



► **Piotr Stępnik** – student II roku studiów magisterskich na kierunku Kulturoznawstwo na Uniwersytecie Śląskim. Jego zainteresowania naukowe koncentrują się wokół antropologii muzyki, kultury młodzieżowej oraz nowych mediów.

## Oddziaływanie przekazów medialnych na świadomość zbiorową na przykładzie *Wojny światów* Orsona Wellesa

Piotr Stępnik

[stepniak.piotr@hotmail.com](mailto:stepniak.piotr@hotmail.com)

UNIwersytet Śląski

### ABSTRAKT

Celem artykułu jest pokazanie zabiegów, wykorzystywanych przez media w celu kreowania nastrojów społecznych. Poddając analizie radiowe słuchowisko Orsona Wellesa, ukazano sposób, dzięki któremu kreując sytuacje kryzysowe, media są w stanie oddziaływać na odbiorców. W artykule przedstawiony został kontekst kulturowy potrzebny do zrekonstruowania wiedzy z początku XX wieku, zabiegi wykorzystane w radiowej wersji *Wojny światów*, a także zestawienie z innymi radiowymi komunikatami. Ostatnia część tekstu dotyczy siły oddziaływania mediów na kreowanie rzeczywistości i nadawania wiarygodności przedstawianym przez nich wiadomościom. Odwołując się do koncepcji medioznawczych, staram się pokazać niebezpieczeństwa płynące z biernego użytkowania środków masowego przekazu.

**SŁOWA KLUCZOWE: WOJNA ŚWIATÓW, FAKE NEWS, ODDZIAŁYWANIE MEDIÓW, SŁUCHOWISKO RADIOWE, PRZEKAZY MEDIALNE**

### ABSTRACT

The aim of the article is to show the treatments used by the media to create social moods. Through the analysing Orson Welles's radio play, it is shown how, by creating crisis situations, the media are able to influence the recipients. The article presents the cultural context needed to reconstruct knowledge from the early twentieth century, the treatments used in the radio version of the World War, as well as a comparison with other radio messages. The last part concerns the power of the media's influence on creating reality and giving credibility to the messages they present. Referring to the media concept, the article attempts to show the dangers of passive use of mass media.

**KEYWORDS: THE WAR OF THE WORLDS, FAKE NEWS, MEDIA IMPACT, RADIO DRAMA, MEDIA MESSAGES**

Stępnik P., (2019),  
Oddziaływanie przekazów  
medialnych na świadomość  
zbiorową na przykładzie *Wojny  
światów* Orsona Wellesa  
*Com.press*, 2 (3), s. 28-43.  
[www.compress.edu.pl](http://www.compress.edu.pl)

## WSTĘP

W dobie nowych mediów można by rzec, że jesteśmy przyzwyczajeni do komunikatów obecnych w każdym miejscu. Tysiące informacji, które każdego dnia docierają do nas różnymi kanałami, nikogo już nie dziwią. Problemem dla użytkowników staje się segregacja wiadomości, zaś powszechna niewiedza na temat tego, jak dobierać informacje, które są nam potrzebne, jeszcze bardziej pogłębia to zjawisko. Selekcję dostarczanych nam wiadomości zaczynają wykonywać za nas algorytmy, o których działaniu spora część społeczeństwa nie ma pojęcia. W zalewie informacji pojawiają się też te, które nazywamy *fake newsami*. Tworzone w celu dezinformacji, dla rozrywki czy z braku dostatecznych dowodów, swoimi często szokującymi treściami docierają do tysięcy odbiorców, którzy bez zastanowienia je powielają. O wzroście popularności zjawiska, ale też pewnej świadomości na jego temat, świadczy fakt, że w 2017 roku *fake news* zostało wybrane słowem roku. Mimo to w mediach masowych rozpowszechnianie wywołujących sensację treści nadal stanowi ogromny problem, a internauci prześcigają się w tworzeniu coraz bardziej absurdalnych informacji, by wprowadzać w błąd innych użytkowników. O sile oddziaływania takich wiadomości można dowiedzieć się więcej, sięgając do udokumentowanych źródeł, dzięki którym możliwe jest zaobserwowanie, jak przyjęcie za pewnik usłyszanych wiadomości doprowadza do powielania nieprawdziwych informacji nawet przez następne pokolenia.

Tematem niniejszego artykułu są mechanizmy oddziaływania przekazów medialnych na świadomość zbiorową na przykładzie *Wojny światów* Orsona Wellesa. Pragnę poruszyć takie wątki, jak: wpływ stanu wiedzy na odbiór słuchowiska, zabiegi zastosowane, by stworzyć rzeczywistą transmisję fikcyjnego zdarzenia oraz to, w jaki sposób *Wojna światów* wpłynęła na przekazy medialne. Dla pełniejszej analizy kluczowe są także kwestie dotyczące kontekstu kulturowego, dzięki któremu możliwe będzie zrekonstruowanie nastrojów panujących przed rokiem 1938. Odtworzenie wiedzy i przekonań, jakimi dysponowali ówczesni ludzie, pozwala, jak sądzę, na lepsze zrozumienie zabiegów, których użyto w słuchowisku. Porównując *Wojnę światów* z innymi radiowymi komunikatami, zamierzam przedstawić możliwości, jakie daje odpowiednie wykorzystanie techniki. Ponadto *Wojna światów* stanowi materiał badawczy, który dostarcza informacji na temat zjawiska *fake newsów*, a także tego, czy słuchowisko Wellesa przyczyniło się do zmiany postrzegania mediów i ich odbioru.



## MARSJAŃSKA GORĄCZKA

W niedzielny wieczór 30 października 1938 roku radio Columbia Broadcasting System nadało 17. odcinek teatru radiowego *The Mercury Theatre on the Air*, który po dziś dzień pozostaje jednym z najsłynniejszych i najbardziej kontrowersyjnych słuchowisk radiowych. Teatr, którego dyrektorem, reżyserem i aktorem był mający wówczas zaledwie 23 lata Orson Welles, zaprezentował tego dnia odcinek zatytułowany *Wojna światów*. Była to adaptacja powieści Herberta G. Wellsa z 1898 roku. Zarówno powieść, jak i audycja przedstawiają inwazję cywilizacji marsjańskiej na ziemię. Welles oraz jego współtowarzysze nie byli początkowo przekonani do tekstu sprzed 40 lat, uważając go za dobrze znany społeczeństwu. Ponadto w ich mniemaniu słuchowisko na podstawie *Wojny światów* nie mogło niczym zaskoczyć odbiorców (Roth, Huff, 2018). W słuchowiskach Welles trzymał się wytyczonego planu przyciągania uwagi już w pierwszych minutach, by słuchacze nie zmienili stacji. Następnie przybliżał odbiorcom miejsce i bohaterów, by mogli to sobie wyobrazić, uważając przy tym, żeby nie było ich zbyt wielu, co wprowadzałoby zamęt. Ważnym elementem pracy Wellesa był dobór aktorów i tekstów, które musiały urzekać widza, jako że dźwięk był jedynym sposobem prezentacji przedstawianego świata. W poprzednich adaptacjach teatru zasłynął z tworzenia dźwiękowych iluzji, wykorzystując takie zabiegi, jak w *Draculi* – przebijanie arbuza młotkiem, zastępujące odgłos przebijania serca wampira drewnianym kołkiem; w *Hrabim Monte Christo* – spuszczenie wody w toalecie, które symulowało szum fal; czy w *Opowieści o dwóch miastach* – przecinanie sałaty tasakiem imitujące dźwięk gilotyny odcinającej głowę (Jarow, 2018). Podczas każdej audycji oprócz aktorów, w studiu obecna była również orkiestra, która swoją grą dodawała nastrojowego tła przedstawieniom. Jednak, by widzowie i tym razem z zaciekawieniem wsłuchiwali się w audycję, Welles musiał zadbać, by słuchowisko nie przyciągało wyłącznie efektami, ale i scenariuszem. Pierwszym zabiegiem było przeniesienie miejsca akcji z Wielkiej Brytanii do Stanów Zjednoczonych – przestrzeń znana i bliska słuchaczom miała za zadanie bardziej skoncentrytować ich uwagę. Następnie należało dostosować powieść do warunków radiowych, zastosowana koncepcja newsów miała odpowiednio intrygować, ale nie zdradzać zbyt wiele w krótkich wiadomościach.

Przed przejściem do analizy *Wojny światów* warto przyjrzeć się kulturowemu kontekstowi czasu, w którym słuchowisko zostało zaprezentowane. W koncepcjach neopsychoanalizy uwidoczni się rola nieświadomości, która



jest uwarunkowana przez działania społeczne i kulturowe. Jak podaje Maciej Bachryj-Krzywaźnia (2011, s. 79–80):

ta istotna zmiana perspektywy [...] otwiera szczególnie interesującą perspektywę interpretacyjną. Odkrywa bowiem zarówno indywidualny jak i społeczny wymiar ludzkiej nieświadomości oraz ich wpływ na treść subiektywnych przekonań i sensów wiązanych przez podmiot z własnymi działaniami.

Widzimy więc, że oddziaływanie nieświadomości na działania i zachowania człowieka jest silnie sprzężone z kulturą, w której dane zjawiska zachodzą. Co istotne, wpływ ten jest obustronny, przez co kultura nie tylko wpływa na kształtowanie się osobowości, ale również osobowość wyraża się w kulturze. Wynik procesu poznawania nie jest zatem zbieżny z materiałem początkowym, ponieważ przeszedł przez serię filtrów historycznych, społecznych i kulturowych. Rolę sprawczą zachowań człowieka przejmują więc nieświadomość kształtowana przez wspomniane czynniki, które w pewnych aspektach mogą być kontrolowane przez twórców i nadawców mediów. Jednostka zatem ma zakodowane działania, które pozostają nieuświadomione i wywoływane są w sposób niezależny od niej. Dlatego zasadne jest spojrzenie na to, jakie wydarzenia społeczne i kulturowe mające wpływ na ukształtowanie się przekonań, poprzedziły audycję radiową Wellesa.

Marsjańska gorączka rozpoczęła się pod koniec XIX wieku. Obserwacje Giovanniego Schiaparellego z 1877 roku dowiodły, że na powierzchni Marsa widoczne są proste linie, które zostały nazwane kanałami. Proste linie pobudzały wyobraźnię, w związku z tym zaczęto snuć teorie, że zostały one zbudowane przez inteligentne istoty zamieszkujące planetę. Do popularyzacji tych tez znacząco przyczyniły się publikacje Percivala Lowella, które wynikały nie tylko bezpośrednio z jego obserwacji, ale i domniemań, jakoby widoczne na Marsie kanały były wynikiem działań cywilizacji marsjańskiej mających zapobiec obumieraniu planety (Basalla, 2006). W 1899 roku Nikola Tesla, badając szum radiowy atmosfery odebrał powtarzające się sygnały. Mimo iż nierozszyfrowane, zostały uznane za komunikaty radiowe z innej planety. W 1901 roku Tesla w artykule opublikowanym w magazynie „Collier’s Weekly” ogłosił: „coraz bardziej potęguje się we mnie przekonanie, że byłem pierwszym człowiekiem, który usłyszał pozdrowienie przesłane z jednej planety na drugą” (Tesla, 1901). Dziewiętnaście lat później fizyk Guglielmo Marconi (1920) również podejrzewał, że odbiera sygnały z innej planety przesłane alfabetem Morse’a.



Zbiór tych i innych przypuszczeń doprowadził do zainteresowania życiem pozaziemskim nie tylko uczonych, ale i twórców sztuki. W 1898 roku ukazała się wspomniana już *Wojna światów*, trzy lata później H.G. Wells wydaje kolejną książkę, *Pierwsi ludzie na księżycu* (1901). W następnych latach powstały dziesiątki powieści pokazujące cywilizacje zamieszkujące inne planety, podróże kosmiczne czy też inwazje na ziemię. Również twórcy filmowi inspirowali się przestrzenią kosmiczną. W 1902 roku Méliès nakręcił film *Podróż na księżyc* przedstawiający naukowców, którzy na Księżycu spotykają inną cywilizację. W 1910 roku Thomas Edison zaprezentował własną *Podróż na Marsa*, która opowiadała o tym, jak na planecie spotkał olbrzymich kosmitów. Do 1938 roku powstały jeszcze takie filmy, jak: duńskiej produkcji *Podróż na Marsa* z 1918 roku; wykorzystujący technikę teletvii (prekursora 3D) *Człowiek z marsa*; rosyjski *Aelita: Revolt of the Robots*, bazujący na książce Aleksieja Tołstoja; czy amerykański *Just Imagine*. W roku 1899 po raz pierwszy w Londynie został wystawiony spektakl *Wiadomość z Marsa* Richarda Ganthony'ego, a w latach 1903–1905 przedstawienie można było oglądać w całych Stanach Zjednoczonych. Spektakl został również trzykrotnie zekranizowany: w 1903, 1913 i 1921 roku (Miller, 2016).

W tym czasie radio święciło swoje tryumfy, na skutek Wielkiego Kryzysu stało się głównym medium. Dzięki dostarczaniu rozrywki za stosunkowo niewielką cenę radiu udało się rozwinąć, pomimo trwającego kryzysu, w którym jedna piąta Amerykanów straciła pracę. Nadawanie na żywo z miejsca wydarzenia zapewniło stały dostęp do informacji wszystkim słuchaczom. Jednak zamiast pomóc w trudnych chwilach radio wykorzystało swoje możliwości do utrzymywania słuchaczy w napięciu, przerywając audycje i donosząc o katastrofach (Schwartz, 2015). *Wojnę światów* poprzedziły dwa wydarzenia – zajęcie przez III Rzeszę Czechosłowacji 12 września 1938 roku oraz Wielki Huragan w Nowej Anglii, który uderzył 9 dni później, powodując setki zgonów i ogromne zniszczenia. 30 września CBS podziękowało za tysiące listów i setki telegramów chwalebnych stację za jej rzetelną pracę. Miesiąc później nadano pamiętne słuchowisko, które w niedzielny wieczór zgromadziło przed radiodbiornikami około sześciu milionów ludzi.



## ANALIZA SŁUCHOWISKA

*Wojna światów* prezentuje atak obcej cywilizacji na Ziemię, jednak nie przynosi słuchaczy w futurystyczny świat pełen technologii z innej planety, lecz krok za krokiem odkrywa tajemniczą historię. Odbiorcy początkowo są świadkami serii newsów donoszących o meteorycie, który spadł na terenie Stanów Zjednoczonych, by następnie przenieść się na miejsce zdarzenia i uczestniczyć, przy pomocy przekazu na żywo, w przełomowym odkryciu. W kolejnych minutach okazuje się, że obiekt, który uderzył w ziemię, jest statkiem kosmicznym i zaczyna zabijać obecnych na miejscu ludzi. Następne sceny prezentują wojsko atakujące obcych, jednak ich technologia przekracza ziemską i bez problemu odpiera atak, rozpylając przy tym śmiertelny gaz. Kosmici zajmują kolejne miasta, rozprawiając się z ich mieszkańcami, radiowi reporterzy donoszą o atakach obejmujących całe Stany Zjednoczone aż do własnej śmierci. Jedynym ocalałym wydaje się profesor astronomii, który przejął radiowy mikrofon i informuje o swoich poczynaniach. Wkrótce okazuje się, że ziemska atmosfera nie spełniała warunków życiowych przyszłości z Marsa i oni także stracili życie.

Radiowa *Wojna światów* rozpoczyna się od przemówienia Orsona Wellesa, który zwraca się do słuchaczy, używając pierwszej osoby liczby mnogiej. W swojej wypowiedzi stwierdza, że my, ludzie, zdajemy sobie sprawę z tego, że jesteśmy obserwowani przez inne inteligentne formy życia snujące swoje plany przeciwko nam. Tymi słowami Welles przywołuje w głowach słuchaczy obrazy, które tkwiły do tej pory ukryte w ich podświadomości. Kosmici, obce wrogi cywilizacje, społeczeństwo zna już te obrazy z dorobku kulturowego ostatnich lat, a więc nie trzeba mu wiele, by przywołać te wspomnienia. Ponadto używając liczby mnogiej, Welles stawia na nierównej pozycji jednostkę, która chciałaby twierdzić, że brakuje dowodów na obecność inteligentnych form życia na innych planetach, i posługując się argumentem większości, udaje mu się podporządkować słuchaczy. Welles tak ukierunkowuje odbiorców, że nawet w zdaniu, w którym mówi że jest rok 1939, wybrzmiewa wyłącznie jego ostatni fragment dotyczący opadającej zasłony iluzji, odwraca tym samym uwagę słuchaczy od faktu, że mamy rok 1938.

Traktując słuchowisko jako pokaz sytuacji kryzysowej, jak miało zostać odczytane przez odbiorców, warto przyjrzeć się, czym charakteryzuje się takie wydarzenie, dzięki temu możliwe będzie sprawdzenie, czy spełniło ono swoje zadanie. Barbara Rozwadowska (2006) podaje pięć stadiów procesu kryzysowego. Pierwszym z nich jest wykrywanie sygnałów ostrzegawczych. W *Wojnie światów* za sygnały ostrzegawcze należy uznać dwa momenty,



w których spiker przerywa program muzyczny, by przekazać informacje o zaobserwowanych wybuchach na powierzchni Marsa oraz że w związku z nimi przeniesiemy się do obserwatorium, by wysłuchać profesora astronomii. W 1938 roku przerywanie transmisji nie jest nowym zabiegiem, Welles wykorzystuje więc sprawdzoną konwencję po to, by przyciągnąć uwagę słuchacza. Mimo że komunikaty nie przekazują żadnych konkretnych treści, po raz kolejny odwołują się do pamięci słuchaczy i przywołują wspomnienia innych sytuacji kryzysowych. Drugim etapem według Rozwadowskiej jest przygotowanie i działanie prewencyjne. Za przygotowanie należy uznać już sam wywiad Carla Philipasa z profesorem Piersonem. Transmisja prowadzona jest z obserwatorium, ale nie znajdujemy się w gabinecie, reporter opisuje słuchaczom olbrzymi teleskop, przez który spogląda profesor, by dopiero po chwili udzielić odpowiedzi na pytania. Dodaje to realizmu przedstawionym wydarzeniom, pokazując Piersona jako rzeczywistego obserwatora przestrzeni kosmicznej. Postać profesora, który tytułowany jest jako znany na całym świecie astronom, stanowi przykład jednego z wielu obecnych w słuchowisku klasycznych odwołań do autorytetu. Zabieg, który dzisiaj tak chętnie wykorzystywany jest przez twórców *fake newsów*, został użyty, by nadać wiarygodności i oddalić możliwość podważenia przedstawionej treści. W dalszej części słuchowiska słyszymy chociażby wypowiedź sekretarza departamentu zasobów wewnętrznych, wydarzenia nie wzbudzają podejrzeń, skoro sam rząd zaczyna interweniować. Wraz z pojawieniem się wojska w Grover's Mill oraz oficjalnymi komunikatami rządu jesteśmy świadkami powstrzymywania skutków kryzysu, jak nazywa trzeci etap Rozwadowska.

Najbardziej wyrazistym punktem *Wojny światów* jest moment, w którym Phillips nadaje po raz ostatni. W jego głosie słychać emocje, do tej pory niepojawiające się w audycji. Phillips, nadając na żywo, przekazuje słuchaczom informacje o katastroficznych zdarzeniach, jakie rozgrywają się wokół niego. Jak podaje Aleksander Woźny (2013, s. 34), zachowanie w sytuacjach kryzysowych znosi zasadę unikania przez media roli uczestnika wydarzeń. A zatem kodeks, który zalecał ograniczenie atmosfery sensacyjności, prowadzącej zazwyczaj do wzrostu paniki, przestaje funkcjonować. Najbardziej znanym przykładem relacji, w której uwidoczniły się emocje, jest nagranie z katastrofy Hindenburga, sterowca, który spłonął 6 maja 1937 roku. Przerazenie, smutek, strach mieszają się w głosie Herberta Morrisona, reportera obecnego na miejscu zdarzenia. Jego relacja pozostaje do dziś jednym z najbardziej poruszających nagrań radiowych. To właśnie na tym żywiołowym przekazie opierał się aktor Frank Readick, próbując naśladować emocjonalny opis wydarzeń. Ostatnie chwile nadawania Phillipsa





silnie pobudzają słuchaczy, którzy stają się świadkami śmiertelnych ataków na ludzkość, a następująca nagle cisza zostawia ich w zawieszaniu, mogą się domyślać, że reporter zginął lub – jak chce tego Welles – dalej dać się ponieść iluzji. W słuchowisku zastosowano również liczne efekty dźwiękowe, które miały pobudzać wyobraźnię odbiorców. Odgłosy laserów, wystrzałów, wybuchów, krzyki uciekających ludzi mieszają się z głosem reportera, Welles wykorzystał tu swoje doświadczenie z wcześniejszych odcinków, w których używał efektów dźwiękowych, by stworzyć poczucie bliskości ze słuchaczami.

W teorii Friedricha Kittlera (1999) urządzenia rejestrujące dźwięk zajmują miejsce mediów prezentujących rzeczywistość dzięki możliwości uchwycenia tego, co do tej pory było trudne lub niemożliwe do przekazania. Komunikaty nie podlegają przeniesieniu na żadne symbole, są prezentowane i odczytywane w sposób bezpośredni i trafiają do nas w prostszy sposób niż teksty pisane. Możliwości techniczne pozwalają słuchaczom odbierać komunikaty tak, jakby znajdowali się tuż obok. W *Wojnie światów* niemożliwe wcześniej do uchwycenia w taki sposób napięcie udało się zaprezentować przy pomocy technik radiowych. Welles, wykorzystując możliwości, jakie dało mu medium, stworzył fikcyjny świat pod płaszczykiem prawdy. Kittler twierdził także, że aby dowiedzieć się, czym coś jest, potrzebujemy czasu, by to poznać. Media wykorzystujące dźwięk pozwoliły na pokazanie szczegółów, które wcześniej były nieuchwytne i pozostawione sferze wyobraźni. Wzajemne oddziaływanie mediów na siebie sprawiło, że wykorzystywano nowe techniki, aby stwarzać wiarygodne obrazy. Słuchowiska zawłaszczyły techniki filmowe do kreowania dźwiękowej iluzji rzeczywistości. *Wojna światów* od pierwszego przemówienia Welleśa do przypomnienia, że jest to teatr radiowy, trwa niecałe 40 minut, trzymając słuchaczy w napięciu przy odbiornikach. Można powiedzieć, że nie daje im więc czasu, o którym mówił Kittler, na rozpoznanie, co jest prawdą, a co nie. Komunikat ten wraz z innymi, które ukazały się po zakończonej audycji, głoszącymi, że wszystko było fikcją, stanowi czwarty etap procesu kryzysowego w teorii Rozwadowskiej, mianowicie normalizację. Kilkakrotne wspomnienie, że słuchowisko było fikcją, oraz przeprosiny ze strony Welleśa miały rozładować strach słuchaczy, którzy uznali audycję za prawdę.

Zestawiając słuchowisko Welleśa z radiowym ogłoszeniem wybuchu II wojny światowej w Polsce, możemy zauważyć pewne różnice, które wpływają na odbiór obu komunikatów. Gdy 1 września 1939 roku Polska została zaatakowana przez Niemcy, Polskie Radio po godzinie szóstej nadało wiadomość o wybuchu wojny. Spiker Zbigniew Świętochowski, przemawiając do wszystkich Polaków i przekazując im tragiczne wieści, zachowuje spokój.





Następnie przedstawiony zostaje specjalny komunikat przygotowany przez Sztab Generalny Wojska Polskiego już dwa dni wcześniej. Lektor Józef Małgorzewski używa w nim pierwszej osoby liczby mnogiej, oznajmiając, „wszyscy jesteśmy żołnierzami”, jego narracja ma na celu łączenie narodu w tych trudnych chwilach, jednocześnie zmusza, a wręcz nakazuje słuchaczom: „Musimy myśleć tylko o jednym: walka aż do zwycięstwa”. Ten radiowy komunikat, mimo iż przekazuje informacje na temat prawdziwego aktu agresji, nie jest prezentowany jako przykład wywierania wpływu na odbiorców. Nie ma również informacji, jakoby skutek ogłoszenia doszło do masowej paniki. Jest to związane z nastrojami społecznymi panującymi przed wybuchem wojny, silnie promowanymi przez obóz rządzący. Sanacja wpajała obywatelom przekonanie, że silna Polska nie stanie się celem ataku III Rzeszy, a nawet jeśli wojna wybuchnie, Polacy szybko poradzą sobie z agresorem. Nadany komunikat nie ma również ładunku emocjonalnego, jakim cechuje się *Wojna światów*, w związku z tym nie pobudza ludzi do działania pod wpływem impulsu, raczej stara się oddziaływać długoterminowo, łącząc Polaków w jednym celu.

## WOJNA ŚWIATÓW – WOJNA MEDIÓW

Jeszcze kilka lat temu w swojej książce Mateusz Nieć (2010, s. 145) tak pisał na temat *Wojny światów*: „w niecałe dwie godziny miasto Nowy Jork opuściło około 80 tysięcy osób, które sądziły, że Marsjanie wylądowali i prowadzą działania wojenne. Mieszkańców ogarnęła panika”. W podobnym tonie wypowiadał się Tomasz Goban-Klas (2005, s. 237), który pisał, że przykładem reakcji społecznej jest: „wielka panika w 1938 roku w Nowym Jorku wywołana audycją radiową H.G. Wellsa o najeździe Marsjan”. Goban-Klas również utrzymywał, że panika w Nowym Jorku była niezamierzonym wynikiem wyemitowania audycji i prawdopodobnie by do niej nie doszło, gdyby Welles chciał ją spowodować. Doniesienia te opierały się głównie na książce Hadleya Cantrila, wydanej w 1940 roku, *Invasion from Mars: A Study in the Psychology of Panic*, w której autor podaje informacje na temat paniki, jaka ogarnęła kraj. Cantril poddając analizie dziesiątki artykułów i wiadomości, jakie ukazały się w prasie, oraz przeprowadzając wywiady z zaledwie 135 osobami<sup>1</sup>, doszedł do wniosku, że blisko milion słuchaczy był spanikowany

<sup>1</sup> Jak podają badacze Jefferson Pooley i Michael Socolow (2013), Cantril nie przeprowadzał osobiście tych wywiadów, a jedynie nadzorował grupę badawczą.



i zaniepokojony na skutek audycji. Jak wskazują Jefferson Pooley i Michael Socolow (2013), Cantril przy pomocy naukowej analizy dodał wiarygodności doniesieniom na temat paniki, stając się odpowiedzialny za wpisanie tych wydarzeń w pamięć zbiorową. Peter Beck (2016) dodaje, że wykorzystanie w kulturze mitu, jaki wytworzyła *Wojna światów*, jeszcze bardziej przyczyniło się do utrwalenia Cantrilowego postrzegania wydarzeń. Komiksy o przygodach Batmana i Supermana, wspomnianie wydarzeń w filmach czy nadawanie ponownie audycji przez radio w kolejne rocznice pierwszej transmisji, wszystko to sprawiało, że wraz z publikacją *Invasion from Mars...*, teza dotycząca wielkiej paniki nabierała wiarygodności. Również Marshall McLuhan (2004, s. 387) w książce *Zrozumieć media* pisał na temat audycji, podając, że była ona przykładem tego, jak radio angażuje nasze zmysły.

W kolejnych latach, wykorzystując model rozgłosu i wcielając w życie powiedzenie: „nieważne, co o mnie mówią, ważne, żeby poprawnie pisali nazwisko”, sam Orson Welles utrzymywał, jakoby jego audycja wywołała atak paniki w całych Stanach, było to bowiem dla niego korzystne jako twórcy filmowego i teatralnego, stanowiąc doskonałą reklamę. O tym, jak wpłynęło to na życie Wellesa, może świadczyć fakt, że już kilka miesięcy później podpisał on kontrakt z wytwórnią filmową RKO. Dla młodego twórcy była to niesłychana okazja do stworzenia własnego mitu, nic więc dziwnego, że Welles ją wykorzystał.

Panika wywołana *Wojną światów* utrwaliła się w pamięci zbiorowej, kolejni badacze powielali zaprezentowaną przez Cantrila tezę o wielkim poruszeniu wśród słuchaczy. Najnowsze badania dotyczące oddziaływania słuchowiska<sup>2</sup> pokazują jednak, że panika nigdy nie przybrała masowej formy, jak to zwykły opisywać gazety. Problem związany z pokazaniem prawdziwego rozmiaru zjawiska pojawił się już w trakcie prowadzenia badań przez Cantrila i jego zespół. Herta Herzog odpowiedzialna za wywiady ze słuchaczami, już od listopada 1938 r. otrzymywała odpowiedzi, które wskazywały, że duża część uznawała to, co słyszała, za mające znamiona prawdy, wskazując na rzeczywiste miejsca oraz wypowiedzi naukowców i osób z rządu. Herzog w swoich badaniach postawiła na sprawdzenie, czy słuchacze podjęli inicjatywę i chcieli zweryfikować to, co usłyszeli, oraz jakie różnice w myśleniu stały za poszczególnymi zachowaniami. Wczesna wersja książki skupiała się na tych badaniach, jednak Cantril po namowach Lazarsfelda i wiedziony chęcią uzyskania kolejnego grantu z Fundacji Rockefellera zmienił jej strukturę (Pooley, Socolow, 2013).

<sup>2</sup> Między innymi: Mickey Huff, Andy Lee Roth, Jefferson Pooley, Michael J. Socolow, A. Brad Schwartz, Jeremy Geltzer, Peter J. Beck.



Mit utrzymywał się przez ponad 70 lat, gdy wreszcie Pooley i Socolow postanowili przyjrzeć się zjawisku ponownie. Doszli oni do wniosków, że cała panika została spreparowana przez prasę, która w latach 30. XX wieku straciła swoją dominującą rolę w tworzeniu światopoglądu i chciała tym samym zdyskredytować radio, zarzucając rozgłośniom, że rozsiewają *fake newsy*. Ponad 12 tysięcy artykułów prasowych w zaledwie trzy tygodnie od dnia transmisji *Wojny światów* pokazuje, że prasowa propaganda działała z pełną siłą i nic dziwnego, że przez kolejne lata ludzie twierdzili, że panika rzeczywiście miała miejsce. Jak wskazuje Brad Schwartz (2015), prasa próbowała zarzucić radiu, że propaguje nieprawdziwe informacje, stając się tym samym prawdziwym odpowiedzialnym za trwającą dziesięciolecia dezinformację. *Fake newsy* na temat audycji szerzone tak licznie przez prasę nie wywołały prawnego odzewu ze strony rządu, mimo iż Federalna Komisja Komunikacji zajęła się tym tematem i zapowiadała zmiany prawne mające zapobiec innym tego typu przypadkom, nie wprowadzono jednak żadnych regulacji. Największym zwycięzcą w tej sytuacji okazał się Orson Welles, któremu prasa zapewniła otwarcie kariery w Hollywood.

Czy możemy jednak przyjąć, że słuchowisko nie wpłynęło na słuchaczy? Jak podaje Aleksandra Pawlik (2011, s. 284):

świat przedstawiony w słuchowisku uniemożliwia wyodrębnienie tradycyjnych opozycji, np. pierwiastka prawdy i fikcji, opowieści i snu, zaciera tradycyjne kategorie przedstawiania i odbioru, tworząc niełatwy do zinterpretowania kolaż artystyczny.

Powyższy cytat wskazuje, że słuchacze mogli zarówno twierdzić, że słuchają zapowiedzianej audycji, jak i że ich audycja została właśnie przerwana, by nadać wstrząsające komunikaty. Odnosząc to również do teorii Gobana-Klasa (2005, s. 237), która głosi, że „odbiorcy wybierają i przyswajają przekazy odpowiadające ich wcześniejszym poglądom i postawom”, nie można wykluczyć jednostkowych aktów paniki wśród ludzi, którzy obawiali się ataku z Europy. Jak podaje Monika Strupiechowska (2018, s. 148), wpływ na nastroje i zachowania nie byłby możliwy bez: „istnienia faktycznego zagrożenia oraz zakorzenienia w społeczeństwie lęków, które panika jedynie katalizuje”. Patrząc na zniszczenia dokonane przez huragan, jaki dotknął wschodnie wybrzeże Stanów Zjednoczonych na miesiąc przed transmisją słuchowiska, możemy stwierdzić, że mieszkańcy mogli czuć się zagrożeni.

W trakcie transmisji do Grover's Mill, czyli miejsca, gdzie miał uderzyć jeszcze niezidentyfikowany obiekt, przybyli ludzie, którzy usłyszeli



o wydarzeniu w radio, i chcieli sprawdzić, czy to prawda, oraz zarobić na znalezionym kamieniu z kosmosu. Wśród nich było dwóch profesorów geologii z Uniwersytetu w Princeton, którzy zaobserwowali, jak w tej małej miejscowości nagle zrobiło się tłoczno, a ludzie przeczesywali teren w nadziei, że uda im się znaleźć okaz. Jeśli przypatrywali się temu postronni ludzie, rzeczywiście mogli pomyśleć, że wystąpił tu atak masowej paniki, a dla przedstawicieli mediów było to zdarzenie, dzięki któremu uwierzytelniali swoje relacje.

Dla dzisiejszego użytkownika mediów nie ma jednak znaczenia, czy atak paniki rzeczywiście nastąpił. Audycja, która tak silnie wpływała na emocje słuchaczy, pokazała, że media są w stanie kontrolować kierunki myśli ich odbiorców. *Wojna światów* jest znakomitym materiałem badawczym pokazującym, w jaki sposób użytkownik może dać się oszukać, a jednocześnie wraz z tysiącami prasowych artykułów i trwającą przez lata dezinformacją jest prawdopodobnie najdobitniejszym przykładem szerzenia się *fake newsów*, ostrzegając nas przed tym, jaką siłą dysponują odpowiednio pokierowane media. Jak podaje Paulina Czarnek (2011, s. 254), „odbiorcy przekazu medialnego zaczynają tylko przez jego pryzmat postrzegać otaczającą rzeczywistość”. Jest to zjawisko niebezpieczne, co pokazują współczesne przykłady wybuchów paniki, na które znacząco wpłynęły przekazy medialne kreujące nastroje pełne niepokoju. Wybuch paniki w teatrze w San Francisco<sup>3</sup> pokazuje, że nawet przyjmując konwencję teatru, ludzie są w stanie dać się ponieść swoim emocjom. Tworząc w głowach odbiorców obrazy ciągłego zagrożenia i niebezpieczeństwa, media stają się odpowiedzialne za panujące nastroje. Warto zauważyć, że w dzisiejszym świecie media mogą oddziaływać nie tylko na użytkowników, ale i na ich urządzenia, co zostało przedstawione przez prezenterów radia Eska Rock, którzy w trakcie rozmowy o mikrofonach ukrytych w systemie bezpieczeństwa Nest Secure wypowiedzieli na antenie słowa: „Ok, Google, nie podsłuchuj!”, wywołując odpowiedź Google Asystenta w smartfonach słuchaczy niezrozumiałą dla niego komendą (Wątor, 2019). Pojawia się więc problem oraz możliwość dla nadawców chcących chociażby w ramach żartu, zaprezentować równie szokujące doniesienia jak audycja Wellesa. Patrząc na grupę Discovery posiadającą ponad 100 samych stacji telewizyjnych, można się domyślić, jakie skutki mogłoby mieć nagle przerwanie transmisji na wszystkich kanałach i nadanie spreparowanych informacji. W tej dziedzinie Chińczycy posunęli się już

<sup>3</sup> 16 lutego 2019 roku w teatrze Orpheum w San Francisco widzowie zaczęli uciekać po usłyszeniu dźwięków zza sceny, myśląc, że jest to atak terrorystyczny.



krok dalej, wykorzystując technologię *DeepFake*, która zastępuje fizycznych prezydentów wygenerowanymi komputerowo awataremi, stwarzając zupełnie nowy fikcyjny świat. Pozwala to także nadawcom na przerzucenie z siebie odpowiedzialności za treści na komputerowe postacie. Można zauważyć więc, że od czasu transmisji *Wojny światów* stale znajdujemy się na piątym etapie, zaprezentowanym przez Rozwadowską, mianowicie wyciągania wniosków na przyszłość.

## WNIOSKI

Przyglądając się *Wojnie światów*, można zaobserwować, że wykorzystane niemal 100 lat temu zabiegi sprawdzają się równie dobrze w erze nowych mediów. Ludzka psychika poddaje się tym samym działaniom, więc można by przyjąć, że świadomość odnośnie do rozprzestrzeniania się nieprawdziwych informacji wcale się nie zmieniła. W XXI wieku wydawałoby się, że użytkownicy przyzwyczajeni do korzystania z kilku środków przekazów jednocześnie nie dają się zwieść wszystkiemu, co widzą. Szybkość, jakiej dostarczają multimedia w kwestii weryfikacji danych powinna być dostatecznym powodem, by dalsze powielanie *fake newsów* nie miało miejsca. Twórcom, którym zależy na wyświetleniach, nie w głowie jednak dbanie o rzetelność własnych artykułów. Coraz szybsze tempo życia w połączeniu z nowymi technologiami sprawia, że duża część społeczeństwa odbiera wiadomości w taki sposób, w jaki są jej dostarczane, często skupiając się jedynie na nagłówkach. Brak zaangażowania w proces zdobywania informacji prowadzi do braku konfrontowania ich z innymi źródłami. Badania NASK (2019) wskazują, że jedna trzecia użytkowników nie sprawdza wiarygodności wiadomości czytanych w internecie, a jedna trzecia robi to sporadycznie, natomiast ponad połowa odbiorców ma zaufanie do internetowych treści, stąd rodzący się problem w postaci odbiorców uznających wszystkie informacje za prawdziwe.

Media, dostarczając nam informacji o świecie, kreują światopoglądy i nastroje społeczne. Mogą tym samym wpływać na kierunek myśli, jak też zachowań swoich odbiorców. *Wojna światów* pokazuje, że przy użyciu odpowiedniej siły działania można sprawić, że użytkownicy uwierzą w coś, co nigdy się nie wydarzyło. Dzisiaj głównym miejscem, z którego ludzie czerpią informacje, są media społecznościowe, dla dużej części społeczeństwa jest to jedyne źródło. Pozwala to na znacznie bardziej zaawansowany wpływ na świadomość ludzi, ponieważ w mediach społecznościowych użytkownicy



zostawiają swoje ślady, które pozwalają algorytmom na wykorzystywanie tych informacji w celu tworzenia profili psychologicznych, a następnie dostosowywaniu wiadomości pod określone grupy odbiorców. Świadomość istnienia tych zabiegów nie rozwiązuje problemu, przed którym staje użytkownik mediów, pozwala jednak na refleksję odnośnie do dostarczanych informacji. Jeśli koncentracja kapitału w mediach będzie w dalszym ciągu postępować, pozwoli to dostawcom informacji czynić kolejne kroki na drodze ku całkowitej kontroli nastrojów społeczeństwa. Można więc stwierdzić, że najwięcej wniosków z historii, jaką była dezinformacja wywołana słuchowiskiem *Wojna światów*, wyciągnęli dostawcy mediów, a nie ich odbiorcy, którzy dalej dają się zwodzić.

## BIBLIOGRAFIA

- Bachryj-Krzywaźnia, M. (2011). Psychoanaliza kulturowa Fromma jako wariant podejścia interpretacjonistycznego. *Transformacje*, 1-2, 70-92.
- Basalla, G. (2006). *Civilized Life in the Universe: Scientists on Intelligent Extraterrestrials*. Oxford: Oxford University Press.
- Beck, P.J. (2016). *The War of the Worlds. From H. G. Wells to Orson Welles, Jeff Wayne, Steven Spielberg & beyond*. Londyn: Bloomsbury Academic.
- Cantril, H. (1940). *The Invasion From Mars: A Study In The Psychology Of Panic*. Princeton: Princeton University Press.
- Czarnek, P. (2011). Poznawcza wartość reportażu radiowego. W: G. Stachyra, E. Pawlak-Hejno, *Radio i Społeczeństwo*. (s. 253-264). Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.
- Geltzer, J. (2018). Fake News & Film: How Alternative Facts Influence the National Discourse. *Southwestern Law Review* 47(2), 297-334.
- Goban-Klas, T. (2005). *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Huff, M., Lee Roth, A. (2018). *Censored 2019: The Top Censored Stories and Media Analysis of 2017-2018*. Nowy Jork: Seven Stories Press.
- Schwartz, A.B. (2015). *Broadcast Hysteria: Orson Welles's War Of The Worlds and the Art of Fake News*. Nowy Jork: Hill and Wang.
- Jarrow, G. (2018). *Spooked!: How a Radio Broadcast and The War of the Worlds Sparked the 1938 Invasion of America*. Honesdale: Calkins Creek.



- Miller, T.K. (2016). *Mars in the Movies: A History*. Jefferson: McFarland & Company, Inc., Publishers.
- Kittler, F.A. (1999). *Gramophone, Film, Typewriter*. Stanford: Stanford University Press.
- McLuhan, M. (2004). *Zrozumieć Media: przedłużenia człowieka*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowo-Techniczne.
- Nieć, M. (2010). *Komunikowanie społeczne i media. Perspektywa politologiczna*. Warszawa: Wolter Kluwer Polska.
- Pawlik, A. (2011). Słuchowisko w zmieniającej się rzeczywistości medialnej (wybrane zagadnienia) W: G. Stachyra, E. Pawlak-Hejno, *Radio i Społeczeństwo*. (s. 273–285). Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.
- Pooley, J., Socolow, M. (2013). War of the Words: The Invasion from Mars and Its Legacy for Mass Communication Scholarship. W: J.E. Hayes, K. Battles, W. Hilton-Morrow. *War of the Worlds to Social Media: Mediated Communication in Times of Crisis (Mediating American History)*, (s. 35–56). Nowy Jork: Peter Lang.
- Rozwadowska, B. (2006). *Public Relations. Teoria, praktyka, perspektywy*. Warszawa: Studio Emka.
- Strupiechowska, M. (2018). Media jako katalizator społecznych lęków. Przypadek paniki moralnej. *Media i Społeczeństwo*, 8, 139–150.
- Woźny, A. (2013). *Odtąd już nic nigdy nie będzie takie samo. Media, kryzysy, eventy... i peryferie*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.

### ŹRÓDŁA INTERNETOWE

- NASK (2019). *Bezpieczne wybory. Badanie opinii o (dez)informacji w sieci*. Pobrane z: <https://www.nask.pl/pl/aktualnosci/wydarzenia/wydarzenia-2019/1588,Badania-NASK-ponad-polowa-Polakow-styka-sie-z-manipulacja-i-dezinformacja-w-inte.html> (23.07.2019)
- Old Print Article: Marconi Testing His Mars Signals, New York Times (1920). Pobrane z: <http://afflictor.com/2013/09/06/old-print-article-marconi-testing-his-mars-signals-new-york-times-1920/> (7.04.2019).
- Tesla, N. (1901). Talking With The Planets. *Collier's Weekly*. Pobrane z: [http://teslacollection.com/tesla\\_articles/1901/colliers/nikola\\_tesla/talking\\_with\\_the\\_planets](http://teslacollection.com/tesla_articles/1901/colliers/nikola_tesla/talking_with_the_planets) (5.04.2019).





Wątor, J. (2019). *Nietypowa sytuacja w radiu. Prezenterzy „oszukali” smartfony słuchaczy*. Pobrane z: <https://tech.wp.pl/nietypowa-sytuacja-w-radiu-prezenterzy-oszukali-smartfony-sluchaczy-6352229921699457a> (5.04.2019).

