

## **MEDIA I WSPOLCZESNA KULTURA- SZANSA CZY ZAGROZENIE?**

Spośród wielu nasuwających się podejść poważnie konkurują z sobą trzy: kultury jako zbiorowego porządku aksjologiczno-normatywnego, kultury jako produktu społecznego przystosowania i kultury jako wyposażenia jednostki. Niewątpliwie te trzy podejścia są próbami definicji tego samego zjawiska, ale na różnych poziomach jego manifestacji: zwartego hierarchicznego systemu, procesu budowania kulturowych artefaktów, pozwalających zarówno jednostce, jak i społeczności orientować się w otoczeniu, treści zawartych w umyśle jednostki, jej mentalnego zaprogramowania. Pierwsze i drugie rozumienie wymaga rozważania tzw. kultury typowej odnoszącej się do określonej społeczności. Rozpad społeczeństwa masowego czyni nas sceptycznymi wobec wizji pierwszej, i to do tego stopnia, że ci, którzy nie uznają innych prócz tego podejść, są skłonni głosić w ogóle zmierzch kultury. Wydaje się, że podejście drugie, zwane czasem środowiskowym, daje nam podstawy do poszukiwania tych treści kulturowych, które wspólne zapewne nie wszystkim, istnieją jako produkt przystosowania. Można wyliczyć wiele takich kulturowych produktów przystosowania, które mogą nas tu interesować. Będą to te cechy, którym przypisujemy charakter społeczny, nie tylko jednostkowy, jak: oczekiwania, potrzeby, stereotypy, postacie dyskursu lub inne gatunki komunikacyjne, które porządkują naszą społeczną praktykę, w końcu społeczne sposoby życia. Hipoteza postawiona na potrzeby niniejszej rozprawki zakłada, że media i nowoczesne technologie stanowią zagrożenie dla kultury i wartości humanistycznych.

Poważne zagrożenia dla tożsamości narodowej i rozwoju własnej kultury niosą ze sobą treści upowszechnione przez prasę, radio i telewizję, a zwłaszcza telewizję kablową, telewizję satelitarną, video i Internet. Zagrożenie to wynika w głównej mierze z likwidowania państwowego monopolu radiowo-telewizyjnego, dopuszczania do komercjalizacji radia i telewizji oraz zalegalizowania działalności prywatnych nadawców, którzy nastawieni na zyski - na to, co się odbiorcy podoba - preferują głównie niewybredną rozrywkę. Rozgłoszenie te nie czują się obciążone obowiązkami wobec kultury narodowej, stąd też zakupuja programy

zagraniczne, zwłaszcza amerykańskie. Z nimi to przegrywa telewizja państwowa dostarczająca częściej programów kulturalnych na wysokim poziomie i programów propagujących kulturę narodową, a w państwach wielonarodowych takie kultury grup etnicznych. Wobec tworzących się potężnych międzynarodowych korporacji finansujących i kontrolujących sferę masowego komunikowania czują się bezradne słabsze ekonomicznie państwa, które bezskutecznie próbują zapobiegać napływowi obcych ich kulturze narodowej treści niesionych przez Internet, telewizję komercyjną i taśmy wideo. Ta międzynarodowa produkcja prowadzi do zapewnienia kulturowej neutralności programów, pozbawionych ich cech typowych dla kultury danego narodu, aby uczynić ich ponadnarodowymi i zdobyć jak najwięcej odbiorców.

Współcześnie na skutek utracenia przez państwo monopolu radiowo-telewizyjnego i przez to samo sprawowania cenzury nastąpiło zjawisko eksterytorialności i pełnej wolności w nadawaniu i odbiorze programów z różnych zakątków naszego globu. Częstość upowszechnia się to, co reprezentuje niski poziom, obcy tradycji jakiegoś narodu, za czym kryją się często interesy finansowe i polityczne grup nacisku czy obcych mocarstw.

Globalizacja mediów powoduje osłabienie roli państw narodowych, ale jednocześnie i wzmacnia poczucie wspólnoty etnicznej, intensyfikuje lokalne fanatyzmy (np. fanatyzm islamu, konflikty etniczne). Walkę lokalnych ludów o utrzymanie więzi wspólnotowych i tradycji w walce z pluralizmem narodowego państwa i imperializmem globalizmu Mc Świata B. Barber nazywa Dżihadem. Szwajcaria jest według niego przykładem kraju, który w imię prowincjonalnej kultury splatającej się z samorządem i wolnością regionalną opiera się skutecznie źle pojętym naciskom modernizacji (w referendum przegłosowano zakaz samochodowego ruchu przez Alpy). Media te zatem mogą wzmacniać lub osłabiać poczucie tożsamości narodowej. Czynią to stosując różne zabiegi manipulacyjne w ukazaniu etosu kraju i żyjących w nim różnych narodowości. Wzmacniająca funkcja ma miejsce, kiedy poczuciu przynależności do określonego narodu towarzyszy miłość do niego, odpowiedzialność i troska o jego losy, o losy państwa, w tym państwa wielonarodowego, jeśli naród w nim się dobrze czuje i z nim identyfikuje.

Media mogą upowszechniać negatywne wartości, a więc zamiast propagować style godziwego życia, mogą służyć bezkrytycznemu przejmowaniu różnych wzorów postępowania i zachowania, włącznie z wzorami negatywnymi; mogą spowodować ślepe naśladowanie i niewolniczą pogoń za modą. Mogą też zniechęcać do podejmowania trudu w dochodzeniu do prawdy, w dążeniu do uczciwości, lansując konsumpcyjne wzory życia, standardowe zachowania, obliczone na przeciętne gusty i ujednolicone upodobania artystyczne; mogą

kształtować podstawy wygodnictwa, konformizmu i oportunistów. Mogą występować postawy wręcz aspołeczne - media mogą rozbudzać nierealne pragnienia, wzmacniać konsumpcyjny stosunek do świata, ugruntowywać postawy egoistyczne i zamiast łączyć ludzi, prowadzić wręcz do izolacji człowieka, poczucia osamotnienia w kręgu nawet najbliższych osób, zagubienia się w świecie rzeczy materialnych. Budząc pragnienie wygodnego życia, mogą kształtować samolubstwo, utrwaląc zachwyty dla mocnych typów, nie liczących się z innymi ludźmi, niekiedy brutalnych i wręcz nieludzkich - słowem obniżać kulturę człowieka.

Najbardziej niepokojące jest kreowanie fałszywej rzeczywistości. Aby odwrócić uwagę od spraw istotnych wystarczy podnieść jakąś banalną kwestię do rangi problemu, wzmacniając ją przeprowadzonymi sondażami nie rzadko tylko ulicznymi. Tworzy się wtedy ponadto pozory medialnej demokracji. Za szczególnie szkodliwe wychowawczo uznawane są sceny przemocy i okrucieństwa, które niepokoiły pedagogów od bardzo dawna. Protest przeciwko nim w wielu krajach zdaje się wskazywać na renesans teorii uczenia się z ekranu. Media masowe prześcigają się w pogoni za sensacją, w próbach pozyskania szerokiego odbiorcy i trafienia w jego upodobania. Wielość mediów doprowadziła do zaciętej rywalizacji o zdobycie sobie audytorium, co w konsekwencji odbija się na obniżeniu jakości programów. Ambitna sztuka, publicystyka społeczna i kultura, a nawet dokument ustępują miejsca tasiemcowym serialom o wątpliwej wartości, operom mydlanym, rewiom wokalo-muzycznym, kwizom i wszelkiej bylejakości. Rzeczywistość jest przedstawiona w sposób uproszczony, fragmentaryczny opatrzone banalnym uniformizującym komentarzem.

Walka o widza spowodowała zamieszczanie reklam swoich programów w innych mediach i zmianę w strategii oferty odbiorczej. Ponieważ zdobycie szerokiej widowni staje się coraz trudniejsze, przygotowuje się programy tematycznie skierowane do określonego odbiorcy. Dzieje się tak w dużej mierze w związku z likwidacją państwowego monopolu radiowo-telewizyjnego i dopuszczeniem do komercjalizacji tych mediów oraz z zalegalizowaniem działalności prywatnych nadawców, a także z dynamicznym rozwojem telewizji cyfrowej i systematycznym wzrostem liczby odbiorców Internetu oraz telewizji satelitarnej, oglądanej również za pośrednictwem sieci stacji lokalnych.

Innym problemem dotyczącym skutków psychospołecznych spowodowanych wprowadzeniem nowych mediów na szeroką skalę są: po pierwsze, wspomniana globalizacja - odbiór tych samych niewyspecjalizowanych treści przez olbrzymie rzesze ludzi i po drugie, personalizacja - większa możliwość wyboru programów medialnych odpowiadających określonym zainteresowaniom odbiorców. Te dwie pozornie sprzeczne tendencje rozwoju są

charakterystyczne dla czasów współczesnych. Z jednej strony rozproszenie widowni i dążenie do powstania lokalnych systemów, z drugiej - w związku z umocnieniem się pozycji telewizji satelitarnej skłonność do koncentracji i rozszerzenia się widowni na obszar kilku, a nawet kilkudziesięciu krajów, przechodzenie od widowni jednonarodowej do wielonarodowej oraz przechodzenie od jednorodnych mediów do różnorodnych środków przekazu. Pod wpływem tych tendencji tworzy się poczucie świadomości globalnej, mającej wymiar zbiorowy i prywatny. Wymienia on trzy cechy obecnej tendencji do globalizacji. Są to:

- przezroczystość oznaczającą natychmiastową dystrybucją wiadomości i dostępu do dowolnego miejsca na Ziemi poprzez media;
- natychmiastowość: bezpośredni dostęp i reakcję oraz eliminację okresu adaptacji;
- inteligentne środowisko.

Globalizacja, której odpowiednikiem jest mcdonaldyzacja, oddziałuje na każde dziedziny życia społecznego, a jej wyznacznikami są: efektywność, kalkulacyjność, przewidywalność i manipulowanie. Niesie ona wiele ujemnych skutków, które można ogólnie określić jako nieracjonalność racjonalności i powierzchowność - simulacrum (kopie, których oryginały nie istniały).

Globalizm w kulturze, prowadzi do trybalizmu - to jest do tworzenia się „nowoplemion”, które powstają nie w wyniku kontaktów społeczności lokalnej, a na zasadzie przymusowych poglądów i wartości upowszechnianych przez media. Jednak ta uniwersalizująca wzory zachowań kultura globalna czerpie wiele z kultury lokalnej i paradoksalnie wzmacnia ona lokalną regionalną tożsamość kulturalną wzajemnie się przenika i po części służy też owej personalizacji produkcji i odbioru. Z kolei krytyka społeczeństwa informacyjnego opiera się na założeniu, że rozwój i udostępnienie technologii informatycznej nie doprowadziły do sformułowania fundamentalnie nowych zasad i kierunków myślenia w społeczeństwie. Nowa technologia została dostosowana do starego społeczno-ekonomicznego kontekstu; nie przyczyniła się do powstania nowego społeczeństwa. Praca i odpoczynek mają taką samą postać, jak w społeczeństwie przemysłowym zgodnie ze strategiami zakładającymi mechanizację, rutynizację i racjonalizację.

Istniejące nierówności społeczne zostały utrzymane, a nawet zwiększyły się. Poszerza się przepaść w dostępie do informacji między producentami i użytkownikami nowej technologii a zwykłymi zjadaczami chleba, półwykwalifikowanymi robotnikami, krajami III Świata, które stają się biernymi konsumentami nowej technologii.

Reasumując różnie formułowane zarzuty pod adresem środków masowego przekazu i hipermediów można ująć najkrócej w trzech punktach.

1. Prezentowanie rzeczywistości w krzywym zwierciadle - kreowanie fałszywej rzeczywistości, wyolbrzymienie obrazu patologii społecznej, nadmierne eksponowanie scen gwałtu, przemocy i seksualizmu, przy jednoczesnym braku gruntownej analizy społecznej sytuacji i przekonujących przykładów zapobiegania zjawiskom negatywnym.
2. Upowszechnianie i utrwalenie obiegowych opinii oraz konsumpcyjnego stylu życia w wyniku prymatu w treściach wartości materialnych, zawężenie pojęcia sukcesu głównie do sfery zamożności, rozrywki.
3. Pogłębiający się proces dekulturacji jako wynik procesu globalizacji odbioru treści i obniżenie poziomu artystycznego poprzez dominację standardów kultur' popularnej.

Potwierdzone zatem zostało przypuszczenie, że media i nowoczesne technologie stanowią zagrożenie dla kultury i wartości humanistycznych.