

Teoria mediów a teoria społeczna

| | |
|---|-----|
| 4.1. Media, społeczeństwo i kultura – związki i konflikty | 93 |
| 4.1.1. Niekonkluzywny wynik | 95 |
| 4.2. Komunikowanie masowe jako proces społeczny – zapośredniczenie stosunków i doświadczeń społecznych | 96 |
| 4.2.1. Pojęcie zapośredniczenia (mediacji) | 96 |
| 4.2.2. Metafory zapośredniczenia | 98 |
| 4.3. Ramy odniesienia dla powiązania mediów ze społeczeństwem | 99 |
| 4.3.1. Rodzaje teorii mediów i społeczeństwa | 100 |
| 4.4. Główne wątki teorii mediów I: władza i nierówność | 101 |
| 4.5. Główne wątki teorii mediów II: integracja i tożsamość społeczna | 103 |
| 4.5.1. Dualistyczny pogląd na media | 103 |
| 4.5.2. Ambiwalencja integracji społecznej | 104 |
| 4.6. Główne wątki teorii mediów III: zmiana i postęp społeczny | 105 |
| 4.7. Główne wątki teorii mediów IV: przestrzeń i czas | 106 |
| 4.8. Media a społeczeństwo – teoria I: społeczeństwo masowe | 108 |
| 4.9. Media a społeczeństwo – teoria II: marksizm | 109 |
| 4.10. Media a społeczeństwo – teoria III: funkcjonalizm | 110 |
| 4.10.1. Wyszczególnienie społecznych funkcji mediów | 111 |
| 4.11. Media a społeczeństwo – teoria IV: krytyczna teoria polityczno-ekonomiczna | 113 |
| 4.12. Media a społeczeństwo – teoria V: konstruktywizm społeczny | 114 |
| 4.13. Media a społeczeństwo – teoria VI: determinizm technologiczny | 116 |
| 4.13.1. Szkoła Toronto | 116 |
| 4.13.2. Technologia i ideologia | 117 |
| 4.13.3. Alternatywa interaktywna | 118 |
| 4.14. Media a społeczeństwo – teoria VII: społeczeństwo informacyjne | 118 |
| Podsumowanie | 122 |
| Literatura uzupełniająca | 123 |

W tym rozdziale zajmujemy się relacją między mediami masowymi a społeczeństwem, pozostawiając implikacje kulturowe do rozdziału 5, mimo że społeczeństwo i kultura nie mogą być rozdzielone i jedno z nich nie może istnieć bez drugiego. Społeczeństwu przyznajemy pierwszeństwo, co samo w sobie może być sporne, ponieważ media i ich produkt mogą także być uważane za część kultury. W istocie większość teorii mediów odnosi się zarazem do społeczeństwa i kultury, zatem należy je rozważać w obu tych kontekstach. W niniejszych wywodach sfera „społeczeństwa” odnosi się do bazy materialnej (zasobów oraz władzy gospodarczej i politycznej), stosunków społecznych (w społeczeństwach, zbiorowościach, rodzinach itp.) oraz ról społecznych i zadań regulowanych społecznie (formalnie lub nieformalnie). Sfera „kultury” to przede wszystkim inne istotne aspekty życia społecznego, zwłaszcza *ekspresje symboliczne, znaczenia i praktyki* (zwyczaje społeczne, zinstytucjonalizowane sposoby robienia różnych rzeczy oraz osobiste nawyki).

Większość rozdziału poświęcona jest objaśnieniu głównych teorii albo perspektyw teoretycznych stworzonych w celu zrozumienia funkcjonowania mediów i omówienia typowej produkcji kulturowej, którą się zajmują. Większość tych teorii zakłada, że podstawowe i decydujące są czynniki materialne i społeczne. Jak już wspomniałem, uznają one jednak również pewien obszar „refleksyjnego” charakteru społeczeństwa, jak i niezależne oddziaływanie idei i kultury na warunki materialne. Zanim zajmiemy się teoriami mediów i społeczeństwa, opiszemy główne zagadnienia czy też wątki, które kształtowały ramy badania komunikowania masowego. Proponujemy także ogólny kontekst dla refleksji nad związkiem pomiędzy mediami a społeczeństwem. Przede wszystkim jednak powrócimy do kwestii relacji między kulturą a społeczeństwem i zajmijmy się nią bardziej szczegółowo.

4.1. Media, społeczeństwo i kultura – związki i konflikty

Zagadkę tę równie trudno jest rozwiązać w kontekście mediów, jak w jakimkolwiek innym. Prawdę mówiąc, może się to okazać nawet jeszcze trudniejsze, ponieważ komunikowanie masowe można uznać za zjawisko zarazem społeczne i kulturowe. Instytucja mediów masowych jest częścią struktury społecznej, a jej infrastruktura tech-

nologiczna jest częścią bazy stosunków gospodarczych i stosunków władzy; z kolei idee, wyobrażenia i informacja rozpowszechniane przez media ewidentnie stanowią istotny aspekt naszej kultury (w sensie zdefiniowanym już wcześniej).

Rozważając ten problem, Karl Rosengren (1981b) zaproponował prostą typologię opartą na skrzyżowaniu dwóch przeciwnych sądów: „struktura społeczna wpływa na kulturę” i jego odwrotności „kultura wpływa na strukturę społeczną”.

W efekcie otrzymujemy cztery główne możliwości opisu relacji między mediami masowymi a społeczeństwem, które przedstawia diagram 4.1.

DIAGRAM 4.1

Cztery typy relacji między kulturą (przekazem medialnym) a społeczeństwem

| | | | |
|---------------------------------------|-----|---------------------------------------|--|
| | | Struktura społeczna wpływa na kulturę | |
| | | Tak | Nie |
| Kultura wpływa na strukturę społeczną | Tak | Współzależność (wpływ dwukierunkowy) | Idealizm (silny wpływ mediów) |
| | Nie | Materializm (media są zależne) | Autonomia (brak związku przyczynowego) |

Jeśli spojrzymy na media masowe jako na część społeczeństwa (bazy lub struktury), przyjmujemy *postawę materialistyczną*. Wiele teorii postrzega kulturę jako zależną od struktury gospodarczej i struktury władzy w społeczeństwie. Zakładają one, że każdy, kto kontroluje media, działa według własnego wyboru i w ramach samodzielnie ustanowionych ograniczeń. Taka jest istota perspektywy marksistowskiej.

Jeśli spojrzymy na media przede wszystkim z punktu widzenia treści ich przekazów (zatem raczej jako na kulturę), wybieramy *opcje idealistyczne*. Zakładamy wówczas, że media mogą potencjalnie wywierać znaczny wpływ, ale pierwotną przyczyną zmiany społecznej są określone idee i wartości rozpowszechniane przez media (w treści ich przekazu), niezależnie od tego, kto posiada i kontroluje same media. Uważa się przy tym, że wpływ ten realizuje się poprzez działania i motywacje jednostek. Pogląd ten pociąga za sobą silne przekonanie o rozmaitych dobrych lub złych potencjalnych skutkach oddziaływania mediów. Jako przykłady można wymienić promowanie przez media międzynarodowego pokoju i porozumienia (lub wręcz przeciwnie), lub antyspołecznych wartości i zachowań czy też oświecenia, sekularyzacji i modernizacji społeczeństw tradycyjnych. Pewien rodzaj idealizmu czy „mentalizmu” co do wpływu mediów stanowi podstawę poglądu, jakoby zmiany w formach i technologii mediów mogły w istotny sposób zmieniać nasz sposób zdobywania doświadczeń, a nawet nasze stosunki z innymi (jak np. w teoriach McLuhana).

Dwie pozostałe możliwości – współzależność i autonomia – nie doczekały się tak znaczącego teoretycznego rozwinięcia, choć znajdują poparcie w zdrowym rozsądku i wynikach badań.

Współzależność oznacza, że media masowe i społeczeństwo (podobnie jak społeczeństwo i kultura) wchodzi w ciągłe interakcje i wpływają na siebie nawzajem. Media (podobnie jak przemysł kulturalny) odpowiadają na zapotrzebowanie społeczeństwa na informację i rozrywkę, zarazem zaś stymulują innowację i przyczyniają się do zmiany klimatu społeczno-kulturowego, który z kolei wyzwala nowe zapotrzebowanie na komunikację. Francuski socjolog Gabriel Tarde, pisząc około roku 1900, dostrzegł ciągłe przeplatanie się wpływów: „postęp technologiczny uczynił możliwymi gazety, gazety wspierały formowanie się szerszej publiczności, ta zaś, rozszerzając lojalność swoich członków, tworzy rozbudowaną sieć krzyżujących się ze sobą i zmieniających grup” (Clark 1969). Dziś rozmaite oddziaływania są tak blisko związane z sobą, że nie można już wyobrazić sobie komunikowania masowego bez nowoczesnego społeczeństwa i na odwrót – każde z nich jest warunkiem koniecznym, choć niewystarczającym, dla drugiego. Z tego punktu widzenia musimy stwierdzić, że można również dobrze uważać, że media kształtują społeczeństwo i zmiany społeczne, jak i że są jego lustrzanym odbiciem.

Autonomia w relacjach między kulturą a społeczeństwem niekoniecznie godzi się z tym poglądem, chyba żeby interpretować ją bardzo literalnie. Jest co najmniej prawdopodobne, że społeczeństwo i media masowe mogą być do pewnego stopnia niezależne od siebie. Społeczeństwa bardzo zbliżone kulturowo mają czasem bardzo odmienne systemy mediów. Przekonanie o autonomii bliskie jest także tym, którzy sceptycznie odnoszą się do wpływu mediów na idee, wartości i zachowania – na przykład promują one jakoby ujednoczenie, stymulując „nowoczesność” lub niszcząc tożsamość kulturową uboższych i słabszych krajów. Istnieją różne poglądy na to, ile autonomii mogą mieć media w relacji ze społeczeństwem. Debata ta jest szczególnie ściśle związana z zasadniczą tezą o „internacjonalizacji” lub „globalizacji”, która zakłada konwergencję i homogenizację globalnej kultury wskutek działania mediów. Teza o autonomii głosiłaby, że importowana kultura mediów jest powierzchowna i nie musi w istotny sposób dotyczyć kultury lokalnej. Wynika z tego, że imperializm kulturalny nie mógłby się wydarzyć przypadkiem lub wbrew woli ludów „kolonizowanych” kulturalnie (zob. rozdział 10).

4.1.1. Niekonkluzywny wynik

Podobnie jak w przypadku wielu innych kwestii, którymi będziemy się tu zajmować, teorii jest więcej niż solidnych danych, a pytania, które rodzą się przy powyższych rozważaniach, są zdecydowanie zbyt szerokie, by rozstrzygnąć je w drodze badań empirycznych. Według Rosengrena (1981b: 254), który badał wszelkie dostępne rozproszone dane na ten temat, badania dostarczają jedynie „niekonkluzywnego, po części nawet sprzecznego, świadectwa co do relacji między strukturą społeczną, wartościami społecznymi zapośredniczonymi przez media a opinią publiczną”. Jest zatem możliwe, że różne teorie są poprawne w różnych warunkach i na różnych poziomach analizy.

Wydaje się, że media równie dobrze mogą zniewalać, jak i wyzwalać, jednoczyć, jak i fragmentaryzować społeczeństwo, wspierać zmiany lub im przeciwdziałać. W teo-

riach, które za chwilę opisujemy, uderza niejednoznaczność roli przypisywanej mediom. Często prezentuje się je jako „postępowe” lub „reakcyjne”, zależnie od tego, czy przyjęta zostanie orientacja dominująca (pluralistyczna), czy też alternatywna (krytyczna, radykalna). Pomimo niepewności trudno wątpić, że media – wszystko jedno: kreatorzy czy lustro rzeczywistości – są najważniejszymi przekaznikami komunikatów *na temat społeczeństwa*. Na gruncie tej obserwacji najłatwiej organizować alternatywne perspektywy teoretyczne.

4.2. Komunikowanie masowe jako proces społeczny – zapośredniczenie stosunków i doświadczeń społecznych

Centralne założenie, odnoszące się zarówno do społeczeństwa, jak i do kultury, głosi, że instytucja medialna ze swej natury jest zaangażowana w produkcję i dystrybucję *wiedzy* w najszerszym sensie tego słowa. Wiedza ta pozwala nam nadać pewien sens naszemu doświadczeniu świata społecznego, nawet jeśli „uzyskiwanie znaczenia” zachodzi na wiele stosunkowo autonomicznych i zróżnicowanych sposobów. Informacja, obrazy i idee udostępniane przez media mogą, dla większości ludzi, być głównym źródłem świadomości wspólnej przeszłości (historia) i aktualnego położenia społecznego. Są one również magazynem wspomnień i mapą tego, gdzie i kim jesteśmy (tożsamość), mogą także dostarczać materiału dla orientowania się ku przyszłości. Jak stwierdziłem na początku, media w znacznej mierze służą konstytuowaniu naszych percepcji i definicji rzeczywistości społecznej i normalności dla celów publicznego, wspólnego życia społecznego; są też kluczowym źródłem standardów, modeli i norm.

Najważniejszą rzeczą – co warto podkreślić – jest to, do jakiego stopnia różne media zajęły miejsce pomiędzy nami a wszelkim doświadczeniem świata poza obszarem naszego bezpośredniego osobistego otoczenia i obserwacji zmysłowej. Zapewniają także najbardziej stałą linię kontaktu z głównymi instytucjami społeczeństwa, w którym żyjemy. W społeczeństwie świeckim, w sprawach wartości i idei, media masowe zwykle „przejmują” strefy wpływów szkoły, rodziców, religii, rówieśników i kolegów. Duża część naszego szerszego „otoczenia symbolicznego” („obrazy w naszych głowach”) jest zatem silnie uzależniona od mediów, niezależnie od tego, w jak szerokim zakresie jesteśmy w stanie kształtować naszą własną wersję. To media najprawdopodobniej ukształtują te elementy, które dzielimy z innymi, ponieważ współcześnie mamy w zasadzie te same źródła medialne i tę samą „kulturę medialną”. Bez pewnego stopnia uwspólnienia oglądu rzeczywistości, niezależnie od jego genezy, nie może istnieć zorganizowane życie społeczne.

4.2.1. Pojęcie zapośredniczenia (mediacji)

Poczynione uwagi można podsumować, wprowadzając pojęcie mediacji, czyli zapośredniczenia kontaktów z rzeczywistością społeczną. Zapośredniczenie zawiera w sobie kilka różnych procesów. Jak już zauważyłem, odnosi się ono do przekazywa-

nia wersji z drugiej ręki (albo pochodzącej od osoby trzeciej) wydarzeń i okoliczności, których nie możemy sami obserwować bezpośrednio. Ponadto zapośredniczenie oznacza starania innych aktorów i instytucji w społeczeństwie zmierzające do nawiązania z nami kontaktu służącego ich własnym celom (lub dla naszego rzekomego dobra). Dotyczy to polityków, rządów, reklamodawców, edukatorów, ekspertów i wszelkiego rodzaju autorytetów. Zapośredniczenie odnosi się do pośredniego kształtowania się naszego postrzegania grup i kultur, do których nie należymy. Koniecznym elementem tak zdefiniowanego zapośredniczenia jest obecność jakiegoś urządzenia technicznego pomiędzy naszymi zmysłami a rzeczami zewnętrznymi wobec nas.

Zapośredniczenie implikuje także pewną formę *relacji*. Relacje zapośredniczone przez media masowe charakteryzują się zwykle większym dystansem, depersonalizacją i więzią słabszą niż bezpośrednia więź emocjonalna. Media masowe nie monopolizują przepływu informacji, który do nas dociera, nie ingerują też we wszystkie nasze stosunki społeczne, jednak nieubłagane przenikają do wszystkich obszarów życia. Wczesne warianty koncepcji „zapośredniczenia rzeczywistości” zakładały zwykle istnienie różnicy między domeną publiczną, w której szeroko podzielany ogląd rzeczywistości konstruowany był przez przekazy mediów masowych, a sferą osobistą, w której jednostki mogły komunikować się swobodnie i bezpośrednio. Postęp technologiczny w ostatnim czasie podważył ten prosty podział, dlatego że coraz większa część komunikacji i, co za tym idzie, naszego kontaktu z innymi i rzeczywistości naszego otoczenia zapośredniczone są przez technologię (telefon, komputer, faks, email itp.), choć odbywa się to na zasadach zindywidualizowanych i prywatnych.

John B. Thompson (1993, 2001) zaproponował typologię interakcji, aby wyjaśnić konsekwencje faktu, iż nowe technologie komunikacyjne odwrwały interakcje społeczne i wymianę symboliczną od wspólnoty przestrzennej. Zauważył on, że „coraz więcej jednostek zyskało możliwość otrzymywania informacji i przekazów symbolicznych poprzez zapośredniczone formy interakcji” (1993: 35). Wyróżnił dwa rodzaje interakcji odmienne od interakcji twarzą w twarz. Jedną z nich, którą nazwał „interakcją zapośredniczoną”, wymaga medium technicznego, na przykład takiego jak papier, przewody elektryczne itp., które pozwala transmitować przekaz informacyjny lub symboliczny do jednostek odległych w czasie, przestrzeni albo w jednym i drugim. Uczestnicy w interakcjach zapośredniczonych nie mają wspólnego czasoprzestrzennego systemu odniesienia i muszą odszukać informacje kontekstualne i radzić sobie mimo mniejszej liczby wskazówek symbolicznych niż w kontakcie twarzą w twarz.

Drugi typ to „quasi-interakcja zapośredniczona”. Oznacza relacje konstytuowane przez media komunikowania masowego. Charakteryzują je dwie podstawowe własności: po pierwsze, uczestnicy w tym przypadku nie są zorientowani na określoną inną osobę, a formy symboliczne produkowane są dla niesprecyzowanej liczby potencjalnych odbiorców. Po drugie, zapośredniczona *quasi*-interakcja jest monologiczna (nie zaś dialogiczna), w tym sensie, że przepływ informacji jest jednokierunkowy. Od odbiorcy nie oczekuje się też w tym wypadku bezpośredniej reakcji. Thompson (1993: 42) twierdzi, że „media stworzyły nowy rodzaj sfery publicznej, pozbawionej charakteru przestrzennego i niedialogicznej”, o potencjalnie globalnym zasięgu.

4.2.2. Metafory zapośredniczenia

Pojęcie zapośredniczenia jako pośrednictwa mediów między nami a „rzeczywistością” to, ogólnie rzecz biorąc, jedynie metafora. Wskazuje ona jednak na kilka ról, które odgrywają media, łącząc nas z naszym doświadczeniem. Terminy na ogół używane dla opisu tej roli stanowią odbicie różnych poglądów na celowość, interaktywność i skuteczność. Zapśredniczenie może oznaczać wiele różnych rzeczy, od neutralnego informowania, poprzez negocjacje, aż po próby manipulacji i kontrolowania. Wariacje te można ujmować w wielu różnych obrazach komunikacji, wyrażających rozmaite sposoby, na jakie media mogą łączyć nas z rzeczywistością. Sumarycznie przedstawiam je w ramce 4.1.

4.1. POSTRZEGANIE RÓL ZWIĄZANYCH Z ZAPOŚREDNICZENIEM

- Jako *okno* na wydarzenia i doświadczenie, które poszerza nasz horyzont i pozwala nam samodzielnie, bez cudzej ingerencji, widzieć, co się dzieje.
- Jako *lustro* wydarzeń w społeczeństwie i na świecie, które daje odbicie wierne, choć zawsze odwrócone i być może nieco zniekształcone; jednak to inni decydują o kierunku i kącie nachylenia lustra i to, co widzimy, w mniejszym stopniu zależy od nas.
- Jako *filtr* albo *selekcjoner*, selekcjonujący część doświadczeń zasługujących na szczególną uwagę i wykluczający inne poglądy i głosy, w sposób przemyślany lub nieświadomy.
- Jako *drogowskaz*, *przewodnik* lub *tłumacz*, wskazujący drogę i pomagający zrozumieć to, co inaczej byłoby fragmentaryczne lub budziłoby zakłopotanie.
- Jako *forum* lub *platforma* prezentacji audytorium informacji i idei, często stwarzające możliwość reakcji i przekazania informacji zwrotnej.
- Jako *upowszechniacz*, który czyni trudno uzyskiwane informacje dostępne dla wszystkich.
- Jako *rozmówca* albo dobrze poinformowany partner w dyskusji, który odpowiada na pytania w *quasi*-interaktywny sposób.

Niektóre z powyższych obrazów znajdziemy we własnym samookreśleniu mediów; dotyczy to zwłaszcza bardziej pozytywnych implikacji poszerzania naszych horyzontów, zapewniania integracji, ciągłości oraz łączenia ludzi ze sobą nawzajem. Nawet pojęcie filtrowania często przyjmuje pozytywny sens, oznaczając wybór i interpretację czegoś, co inaczej byłoby niezrozumiałą i chaotyczną dawką informacji i wrażeń. Te wizje procesu zapośredniczenia stanowią wyraz zróżnicowania interpretacji roli mediów w procesach społecznych. Media mogą na przykład poszerzyć nasz światopogląd, otwierając go, albo też ograniczać lub kontrolować nasze wrażenia. Ponadto mogą one wybierać między rolą neutralną, bierną a rolą aktywną i uczestniczącą. Różnice mogą występować w dwóch głównych wymiarach: jeden z nich to opozycja otwartości i kontroli, drugi – neutralności i aktywnego uczestnictwa. Warto zauważyć, że rozmaite dotąd przedstawione obrazy nie odnoszą się do interaktywnych możliwości

nowych mediów, w których „odbiorca” może stać się „nadawcą” i użyć mediów w interakcji z otoczeniem. Wskazuje to, w jakim stopniu technologia może rzeczywiście prowadzić do rewolucyjnych zmian, gdy „pośrednictwo” (intermediacja) zastępuje lub uzupełnia proces zapośredniczenia (zob. rozdział 6).

4.3. Ramy odniesienia dla powiązania mediów ze społeczeństwem

Ogólne pojęcia, głoszące, iż komunikowanie masowe zajmuje w pewien sposób miejsce pomiędzy „rzeczywistością” a naszymi postrzeżeniami i wiedzą o nich, odnoszą się do kilku konkretnych procesów na różnych poziomach analizy. Model Bruce’a Westleya i Malcolma MacLeana (1957) wskazuje kilka dodatkowych elementów potrzebnych dla stworzenia bardziej szczegółowych ram odniesienia. Najważniejszy z nich jest pomysł, że instytucjonalni głosiciele różnych poglądów wyszukują media jako kanały służące docieraniu do szerszej publiczności (lub wybranych grup) i przekazywaniu wybranego przez nich poglądu na wydarzenia lub okoliczności. Dotyczy to w zasadzie konkurujących ze sobą polityków i rządów, reklamodawców, przywódców religijnych, niektórych myślicieli, pisarzy i artystów itd. Przypominają nam oni, że doświadczenie zawsze było zapośredniczone przez instytucje społeczne (w tym przez rodzinę). Zmieniło się tylko tyle, że pojawił się nowy, dodatkowy pośrednik (komunikowanie masowe), który może wzmocnić, zastępować albo niweczyć wysiłki innych instytucji społecznych, może też z nimi konkurować.

Prosty obraz dwuetapowego procesu zapośredniczonego kontaktu z rzeczywistością komplikuje się, ponieważ media masowe nie działają w sposób zupełnie niezależny wobec całej reszty społeczeństwa. Podlegają one formalnej i nieformalnej kontroli tych samych instytucji (w tym i samych instytucji mediów masowych), które mają interes w kształtowaniu publicznych postrzeżeń rzeczywistości.

Ich celem nie musi koniecznie być przekazanie jakiejś obiektywnej „prawdy” o rzeczywistości. Diagram 4.2 przedstawia abstrakcyjną wizję „zapośredniczenia rzeczywistości”, opartą na koncepcji Westleya i MacLeana, ale uwzględniającą także i te obserwacje. Media zaopatrują odbiorców w informacje, obrazy, historie, wrażenia, czasem w odpowiedzi na przewidywane zapotrzebowanie, czasem realizując swoje własne cele (np. zysku czy wpływów), niekiedy zaś służąc motywom innych instytucji społecznych (np. reklamy, propagandy, kreowania pochlebnych wizerunków, przekazu informacji). Zważywszy na to zróżnicowanie motywacji rządzących selekcją i przepływem „obrazów rzeczywistości”, widzimy, że zapośredniczenie nie może być procesem zupełnie neutralnym. „Rzeczywistość” zawsze będzie w pewnym stopniu selekcjonowana i konstruowana, co skutkować będzie pewną tendencyjnością. To ostatnie będzie przede wszystkim stanowić odbicie zróżnicowania możliwości, które mamy do dyspozycji, by uzyskać dostęp do mediów, oraz wpływu „logiki mediów” na tworzenie rzeczywistości.

DIAGRAM 4.2

Ramy odniesienia dla tworzenia teorii mediów i społeczeństwa: media zajmują miejsce między doświadczeniem osobistym a bardziej odległymi zdarzeniami i siłami społecznymi (za: Westley, MacLean 1957).

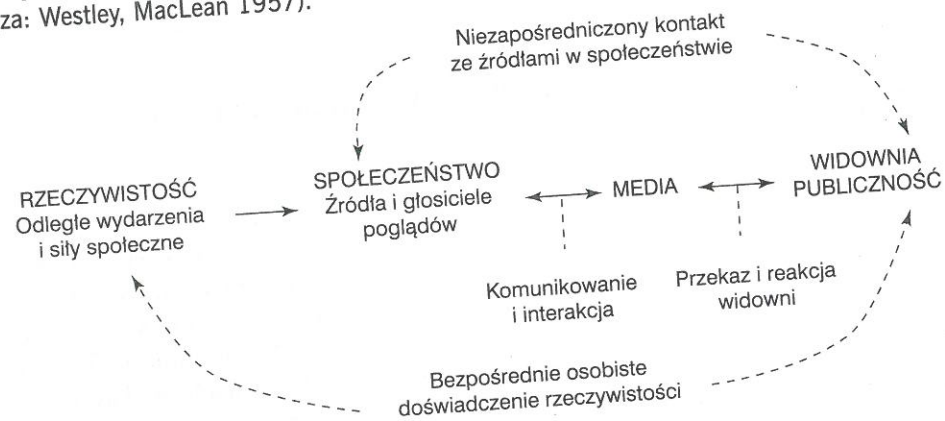


Diagram 4.2 wyraża też fakt, że doświadczenie nie w pełni i nie zawsze jest zapśredniczone przez media masowe. Wciąż istnieją pewne bezpośrednie kanały kontaktu z instytucjami społecznymi (np. partie polityczne, związki zawodowe, kościoły). Potencjalnie różne źródła informacji (w tym kontakty osobiste z innymi i kontakty przez Internet) mogą nie być zupełnie niezależne od siebie, zapewniają jednak pewien system kontroli trafności i rzetelności „interakcji quasi-zapśredniczonych”.

4.3.1. Rodzaje teorii mediów i społeczeństwa

W świetle powyższego można wymienić następujące rodzaje teorii mediów i społeczeństwa. Po pierwsze, istnieją „makroteorie” dotyczące relacji między mediami a innymi instytucjami społecznymi, które mają wpływ na zakres niezależności mediów. Czy media proponują wizje alternatywne, czy też po prostu umacniają dominujące skądinąd stosunki władzy i kontroli? Po drugie, pewne teorie koncentrują się bardziej bezpośrednio na instytucjach i organizacjach medialnych, na tym, jak wykonują one wybrane przez siebie lub przydzielone im zadania, zwłaszcza wobec zmian technologicznych i zmian konkurencji o zasoby i poparcie. Po trzecie, pewne teorie skupiają się na perspektywie i potrzebach odbiorców i konsekwencjach używania przez nich mediów dla pozyskania doświadczenia społecznego.

Dostępne nam teorie są fragmentaryczne i wybiórcze, niekiedy nierozłączne lub niespójne, często podlegające wpływom sprzecznych ideologii i założeń co do społeczeństwa. Tworzenie teorii nie odbywa się zgodnie z systematycznym i logicznym modelem, lecz stanowi odpowiedź na problemy rzeczywistego życia i warunki historyczne. Zanim opiszemy niektóre z tych teorii, przyda się nam rzut oka na główne wątki, które decydowały o kształcie debaty w „pierwszym wieku komunikowania masowego”.

4.4. Główne wątki teorii mediów I: władza i nierówność

Media nieodmiennie związane są w jakiś sposób z dominującą strukturą władzy politycznej i ekonomicznej. Po pierwsze, media mają oczywiście cenę i koszty oraz wartość ekonomiczną, kontrola nad nimi i dostęp do nich są przedmiotem konkurencji. Po drugie, media podlegają regulacji politycznej, gospodarczej i prawnej. Po trzecie, media masowe zwykle postrzegają się jako skuteczne narzędzia władzy, potencjalnie umożliwiające wywieranie wpływów na wiele różnych sposobów. Po czwarte, dostęp do potęgi mediów masowych jest bardzo nierówny.

4.2. ASPEKTY WŁADZY MEDIÓW

- Przyciąganie i kierowanie uwagi publicznej.
- Perswazja w zakresie opinii i przekonań.
- Wpływ na zachowania – zamierzony lub niezamierzony.
- Definiowanie rzeczywistości.
- Przypisywanie statusu i prawomocności.
- Informowanie szybko, w szerokim zakresie, ale wybiórczo.
- Łatwiejszy dostęp dla osób mających władzę polityczną i ekonomiczną.

Twierdzenia na temat władzy mediów, zawarte w ramce 4.2, prowadzą z kolei do następujących pytań szczegółowych:

- Czy media są kontrolowane?
- Jeśli tak, kto je kontroluje i w czyim interesie?
- Czyją wersję świata (rzeczywistości społecznej) prezentują media?
- Jaka jest skuteczność mediów w osiąganiu postawionych przed nimi celów?
- Czy media masowe promują, czy też raczej nie, równość w społeczeństwie?
- Jak zorganizowany jest dostęp do mediów?
- Jak media używają swej władzy w celu wywierania wpływu?

W rozważaniach nad władzą mediów pojawia się zwykle przeciwstawienie dwóch modeli: mediów dominujących i mediów pluralistycznych (zob. diagram 4.3). Ten pierwszy przedstawia media jako narzędzie władzy sprawowanej na rzecz innych potężnych instytucji. W świetle tego poglądu organizacje mediów są własnością lub przynajmniej podlegają kontroli niewielkiej liczby potężnych grup interesu, upodabniając się do siebie co do typu i celu. Media rozpowszechniają ograniczony i niezróżnicowany światopogląd kształtowany przez perspektywę rządzących interesów. Publiczność jest skłaniana lub warunkowana w taki sposób, by akceptowała oferowany

światopogląd bez nadmiernego krytycyzmu. W efekcie dominująca struktura władzy zostaje wzmocniona i uprawomocniona, a zmiany wyeliminowane dzięki odfiltrowaniu alternatywnych opinii.

Model pluralistyczny jest niemal zupełnym przeciwieństwem poprzedniego, stwarzając wiele przestrzeni dla różnicowania i nieprzewidywalności. Nie ma jednej, dominującej elity, możliwa jest zarówno zmiana, jak i demokratyczna kontrola. Źródnicowane widownie generują popyt, potrafią opierać się perswazji i reagować na ofertę mediów. Ogólnie rzecz biorąc, model „dominacji” akceptowany jest zarówno przez konserwatystów, pesymistycznie usposobionych wobec „buntu mas”, jak i przez krytyków systemu kapitalistycznego, rozczarowanych klęską wyczekiwanej rewolucji. Zgadza się on z wizją mediów jako narzędzia „imperializmu kulturowego” czy instrumentu propagandy politycznej. Pogląd pluralistyczny stanowi wyidealizowaną wersję tego, do czego doprowadzą liberalizm i wolny rynek. Oba te modele opisano tu jako zupełne przeciwieństwo, można jednak wyobrazić sobie wersję pośrednią, w której tendencje do dominacji mas lub monopolu gospodarczy napotykać ograniczenia i opozycję ze strony swoich odbiorców.

DIAGRAM 4.3

Dwa przeciwne modele władzy mediów (częściej spotyka się wersje mieszane)

| Rodzaj | Dominacja | Pluralizm |
|------------------------|---|--|
| Źródło społeczne | Klasa rządząca lub elita dominująca | Konkurencyjne interesy i grupy polityczne, społeczne, kulturalne |
| Media | Skoncentrowana własność i jednorodność | Wiele niezależnych od siebie |
| Produkcja | Zestandardyzowana, zruty-nizowana, kontrolowana | Kreatywna, wolna, oryginalna |
| Przekaz i światopogląd | Selektywne i ustalone „z góry” | Źródnicowane i konkurencyjne poglądy, reakcja na potrzeby odbiorcy |
| Publiczność | Uzależniona, bierna, organizowana na wielką skalę | Rozczłonkowana, selektywna, reaktywna i aktywna |
| Skutki | Silne, utwierdzające ustalony ład społeczny | Liczne, niespójne i nieprzewidywalne co do kierunku, często brak skutków |

W każdym wolnym społeczeństwie mniejszości i grupy opozycyjne powinny być w stanie stworzyć i utrzymać własne, alternatywne media.

Niniejsza prezentacja modeli nie uwzględnia w zasadzie tego, że media mogłyby sprawować władzę w swoim własnym imieniu i interesie. Niemniej taka możliwość istnieje, natykamy się na nią w fikcyjnych i realistycznych portretach medialnych po-

tentatów i imperiów. Jej wyrazem są także oskarżenia o nadużycie władzy, wysuwane przez elity polityczne i kulturalne oraz przez opinię publiczną. Oskarżenia te dotyczą podkopywania demokratycznej polityki i kultury oraz jej podstaw moralnych, powodowania indywidualnych szkód i zaburzeń, przede wszystkim w pogoni za zyskiem. Co najważniejsze, media wykorzystują swoją władzę bez społecznej odpowiedzialności, wykorzystują tarczę wolności mediów w celu jej uniknięcia.

4.5. Główne wątki teorii mediów II: integracja i tożsamość społeczna

4.5.1. Dualistyczny pogląd na media

Teoretycy komunikowania masowego często dzielili zainteresowania socjologów dotyczące mechanizmów podtrzymywania ładu społecznego i przywiązania ludzi do różnych rodzajów jednostek społecznych. Media wyraźnie kojarzono z problemami raptownej urbanizacji, ruchliwości społecznej i upadku tradycyjnych społeczności. Nadal kojarzono je z przemieszczeniami społecznymi, rzekomym wzrostem indywidualnej niemoralności, zbrodnią i nieładem. Początkowo znaczna część teorii i badań nad mediami koncentrowała się na pytaniach o integrację. Na przykład Hanno Hardt (1979) opisał problemy związane z integrującą rolą prasy w społeczeństwie, które pojawiły się w pracach niemieckich teoretyków z XIX i początków XX wieku. Wskazywał on na następujące funkcje prasy:

- wiązanie społeczeństwa w całość,
- zapewnianie społeczeństwu przywództwa,
- pomoc w ustalaniu „sfery publicznej”,
- zapewnianie obiegu idei między przywódcami a masami,
- zaspokajanie potrzeby informacji,
- przedstawienie społeczeństwu zwierciadła, w którym może zobaczyć swoje odbicie,
- działanie jako sumienie społeczeństwa.

Komunikowanie masowe było często ujmowane jako proces, który jest przede wszystkim indywidualistyczny, bezosobowy i zatowarowany, tym samym zaś obniża poziom kontroli i solidarności społecznej. Uzależnienie od telewizji wiązano z brakiem partycypacji i spadkiem „kapitału społecznego” (zob. Putnam 2000). Media przynosiły wiadomości o tym, co jest nowe i modne w sferze towarów, idei, technik lub wartości, z miasta na wieś i od elit ku nizinom społecznym. Prezentowały także alternatywne systemy wartości, które potencjalnie mogły osłabiać moc obowiązującą tradycyjnych wartości.

Pojawił się również alternatywny pogląd na relację między mediami masowymi a integracją społeczną, opierający się na innych własnościach komunikowania masowego. Dzięki temu, że dostarcza wspólnego zbioru wartości, idei i informacji oraz po-

maga kształtować tożsamość, ma ono zdolność łączenia rozproszonych jednostek w ramach tej samej szerokiej widowni, integrowania przybyszy ze wsi ze społecznościami miejskimi, a emigrantów – z ich nowymi krajami (zob. Janowitz 1952; Clark 1969; Stamm 1985; Rogers 1993). Proces ten pomaga scalać liczne i zróżnicowane nowoczesne społeczeństwo bardziej skutecznie niż stare mechanizmy kontroli religijnej, rodzinnej czy grupowej. Innymi słowy, wydaje się, że media masowe w zasadzie mogą zarówno sprzyjać integracji społecznej, jak i jej przeciwdziałać. Omówione poglądy wydają się bardzo od siebie odległe, jeden z nich podkreśla tendencje dośrodkowe, drugi zaś odśrodkowe. Jednak w istocie w każdym złożonym i zmiennym społeczeństwie w normalnych warunkach obie te siły działają jednocześnie, do pewnego stopnia znosząc się wzajemnie.

4.5.2. Ambiwalecja integracji społecznej

Główne zagadnienia, którymi powinni się zająć teoretycy i badacze, można więc (podobnie jak w przypadku władzy) przedstawić na wykresie powstałym przez skrzyżowanie dwóch wymiarów. Jeden z nich to kierunek wpływu – *odśrodkowy* lub *dośrodkowy*. Ten pierwszy odnosi się do bodźców zmierzających ku zmianie społecznej, wolności, indywidualizmowi i fragmentaryzacji. Drugi odnosi się do skutków w postaci wzrostu jedności społecznej, porządku, spójności i integracji. Zarówno integracja, jak i rozproszenie społeczne można różnie oceniać i wartościować, zależnie od preferencji i punktu widzenia. To, co dla jednej osoby jest pożądaną kontrolą społeczną, dla innej może być ograniczeniem wolności; to, co jedna osoba nazwie indywidualizmem, inna może uznać za niedostosowanie lub izolację. Drugi wymiar można więc opisać jako normatywny, zwłaszcza z punktu widzenia oceny tych dwóch przeciwnych tendencji oddziaływania mediów masowych. Wiąże się on z pytaniem, czy skutki, o których tu mowa, należy ocenić *optymistycznie*, czy *pesymistycznie* (zob. McCormack 1961; Carey 1969).

4.3. ZAGADNIENIA ZWIĄZANE Z MEDIAMI I INTEGRACJĄ

- Czy media masowe podnoszą, czy też obniżają poziom kontroli społecznej i konformizmu?
- Czy media wzmacniają, czy osłabiają instytucje kontroli społecznej, takie jak rodzina, partie polityczne, społeczności lokalne, kościoły i związki zawodowe?
- Czy media wspomagają, czy powstrzymują kształtowanie się różnych grup i tożsamości opierających się na subkulturze, opinii, doświadczeniu i działaniu społecznym itp.?
- Czy media masowe promują wolność osobistą i wybór tożsamości?

Łatwiej zrozumieć tę skomplikowaną sytuację, gdy myśli się o dwóch wersjach teorii mediów: odśrodkowej i dośrodkowej, przypisując każdej z nich własne miejsce w wymiarze ocennym, co w efekcie daje cztery różne orientacje teoretyczne wobec kwestii integracji społecznej (zob. diagram 4.4).

DIAGRAM 4.4

Cztery poglądy na konsekwencje komunikowania masowego z punktu widzenia integracji społecznej



1. *Wolność, zróżnicowanie*. Wizja optymistyczna efektu odśrodkowego akcentuje wolność, mobilność i modernizację.
2. *Integracja, solidarność*. Wizja optymistyczna efektu dośrodkowego akcentuje integracyjne i uspołniające funkcje mediów.
3. *Anomia, rozpad norm, utrata tożsamości*. Pesymistyczna wizja zmiany i indywidualizmu akcentuje izolację jednostki i utratę spójności społecznej.
4. *Dominacja, uniformizacja*. Społeczeństwo może być nadmiernie zintegrowane i przeregulowane, co prowadzi do centralizacji kontroli i konformizmu.

4.6. Główne wątki teorii mediów III: zmiana i postęp społeczny

Kluczowe zagadnienie dotyczy kierunku i siły relacji między komunikowaniem masowym a innymi zmianami zachodzącymi w społeczeństwie: krótko mówiąc, czy media są przyczyną, czy skutkiem zmiany społecznej? W kontekście władzy, integracji i modernizacji poruszono już wiele problemów związanych ze zmianą. Kiedykolwiek media wywierają jakikolwiek wpływ, powodują zarazem zmianę: centralizacja lub rozproszenie społeczne stanowią dwa podstawowe rodzaje zmian. Jak już widzieliśmy, nie ma co oczekiwać prostych odpowiedzi, różne teorie przedstawiają alternatywne ujęcia tej relacji. Sporne są alternatywne sposoby budowania związków między trzema podstawowymi elementami, są to: (1) technologia komunikowania, forma i przekaz medialny; (2) zmiany społeczne (struktura społeczna i rozwiązania instytucjonalne); (3) rozkład opinii, wierzeń, wartości i praktyk w społeczeństwie. Wszystkie konsekwencje oddziaływania mediów masowych potencjalnie wiążą się z pytaniami o zmianę społeczną, z punktu widzenia teorii najważniejsze okazało się jednak zagadnienie „determinizmu technologicznego” i potencjalnego wykorzystania mediów dla rozwoju. To pierwsze odnosi się do wpływu przemian mediów komunikacyjnych na społeczeństwo. To drugie dotyczy bardziej praktycznej kwestii: czy (i jak) można wykorzystać media masowe dla celów rozwoju gospodarczego i społecznego (jako „motor przemian” lub „katalizator nowoczesności”). Zagadnienia związane ze zmianą i rozwojem zostały wyliczone w ramce 4.4.

4.4. ZAGADNIENIA ZWIĄZANE ZE ZMIANĄ I ROZWOJEM

- Jaką rolę media odgrywają lub mogą odgrywać w ważnych zmianach społecznych?
- Czy media są na ogół postępowe, czy reakcyjne?
- Czy można użyć mediów jako „motoru postępu” w kontekście rozwoju?
- W jakim zakresie zmiana wywoływana przez media ma swoje przyczyny raczej w technologii niż w typowym przekazie?
- Czy media skutecznie rozpowszechniają innowacje?

Historia rozwoju mediów masowych przedstawiona w rozdziale 2 zdecydowanie skłania się ku obrazowi mediów jako siły zasadniczo postępowej, szczególnie ze względu na związek demokracji ze swobodą wypowiedzi, a samych mediów – z otwarciem rynków i liberalizacją handlu. Należy jednak wziąć pod uwagę inne możliwości opowiedzenia ich historii. Teoria krytyczna na przykład uważa na ogół, że media w epoce nowoczesności były na ogół konformistyczne czy wręcz reakcyjne. Na początku XX wieku media były – acz z różnym powodzeniem – wykorzystywane jako narzędzie zmiany (jak choćby w nazistowskich Niemczech lub Rosji Sowieckiej). Wspominałem już o kwestii „modernizacji” i postępu w krajach Trzeciego Świata. Poza tym powinniśmy pamiętać o roli, jaką odgrywają media w promowaniu jakoby bardziej permissywnego i wyzwolonego stylu życia w krajach Zachodu. Inny przypadek do rozważenia pojawił się w wyniku głębokich przemian politycznych i gospodarczych, które towarzyszyły transformacji postkomunistycznej w Europie po roku 1985. Rola mediów w tych zdarzeniach jest wciąż przedmiotem sporów, acz polityka *głosności* przyznała mediom określoną rolę do odegrania w procesie zmian, gdy zaś ten się rozpoczął, media, jak się wydaje, potęgowały jego skutki.

4.7. Główne wątki teorii mediów IV: przestrzeń i czas

Komunikacja, jak często zauważano, ma swój wymiar przestrzenny i czasowy; buduje ona „pomosty” ponad nieciągłością naszego doświadczenia wytworzoną przez przestrzeń i czas. Każde z tych twierdzeń ma wiele różnych aspektów. Komunikacja na wiele sposobów umożliwia poszerzenie zakresu ludzkiej aktywności i percepcję na odległość. Najlepszy przykład to transport, który przenosi nas z miejsca na miejsce, dzięki czemu poszerzają się nasze kontakty, doświadczenia i horyzonty. Komunikacja symboliczna może dawać dość podobny efekt, nie zmuszając nas do fizycznego przemieszczania się. Otrzymujemy również mapy i przewodnik, wskazujące miejsca i szlaki wiodące do punktów w prawdziwej przestrzeni. Lokalizacja naszej aktywności definiowana jest przez sieci komunikacyjne, wspólne formy dyskursu i przez to wszystko, a jest tego wiele, co zostało wyrażone w języku i innych for-

mach ekspresji. W zasadzie wszystkie formy komunikacji symbolicznej (książki, sztuka, muzyka, gazety, kino itp.) identyfikowane są z konkretnym położeniem przestrzennym i mają zróżnicowany, dający się opisać geograficznie zasięg „transmisji”. Procesy komunikowania masowego opisuje się i rejestruje na ogół w kategoriach przestrzennych, w odniesieniu do poszczególnych rynków medialnych, obszarów obiegu lub odbioru, „zasięgu” widowni itp. Równocześnie jednak koniec ograniczeń związanych z kosztami i pojemnością transmitowanego przekazu oznacza, że komunikowanie przestało być związane z jakimś jednym terytorium i jest co do zasady zdelokalizowane.

Polityczne i społeczne systemy są terytorialne i wykorzystują wiele rodzajów komunikowania, by zasygnalizować ten fakt. Komunikacja zawsze jest inicjowana w jednym punkcie, a odbierana w jednym lub wielu innych punktach. Ułatwienia w komunikowaniu i odbiorze zdają się budować mosty i redukować dystans fizyczny. Internet stworzył rozmaite rodzaje „przestrzeni wirtualnej”. Nowe technologie umożliwiły przesyłanie komunikatów, które materializują się w odległych miejscach. Można by ciągnąć dalej tę opowieść, to, co powiedziałem, wystarczy jednak, by docenić bogactwo wątku przestrzeni komunikowania.

Niemal to samo można by powiedzieć o czasie. Zwielokrotnienie liczby i wzrost prędkości kanałów transmisji i wymiany komunikatów sprawiło, że na co dzień mamy możliwość kontaktu z innymi źródłami i celami. Niezależnie od tego, gdzie jesteśmy, nie musimy już czekać na wiadomości lub czekać, by je wysłać. Nie ma w zasadzie żadnych ograniczeń czasowych w zakresie ilości informacji, które możemy przesłać. Technologie przechowywania i dostępu umożliwiły nam przewyżnienie ograniczeń czasowych w większości zachowań komunikacyjnych. Brakuje nam jedynie czasu, żeby to wszystko robić. Paradoksalnie, mimo że nowe technologie umożliwiają nam łatwe przechowywanie naszych wspomnień i wszelkiej informacji, której pragniemy, wydaje się, że informacja i kultura coraz szybciej degenerują się i popadają w zapomnienie. W coraz większym stopniu granicą jest ludzka możliwość przetwarzania coraz większej ilości informacji coraz szybciej. Oslawiony problem przeładowania informacyjnego zaczyna się pojawiać w codziennym doświadczeniu. Niezależnie od kosztów i korzyści, trudno nie zaprzeczać, że w ciągu życia ostatniego pokolenia, przynajmniej w społeczeństwach wysoko rozwiniętych, zaszły zmiany rewolucyjne.

4.5. ASPEKTY PRZESTRZENI I CZASU

- Zniesienie przestrzeni?
- Przestrzeń wirtualna jako przedłużenie przestrzeni realnej.
- Media jako pamięć zbiorowa.
- Poszerzająca się luka pomiędzy transmisją techniczną a ludzką możliwością odbioru.
- Delokalizacja i detemporalizacja mediów.

4.8. Media a społeczeństwo – teoria I: społeczeństwo masowe

W tym i kolejnym podrozdziałach omawiam kilka różnych podejść teoretycznych do zagadnień. Prezentuję je mniej więcej w porządku chronologicznym ich powstawania; pokazują pełny zakres: od poglądów optymistycznych do pesymistycznych, od krytycznych do neutralnych. Pierwsza teoria, która się zajmujemy, teoria społeczeństwa masowego, zbudowana została wokół pojęcia „masy”, omawianego już w rozdziale 3. Teoria ta podkreśla wzajemną zależność instytucji sprawujących władzę i wynikającej stąd integracji mediów ze źródłami społecznej władzy i autoritetu. Przekaz będzie najprawdopodobniej służył interesom ludzi sprawujących władzę polityczną i ekonomiczną. Nie można spodziewać się, że media przedstawia krytyczną czy alternatywną definicję świata – będą one z reguły przyczyniać się do podporządkowywania ich losowi szerokich kręgów społecznych poddanych dominacji władzy.

Model „mediów dominujących”, nakreślony powyżej, stanowi odbicie wizji społeczeństwa masowego. Teoria społeczeństwa masowego przyznaje pierwszeństwo mediom jako czynnikowi sprawczemu. Opiera się ona w znacznej mierze na koncepcji, że media oferują światopogląd, zastępcze lub fałszywe środowisko życia, który stanowi potężne narzędzie manipulacji ludźmi, zarazem jednak ułatwia im psychiczne przetrwanie w trudnych warunkach. Według C. Wrighta Millsa (1965: 528) „Pomiędzy świadomością interweniuje informacja, która wpływa na uświadomienie ludziom własnego istnienia, takiego, jakie jest dane ludziom”.

Spółeczeństwo masowe jest, paradoksalnie, zarazem „zatomizowane” i centralnie kontrolowane. Uważa się, że media wnoszą znaczący wkład w kontrolę w społeczeństwach charakteryzujących się wielkością skali, oddaleniem instytucji, izolacją jednostek i brakiem silnej integracji lokalnej lub grupowej. Mills (1961, 1965) wskazywał również na schyłek prawdziwej publiczności z klasycznych teorii demokracji i zastąpienie jej przez zmienne zbiorowości ludzi, którzy nie potrafią sformułować ani osiągnąć własnych celów w działaniu politycznym. Żal z tego powodu odbił się ostatnio echem w sporach o upadek „sfery publicznej” demokratycznej debaty i polityki, w której *implicite* wskazywano na rolę skomercjalizowanych, działających na wielką skalę mediów masowych (zob. Elliott 1982; Garnham 1986; Dahlgren 1995).

Pojęcie „społeczeństwo masowe” jest już co prawda niemożliwe, jednak przekonanie, że żyjemy w społeczeństwie masowym, wciąż trwa – w wielu luźno ze sobą związanych częściach składowych. Należy do nich nostalgia za bardziej „wspólnotową” alternatywą wobec indywidualizmu współczesnej epoki (a może raczej nadzieja?), jak również krytyczna postawa wobec rzekomej pustki, samotności, stresu i konsumeryzmu w życiu współczesnego społeczeństwa wolnorynkowego. Szeroko rozpowszechniona publiczna obojętność wobec demokratycznej polityki i brak partycypacji w niej również budzą powszechny żal i często przypisywane są cynicznemu i manipulacyjnemu wykorzystywaniu mediów przez polityków i partie.

Szeroko akceptowana charakterystyka współczesnego społeczeństwa jako „późnowoczesnego” przeczy wizji społeczeństwa masowego, które jawi się nam jako punkt widzenia z istoty swojej „modernistyczny”. Wydaje się, że także rzeczywista obfitość i rzucająca się w oczy różnorodność wielu starych i nowych form mediów podważają trafność teorii społeczeństwa masowego, prezentującego media masowe jako jeden z kamieni węgielnych tegoż społeczeństwa. Zwłaszcza nowe media elektroniczne dają początek nowej utopijnej wizji społeczeństwa, sprzecznej z podstawową tezę teorii społeczeństwa masowego.

4.5. TEORIA MEDIÓW W SPOŁECZEŃSTWIE MASOWYM: GŁÓWNE RYSY

- Społeczeństwo o wielkiej liczebności.
- Zatomizowana publiczność.
- Scentralizowane media.
- Transmisja jednokierunkowa.
- Samookreślenie i tożsamość ludzi uzależnione są od mediów.
- Media wykorzystywane w celu manipulacji i kontroli.

4.9. Media a społeczeństwo – teoria II: marksizm

Mimo że Karol Marks prasę znał jedynie z okresu, zanim stała się ona medium masowym, a marksizm – jak się powszechnie sądzi – zawiódł jako wyjaśnienie zmian społecznych, marksistowska tradycja analizy mediów w społeczeństwie kapitalistycznym po dziś dzień zachowała, w pewnym zakresie, swoją aktualność. Można wątpić, czy dałoby się powiedzieć to samo o teorii funkcjonowania mediów w społeczeństwach komunistycznych. Wiele było wariantów analizy nowoczesnych mediów inspirowanej marksizmem, które przechodziły w dzisiejszą „krytyczną teorię polityczno-ekonomiczną” (zob. Golding, Murdock 1996).

Dla marksistowskich interpretacji mediów masowych kluczowy jest problem władzy. Mimo licznych różnic pomiędzy nimi zawsze podkreślały one fakt, że media są w istocie narzędziami kontroli sprawowanej przez klasy rządzące i w ich interesie. Podstawowym tekstem jest tu *Ideologia niemiecka* Marksa, gdzie stwierdza (Marks 1981: 229):

Klasa mająca w swym rozporządzeniu środki produkcji materialnej dysponuje przez to jednocześnie środkami produkcji duchowej, tak iż na ogół klasie tej podlegają dzięki temu również i myśli tych, którym do duchowej produkcji brak środków.

Teoria marksistowska buduje bezpośredni związek między posiadaniem ekonomicznym a rozpowszechnianiem komunikatów potwierdzających prawomocność panowania i wartości klasy rządzącej. Poglądy te w naszych czasach znajdują poparcie w danych świadczących o wielkiej koncentracji własności mediów przez kapitalistycz-

ných przedsiębiorców (zob. Bagdikian 1988; McChesney 2000) i przez korelujące z nimi dane o konserwatywnych tendencjach w treści przekazów tak zorganizowanych mediów (zob. Herman, Chomsky 1988).

Rewizjonistyczne wersje marksistowskiej teorii mediów w XX wieku koncentrowały się bardziej na ideach niż na strukturach materialnych. Podkreślały one bardziej ideologiczne skutki działania mediów dla interesów klasy rządzącej, „reprodukcji” manipulacji i zależności opartych w gruncie rzeczy na wyzysku oraz legitymizacji dominacji kapitalizmu i podporządkowania klasy robotniczej. Louis Althusser (1971) sądził, że proces ten odbywa się za pośrednictwem, jak to określał, „państwowych aparatów ideologicznych” (czyli w zasadzie wszystkich rodzajów socjalizacji), które – w przeciwieństwie do „państwowych aparatów represji” (jak np. wojsko i policja) – pozwalają państwu kapitalistycznemu przetrwać bez konieczności uciekania się do bezpośredniej przemocy. Pojęcie hegemonii Antonio Gramsciego (1971) odnosi się właśnie do tej tendencji. Herbert Marcuse (1991) uważał, że media, wraz z innymi elementami systemów produkcji masowej, „sprzedają” lub też narzucają cały system społeczny, który jest zarazem pożądanym i represywnym.

Przesłanie teorii marksistowskiej jest w gruncie rzeczy proste, pozostawia ona jednak bez odpowiedzi wiele pytań. Jak można sprzeciwiać się lub opierać potęgę mediów? Jak wygląda status tych form mediów, które nie są jawnie własnością kapitalistów i nie podlegają władzy państwa (jak niezależne gazety czy radiofonia)? Krytycy mediów masowych należący do tradycji marksistowskiej albo liczą na oręż w postaci zdemaskowania propagandy i manipulacji (zob. Herman, Chomsky 1988; Herman 2000), albo też pokładają nadzieję w jakiejś formie kolektywnej własności lub mediach alternatywnych jako przeciwwagi wobec władzy medialnej klasy kapitalistycznej. Głównym współczesnym dziedzicem teorii marksistowskiej jest teoria polityczno-ekonomiczna.

4.7. MARSISTOWSKA TEORIA MEDIÓW KAPITALISTYCZNYCH

- Media masowe są własnością burżuazji.
- Media działają w jej interesie klasowym.
- Media generują fałszywą świadomość klasy robotniczej.
- Media rozpowszechniają ideologię wspierającą ustalony porządek.
- Dostęp opozycji politycznej do mediów jest skutecznie zablokowany.

4.10. Media a społeczeństwo – teoria III: funkcjonalizm

Teoria funkcjonalistyczna wyjaśnia praktyki społeczne i instytucje w kategoriach „potrzeb” społeczeństwa i jednostek (zob. Merton 2002). Społeczeństwo jest tu postrzegane jako system połączonych ze sobą działających części lub podsystemów, z których każdy wnosi swój niezbędny wkład w ciągłość i porządek. Uważa się, że zorganizowane życie społeczne wymaga ciągłego podtrzymywania mniej lub bardziej dokład-

nego, spójnego, użytecznego i pełnego obrazu funkcjonowania społeczeństwa i otoczenia społecznego. Media, nawet nie mając takiego zamiaru, są źródłem korzyści dla społeczeństwa jako całości, ponieważ w spójny sposób odpowiadają na potrzeby jednostek i instytucji.

Zgodnie z tą teorią media z natury swojej są samosterowne i samokorygujące się. Apolityczna w założeniu, teoria ta zgadza się z pluralistycznymi i woluntarystycznymi koncepcjami fundamentalnych mechanizmów życia społecznego i charakteryzuje się nastawieniem konserwatywnym o tyle, o ile media uznaje raczej za środki podtrzymywania istnienia społeczeństwa niż za źródło istotnych zmian.

Mimo powszechnego odrzucenia przez socjologię funkcjonalizmu w jego wcześniejszych wersjach przetrwał on w nowych formach podejścia do mediów (np. Luhmann 2000) i nadal odgrywa pewną rolę w formułowaniu i rozwiązywaniu problemów badawczych dotyczących mediów. Funkcjonalizm pozostaje użyteczny dla niektórych celów opisowych i dostarcza języka dla analizy relacji między mediami masowymi a społeczeństwem, jak również trudnego do zastąpienia zestawu pojęć. Terminologia funkcjonalistyczna ma tę zaletę, że w znacznym stopniu jest to także terminologia masowych komunikatorów i ich odbiorców, co czyni ją powszechnie zrozumiałą.

4.10.1. Wyszczególnienie społecznych funkcji mediów

Główne funkcje komunikacji w społeczeństwie według Harolda Lasswella (1948) to nadzorowanie otoczenia, korelowanie reakcji grup w ramach społeczeństwa na jego otoczenie oraz transmisja dziedzictwa kulturowego. Charles R. Wright (1960) rozwinął ten ogólny schemat, opisując wiele skutków oddziaływania mediów, dodał też rozrywkę jako czwartą, kluczową funkcję mediów. Może ona stanowić część przekazywanej kultury, ma jednak i inny aspekt – dostarcza jednostkom nagród, odprężenia i redukcji napięcia, dzięki czemu ludziom łatwiej jest radzić sobie z problemami życia codziennego, a społeczeństwu – unikać kryzysów (zob. Mendelsohn 1966). Dodając jeszcze piąty element – mobilizację – który ma odzwierciedlać szerokie wykorzystywanie komunikowania masowego dla celów propagandy politycznej i handlowej – możemy stworzyć następujący zbiór podstawowych koncepcji dotyczących zadań (funkcji) mediów w społeczeństwie:

Informacja

- Dostarczanie informacji o wydarzeniach i sytuacjach w społeczeństwie i świecie.
- Wskazywanie stosunków władzy.
- Wspomaganie innowacji, adaptacji i postępu.

Korelowanie

- Wyjaśnianie, interpretowanie i komentowanie znaczenia wydarzeń i informacji.
- Zapewnianie wsparcia uznanym autorytetom i normom.
- Socjalizacja.

- Koordynacja odrębnych działań.
- Budowanie konsensu.
- Ustalanie hierarchii ważności i sygnalizowanie względnego statusu.

Ciągłość

- Wyrażanie dominującej kultury i uznawanie subkultur oraz pojawiających się zmian kulturowych.
- Formowanie i podtrzymywanie wspólnoty wartości.

Rozrywka

- Dostarczanie okazji do zabawy, odmiany i środków odprężenia.
- Redukcja napięcia społecznego.

Mobilizacja

- Kampania w imię celów społecznych w sferze polityki, wojny, rozwoju gospodarczego, pracy i, niekiedy, religii.

Nie jesteśmy w stanie uszeregować tych punktów według jakiegoś ogólnego porządku ważności ani też wypowiedzieć się na temat względnej częstotliwości ich występowania. Wzajemna odpowiedniość funkcji (lub celu) i konkretnego przekazu medialnego nie jest ścisła, ponieważ funkcje nakładają się na siebie, a ten sam przekaz może służyć różnym funkcjom. Powyższa lista odnosi się do funkcji społecznych i wymaga przeformułowania, aby zdać sprawę z punktu widzenia albo samych mediów (ich własnej wizji ich zadań), albo też indywidualnego użytkownika mediów masowych, jak w teorii „wykorzystania i satysfakcji” i opartych na niej badaniach (zob. rozdział 16). Funkcja mediów może więc odnosić się zarówno do mniej lub bardziej obiektywnych zadań mediów (jak wiadomości lub komentarze), jak i do motywów lub korzyści użytkownika mediów (takich jak bycie informowanym czy zabawianym).

4.8. FUNKCJONALISTYCZNA TEORIA MEDIÓW

Media masowe są niezbędne w społeczeństwie dla celów:

- integracji i współpracy,
- porządku, kontroli i stabilizacji,
- adaptacji do zmian,
- mobilizacji,
- kontrolowania napięcia,
- ciągłości kultury i wartości.

Wśród wielu ogólnych poglądów na temat „funkcji społecznych” najszerza zgoda panuje co do tego, że media są siłą działającą na rzecz integracji społecznej (jak za-

uważyłem wcześniej). Wyniki badań przekazów medialnych często dowodzą, że media masowe głównego nurtu zwykle są konformistyczne i raczej popierają, niż krytykują dominujące wartości. Poparcie to przybiera rozmaite formy, w tym: unikanie fundamentalnej krytyki kluczowych instytucji, takich jak biznes, system sprawiedliwości i demokratyczna polityka, różnicowanie dostępu do „wyzyn społecznych”, symboliczne nagradzanie tych, którzy osiągają sukces, krocząc aprobowaną ścieżką cnoty i ciężkiej pracy, przy jednoczesnym symbolicznym karaniu tych, którzy ponoszą klęskę lub schodzą na złą drogę (zob. rozdział 18). David Dayan i Elihu Katz (1992) twierdzą, że najważniejsze wydarzenia społeczne przedstawiane w telewizji (uroczystości publiczne lub państwowe, ważniejsze wydarzenia sportowe), które często przyciągają liczne audytoria na całym świecie, zapewniają spoiwo społeczne, którego mogłoby w przeciwnym razie zabraknąć. Jednym ze skutków oddziaływania tego, co nazywają „wydarzeniami medialnymi”, jest ustalanie statusu czołowych postaci i zagadnień w społeczeństwie. Inny skutek dotyczy stosunków społecznych: „Niemał w przypadku każdego wydarzenia obserwowaliśmy *communitas* i *camaraderie*, które pojawiały się w na ogół zatomizowanych – i, niekiedy, głęboko podzielonych – społeczeństwach” (1992: 214).

W świetle tego rodzaju obserwacji nie dziwi nas fakt, że badania skutków rzadko dostarczały argumentów na rzecz tezy, iż media masowe – przy całej uwadze poświęcanej przez nie zbrodni, sensacji, przemocy i zdarzeniom dewiacyjnym – można by uznać za znaczący czynnik przyczynowy w dezorganizacji i przestępczości społecznej czy choćby indywidualnej. Im bardziej jesteśmy przekonani do funkcjonalistycznej teorii mediów, tym mniej logiczne wydaje się oczekiwanie skutków prowadzących do dezintegracji społecznej.

4.11. Media a społeczeństwo – teoria IV: krytyczna teoria polityczno-ekonomiczna

Teoria polityczno-ekonomiczna to orientacja społecznie krytyczna, która koncentruje się przede wszystkim na relacji między strukturą ekonomiczną a dynamiką przemysłu medialnego i ideologicznym przekazem mediów. Kieruje to uwagę badaczy ku analizie empirycznej struktury własności i kontroli mediów oraz działaniu sił rynkowych w obrębie rynku mediów. Z tego punktu widzenia instytucję medialną należy uznać za część systemu ekonomicznego, blisko związaną z systemem politycznym.

Konsekwencje tego można dostrzec w zmniejszaniu się liczby niezależnych źródeł medialnych, koncentracji na największych rynkach, unikaniu ryzyka i spadku inwestycji w mniej dochodowe przedsięwzięcia medialne (jak np. dziennikarstwo śledcze czy filmy dokumentalne). Dostrzegamy także zaniedbywanie mniejszych i uboższych sektorów potencjalnych audytoriów i częsty brak politycznej równowagi w mediach informacyjnych (zob. Murdock, Golding 1977).

Główną zaletą tej orientacji jest możliwość formułowania empirycznie sprawdzalnych hipotez co do determinant rynkowych, mimo że te ostatnie są tak liczne i złożone, że dowód empiryczny nie jest łatwy. Podejście polityczno-ekonomiczne kon-

centruje się na działalności mediów jako procesie ekonomicznym prowadzącym do towaru (produktu lub przekazu medialnego). Istnieje jednak również i taki wariant tego podejścia, który wskazywałby, że podstawowym produktem mediów jest tak naprawdę *widownia*. Nawiązuje on do faktu, że media dostarczają reklamodawcom uwagę widowni i kształtują zachowanie publiczności medialnej w określony, szczególnie sposób (zob. Smythe 1977). Media komercyjne sprzedają swoim klientom pewną liczbę potencjalnych konsumentów zgodnie ze swoim profilem rynkowym.

Znaczenie teorii polityczno-ekonomicznej ogromnie wzrosło dzięki kilku tendencjom w biznesie i technologii medialnej (a być może także dzięki niełasce, w jakiej znalazła się ortodoksyjna analiza marksistowska). Po pierwsze, nastąpił globalny wzrost koncentracji mediów – coraz więcej władzy i własności skupia się w coraz mniejszej liczbie rąk, z tendencją do fuzji przemysłu elektronicznego z sektora *software* i *hardware* (zob. Murdock 1990; McChesney 2000; Wasko 2004). Po drugie, rozwija się globalna „ekonomia informacyjna” (zob. Melody 1990; Sussman 1997), co oznacza wzrost konwergencji między telekomunikacją a radiem i telewizją. Po trzecie, nastąpił upadek sektora publicznego mediów masowych i bezpośredniej publicznej kontroli telekomunikacji (zwłaszcza w Europie Zachodniej), pod sztandarami deregulacji, prywatyzacji lub liberalizacji (zob. McQuail, Siune 1998; van Cuilenburg, McQuail 2003). Po czwarte, problem nierówności informacyjnej raczej zyskuje, niż traci na ostrości. Wyrażenie „luka cyfrowa” odnosi się do nierówności dostępu i możliwości użytkowania zaawansowanych rozwiązań technologicznych (zob. Norris 2002). Zasadnicze tezy teorii polityczno-ekonomicznej nie zmieniły się od dawna, jednak zakres jej zastosowania jest znacznie szerszy (zob. Mansell 2004).

4.9. KRYTYCZNA TEORIA POLITYCZNO-EKONOMICZNA

- Kontrola i logika ekonomiczna są decydujące.
- Struktura mediów zmierza ku koncentracji.
- Globalna integracja mediów postępuje.
- Przekaz i widownia zostają utowarowione.
- Zmniejsza się zróżnicowanie.
- Opozycja i głosy alternatywne są marginalizowane.
- Interes publiczny w komunikowaniu podporządkowany jest interesom prywatnym.

4.12. Media a społeczeństwo – teoria V: konstruktywizm społeczny

Konstruktywizm społeczny to abstrakcyjny termin określający bardzo powszechną i wpływową tendencję w naukach społecznych, której najsilniejszy impuls do rozwoju dała publikacja książki Bergera i Luckmanna *Spoleczne tworzenie rzeczywistości* (1983). Jej korzenie sięgają jednak znacznie głębiej, na przykład interakcjonizmu sym-

bolicznego Herberta Blumera (1969) i socjologii fenomenologicznej Alfreda Schütza (1972). W pracy tej pojęcie społeczeństwa jako rzeczywistości obiektywnej narzucanej jednostkom przeciwstawiane jest alternatywnemu (i bardziej emancypacyjnemu) pogładowi, głoszącemu, że struktury, siły i idee społeczeństwa są tworzone przez ludzi, ciągle odtwarzane lub reprodukowane, otwarte na dyskusję i zmianę. W tym rozumieniu „rzeczywistości” ogólnie podkreśla się możliwości działania i dokonywania wyboru. Rzeczywistość społeczna musi być tworzona przez aktorów, którzy nadają jej znaczenie (interpretację). Te ogólne idee formułowano na wiele różnych sposobów zgodnie z innymi koncepcjami teoretycznymi. Reprezentują one ważną zmianę paradygmatu w naukach humanistycznych w drugiej połowie XX wieku.

Idee te okazały się szczególnie atrakcyjne dla studentów komunikowania masowego i nadal zajmują centralne miejsce w refleksji nad procesami wpływu mediów, wciąż stanowiąc przedmiot ożywionej debaty. Ogólna koncepcja, że media masowe wpływają na to, co większość ludzi uznaje za rzeczywistość, jest oczywiście stara i dobrze osadzona w teoriach propagandy i ideologii (np. rola mediów jako producentów „fałszywej świadomości”). Bezrefleksyjną, lecz nieustanną medialną promocję nacjonalizmu, patriotyzmu, spójności społecznej i religii można interpretować jako przykłady konstruktywizmu społecznego. Późniejsza teoria krytyczna głosiła, że istnieje możliwość kontestacji i oporu wobec tego rodzaju ideologicznego przymusu, podkreślając możliwości reinterpretacji komunikatów hegemonicznych. Niemniej teoria krytyczna akcentuje rolę mediów jako *reproduktora* wybiórczego i skrzywionego obrazu rzeczywistości.

Abstrahując od kwestii ideologii, wiele uwagi poświęcono konstruktywizmowi społecznemu związanemu z wiadomościami, rozrywką i kulturą popularną oraz kształtowaniem opinii publicznej przez media masowe. Jeśli chodzi o wiadomości, badacze mediów osiągnęli względne porozumienie co do tego, że obraz „rzeczywistości”, który media – jak twierdzą – prezentują, z konieczności musi być wybiórczym konstruktem złożonym z fragmentów informacji o faktach i obserwacji, powiązanych ze sobą i zyskujących znaczenie w ramach konkretnego schematu czy perspektywy. Społeczne konstruowanie odnosi się do procesów, w toku których wydarzenia, osoby, wartości i idee są najpierw definiowane lub interpretowane w określony sposób, przy czym nadajemy im wartość lub wagę, co w znacznej mierze jest dziełem mediów masowych, a prowadzi do (osobistego) konstruowania szerszego obrazu rzeczywistości. Koncepcje „ram” i „schematów” odgrywają tu swoją rolę (zob. rozdział 14).

4.10. POSTULATY KONSTRUKTYWIZMU SPOŁECZNEGO

- Społeczeństwo jest raczej konstruktem niż ustaloną rzeczywistością.
- Media dostarczają budulca dla konstruowania rzeczywistości.
- Znaczenia są oferowane przez media, mogą jednak być negocjowane i odrzucane.
- Media wybiórczo reprodukują pewne znaczenia.
- Media nie mogą obiektywnie przedstawiać rzeczywistości społecznej (każdy fakt jest interpretacją).

4.13. Media a społeczeństwo – teoria VI: determinizm technologiczny

Istnieje długa i wciąż żywa tradycja poszukiwania związków między dominującą technologią komunikacyjną danej epoki a podstawowymi cechami społeczeństwa, który ma swoje znaczenie dla wszystkich wspomnianych wątków. Nazywając ten sposób myślenia „determinizmem”, nie dopuścimy się nadmiernego uproszczenia wobec wielości różnic i niuansów w jego obrębie, wszystkie one bowiem mają element wspólny w postaci swoistego „mediocentryzmu”. Ten sposób myślenia cechuje także tendencja do koncentrowania się na potencjale sprzyjania zmianom społecznym (lub choćby ciężenia w ich kierunku), który miałby tkwić w każdej technologii komunikacyjnej, i podporządkowywania temu innych zmiennych. Poza tym teorie te mogą mieć ze sobą niewiele wspólnego.

Każda historia technologii komunikacyjnych (jak i wszelkich innych) dostarcza dowodów na wzrost tempa innowacji i związanego z nim potencjału materialnego, przy czym niektórzy teoretycy skłaniają się ku wyodrębnianiu kilku różnych stadiów. Na przykład Everett Rogers (1986) za punkty zwrotne uważa wynalezienie pisma, początki druku, nadejście ery telekomunikacyjnej w połowie wieku XIX i epokę komunikowania interaktywnego, która zaczęła się w roku 1946 wraz z wynalezieniem komputera. Jorge Schement i Terry Curtis (1995) oferują szczegółowe „kalendarium” wynalazków z zakresu technologii komunikacyjnej, które klasyfikują jako „pojęciowo/institucjonalne” (np. pismo), „narzędzia pozyskiwania i przechowywania” (jak papier i druk) lub wynalazki związane z przetwarzaniem i dystrybucją (jak komputery i satelity). W historii można zaobserwować kilka wyraźnych tendencji, z których na czoło wysuwa się ruch w kierunku wzrostu prędkości, rozproszenia, zasięgu i elastyczności. Podkreśla to dyspozycję komunikacji do coraz łatwiejszego przekraczania barier czasu i przestrzeni.

4.13.1. Szkoła Toronto

Pierwszym znaczącym teoretykiem tworzącym w tej tradycji był prawdopodobnie kanadyjski historyk gospodarki Harold Innis, założyciel „szkoły Toronto”, zajmującej się refleksją nad mediami w okresie po drugiej wojnie światowej. Innis (1950, 1951) przypisywał cechy charakterystyczne następujących po sobie cywilizacji starożytnych dominującym i przeważającym sposobom komunikowania, z których każdy przejawiał własne „tendencje” (inklinacje) w zakresie form społecznych. Na przykład przejście od kamienia do papirusu Innis uważał za przyczynę przejścia od władzy królewskiej do kapłańskiej. Tradycja ustna i elastyczny alfabet starożytnej Grecji sprzyjały innowacyjności i różnorodności i zapobiegały wyłonieniu się kasty kapłańskiej z monopolu na edukację. Powstanie i trwanie Imperium Rzymskiego zyskało wsparcie w kulturze pisanej i dokumentach, na których mogły się oprzeć instytucje prawno-biurokratyczne, zdolne do administrowania odległymi prowincjami. Druk z kolei pod-

ważył biurokratyczny monopol na władzę i dał bodziec do rozwoju zarówno indywidualizmu, jak i nacjonalizmu.

Praca Innisa opiera się na dwóch głównych zasadach wewnętrznej logiki: po pierwsze, w sferze ekonomicznej komunikacja prowadzi z czasem do monopolizacji środków produkcji i dystrybucji wiedzy przez pewną grupę lub klasę. To z kolei powoduje zaburzenie równowagi, które albo staje na przeszkodzie zmianom, albo też prowadzi do powstania innych, konkurencyjnych form komunikowania się, które na ogół przywracają równowagę. Można rozumieć to również w ten sposób, że nowe technologie komunikacyjne podkopują stare podstawy władzy w społeczeństwie. Po drugie, najistotniejsze wymiary imperium to przestrzeń i czas, a niektóre środki komunikowania się pasują do jednego lepiej niż do drugiego (to jest właśnie przede wszystkim tak zwana „inklinacja” komunikacji). Tak więc imperium może albo trwać w czasie (jak starożytny Egipt), albo rozszerzać się w przestrzeni (jak Rzym), zależnie od dominującej formy komunikowania się.

Rozwinięcie tej teorii przez McLuhana (1975) zasugerowało nową perspektywę refleksji nad konsekwencjami narodzin mediów drukowanych (zob. też Eisenstein 1978), mimo że nie został osiągnięty główny cel, jakim było wyjaśnienie znaczenia mediów elektronicznych w ludzkim doświadczeniu (zob. McLuhan 2004, a także rozdział 5). McLuhan napisał o druku: „typograficzne przedłużenie człowieka przyniosło ze sobą nacjonalizm, industrializm, rynki masowe, powszechną alfabetyzację i oświatę”.

4.13.2. Technologia i ideologia

Amerykański socjolog Alvin Ward Gouldner (1976) zinterpretował kluczowe przemiany we współczesnej historii politycznej w kategoriach technologii komunikacyjnej. Wiąże on narodziny „ideologii”, definiowanej jako szczególna forma racjonalnego dyskursu, z drukiem i prasą, twierdząc, że to one właśnie (w XVIII i XIX wieku) stymulowały przyrost interpretacji i idei (ideologii). Następnie przedstawia późniejsze media: radio, film i telewizję, twierdząc, że przyczyniły się do upadku ideologii wskutek przejścia od „symboliki pojęciowej do obrazkowej (ikonicznej)”, obnażając rozdział między „aparatem kulturalnym” (inteligencją), który produkuje ideologię, a „przemysłem świadomości”, który kontroluje nową masową opinię publiczną. Zapowiada to ciągły „upadek ideologii” w wyniku rozwoju nowych sieci informatycznych wykorzystujących komputery.

4.11. DETERMINIZM TECHNOLOGICZNY MEDIÓW (PRZED NOWĄ TECHNOLOGIA)

- Technologia komunikacyjna jest fundamentalna dla społeczeństwa.
- Każda technologia zbliża się do określonych form komunikacji, przekazów i sposobów użytkowania.
- Sekwencja wynalazku i zastosowania w technologii komunikacyjnej wywiera wpływ na zmianę społeczną.
- Rewolucje komunikacyjne prowadzą do rewolucji społecznych.

4.13.3. Alternatywa interaktywna

Większość dobrze poinformowanych obserwatorów traktuje obecnie z dystansem jednoczynnikowe wyjaśnienia zmiany społecznej i nie wierzy naprawdę w bezpośredni, mechaniczny skutek nowych technologii. Skutki występują tylko wtedy, gdy wynalazki się przyjmują, są rozwijane i wdrażane, z początku zwykle do już istniejących sposobów użycia, następnie zaś w coraz szerszym zakresie, zależnie od możliwości danej technologii i potrzeb społeczeństwa. Rozwój zawsze kształtowany jest przez kontekst społeczny i kulturowy. Nie ma już sensu myśleć w kategoriach jednego dominującego medium o unikalnych własnościach. Niewykluczone, że było to uzasadnione w przypadku książki lub, w pewnym sensie, później, na etapie telegrafu i telefonu. Obecnie wiele różnych nowych form mediów współistnieje w wieloma „starymi”, z których żadna nie zanikła. Niemniej dość przekonująca i atrakcyjna pozostaje teza, że media konsolidują się i łączą w jedną wszechogarniającą sieć (zob. Neuman 1991). Być może prawdą jest również, że nowe formy mediów mogą wykazywać pewne „tendencje” czy „inklinacje” społeczne lub kulturowe (zob. rozdział 6), co z kolei zwiększa prawdopodobieństwo wystąpienia pewnych skutków. Możliwości te omawiam w kolejnym podrozdziale.

4.14. Media a społeczeństwo – teoria VII: społeczeństwo informacyjne

Założenie o rewolucyjnym charakterze transformacji społecznej, następującej wskutek oddziaływania nowej technologii komunikacyjnej, towarzyszy nam od pewnego czasu, choć ma ono również swoich krytyków (zob. Leiss 1989; Ferguson 1992; Webster 1995, 2002). Marjorie Ferguson (1986) traktowała „determinizm nowych technologii” jako *system przekonań* zmierzający w stronę samospełniającego się proroctwa. Termin „rewolucja komunikacyjna” wraz z terminem „społeczeństwo informacyjne” stał się już niemal powszechnie akceptowanym obiektywnym opisem naszych czasów i powstającego współcześnie typu społeczeństwa.

Termin „społeczeństwo informacyjne” powstał prawdopodobnie w Japonii w latach sześćdziesiątych XX wieku (zob. Ito 1981), choć zwykle za jego przodka uważa się „społeczeństwo postindustrialne”, którego to pojęcia jako pierwszy użył socjolog Daniel Bell (1973). Kolejnym źródłem była koncepcja „ekonomii informacyjnej” stworzona przez ekonomistów Fritza Machlupa (1962) i Marka Porata (1977) (zob. Schement, Curtis 1995). Praca Bella wpisywała się w tradycję poszukiwania odpowiedzi między typami społeczeństw a kolejnymi stadiami rozwoju gospodarczego i społecznego. Głównych cech społeczeństwa postindustrialnego poszukiwał on w narodzinach sektora usług w gospodarce opartej na przemyśle lub rolnictwie, co pociągnęło za sobą dominację pracy „opartej na informacji”. Wiedza teoretyczna (napociągająca, ekspercka, wykorzystująca dane) stawała się kluczowym czynnikiem gospodarczym, wypierając fabryki i ziemię jako podstawę bogactwa. Równolegle rodziła się

„nowa klasa” definiowana przez posiadanie wiedzy i umiejętności osobistych. Większość zaobserwowanych tendencji postindustrialnych w sposób widoczny przyspieszyła w ostatnim ćwierćwieczu XX stulecia. Produkcja i dystrybucja informacji wszelkiego rodzaju, zwłaszcza wykorzystującej technologie komputerowe, sama stała się ważnym sektorem gospodarki.

Poza gromadzeniem danych świadczących o znaczeniu informacji we współczesnej gospodarce i społeczeństwie nie udało się właściwie osiągnąć porozumienia ani jasności co do *pojęcia* „społeczeństwo informacyjne”. William Melody (1990: 26–27) opisuje społeczeństwa informacyjne po prostu jako te, które „uzależniły się od złożonych informatycznych sieci elektronicznych i alokują znaczną część swoich zasobów w działalność informacyjną i komunikacyjną”. Jan van Cuilenburg (1987) za główny rys uznał wyraźny wzrost produkcji i przepływu informacji wszelkiego rodzaju, w znacznej mierze w wyniku redukcji kosztów związanej z komputeryzacją i miniaturyzacją. Zwrócił on jednak również uwagę na naszą względną niezdolność do przetwarzania, wykorzystywania czy wręcz odbierania coraz większej części rosnącej podaży informacji. Od tamtych czasów dysproporcja ta zdecydowanie się zwiększyła. Redukcja kosztów transmisyjnych napędzała proces wzrostu. Wciąż spada wrażliwość na dystans i koszty, wzrasta prędkość, objętość i interaktywność możliwości komunikowania się.

Pomimo wagi współczesnych tendencji w gruncie rzeczy nadal nie ustalono ponad wszelką wątpliwość, jakoby doszło już do jakiejś rewolucyjnej przemiany społeczeństwa, przeciwstawianej kolejnemu etapowi w rozwoju kapitalizmu (zob. Schement, Curtis 1995: 26). Wciąż brakuje dowodów transformacji w obszarze stosunków społecznych (zob. Webster 1995). Wielu komentatorów podkreślało wzrost „wewnętrznego powiązania” społeczeństwa w konsekwencji tendencji rozwoju „społeczeństwa informacyjnego”. Według W. Russela Neumana (1991: 12) „istnieje logika za kaskadą nowych technologii”.

Niektórzy autorzy (zob. van Dijk 1999; Castells 1996) wolą używać terminu „społeczeństwo sieciowe” zamiast „społeczeństwo informacyjne”. Jan van Dijk (1999) twierdzi, że współczesne społeczeństwo staje się obecnie „społeczeństwem sieciowym”, czyli „formą społeczeństwa coraz silniej organizującą się w relacjach w obrębie sieci medialnych, zastępujących lub uzupełniających sieci społeczne oparte na komunikacji twarzą w twarz”. Sieciowa struktura społeczna przeciwstawiana jest zarówno zhierarchizowanemu społeczeństwu masowemu, zorganizowanemu według schematu centrum–peryferie, jak i wizji odpowiadającej z grubsza tradycyjnemu modelowi organizacji biurokratycznej, typowemu dla dziewiętnasto- i dwudziestowiecznych społeczeństw przemysłowych. Struktura sieciowa odkrywa liczne nakładające się na siebie kręgi komunikacyjne o zasięgu pionowym i poziomym. Sieci te mogą służyć zarówno wykluczeniu, jak i łączeniu. Tradycyjne media masowe wykazywały podobną strukturę i włączały wszystkich w jej obręb.

Idea wewnętrznego powiązania odnosi się do innego, często komentowanego aspektu współczesnego społeczeństwa, a mianowicie do wysokiego stopnia *zależności* od innych. Nie jest to pomysł nowy, legł on u podstaw choćby stuletniej już

Durkheimowskiej teorii podziału pracy społecznej. Można jednak twierdzić, że w naszych czasach nastąpiła zmiana jakościowa, wynikająca z ciągłych wycieczek technologii informacyjnej w obszar kolejnych aspektów życia, zwłaszcza tam gdzie inteligentne maszyny zastępują działanie człowieka. Jednym z aspektów tej sytuacji, który podkreślił Anthony Giddens (2001), jest to, do jakiego stopnia pokładamy zaufanie we wszelkiego rodzaju systemach eksperckich, chcąc podtrzymać normalne warunki życia. Żyjemy też ze wzmagającą się świadomością rozmaitych rodzajów ryzyka (zdrowotnego, ekologicznego, gospodarczego, militarnego), które pochodzi z publicznego obiegu informacji i którym zarządzamy, odwołując się do informacji. W dodatku wydaje się, że „kultura” współczesnego społeczeństwa (rozumiana tradycyjnie jako mentalne i symboliczne dążenia oraz zwyczajowe sposoby spędzania czasu wolnego od koniecznych obowiązków) w znacznym stopniu zdominowana jest przez szerokie spektrum usług informacyjnych. Media masowe wciąż co prawda dominują, powstaje jednak coraz to więcej nowych opcji informacyjnych i interaktywnych.

Ważnym, choć abstrakcyjnym, wymiarem pojęcia „społeczeństwo informacyjne” jest fakt, że stało się ono częścią współczesnej samoświadomości, w pewnych swoich wersjach jest ono wręcz nowym światopoglądem. Na przykład de Mue (1999) porównuje transformację, którą obserwujemy, do rozwoju mechaniki w wiekach XVII i XVIII. Pisze:

Podczas gdy mechanicystyczny światopogląd opiera się na postulatach analizowalności, regularności i kontrolowalności, światopogląd informacjonistyczny opiera się na postulatach syntetyzowalności, programowalności i możliwości manipulacji. (...) fundamentalnie zmienia on ludzkie doświadczenie oraz ocenę rzeczywistości i związek z nią.

Dla innych informatyzacja oznacza nową wizję postępu dla wszystkich i nieograniczony horyzont przyszłości, mniej lub bardziej kontynuujący obecny model. Media masowe o ustalonej pozycji odegrały kluczową rolę w popularyzacji „euforycznej” i utopijnej wizji potencjału nowych mediów (zob. Rössler 2001). Perspektywa ta obciążona jest pewnym bagażem ideologicznym, zwykle bowiem legitymizuje jakieś aktualne mody (np. wiarę, że nauka i zaawansowane technologie mogą stanowić rozwiązanie problemu) i delegitymizuje inne (np. ideologiczną politykę klasową lub równościową). Akcentując środki i procesy komunikowania oraz jakościowy wymiar zmiany, mniejszą wagę przypisuje ich konkretnej treści i celom. W tym kontekście można też mówić o związku z postmodernizmem. W każdym razie najwidoczniej możliwe są bardzo różne interpretacje.

Z wyjątkiem obserwacji tego rodzaju, które trafiają się od czasu do czasu, pojęcie społeczeństwa informacyjnego zdominowane jest przez treści ekonomiczne, socjologiczne, geograficzne i technologiczne. Wymiar *kulturowy* jest względnie zaniedbywany, choć zauważa się ogrom produkcji informacyjnej i symbolicznej, chyba że potraktujemy myśl postmodernistyczną jako uzupełnienie tej luki. Łatwiej może być dowieść narodzić „kultury informacyjnej”, sięgającej wszystkich obszarów życia codziennego, niż realności społeczeństwa informacyjnego.

„Społeczeństwo informacyjne” to oczywiście znacznie więcej niż same media. Podstawowe używane przez nie technologie informacyjne nie są związane z masową produkcją i dystrybucją materiałów drukowanych przeznaczonych dla szerokich kręgów odbiorców lub masowym rozpowszechnianiem programów radiowych i telewizyjnych lub nagrań elektronicznych. Można postawić tezę, że narodziły się „epoki informacyjnej”, zapowiadanej przez media masowe, wyznaczają jednak nową i odrębną ścieżkę historyczną. Media masowe z pewnością osiągnęły solidnie ugruntowaną pozycję już przed tak zwaną „rewolucją” informacyjną i bardziej pasują do epoki industrialnej niż do jej następczyni. Wcześniej pojawiły się głosy wieszczące śmierć mediów masowych w wyniku rozwoju nowych technologii informacyjnych, które miałyby zepchnąć je w cień (zob. Maisel 1973).

Pojęcie społeczeństwa informacyjnego nie przyjęło się powszechnie w analizie, z powodu, które już częściowo wyjaśniłem. Kluczowym problemem jest tu brak wyraźnego wymiaru politycznego, wydaje się bowiem, że pojęcie to nie ma rdzenia politycznego celu, a jedynie własną (jakoby) nieuniknioną logikę technokratyczną (zob. van Dijk 1999). W tym sensie przynajmniej może dopasować się do „zachodniego” ducha czasów, i to zarówno w kręgach popularnych, jak i intelektualnych. Oczywiście jest, że w kilku kontekstach idea społeczeństwa informacyjnego wykorzystana została w polityce krajowej i regionalnej dla celów technokratycznych (zob. Mattelart 2003). Powszechny konsens co do znaczenia zmian w technologii komunikacyjnej nie idzie w parze z pełną zgodą co do ich konsekwencji społecznych. Wracam do tych zagadnień w rozdziale 6 przy okazji rozwoju nowych mediów. Niektóre najważniejsze kwestie podsumowuję jednak w ramce 4.12.

4.12. TEORIA SPOŁECZEŃSTWA INFORMACYJNEGO

- Dominacja działalności informacyjnej.
- Nowa technologia medialna prowadzi do powstania społeczeństwa, które cechuje wielka i wzrastająca objętość strumienia informacji.
- Problemy przeładowania informacyjnego.
- Integracja i konwergencja działalności.
- Wzrost i wzajemne powiązanie sieci.
- Tendencje globalizacyjne.
- Uzależnienie od złożonych systemów.
- Utrata prywatności.
- Redukcja ograniczeń czasu i przestrzeni.
- Odpolitycznienie.

Podsumowanie

Omówione teoretyczne wizje relacji między mediami a społeczeństwem różnią się pod kilkoma względami, akcentują inne przyczyny i typy zmian i wskazują różne ścieżki rozwoju w przyszłości. Nie da się ich wszystkich pogodzić, ponieważ reprezentują alternatywne opcje filozoficzne i preferencje metodologiczne. Możemy je jednak częściowo uporządkować, wykorzystując główne wymiary orientacji, z których każda stwarza możliwość wyboru perspektywy lub metody. Po pierwsze, istnieje pewien kontrast między podejściem krytycznym i mniej lub bardziej pozytywną oceną zmian, o których mowa. Badanie naukowe dąży do osiągnięcia pewnego poziomu obiektywności i neutralności, nie może to jednak zapobiec powzięciu pozytywnej lub negatywnej opinii na temat tendencji, na które wskazuje teoria. Element krytyki jest immanentnie obecny w marksizmie, teorii polityczno-ekonomicznej i teorii społeczeństwa masowego. Funkcjonalizm z kolei w kwestii oddziaływania mediów skłania się ku stanowisku pozytywnemu. Teoria społeczeństwa informacyjnego jest otwarta zarówno

na poglądy krytyczne, jak i pozytywne, konstruktywizm społeczny i determinizm technologiczny są neutralne.

Po drugie, istnieje różnica między poglądami bardziej mediocentrycznymi i socjocentrycznymi. Możemy uważać, że media są niezależne od społeczeństwa i służą mu wyłącznie jako lustro, możemy jednak również uznawać media za poruszycieli i rzeźbiarzy społeczeństwa. Główne teorie mediocentryczne odnoszą się do teorii komunikacyjnej i społeczeństwa informacyjnego. Należy oczywiście wziąć pod uwagę i inne zmienne, zwłaszcza związane z podejściem badawczym i metodą badania. Metody humanistyczne, jakościowe i spekulatywne mogą zastąpić tradycyjne, obiektywne metody badań „naukowych” (zob. Rosengren 1983).

Przedstawiony tu obraz jest naprawdę niekompletny bez teorii związanych z kulturą, które omówię w rozdziale 5, daje jednak pewien pogląd na ogólną strukturę refleksji na temat mediów masowych i społeczeństwa.

Literatura uzupełniająca

- Crowley David, Mitchell David (1993), *Communication Theory Today*, Cambridge: Polity Press.
 Dobek-Ostrowska Bogusława (red.) (2001), *Nauka o komunikowaniu. Podstawowe orientacje teoretyczne*, Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
 Luhmann Niklas (2003), *The Reality of the Mass Media*, Cambridge: Polity Press.
 Mattelart Armand (2004), *Spółczesność informacji. Wprowadzenie*, tłum. Jerzy Mikułowski-Pomorski, Kraków: Universitas.
 Mills C. Wright (1961), *Elita władzy*, tłum. Ignacy Rafelski, Warszawa: Książka i Wiedza.
 Thompson John B. (2001), *Media i nowoczesność. Społeczna historia mediów*, tłum. Izabela Mielnik, Wrocław: Astrum.