pomocy „normalnego” tekstu analitycznego, unaocznnić i zdekonstruować ich przeważnie ukrytą funkcję ideologiczną. Poza tym jest ono też skutecznym środkiem ukazywania społecznej konstrukcji kategorii, takich jak np. płęć.

Świadomemu i celowo stosowanemu przechwytywaniu towarzyszy inna popularna forma przywłaszczania hegemonicznych struktur. Jak stwierdza Michel de Certeau, codzienność wszystkich jednostek określana jest przez stałe, choć chwilowe, przywłaszczania i reutilizacje zastanego – czy to sposobu konsumpcji, wyboru drogi w mieście, czy stosunku do tzw. kultury wysokiej. Można z tego wnioskować, że przechwytywanie jest skuteczną metodą, ponieważ odpowiada codziennej taktyce obchodzenia się

z uwarunkowaniami społecznymi i stanowi jej paralełę.

Przechwytywanie może służyć różnorodnym celom w politycznych konfrontacjach. Może bronić przed atakami przeciwnika, jest w stanie go ośmieszyć, może także pomóc rozpowszechnić inne, „odwrócone” interpretacje rzeczywistości. Może być np. wykorzystane w postaci fikcyjnej kampanii propagandowej rządu, w której przedstawiane są zalety zwiększania intensywności działania służb specjalnych i zapowiadany jest „Wielki Atak Podśluchów”.

Istotnym środkiem subwersywnej komunikacji jest radykalne wykorzystywanie tego, co wydaje się dostępne wszystkim: języka. Jest on nie tylko środkiem transportu danej prawdy, a jego struktury mogą także stanowić cel ataku. Język nie tylko opisuje inne rzeczy, ale sam też jest dla siebie rzeczą, zbiorem reguł, które można naruszać i przechwytywać. Jest systemem porządku, „którego władza w dużej mierze oparta jest na jego bezrefleksyjnej akceptacji”\*. Chodzi

zatem o to, by zakłócić spokojny porządek symboli, żeby w ogóle móc zwrócić uwagę na ten system i jego stabilizującą funkcję. W najlepszym wypadku oznacza to zawładnięcie pustymi miejscami, wypowiedzianie niewypowiedzanego i jednocześnie odkrywanie tego, jak w ukryty sposób działa w języku opróżnianie i przemilczanie. Takie przechwytywanie przypuszcza szturm na symboliczne fundamenty społecznego porządku.

Subwersywna komunikacja uprawiana dzięki przechwytywaniu języka nie tylko domaga się, by media umożliwiały równouprawnioną wymianę. Podkopując instytucjonalny kod, subwersywny język ma na celu zaprzeczanie oficjalnemu przedstawianiu rzeczywistości, przestawianie obrazu świata i sianie nieporządku na tablicy koordynat prawdy. Roland Barthes sformułował tę koncepcję w postaci pytania: „Czyż nie lepszą subwersją jest przestawiać kody, zamiast je niszczyć?”\*.

\* K. Gruber, *Die zerstreute Avantgarde*, Wien-Kolonia, 1989, s. 104.

\* R. Barthes, *Mitologie*, Warszawa 2008.

## R e k l a m a

# INNY ŚWIAT

kwartalnik anarchistyczny



W najnowszym 30 numerze pisma przeczytacie m. in o:

- MONITORINGU
- ELEKTROWNI ATOMOWEJ W TEMELINIE
- WALCE PRACOWNIKÓW CEGIELSKIEGO
- BRITYJSKICH ANARCHO-KOMUNISTACH Z ANGRY BRIGADE
- PATRIOTYZMIE ŚLAMSÓW
- WYWIAD Z Ursulą K. LeGuin

Pismo dostępne w dystrybucji Oficyny „Bractwa Trojka”, salonach Empik oraz dobrych księgarniach

[www.innywiat.most.org.pl](http://www.innywiat.most.org.pl) \* [www.bractwotrojka.pl](http://www.bractwotrojka.pl)