

Nowa architektura mediów

ANDRZEJ ZIEMSKI

Uniwersytet Warszawski

Streszczenie

Media są zasadniczym komponentem naszej cywilizacji. Ich rola i znaczenie społeczne oraz podstawowe funkcje w systemach politycznych ulegają na przestrzeni czasu ewolucyjnym zmianom. Na przełomie wieków XX i XXI rozpoczął się determinowany m.in. gwałtownym przyspieszeniem zmian w technologii przekazu informacji, proces kształtowania się nowej architektury mediów opierających się już wyłącznie o techniczne środki przekazu i technologie cyfrowe. Zjawiska te znacząco wpływają na takie komponenty naszej cywilizacji jak poziom i jakość demokracji, czy rola jednostki w społeczeństwie. Zauważa się rosnącą rolę mediów w kształtowaniu nowych kanałów przekazu i selekcji informacji oraz nowych form dialogu społecznego z udziałem i wykorzystaniem mediów. Pojęcie tzw. opinii publicznej stało się jednym z podstawowych elementów układu demokratycznego. W zachodnich demokracjach można dostrzec mniej lub bardziej jawne dążenie wielkich korporacji i właścicieli innych podmiotów ekonomicznych z jednej strony oraz graczy politycznych z drugiej strony do podporządkowania sobie incydentalnie lub trwale, mediów. Media są traktowane jako jedno ze skutecznych narzędzi realizacji interesów politycznych, czy ekonomicznych. Efektem polityzacji mediów oraz integracji elit politycznych i medialnych jest ograniczenie niezależności mediów oraz obiektywizmu w ocenie zjawisk i procesów społecznych. Celem niniejszego artykułu jest wskazanie na dwa wybrane fragmenty kształtującej się nowej architektury mediów: na ewolucję filozofii mediów w przestrzeni społecznej i w czasie oraz na zmiany w komunikacji społecznej i mediach masowych wobec teorii i praktyki demokratycznej.

Słowa-klucze: demokracja medialna, determinizm technologiczny, filozofia mediów, komunikowanie społeczne, konwergencja mediów, opinia publiczna, rewolucja informacyjna, technologie cyfrowe

Abstract

New media architecture

The media are an essential component of our civilization. Their role and social importance as well as basic functions in political systems undergo evolutionary changes over time. At the turn of the 20th and 21st century, we are witnessing a process of shaping the new media architecture based solely on technical means of communication and digital technologies determined by, inter alia, rapid acceleration of changes in the technology of information transfer. These phenomena significantly affect such components of our civilization as the level and quality of democracy, or the role of the individual in society. The growing role of the media in shaping new channels of communication and information selection as well as new forms of social dialogue with the participation and use of the media is noticeable. The concept of so-called "public opinion" has become one of the basic elements of the democratic system. In Western democracies one can see the more or less explicit pursuit to subordinate media incidentally or permanently by large corporations and owners of other economic entities on the one hand and political players on the other. The media are treated as one of the effective tools for pursuing political or economic interests. The effect of media politicisation and integration of political and media elites is to limit the independence of media as well as objectivity in assessing social phenomena and processes. The aim of this article is to point two selected fragments of the emerging new media architecture: the evolution of media philosophy in the social space and in time, as well as changes in social communication and mass media towards democratic theory and practice.

Keywords: media democracy, technological determinism, media philosophy, social communication, media convergence, public opinion, information revolution, digital technologies

Filozofia mediów, jeśli przyjmiemy jej określoność, to niezwykle obszerny temat dotyczący teorii i praktyki zjawiska, jakim są media. Niektórzy autorzy określają ten temat jako ideologia mediów¹ lub ideologia dziennikarska². Temat jest usytuowany w czasie i wielu przestrzeniach: historycznej, politycznej, społecznej, ekonomicznej i technologicznej. Dotyczy szerokich obszarów kultury, etyki, prawa, obyczaju a także psychologii społecznej. Wielu autorów i badaczy³ zwraca uwagę na nieokreśloność tego pojęcia, sugerując potrzebę dalszego prowadzenia badań i utopijności samego przedsięwzięcia⁴.

Jan P. Hudzik pisze, że *...jedno wiemy na pewno, wstępne szufladkowanie teorii ze względu na ich „filozoficzność” przyniosłoby nam więcej szkody, niż pożytku, wprowadziłoby dodatkowe tylko zamieszanie do i tak już przebogatej, różnorodnej i nieznośnej, choć twórczo, chaotycznej rzeczywistości, która ukrywa się pod pojęciem filozofii/teorii mediów.*

Założeniem tego opracowania jest prześledzenie ewolucji mediów, ich otoczenia i w oparciu o wnioski, wskazanie na podstawowe wyznaczniki filozofii mediów i ich zmianę w czasie i w różnych przestrzeniach⁵.

Można stwierdzić, że nie ma obecnie takiej nauki społecznej, która nie zajmowałaby się mediami. Pojęcie mediów bywa przez to często nadużywane, niektórzy badacze twierdzą, że mamy do czynienia z inflacją jego znaczenia⁶. Najbardziej ogólne znaczenie tego pojęcia jest następujące: *media to techniczne artefakty, służące porozumiewaniu się ludzi, czyli komunikowaniu – tzn. przesyłaniu, przekazywaniu (od łac. communicare – dzielić, brać udział, uczynić wspólnym, połączyć) – przechowywaniu i dystrybuowaniu informacji*⁷.

Szerszą definicję mediów znajdujemy u A. Roeslera: *najbardziej podstawowe określenie medium wskazuje na to, że jest ono „tym, co pomiędzy”. Medium znajduje się jako trzeci moment pomiędzy dwoma i wykonuje w całości, którą one tworzą, określone zadania. Te zadania można wstępnie i niepełnie określić jako mediację, transmisję, transport, wyrażanie, ucieleśnienie itd. Tylko*

¹ *Dziennikarstwo i świat mediów*. Redakcja Zbigniew Bauer i Edward Chudziński. Universitas, Kraków 2010.

² Kononiuk T., *Ideologia dziennikarska*, [w:] *Dziennikarz, utwór, prasa*. Księga jubileuszowa z okazji pięćdziesięciolecia pracy naukowej prof. dr. hab. Bogdana Michalskiego. Wydział Dziennikarstwa i Nauk Politycznych UW. Warszawa 2014.

³ Gwóźdź A. *Kino i przekazniki elektroniczne w perspektywie teorii mediów*. Wprowadzenie do: A. Gwóźdź (red). *Po kinie... Audiowizualność w epoce przekazników elektronicznych*. Universitas, Kraków 1994.

⁴ Hudzik Jan Paweł. *Wykłady z filozofii mediów. Podstawy nauk o komunikowaniu*. Wydawnictwo Naukowe PWN. Warszawa 2017.

⁵ Tamże, s. 32.

⁶ Tamże, s. 30.

⁷ Tamże, s. 30.

wtedy bowiem media techniczne takie jak komputer, telewizor, telefon, podpadają pod to określenie tak samo jak gazeta, język, pismo, obrazy lub pieniądź⁸.

Ewolucja filozofii mediów

Na wstępie należy zaznaczyć, że kontakty pomiędzy ludźmi lub grupami ludzi i media jako narzędzie ułatwiającej komunikację, towarzyszą nam od początku znanej i opisananej historycznie cywilizacji ludzkiej. T. Goban-Klas zwraca uwagę, że *...człowiek, co stwierdził już Arystoteles, jest istotą społeczną, która ze swej natury potrzebuje innych ludzi. Żyjąc w grupie musi kontaktować się z innymi, sygnalizować im stany psychiczne oraz swoje zamiary. Wymaga to opanowania zdolności wyrażania myśli i przekazywania ich innym. Praludzie, którzy nie potrafili mówić, wyginęli. Być może zostali wytępieni przez istoty mówiące⁹.*

Komunikowanie to termin określający fundamentalny dla istnienia człowieka i społeczeństwa proces wymiany i obiegu informacji. W swojej pierwotnej postaci ograniczał się do mimiki, gestykulacji, języka mówionego. Od kilku tysięcy lat jest uzupełniany przez środki techniczne i sztuki (media w sensie węższym), jak malarstwo (począwszy od jaskiniowego), rzeźba, ceramika i biżuteria, a nade wszystko utrwalanie mowy w formie zapisu graficznego (pismo). Od kilkuset lat uzupełniany przez środki powielania pisma i rysunku (druk), utrwalania obrazu i ruchu (film i fotografia), telekomunikacji (telegraf, telefon, radio i telewizja). Dokonująca się obecnie konwergencja mediów na płaszczyźnie cyfrowej (Internet) oznacza fundamentalną zmianę w charakterze technicznym środków komunikowania. Z uwagi na ich znaczenie w życiu społecznym oznacza także zasadniczą zmianę we wszelkich formach życia człowieka – jednostkowych i społecznych¹⁰.

Trzeba zauważyć, że w tak skomplikowanych systemach, jakimi są środowiska, społeczeństwa i narody, modele obejmujące sposoby zdobywania, przetwarzania, gromadzenia i dystrybucji informacji ulegały w ciągu tysięcy lat głębokim przeobrażeniom. Zauważono jednak, że w procesie tym rzadko miały miejsce prawdziwe rewolucje¹¹. Modele nowych środków komunikacji nigdy w całości nie wypierały modeli starych. Dominacja nowych następowała dopiero po jakimś czasie. Wynikało to zawsze z praktycznego podejścia do informacji i jej roli w życiu społecznym. Informacja stanowiła zawsze w życiu społeczeństw wartość niezbywalną, stąd szacunek i ostrożność zarówno w jej pozyskaniu, gromadzeniu i dystrybucji były elementami najważniejszymi.

⁸ Roesler A. *Medienphilosophie und Zeichentheorie*. [w:] S. Münker, A. Roesler, M. Sandbothe (red), *Medienphilosophie. Beiträge zur Klärung eines Begriffs*. Fischer Taschenbuch Verlag, Frankfurt am Main 2003, s. 39.

⁹ Goban-Klas Tomasz. *Cywilizacja medialna*. WSiP Warszawa 2015.

¹⁰ Goban-Klas Tomasz. *Komunikowanie i media* [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów* ... s. 11.

¹¹ Bauer Z. *Rozwój środków komunikowania*. [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów* ... s. 67.

Tomasz Goban-Klas zauważa¹², że informacja w odróżnieniu od zasobów energetycznych czy surowcowych, jest:

- niematerialna, choć jej nośnik musi być materialny lub energetyczny
- niez używalna, bowiem wykorzystuje się ją, ale nie zużywa
- kumulowana i odnawialna, ponieważ ci, którzy z niej korzystają, mogą ją poszerzać i aktualizować
- niemożliwe jest jej pozbycie się w trakcie udostępniania innym ludziom.

Trzeba podkreślić, że w naszej cywilizacji informacja zaczęła odgrywać ważną rolę dopiero wówczas, gdy mogła ulec upowszechnieniu. Stało się to w momencie połączenia walorów czcionki ruchomej Gutenberga (1445) z efektami wynikającymi z druku na papierze, który dotarł do Europy z Chin¹³. Fakt ten zaważył na powstaniu możliwości upowszechnienia informacji drukowanej, która nadała potężny impuls rozwojowi cywilizacji medialnej, a tym samym dalszemu rozwojowi mediów.

Zbigniew Bauer pisze, że bez wynalazku i upowszechnienia papieru nie byłoby druku. A o tym zdecydowały względy historyczne, ogromnie od spraw książki i drukarstwa odległe. Nie byłoby wynalazku druku, gdyby nie wynalazek pisma fonetycznego (Fenicjanie) i pisma alfabetycznego (Grecy). Obydwie te wspólnoty narodowo-plemienne prowadziły intensywną penetrację – w celach militarnych i handlowych – basenu Morza Śródziemnego. Spotykały się z różnymi ludami mówiącymi różnymi językami po to, by zapisywać te języki, postanowiły oderwać znaki graficzne pisma od całych pojęć (tak było w pismach ideograficznych). U Fenicjan znak odpowiadał sylabie, u Greków litera oznaczała pojedynczą głoskę, a tym samym liczba znaków w alfabecie była równa liczbie głosek występujących w danym języku – kilkunastu do kilkudziesięciu. Słowa w piśmie można było więc układać z pojedynczych elementów, stąd już prosta, choć bynajmniej nie krótka droga do Moguncji, Gutenberga i jego prasy¹⁴.

Kolejnym, drugim elementem, który w sposób istotny zaważył na rozwoju komunikacji społecznej i mediów było odkrycie zjawisk związanych z elektrycznością. Prąd elektryczny (ruch elektronów) jest klasycznym niematerialnym nośnikiem informacji. Dzięki badaniom A. Volty nad elektrycznością oraz M. Faraday'a i A.M. Amper'a nad elektromagnetyzmem powstał pierwszy telegraf S. Morse'a (1844) i pierwszy telefon A.G. Bell'a (1876). Wszystkie następne wynalazki powstające w oparciu o zjawiska elektryczne i elektromagnetyczne były wynikiem procesu doskonalenia pierwotnych i budowania w ich oparciu następnych. Generalna zasada jednak pozostała i obowiązuje – ruch elektronów, czy

¹² Goban-Klas Tomasz, *Powstanie i rozwój mediów. Od malowideł naskalnych do multimediiów*. Kraków 2001.

¹³ Bauer Z. *Kalendarium rozwoju mediów*. [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*... s. 87.

¹⁴ Bauer Z. *Tamże*, s. 88.

to w wyniku przepływu prądu stałego (pierwotnie), czy zmiennego o różnej częstotliwości (do dziś) pozostaje nośnikiem informacji.

Trzecim elementem, który wpłynął na rozwój mediów bezpośrednio, a na rozwój cywilizacji jako całości pośrednio, był moment upowszechnienia mikroprocesora, i generalnie wejście w erę mikroelektroniki. Nie byłoby to jednak możliwe, gdyby wcześniej nie opracowano teoretycznie i nie czyniono prób praktycznych wykorzystania technologii cyfrowej w systemie binarnym. Używał go już John Napier w XVI wieku. Ojcem nowoczesnego systemu binarnego nazywany jest Gottfried Wilhelm Leibniz¹⁵, autor opublikowanego w 1703 roku artykułu *Explication de l'Arithmétique Binaire*.

Pierwsze urządzenia oparte o właściwości energii elektrycznej, tak, jak i zmysły człowieka, funkcjonowały w technologii analogowej, która ma charakter ciągły. Technologia cyfrowa ma charakter impulsowy, dwubiegunowy. Układ zer i jedynek zapisanych w kodzie binarnym pozwala na łatwe kodowanie i odkodowanie przy pomocy przetwornika analogowo-cyfrowego.

Istota przekazu polega na tym, że nadawca generuje sygnał analogowy (dźwięk, obraz), współczesne medium koduje go na sygnał cyfrowy, transmituje do odbiorcy, który go rozkodowuje i otrzymuje sygnał analogowy, tożsamy z nadanym, który może być odczytany przez zmysły odbiorcy (również jako tożsamy dźwięk lub obraz).

Patrząc na odkrycia i wynalazki, które legły u podstaw mikroelektroniki trzeba zwrócić uwagę na następujące:

- opracowanie pierwszego, bardzo prymitywnego układu scalonego przez J. Kilby'ego i R. Noyce'a (1959),
- budowa pierwszego komputera III generacji w oparciu o układ scalony Intela (1965),
- opracowanie definicji hipertekstu przez T. Nelsona (1967), co stało się podstawą tworzenia stron WWW w Internecie w latach 90. XX wieku¹⁶.

Szczegółowy opis przewidywanych skutków tych wynalazków znalazł się w Raporcie Rzymskim pt. „Granice wzrostu” opublikowanym w roku 1972¹⁷. Raport ten poza katastroficzną wizją rozwoju i groźby zagłady cywilizacji w związku z przewidywanym wzrostem liczby ludności i ograniczonością zasobów naturalnych niezbędnych do rozwoju, zawierał szereg opracowań i opinii m.in. na temat skutków rozwoju mikroelektroniki i wprowadzenia mikroprocesora do użytku powszechnego, wpływu automatyzacji na systemy produkcji czy na rynek pracy. Szereg uwag i prognoz dotyczyło nowego modelu mediów.

¹⁵ Edward Kofler, *Z dziejów matematyki*. Wiedza Powszechna, Warszawa 1956.

¹⁶ Bauer Z. *Kalendarium...* Tamże, s. 111.

¹⁷ *The Limits to Growth: A report for the Club of Rome's Project on the Predicament of Mankind*. Donella H. Meadows, Dennis L. Meadows, Jørgen Randers, and William W. Behrens. A Potomac Associates book, 1972. Published by Universe Books, New York, 1972.

W sensie skutków społecznych Raport Rzymski po raz pierwszy uświadomił społeczeństwu zagrożenia wynikające z efektów nieprzemyślanego rozwoju. Mimo, że zawierał wiele nietrafionych, utopijnych ocen i opinii, to bez wątpienia przyczynił się do pogłębienia świadomości globalnej, ponad interesami poszczególnych państw, czy ugrupowań gospodarczych i politycznych. Był on też elementem pośrednio wpływającym na modele debaty publicznej na temat przyszłości, co inspirowało programową działalność mediów.

Sformułowana 10 lat wcześniej przez Herberta Marshall'a McLuhan'a w jego książce *The Gutenberg Galaxy* (Galaktyka Gutenberga 1962) idea tzw. *globalnej wioski* była w tym czasie ważnym przesłaniem dotyczącym poważnego przełomu w mediach globalnych. Telekomunikacja oparta o mikroelektronikę poszybowała w Kosmos po pierwszych doświadczeniach w ZSRR pod koniec lat 50. XX wieku. W połowie lat 60. ruszył amerykański program telekomunikacji globalnej oparty o system satelitów geostacjonarnych „Intelsat”¹⁸. Poza celami wojskowymi realizował on program globalnej telewizji satelitarnej i powszechnej łączności, w który wpisały się wówczas również wszystkie media.

Trzeba podkreślić, że równoległe z publikacją Raportu Rzymskiego pojawiło się wiele publikacji dotyczących perspektyw rozwoju naszej cywilizacji np. niezwykle ważna pozycja, którą poznał cały świat, autorstwa Alvina Tofflera¹⁹.

Nastąpił również lawinowy rozwój różnych form medialnych (prasa, radio, telewizja, literatura) poświęconych tematyce kosmicznej, nowej radioelektronice i telekomunikacji. Powstała wówczas również nowa forma mediów poświęcona fantastyce naukowej. Wszystkie one miały ogromny wpływ na wyobraźnię, przede wszystkim młodzieży, dawały szansę na lepsze zrozumienie przemian cywilizacji i łatwiejsze poradzenie sobie z nadchodzącym „szokiem przyszłości”.

Czwartym elementem, który składa się na ewolucję i rewolucję mediów, a także warunkuje najgłębsze w epoce elektryczności zmiany cywilizacyjne, jest powstanie i upowszechnienie, już na początku XXI wieku, sieci Internetu. Trzeba przypomnieć, że koncepcje połączenia w sieć niezależnych komputerów pojawiły się w połowie lat 60. XX wieku²⁰. Poważne prace nad tą ideą rozpoczęły się kilka lat później z inspiracji Amerykańskiej Agencji ds. Projektów Rozwojowych (ARPA) finansowanej przez armię USA. Wojskowi chcieli sieci o zdecentralizowanej strukturze, w której zniszczenie jednego fragmentu nie przerywa działania systemu. Pierwszą taką siecią stało się połączenie w 1969 roku czterech komputerów amerykańskich ośrodków uniwersyteckich²¹. Rozwój sieci Internetu zaczął

¹⁸ *Intelsat Company Facts*. Leading Provider of Satellite Services Worldwide Intelsat S.A. Retrieved 2016-01-07.

¹⁹ Toffler A. *Szok przyszłości*. Państwowy Instytut Wydawniczy. Warszawa 1970.

²⁰ Autorem tej koncepcji był Paul Baran z Rand Corporation.

²¹ Goban-Klas T. *Cywilizacja...* Tamże, s. 149.

następować lawinowo, już w 1973 roku przyjęto przygotowany przez Vintona Cerfa protokół komunikacyjny (TCP/IP) dający możliwość łączenia komputerów z różnymi systemami operacyjnymi, poprzez nadanie każdemu z nich oryginalnego adresu IP.

Dziś, po blisko 20 latach intensywnego rozwoju, sieć Internetu opasała cały świat²². W styczniu 2017 roku było na świecie 7,476 mld ludzi, z czego aż 50% (3,773 mld) posiadało dostęp do Internetu. Aktywnie z mediów społecznościowych korzystało 37% populacji naszego globu, czyli 2,789 mld. Unikalnych użytkowników mobilnych jest aż 66%, czyli 4,917 mld ludzi. Korzystających z mediów społecznościowych za pomocą urządzeń mobilnych (smartfonów) jest aż 34% mieszkańców Ziemi – czyli 2,549 mld osób. Rocznie Internet rośnie o ok. 10%.

Na uwagę przy rozpatrywaniu ewolucji mediów zasługują badania dotyczące tzw. mediamorfoz²³. Autorem koncepcji i pojęcia mediamorfoza jest Roger Fidler, który sformułował następującą definicję²⁴: *Mediamorfoza to transformacja środków komunikowania, zwykle spowodowana przez złożone współdziaływanie postrzeganych potrzeb, presji konkurencyjnej i politycznej oraz innowacji społecznych i technologicznych.*

Wyróżnił on trzy mediamorfozy:

- wykształcenie się języka mówionego
- ukształtowanie się języka pisanego
- wykorzystanie przez media elektryczności, a następnie ich cyfryzacja i komputeryzacja, co pozwoliło na udzielenie odpowiedzi komunikacyjnej na potrzeby społeczeństwa przemysłowego w procesie rozwoju i globalizacji.

Uwagę zwracają tutaj jeszcze kwalifikacje Dana Gilmora²⁵ oraz Tomasza Goban-Klasa.

Pierwszy przygotował kategoryzację wg etapu procesów demokratyzacji mediów:

- Media 1.0 maszyna drukarska, która wyzwoliła „słowo Boże spod władzy kapłanów”
- Media 1.5 telegraf, „pozwalający informacji pokonywać wielkie odległości”
- Media 2.0 radio
- Media 2.5 telewizja
- Media 3.0 Internet, łączący w sobie wszystkie wcześniejsze media.

W swej książce²⁶ T. Goban-Klas analizując historycznie rozwój komunikacji społecznej i mediów określa dziewięć mediamorfoz:

- pierwsza mediamorfoza – pismo

²² <https://wearesocial.com/uk/special-reports/digital-in-2017>

²³ Jakubowicz K. *Nowa ekologia mediów. Konwergencja a metamorfoza*. Wydawnictwo Poltext, Warszawa 2011.

²⁴ Fidler R. *Mediamorphosis. Understanding New Media*. Thousand Oaks, California: Pine Forge Press 1997.

²⁵ Gilmore D. *Mediactive*. <http://mediactive.com/book/table-of-contents-2/>

²⁶ Goban-Klas T. *Cywilizacja ... Tamże*, s. 26.

- druga mediamorfoza – druk, jako obieg wiedzy
- trzecia mediamorfoza – propaganda i informacja dla mas
- czwarta mediamorfoza – ikonosfera dla mas
- piąta mediamorfoza – muzyka i słowo dla mas
- szósta mediamorfoza – łączność dla mas
- siódma mediamorfoza – ucyfrowienie mediów
- ósma mediamorfoza – sieciowanie mediów
- dziewiąta mediamorfoza – mobilność medialna

Karol Jakubowicz twierdzi²⁷, że *...niezależnie od wszelkich periodyzacji i form mediamorfozy, ważniejsze jest przyjęcie ram teoretycznych i metody analizy pozwalających wskazać to, co naprawdę dzieje się w procesie tworzenia i ewolucji poszczególnych mediów. Tylko wtedy będziemy mogli znaleźć odpowiedź na pytanie, czy rzeczywiście wisi nad mediami cień „kończymu”, czyli groźba końca ich świata.*

Trzeba w konkluzji podkreślić, że wykorzystanie zjawisk, jakie niesie za sobą elektryczność i elektromagnetyzm, wprowadziło w praktykę mediów niematerialny sposób przekazywania informacji. Pozwala on w czasie rzeczywistym w warunkach naszego globu i w przestrzeni ograniczonej wyłącznie szybkością poruszania się światła (ok. 300 tys. km/sek), przenosić informacje. Ograniczenia czasowe i przestrzenne, które wynikały np. ze sposobów dystrybucji prasy drukowanej, przestały być ogranicznikiem dla nowych mediów²⁸ w upowszechnianiu informacji.

Dzięki praktycznemu zastosowaniu zjawisk towarzyszących wykorzystaniu energii elektrycznej powstały, alternatywne wobec mediów drukowanych, kanały dystrybucji informacji. Ich wielopłaszczyznowe doskonalenie trwało praktycznie przez cały XX wiek. Obejmowało kilka podstawowych zagadnień o charakterze technicznym i technologicznym oraz społecznym:

- doskonalenia szybkości i wiarygodności kanałów przekazu
- doskonalenia systemów kodowania
- tworzenia mechanizmów i możliwości powszechnego dostępu
- tworzenie alternatywnych form przekazu wobec prostych sygnałów (dźwięk, obraz)
- tworzenie złożonych kombinacji mediów w oparciu o właściwości wynikające z systemu przekazu cyfrowego (multimedia)
- wykorzystanie powszechnych form przekazu do kształtowania świadomości tzw. opinii publicznej

²⁷ Jakubowicz K. *Nowa ekologia mediów...* Tamże, s. 115.

²⁸ W tym przypadku chodzi o kolejne, po druku, generacje mediów wykorzystujące właściwości energii elektrycznej i elektromagnetycznej.

Wskazane tutaj, wybrane fakty z historii rozwoju mediów unaoczniają nam, jak znaczącą rolę odgrywa rozwój technologii medialnych, opartych o wynalazki z różnych dziedzin m.in. fizyki, elektrotechniki, mechaniki, chemii i współcześnie w obszarze nowych mediów z dziedziny nauk obejmujących matematykę, fizykę, fizykę kwantową, elektronikę, teleinformatykę, technologię materiałową i inne. Dotyczy to również dużych obszarów psychologii społecznej, prawa, lingwistyki i wielu innych np. zasad marketingu i dystrybucji.

Trzeba także zwrócić uwagę, że technologiczne doskonalenie mediów doprowadziło do likwidacji wielu etapów pośrednich pomiędzy medialnym nadawcą a zmysłami człowieka (słuch, wzrok, emocje). Klasycznym przykładem jest tworzenie zdjęć i filmów w technologii cyfrowej – przy tym wyeliminowano cały etap procesów chemicznych towarzyszących przygotowaniu zdjęć. Innym przykładem są badania wpływu sygnałów niskich częstotliwości²⁹ na mózg i praktyczne rozwiązania dotyczące sterowania falami mózgowymi zwierząt i ludzi.

KOMUNIKACJA SPOŁECZNA I MEDIA MASOWE WOBEC TEORII I PRAKTYKI DEMOKRATYCZNEJ

Komunikacja społeczna i media masowe to instrumenty demokracji. Są one wpisane w zjawisko, określane jako filozofia mediów. Stwarzają warunki do przekazu i selekcji informacji, jak też dialogu społecznego na różnych poziomach³⁰. Wielu badaczy wskazuje na ścisłe współzależności pomiędzy komunikacją społeczną i mediami masowymi a demokracją. Robert A. Dahl³¹ rozwijając prace Josefa Schumpetera³² do warunków stanowiących gwarancję demokratycznych procesów wyborczych i szerokiego uczestnictwa społeczeństwa przy pozbawieniu tego procesu fasadowości i ograniczeń określił osiem warunków instytucjonalnych:

- wolność zakładania i przystępowania do organizacji
- wolność wypowiedzi
- prawo do głosowania
- prawo do ubiegania się o urzędy publiczne

²⁹ <https://www.tvn24.pl/wiadomosci-ze-swiata,2/chiny-badaja-emocje-robotnikow-monitorujac-fale-mozgowe,833612.html#autoplay>

³⁰ Dobek-Ostrowska Bogusława, *Podstawy komunikowania społecznego*, Wydawnictwo Astrum, Wrocław 1999.

³¹ Dahl Robert A., *O demokracji*, Wydawnictwo Znak 2002.

³² Schumpeter J., *Kapitalizm, socjalizm, demokracja*, PWN Warszawa 1995.

- prawo przywódców politycznych do konkurowania o głosy wyborców
- istnienie alternatywnych źródeł informacji
- wolne i uczciwe wybory
- uzależnienie instytucji ustalających politykę rządu od głosów wyborców i od innych sposobów ujawniania preferencji.

Do analizy związków mediów masowych i mechanizmów komunikacji społecznej z demokracją mają bezpośrednio znaczenie dwa z przedstawionych warunków: a mianowicie warunek dotyczący wolności wypowiedzi oraz istnienie alternatywnych źródeł informacji. Pozostałe pośrednio dotyczą tych relacji.

Zagadnienie wolności i niezależności mediów w systemie demokratycznym uznawane jest za kluczowe. Wielu badaczy twierdzi, że wolny dostęp do informacji i ich wymiana jest nieodzownym elementem demokracji³³. We współczesnym świecie prowadzenie jakiegokolwiek polityki – demokratycznej, czy niedemokratycznej – na poziomie narodowym i międzynarodowym jest coraz bardziej uzależnione od mediów³⁴.

Wolność komunikowania tworzą cztery elementy:

- warunki strukturalne odnoszące się do wolności publikowania i emisji
- warunki działania mediów, czyli rzeczywista niezależność od nacisków ekonomicznych i politycznych
- możliwość prezentowania różnych głosów pojawiających się w społeczeństwie dzięki swobodnemu dostępowi do różnych kanałów komunikowania
- korzystanie z prawa do odbioru zgodnie z kryteriami znaczenia, różnorodności, niezawodności, zainteresowania, oryginalności i osobistej satysfakcji.

Wolność, jako podstawowa zasada działania mediów przedstawiana jest jako zbiór trzech komponentów:

- status niezależności organizacji medialnej
- swobodny dostęp do kanałów komunikowania
- różnorodność dostawców informacji.

Instytucjonalne przygotowanie do wprowadzenia wolności mediów wymaga wg McQuail'a:

- nieobecności cenzury, licencjonowania albo innych form kontroli sprawowanej przez rząd, nieutrudniania prawa do publikowania i emitowania wiadomości i opinii, brak obowiązku publikowania tego, co ktoś sobie życzy

- równe prawa i możliwości obywateli do wolnego odbioru i swobodnego dostępu do wiadomości, opinii, edukacji i kultury, czyli zespół uregulowań, które znane są jako prawo komunikowania np. prawo prasowe i inne ustawy
- wolność podawania wiadomości dostarczanych przez różne źródła

³³ Berman J., Witzner D., *Technology and Democracy*, „Social Research” 1997, vol. 64, nr 3.

³⁴ McQuail D., *McQuail's Mass Communication Theory*. London 2002.

- nieobecność ukrywanego wpływu właścicieli mediów i reklamodawców na selekcję wiadomości i wyrażone opinie
- aktywna i krytyczna linia programowa redakcji w prezentowaniu wiadomości, opinii, kreatywna i niezależna polityka wydawnicza, respektująca wartości sztuki i kultur.

Funkcjami i rolami mediów masowych w demokracji zajmują się przede wszystkim teoretycy komunikowania. Brian McNair uważa np. że pomimo dyskusji na temat rzeczywistej efektywności mediów, większość zgadza się co do ...*centralnej roli mediów w procesie politycznym, w przekazywaniu i interpretowaniu obiektywnych wydarzeń w sferze politycznej oraz ułatwianiu subiektywnego ich postrzegania w szerszej sferze publicznej. Z tego powodu stronniczość ma kluczowe znaczenie polityczne*³⁵.

Media są pośrednikami pomiędzy elitami i liderami, reprezentującymi scenę polityczną, oraz odbiorcami mediów, występujących jednocześnie w roli obywateli. Odbiorcy mediów są wyborcami i decydentami politycznymi w cyklicznie odbywanych wyborach. Relacje pomiędzy nimi mają znaczenie zasadnicze dla przebiegu procesu wyborczego i wyników wyborów.

Badacze zwracają uwagę na kilka ważnych funkcji mediów związanych z istnieniem tzw. sfery publicznej. Chodzi tutaj o:

- informowanie obywateli o wydarzeniach, problemach i zjawiskach zachodzących w społeczeństwie
- prowadzenie działań edukacyjnych, poprzez wyjaśnianie wydarzeń, procesów i zjawisk ze sfery polityki
- tworzenie platform dla debaty publicznej, które mają ułatwić przepływ Nowych opinii, poglądów i punktów widzenia
- pełnienie roli tzw. psa stróżującego (watchdog), celem zabezpieczenia obywateli przed patologiami władzy (tzw. dziennikarstwo śledcze)
- pełnienie funkcji orędownika, co przejawia się w prezentacji racji i przekonań wszystkich aktorów sceny politycznej³⁶.

Z funkcjami i zadaniami mediów we współczesnych demokracjach łączy się dyskusja na temat mediów jako tzw. czwartej władzy³⁷. Pojęcie to wprowadzone prawdopodobnie przez Edmunda Burke'a w drugiej połowie XVIII w.³⁸, cieszy się dużą popularnością wśród publicystów i polityków. Sięgają po nie także badacze mediów. Odpowiedź na pytanie, czy media są, czy nie są czwartą władzą, nie jest prosta i jednoznaczna. W sensie formalnym i

³⁵ McNair B., *Wprowadzenie do komunikowania politycznego*. WSNHiD, Poznań 1998.

³⁶ Tamże, s. 26-35.

³⁷ Dobek-Ostrowska Bogusława, *Podstawy komunikowania społecznego*, Wydawnictwo Astrum, Wrocław 1999.

³⁸ Pisarek W., *Czwarta władza, czy czwarty stan*. [w:] Nentwig W. (red.). *Czwarta władza? Jak polskie media wpływają na opinię publiczną*. Wydawnictwo UAM, Poznań 1995.

prawnym media władzą nie są. Media mogą mieć władzę, kiedy są wolne od presji politycznej, czy ekonomicznej, także kiedy formułują niezależne sądy i opinie. Ta niezależność pozwala im także na kontrolę innych władz – ustawodawczej, wykonawczej, sądowniczej.

Media są władzą jeszcze w jednym ważnym aspekcie. Wiąże się on z procesami kształtowania świadomości społecznej, z wpływem na umysły odbiorców, ich postawy, zachowania, preferencje, oczekiwania, gusty, życzenia i zainteresowania.

Studia nad efektami działania mediów są jednym z najlepiej rozwiniętych obszarów badań obejmujących komunikowanie społeczne. W ich historii można wskazać następujące etapy³⁹:

- lata 30. XX wieku zakładano bezpośredni i natychmiastowy wpływ mediów na odbiorców
- lata 40. XX wieku zdefiniowano efekt mediów jako pośredni i opóźniony, modyfikowany przez wpływ komunikowania interpersonalnego
- lata 70. XX wieku po utrwaleniu się pozycji telewizji jako medium dominującego w systemie komunikowania, ponownie odkryto siłę mediów.

W ostatnich latach, w związku z gwałtownym wkroczeniem na scenę medialną nowych technologii i środków przekazu (wejście w erę cyfrową) badacze przychylają się do tezy o tzw. negocjowanym wpływie mediów, co oznacza, że media nie mają nieograniczonej władzy nad odbiorcami. Wpływają na nich w takim stopniu, w jakim oni sami się tym wpływom poddają.

Istotnym pojęciem teoretycznym i praktycznym, które obejmuje relacje pomiędzy mediami a życiem społecznym jest pojęcie sfery publicznej. Jest ona synonimem procesu kształtowania się opinii publicznej, w której media zajmują zasadnicze miejsce. Koncepcja sfery publicznej w obszarze społeczeństw współczesnych, koncentruje się na sposobie i skali, w jaki media są w stanie pomóc obywatelom w uzyskaniu wiedzy na temat otaczającego ich świata. Jest to ta dziedzina życia społecznego, w której obywatele wymieniają swobodnie poglądy w obrębie gwarancji wolności. Niezbędny do zaistnienia sfery publicznej jest zagwarantowany instytucjonalnie dostęp jednostek do informacji oraz do mediów⁴⁰. Sfera publiczna, to wszystkie akty komunikowania oraz relacje koncentrujące się na zagadnieniu interesu publicznego, w kontekście którego władza polityczna i instytucje medialne wzajemnie na siebie oddziałują⁴¹.

Swoją koncepcję, krytyczną wobec wspomnianych badaczy zaprezentował R. Skrzyński⁴² pisząc o demokracji medialnej⁴³. Stwierdził, że wraz z upadkiem ideologii

³⁹ Goban-Klas T., *Media i komunikowanie masowe*. PWN Warszawa 1999.

⁴⁰ Habermas J., *The Structural Transformation of the Public Sphere*. Polity Press. Cambridge 1989.

⁴¹ Mancini P., *The Public Sphere and the Use of the News in a „Coalition” System of Government*. [w:] P. Dalgren, C. Sparks (red.) *Communication and Citizenship*. Routledge. London 1991.

⁴² Skrzyński R., *Od liberalizmu do totalitaryzmu, Z dziejów myśli politycznej XX w.*, Warszawa 2002.

i wielkich systemów ideowych nastąpiło uproszczenie stosunków pomiędzy politykami i obywatelami. Idee zostały zastąpione mitami. Filozofia polityczna nie jest potrzebna do efektywnego funkcjonowania współczesnej sfery publicznej. Została ona zastąpiona przez marketing polityczny, który jest podstawowym narzędziem do aktywizacji społeczeństwa w ramach demokracji medialnej. Dyskurs polityczny został zredukowany do prostych haseł, typowych dla języka reklamy, które są uzupełnieniem obrazu telewizyjnego.

Rozważania dotyczące problemu demokracji medialnej zaprezentowane zostały również w eseju A. Ziemskiego⁴⁴ (2008). Obydwaj autorzy formułują niezależnie zbliżone wnioski opisujące diagnozę sytuacji w relacjach media – demokracja.

Reasumując można postawić tezę, że media są kluczowym elementem procesów politycznych w demokracji. Trudno jest jednak dokonać jednoznacznej oceny co do ciężaru i stopnia wpływu mediów na procesy polityczne w poszczególnych, różniących się od siebie, systemach demokratycznych. Rolę mediów i ich pozycję wyznaczają bowiem konkretne uregulowania prawne, rozwój ekonomiczny, dostęp do technologii medialnych, a także praktyka i kultura polityczna oraz relacje pomiędzy elitami politycznymi, dziennikarzami i obywatelami – odbiorcami mediów.

Istotna jest konstatacja, że współcześnie w systemie kapitalistycznym istnieje nierozzerwalny związek współzależności w trójce: kapitał, władza polityczna, media. W zachodnich demokracjach można dostrzec mniej lub bardziej jawne dążenie wielkich korporacji i właścicieli innych podmiotów ekonomicznych z jednej strony oraz graczy politycznych z drugiej strony do podporządkowania sobie incydentalnie lub trwale, mediów. Media są traktowane jako jedno ze skutecznych narzędzi realizacji interesów politycznych, czy ekonomicznych. Efektem polityzacji mediów oraz integracji elit politycznych i medialnych jest ograniczenie niezależności mediów oraz obiektywizmu w ocenie zjawisk i procesów społecznych.

W naszym systemie globalnym mimo funkcjonowania podobnych mechanizmów dotyczących mediów i demokracji mamy do czynienia z ogromną różnorodnością schematów politycznych i medialnych, co wynika z utrwalonej tradycji dominacji państw i interesów narodowych nad interesami globalnymi. Stąd też obserwujemy różnorodne wzorce i zachowania mediów. Są pewne wspólne, charakterystyczne dla mediów wyznaczniki, które można pomieścić w kategorii ogólnej – filozofii mediów⁴⁵.

⁴³ Michalczyk Stanisław. *Demokracja medialna. Teoretyczna analiza problemu*. Wydawnictwo Adam Marszałek. Toruń 2011.

⁴⁴ Ziemiński Andrzej, *Demokracja medialna*. [w:] *Demokracja w XXI wieku* pod redakcją Marii Szyszkowskiej: TCHU Dom Wydawniczy, Warszawa 2009.

⁴⁵ Hudzik Jan P., *Wykłady z filozofii mediów. Podstawy nauk o komunikowaniu*. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2017.

Niezależnie od powyższej uwag trzeba stwierdzić, że w społeczeństwie informacyjnym stale rośnie rola i znaczenie mediów. To media są i skutkiem, ale i siłą sprawczą polityki, wyznaczają jej kierunki i jakość, kreują nowe obyczaje i wzory zachowań, kreują także fakty. Nie bez powodu czołowych dziennikarzy sytuuje się na wspólnych listach najbardziej wpływowych postaci wraz z politykami i miliarderami. Media mogą być teoretycznie, jako tzw. czwarta władza, strażnikiem demokracji, ale mogą ją również układać wg wyobrażeń rządzących lub swoich własnych. Można mówić o zjawisku demokracji medialnej⁴⁶, bowiem wpływ obywateli na jakość demokracji staje się coraz bardziej ograniczony.

⁴⁶ Ziemiński Andrzej, *Demokracja medialna...* Tamże, s. 53.

Literatura

1. Bauer Z. i Chudziński E. (red.), *Dziennikarstwo i świat mediów*. Universitas, Kraków 2010.
2. Bauer Z. *Kalendarium rozwoju mediów*. [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*. Universitas, Kraków 2010.
3. Bauer Z. *Rozwój środków komunikowania*. [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*. Universitas, Kraków 2010.
4. Berman J., Witzner D., *Technology and Democracy*, „Social Research” 1997, vol. 64, nr 3.
5. Dahl Robert A., *O demokracji*, Wydawnictwo Znak 2002.
6. Dobek-Ostrowska Bogusława, *Podstawy komunikowania społecznego*, Wydawnictwo Astrum, Wrocław 1999.
7. Fidler R., *Media morphosis. Understanding New Media*. Thousand Oaks, California: Pine Forge Press 1997.
8. Gilmor D. *Media active*. <http://mediactive.com/book/table-of-contents-2/>
9. Goban-Klas T., *Cywilizacja medialna*. WSiP Warszawa 2015.
10. Goban-Klas T., *Komunikowanie i media* [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*. Universitas, Kraków 2010.
11. Goban-Klas T., *Media i komunikowanie masowe*. PWN Warszawa 1999.
12. Goban-Klas T., *Powstanie i rozwój mediów. Od malowideł naskalnych do multimediiów*. Kraków 2001.
13. Gwóźdź A. *Kino i przekazniki elektroniczne w perspektywie teorii mediów*. Wprowadzenie do: A. Gwóźdź (red). *Po kinie... Audiowizualność w epoce przekazników elektronicznych*. Universitas, Kraków 1994.
14. Habermas J., *The Structural Transformation of the Public Sphere*. Polity Press. Cambridge 1989.
15. <https://wearesocial.com/uk/special-reports/digital-in-2017>
16. <https://www.tvn24.pl/wiadomosci-ze-swiata,2/chiny-badaja-emocje-robotnikow-monitorujac-fale-mozgowe,833612.html#autoplay>
17. Hudzik Jan P., *Wykłady z filozofii mediów. Podstawy nauk o komunikowaniu*. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2017.
18. *Intelsat Company Facts*. Leading Provider of Satellite Services Worldwide Intelsat S.A. Retrieved 2016-01-07.
19. Jakubowicz K. *Nowa ekologia mediów. Konwergencja a metamorfoza*. Wydawnictwo Poltext, Warszawa 2011.
20. Kofler E., *Z dziejów matematyki*. Wiedza Powszechna, Warszawa 1956.
21. Kononiuk T., *Ideologia dziennikarska*, [w:] *Dziennikarz, utwór, prasa*. Księga jubileuszowa z okazji pięćdziesięciolecia pracy naukowej prof. dr. hab. Bogdana Michalskiego. Wydział Dziennikarstwa i Nauk Politycznych UW. Warszawa 2014.

22. Mancini P., *The Public Sphere and the Use of the News in a „Coalition“ System of Governement.* [w:] P. Dalgren, C. Sparks (red.) *Communicatin and Citizenship.* Routledge. London 1991.
23. McNair B., *Wprowadzenie do komunikowania politycznego.* WSNHiD, Poznań 1995.
24. McQuail D., *McQuail's Mass Communication Theory.* London 2002.
25. Michalczyk S., *Demokracja medialna. Teoretyczna analiza problemu.* Wydawnictwo Adam Marszałek. Toruń 2011.
26. Pisarek W., *Czwarta władza, czy czwarty stan.* [w:] Nentwig W. (red.). *Czwarta władza? Jak polskie media wpływają na opinię publiczną.* Wydawnictwo UAM, Poznań 1995.
27. Roesler A. *Medienphilosophie und Zeichentheorie.* [w:] S. Münker, A. Roesler, M. Sandbothe (red), *Medienphilosophie. Beiträge zur Klärung eines Begriffs.* Fischer Taschenbuch Verlag, Frankfurt am Main 2003.
28. Schumpeter J., *Kapitalizm, socjalizm, demokracja,* PWN Warszawa 1995.
29. Skrzyński R., *Od liberalizmu do totalitaryzmu, Z dziejów myśli politycznej XX w.,* Warszawa 2002.
30. *The Limits to Growth: A report for the Club of Rome's Project on the Predicament of Mankind.* Donella H. Meadows, Dennis L. Meadows, Jørgen Randers, and William W. Behrens. A Potomac Associates book, 1972. Published by Universe Books, New York, 1972.
31. Toffler A. *Szok przyszłości.* Państwowy Instytut Wydawniczy. Warszawa 1970.
32. Ziemiński Andrzej, *Demokracja medialna.* [w:] *Demokracja w XXI wieku* pod redakcją Marii Szyszkowskiej: TCHU Dom Wydawniczy, Warszawa 2009.