



Kultura masowa – znak czasów. Media jako kreator bezpiecznej rzeczywistości

REMIGIUSZ WIŚNIEWSKI

Wydział Bezpieczeństwa Narodowego
Szkoły Wyższej im. Pawła Włodkowica w Płocku
Płock

Popularyzacja monitorowania zachowań a także rosnąca potęga mediów informacyjnych jako instrumentów kontroli społecznego postępowania w aspekcie indywidualnym – jednostkowym, a także poszczególnych zbiorowości i organizacji w efekcie zmierzająca do „produkcji” degradacji lub prestiżu, to dzisiejsza instrumentalna konstrukcja mediów jako konsumpcyjna, globalna pajęczyna.

1. Narodziny kultury popularnej

Spośród całego spektrum środków masowego przekazu, za jeden z głównych filarów, postrzeganych jako tzw. kultura masowa, uważa się głównie film, telewizję, muzykę popularną, programy rozrywkowe. Wiele dzieł zawdzięcza swój rozgłos właśnie tym formom przekazu. Wiele z nich doczekało się również publikacji na swój temat, analiz, komentarzy naukowych, wygłaszanych zarówno w małym obszarze jak i w zamkniętym kręgu ekspertów. Kultura popularna stanowi dzisiaj główny bodziec postrzegania świata. Współczesne media masowe, obok przekazywania informacji, mają wpływ na zmianę i zniekształcania na własny użytek dzisiejszej rzeczywistości, aby „sprzedała” się jak najlepiej i była odpowiednim, w stosunku do panujących trendów, towarem eksportowym. Większość osób nie jest w stanie zrozumieć, zauważyć i przeciwstawić się takiemu działaniu.

Obserwując rozwijające się w zawrotnym tempie gałęzie nauki związane z marketingiem oraz reklamą, które na podstawie własnych spostrzeżeń i analiz wypracowują metody, mające wpływać na postawy danej grupy czy całych społeczności, nie sposób nie zauważyć tego problemu. Wielkie

koncerny telewizyjne tworzą nowe programy rozrywkowe, które podane w nowoczesnej i łatwo przyswajalnej formie wpływają na nasze postrzeganie rzeczywistości, będąc często jedynym źródłem wiedzy o panujących kierunkach m.in. w modzie, muzyce czy filmie. Przeważnie niosą one ze sobą zagrożenie załamania się wspólnotowych więzi, które są niezbędne do prawidłowego funkcjonowania w społeczeństwie. Stajemy się niewolnikami telewizji, Internetu, zapominając o otaczającej nas rzeczywistości i ludziach, którzy z perspektywy mass mediów wydają się nam mniej atrakcyjni. Nowym czynnikiem, który wywiera największy wpływ na funkcjonowanie społeczności, jest kultura masowa i to właśnie ona w głównej mierze wpływa na rozwój współczesnego świata. Jakie są istotne rysy tego zjawiska? Co charakteryzuje kulturę masową? Jak należy ją oceniać? Często kulturą masową utożsamia się z kulturą popularną. W dużej mierze jest to słuszne, ale bardziej precyzyjne jest posługiwanie się terminem „kultura masowa”. Jest ona wyłącznie i bezpośrednio produktem masowego spożycia. Ostatecznie wytwór wyższej kultury bywa niekiedy popularny, choć zdarza się to coraz rzadziej¹.

Dominic Strinati, odwołując się do kultury popularnej, utożsamia ją z ideą kultury masowej. Jak sam pisze: „Upowszechnienie się kina i radia, masowa produkcja i konsumpcja kultury, narodziny faszyzmu i dojrzewanie demokracji liberalnych w społeczeństwach Zachodu – to wszystko odegrało swoją rolę w ustaleniu ram dyskusji o kulturze masowej”².

Rozwijające się mass media postrzegane są jako nowoczesne narzędzia, umożliwiające w dość łatwy sposób przekazywanie szerokiej publiczności masowego komunikatu. Jednocześnie, wraz z rozwojem mediów, tworzy się tzw. społeczeństwo masowe. Więzi w takim społeczeństwie charakteryzowały się nietrwałością. To prostota masy niedoedukowanej, pozbawionej podstawowych wzorców, często bez żadnej nadziei i przyszłości. Jednostki takie były najbardziej podatne na manipulację, którą wywierały na nich mass media oraz kultura popularna³.

Ważną rolę w takim stanie rzeczy odgrywały oczywiście edukacja oraz demokracja, które sprawiły, że zintegrowanie wszystkich obywateli w procesie uczestniczenia w życiu publicznym doprowadziło do ogólnej dostępności, dla każdej jednostki, tradycyjnych wartości kulturowych, nie-

¹ Dwight Macdonald, „Teoria kultury masowej”, w *Antropologia kultury. Zagadnienia i wybór tekstów*, red. Andrzeja Mencwel (Warszawa: Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, 2005), 543.

² Tamże, 17.

³ Wiktor Osiatyński, „Społeczeństwo masowe”, *Wiedza i życie* nr 8 (1996), <http://archiwum.wiz.pl/1996/96083500.asp>.

gdys dostępnych wyłącznie dla wybranych. Fakt ten zapoczątkował przejście faktycznej władzy przez instytucje społeczne na czele z mass mediami.

Opisując zjawisko kultury masowej, należy podkreślić zjawisko tzw. homogenizacji, czyli ujednoczenia: „Homogenizacja w dziedzinie kultury ma polegać na analogicznym zabiegu gruntownego pomieszania elementów różnego poziomu i przekazania ich w postaci jednolitej masy, której każda porcja jest jednakowo strawna i pożywna (...) homogenizację kultury masowej rozumieć będziemy jako rezultat włączenia do dziedziny tej kultury elementów wyższego poziomu kulturalnego i łączenia ich, mieszania lub zestawiania z elementami niższych poziomów. Homogenizacja wiąże się w najbardziej dosłownym sensie z zatarciem dystansu między elementami kultury różnych poziomów; formalnie zatem obala hierarchię wartości w dziedzinach kultury symbolicznej, w które wkracza”⁴. Ponadto kultura masowa „zmuszona jest do poszukiwania innych wyznaczników atrakcyjności niż intelektualne wyrafinowanie czy mistrzostwo warsztatowe”⁵.

Ponadto, towary czy też usługi kultury masowej nastawione są na osiąganie zysków. Najważniejszym wyznacznikiem tego, czy dany program przynosi zyski, jest liczba potencjalnych i możliwych odbiorców reklamy podczas emisji programów. Gdy liczba oglądających rośnie, można zażądać większej opłaty za czas antenowy, przez co zyski stale wzrastają. Biorąc pod uwagę rynek muzyczny, płyta znanego popkulturowego wokalisty, promowana jest często z hitem. Hit ten, czyli swoista reklama produktu, ma w założeniu wypromować na jak najszerzą skalę dzieło artysty. Talent w tym przypadku pozostaje na drugim planie.

Kultura masowa ma uniformizujący wpływ na społeczeństwo. Dotyczy to nie tylko produktów, ale i zachowań. Standaryzacja produkcji jest naturalnym zjawiskiem współczesnych cywilizacji. Kultura masowa jest „kulturą czasu wolnego”, dotyczy działań podejmowanych przez ludzi w ich czasie wolnym od pracy czy nauki. Ludzie chcą jak najlepiej skorzystać z odpoczynku, dlatego najczęściej szukają różnych form rozrywki. Niewskazany jest tutaj wysiłek intelektualny. Publiczność telewizyjna, żyjąc czasem wolnym, owego wysiłku odmawia, domagając się rozrywki⁶.

Celem staje się osiągnięcie i zachowanie młodości, której wartość jest ceniona. Istnieją stacje nastawione tylko na eksponowanie tej wartości. Kolejną wymienioną cechą kultury masowej jest kreowanie idoli. Popkulturowi idole są bardzo ważni dla swych fanów, ponieważ odnieśli sukces. Człowiek odnoszący sukces jest lepszy i bardziej godny naśladowania niż

⁴ Antonina Kłoskowska, *Kultura masowa* (Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 1983), 320-335.

⁵ Tamże, 340.

⁶ Tamże, 90.

ten, któremu się to nie udaje. Ludzie lubią słyszeć, czytać o tych, którzy osiągnęli sukces.

Kultura masowa nie poprzestaje jednak na tych aspektach, nie jest ważny tylko sam sukces i człowiek sukcesu, ale to, jak sukces jest przedstawiany. Panuje przekonanie, że znani ludzie powinni być otwarci, mówić o sobie, być osobami publicznymi. Kultura masowa jest w pewnym sensie produktem mass mediów.

2. Główne aspekty kultury masowej

Początek lat 90. XX w. i związane z nim zjawisko transformacji spowodowały w polskim społeczeństwie wiele zmian. W miejsce szarego, nudnego życia w dobie socjalizmu „wszedł” nowy trend – barwny i kuszący styl konsumpcjonizmu. Przejmowanie wzorców zachodnich przez nasze społeczeństwo doczekało się nawet swoistego określenia, powszechnie używanej „amerykanizacji”.

Bardzo duże znaczenie dla rozwoju kultury masowej jest przypisywane przez wielu krytyków temu właśnie zjawisku. Powszechnie uważa się, że to Stany Zjednoczone są kolebką kultury masowej i w największym stopniu przyczyniły się do rozpowszechniania jej na całym świecie. To zjawisko zostało opisane jako niekorzystne dla innych społeczeństw już w XIX w. w wielu książkach i pismach naukowych. Z jednej strony autorzy krytykowali zjawisko amerykanizacji, która według niektórych wiązała się negatywnym oddziaływaniem rządu na masy. Z drugiej strony natomiast pojawiały się myśli, które popierały napływ zachowań i nowoczesnego myślenia, płynących z kontynentu Stanów Zjednoczonych i tamtejszy wzór dobrej demokracji. Przejawy amerykanizacji możemy rozpatrywać w kilku płaszczyznach: ekonomicznej, kulturowej oraz socjalnej. Wpływy amerykańskiej kultury masowej uległy bardzo szerokiemu rozpowszechnieniu. Właściwa realizacja zasady amerykanizacji wiązała się przede wszystkim z podkreśleniem niezwyklej kwestii, jaką było dostarczanie rozrywki. Potrzeba niesienia jej stanowiła motyw szeroko wykorzystywany przez kulturę masową. Bierne formy rozrywki, takie jak seanse kinowe, oglądanie telewizji, Internet stały się popularniejsze od aktywnych form spędzania wolnego czasu, gdyż nie wymagały angażowania specjalnych umiejętności ani wysiłku fizycznego. Warto tutaj zaznaczyć, że w tym przypadku duży rozrost funkcji rozrywkowych w prasie, radiu, telewizji, Internecie prowadził do ograniczenia innych funkcji, głównie pedagogicznych oraz informacyjnych. Jednocześnie same informacje zmieniły swój styl, nie liczyły się już same fakty, lecz wykreowanie sensacji, której towarzyszyło znacznie większe zainteresowanie. Już na poziomie opisu faktów wystę-

puje często manipulacja mająca na celu pozyskanie jak największej liczby potencjalnych odbiorców przez wywołanie szoku. Nie bez znaczenia jest, czy dane wydarzenie zostanie nazwane „buntem” czy też „rewolucją”. Unifikacja sprawia, że większość ludzi produkujących kulturę masową skupia się na najbardziej uniwersalnych wątkach zainteresowań mas. Wśród tych zainteresowań wyróżnić można wątek humorystyczny, dramatyczny, związany z zagadnieniami płci oraz personalny⁷.

Za nadrzędny uznawany jest wątek dramatyczny. W przekonaniu większości producentów kultury popularnej człowiek wiodący spokojne, ustatkowane życie potrzebuje wrażeń, których nie znajdzie w realnym świecie. Znaczna większość widzów kinowych z pewnością przyzna, że w filmie najważniejsza jest interesująca akcja i spora dawka wrażeń⁸. Stopniowanie napięcia oraz sceny przemocy to dwa główne czynniki przyczyniające się do zwiększenia intensywności przeżyć.

Motyw personalny bazuje na popularnej prasie kobiecej oraz sentymentalnych produkcjach telewizyjnych. Eksponowane są tu bezpośrednie kontakty międzyludzkie, dotyczące zarówno jednostek jak i grup społecznych. Za bardziej uniwersalne narzędzie komunikowania uchodzi obraz, który za sprawą szybkiego rozwoju wypiera słowo drukowane. W filmie, telewizji czy też w czasopiśmie ilustrowanym dominują fotografie o charakterze dokumentu, które stanowią najdalej posunięte stadium uniwersalizacji kultury masowej. Jedynym arbitrem, który może oceniać produkcję kulturalną, jest zwykły, przeciętny konsument, który nie musi być znawcą ani mieć odpowiednich kwalifikacji. Producenci kultury masowej chcą trafić do jak najszerszego grona takich konsumentów przy możliwie jak najniższych kosztach. Znamienne, że celem takiego działania nie jest zaspokojenie potrzeb i gustów odbiorców, lecz zysk producentów.

Fakt, że w świecie istnieje duża skala zapotrzebowania na rozmaite i zróżnicowane treści, skłania producentów masowej kultury do wykorzystania wszelkich dostępnych dzieł, które mają szanse trafienia do publiczności. Utworów takich poszukuje się właśnie w dorobku kultury wyższej, w ten sposób między kulturą popularną a kulturą elitarną dokonuje się stały, choć poddany selekcji, przepływ treści.

Krytycy kultury masowej uważają ją za powierzchowną, promującą trywialne wartości kosztem poważnych, intelektualnych, sprawdzonych w czasie i autentycznych. Część z nich zarzuca tej kulturze upraszczanie realnego świata przez maskowanie jego problemów. Niebezpieczeństwo kultury masowej tkwi w jej tendencji do podważenia ustanowionych różnic między kulturą elitarną a popularną.

⁷ Tamże, 295.

⁸ Tamże, 301.

Publiczność kultury masowej postrzegana jest jako masa biernych konsumentów, skłonnych poddać się manipulacyjnej perswazji mass mediów, by kupować masowo produkowane artykuły. Jest ona bezbronna wobec fałszywej, niezaspokojonej przyjemności konsumpcji i podatna na komercyjną eksploatację będącą motywem działania kultury masowej. W ten sposób rysuje się obraz bezkrytycznej masy nabywającej i konsumującej masową kulturę. Publiczność masowa jest emocjonalnie manipulowana, jej potrzeby oraz pragnienia są wykrzywione, zaś jej nadzieje i aspiracje eksploatowane w imię konsumpcji przez złudne uczucia, zastępcze fantazje, fałszywe marzenia⁹. W efekcie społeczeństwo masowe promuje ludzi nastawionych na nieustanną konsumpcję.

3. Cyberkultura

Nieustanny postęp technologiczny codziennie zmienia otaczającą nas rzeczywistość, kreując przy tym nie tylko nowe możliwości, lecz także wyzwania. Nowoczesne techniki komputerowe są powszechnie wykorzystywanymi rozwiązaniami. Zjawiska, takie jak ogólnosiwiatowa wymiana informacji, stosowanie elektronicznego podpisu, korzystanie z e-bankowości czy popularnych portali społecznościowych, prowadzą do wirtualizacji rzeczywistości i cyfryzacji ludzkiego życia. Znamienitą cechą charakterystyczną naszych czasów stało się przetwarzanie jak największej liczby danych o konkretnych osobach oraz o ich działaniach w przeróżnych systemach. Jednym z podstawowych pojęć wykorzystywanych do analizy zjawisk kulturowych w Internecie jest pojęcie cyberprzestrzeni¹⁰.

Podstawowymi elementami tej przestrzeni są: ogromny zasięg światowy, ujednocianie treści do jednej bazy danych, oraz brak końca tego wirtualnego świata. Zgodnie z definicją, sformułowaną przez Departament Obrony USA na potrzeby powołania jednolitego słownika terminologii wojskowej, cyberprzestrzeń to: „Globalna domena środowiska informacyjnego składająca się z współzależnych sieci tworzonych przez infrastrukturę technologii informacyjnej (IT) oraz zawartych w nich danych, włączając Internet, sieci telekomunikacyjne, systemy komputerowe, a także osadzone w nich procesory oraz kontrolery”¹¹. Definicja Departamentu Obrony USA skupia całą uwagę na technologicznych fundamentach cyberprzestrzeni, przede wszystkim na Internecie.

⁹ Grzegorz Godlewski, Leszek Kolankiewicz, *Antropologia kultury* (Warszawa: Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, 2005), 561.

¹⁰ <http://pl.wikipedia.org/wiki/Cyberprzestrze%C5%84>, dostęp 20 kwietnia, 2015.

¹¹ http://www.dtic.mil/doctrine/new_pubs/jpl_02.pdf, dostęp 20 kwietnia, 2015.

Przenosząc się na grunt europejski, można znaleźć liczne rozważania na temat istoty cyberprzestrzeni. Na szczęblu Unii Europejskiej w oficjalnym, elektronicznym słowniku pojęć z zakresu społeczeństwa informacyjnego, można przeczytać zaproponowaną przez Komisję Europejską definicję cyberprzestrzeni: „Wirtualna przestrzeń, w której krążą elektroniczne dane przetwarzane przez komputery PC z całego świata”¹².

Również do polskiego porządku prawnego wprowadzono definicję cyberprzestrzeni, bowiem znalazła ona swoje miejsce w ustawie z 2 listopada 2011 r. razem z ustawą nowelizującą regulacje prawne stanów nadzwyczajnych. Na podstawie założeń projektu Rządowego Programu Ochrony Cyberprzestrzeni RP na lata 2011-2016 – dokumentu przyjętego ostatecznie w połowie 2013 r. pod nazwą *Polityka Ochrony Cyberprzestrzeni Rzeczypospolitej Polskiej*, definicja pojęcia „cyberprzestrzeń” przyjęła następujące brzmienie: „Przez cyberprzestrzeń, o której mowa w ust. 1, rozumie się przestrzeń przetwarzania i wymiany informacji tworzoną przez systemy teleinformatyczne, określone w art. 3 pkt 3 ustawy z dnia 17 lutego 2005 r. o informatyzacji działalności podmiotów realizujących zadania publiczne, wraz z powiązaniem między nimi oraz relacjami z użytkownikami”¹³. Powyższa definicja wprowadza ideę jednej cyberprzestrzeni, spełniającej rolę wydzielonego obszaru przetwarzania oraz wymiany informacji. Wymiana informacji nie jest wyłącznym celem działania cyberprzestrzeni, może ono również polegać na samym ich wytwarzaniu, modyfikowaniu czy odczytywaniu. W definicji, wskazując na wzajemne relacje systemów z użytkownikami, podkreślono także wzajemne powiązanie działań w cyberprzestrzeni z działaniami w rzeczywistym świecie oraz ich wzajemne konsekwencje.

Należy podkreślić, że cyberprzestrzeń jest nie tylko sumą systemów, sieci, oprogramowań, ale również sumą operacji wykonywanych przez użytkowników w sieciach. Istotę cyberprzestrzeni tworzy koncepcja powołania do życia swojego rodzaju równoległego środowiska, które jest nowym wymiarem ludzkich działań.

Zasady panujące w świecie wirtualnym nie mają swoich kodeksów, a tym bardziej określonych praw. Istniejące próby wprowadzenia podstawowych reguł dobrych obyczajów nie zostały spopularyzowane. Cyberkultura nie jest przestrzenią zmierzającą do konkretnego punktu, nie ma jasno określonego celu, jest prostą kontrkulturą. Częstym zjawiskiem w cyber-

¹² http://ec.europa.eu/information_society/tl/help/glossary/index_en.htm#c, dostęp 25 kwietnia, 2015.

¹³ *Ustawa z 30 sierpnia 2011 r. o zmianie ustawy o stanie wojennym oraz kompetencjach Naczelnego Dowódcy Sił Zbrojnych i zasadach jego podległości konstytucyjnym organom Rzeczypospolitej Polskiej oraz niektórych innych ustaw* (Dz.U. Nr 222, poz. 1323).

kulturze jest stan anarchii wprowadzający nieład i bezprawie. Zwolennicy cyberkultury zwracają uwagę na fakt nieograniczonej i nieskrępowanej wymiany poglądów. Powszechna komputeryzacja powoduje nieodwracalne zmiany w obyczajach, coraz częściej kontakty bezpośrednie przeradzają się w wizyty w cyberprzestrzeni, a Internet, dzięki otwartej strukturze, jest tętniącym życiem forum wymiany informacji i wiedzy¹⁴. Cyberprzestrzeń śmiało może konkurować ze środkami masowego przekazu jako alternatywny produkt przekazywania informacji. W cyberprzestrzeni każdy ma możliwość dysponowania środkami przekazu masowego, ponadto sposoby wyrażania ekspresji są o wiele bardziej urozmaicone niż inne formy przekazu. Przestrzeń internetowa ma kluczowe znaczenie dla zwolenników wirtualnego komunikowania się, obserwujemy gwałtowny rozwój wspólnot oraz ewolucję kontaktów na odległość.

Kolejnym czynnikiem wpływającym na zainteresowanie Internetem jest możliwość anonimowości oraz kreowania tożsamości zupełnie odbiegającej od rzeczywistej. Użytkownik ma możliwość wcielenia się w internetową postać w zależności od własnych potrzeb.

Kolejnym atrybutem powodującym zainteresowanie Internetem jest traktowanie owego obszaru jako pewnej formy rozrywki, z drugiej jednak strony użytkownik przez długie spędzanie czasu „na grze” jest narażony na pewien rodzaj niebezpieczeństwa, bowiem łatwo jest zatracić granicę między tym, co wirtualne, a tym, co realne.

Kolejnym przykładem niepokojącego zjawiska może być nierozsądne umieszczanie swoich danych osobowych w popularnych portalach internetowych. Powszechnie uznaje się, że większość użytkowników stwierdza, iż bycie anonimowym w świecie wirtualnym daje ogromne możliwości. Może być to np. nieskrępowana wolność wyrażania własnych poglądów. Niestety, wiele osób napotyka problemy ze względu na taki tok myślenia. Na portalach społecznościach codziennie powstają nowe profile użytkowników. Motywy założenia tych kont są różne i zależą od priorytetów przyszłego użytkownika, dla jednych jest to chęć pozyskania danych osobowych swoich znajomych, dla innych czysta forma rozrywki albo zobowiązania zawodowe. Obecnie dla większości z nas jest to ułatwienie kontaktowania się ze znajomymi. Są jednak pewne osoby, które potrafią włamać się na prywatne konta, kradnąc poufne dane, informacje oraz przechwytyjąc rozmowy z innymi użytkownikami na własne potrzeby.

Inną formą zagrożeń internetowych są wirusy komputerowe o różnym zasięgu działania, indywidualnych zadaniach i celach. Niektóre zostały zaprogramowane tylko po to, by wykraść dane osobowe. Dzieje się

¹⁴ Agnieszka Leśniewska, *Reklama Internetowa* (Gliwice: Wydawnictwo Helion, 2006), 16.

to w momencie kasowania danych zawartych w komputerze użytkownika, jednocześnie część z nich zostaje zapisana w celach kradzieży istotnych informacji. Tego typu wirus przesyła swojemu twórcy informacje o tym, co robił dany użytkownik, rejestrując wszystko, łącznie z hasłami podczas logowania do konta bankowego czy podczas transakcji przez portale aukcyjne. To jeden z najbardziej niebezpiecznych typów wirusa, który może spowodować fatalne konsekwencje.

Mając na uwadze opisane powyżej znaczenia cyberprzestrzeni dla współczesnego społeczeństwa, warto zastanowić się nad istotą postrzegania bezpieczeństwa w cyberprzestrzeni. Zapewnienie odpowiedniego poziomu ochrony w wirtualnym świecie wydaje się oczywistym obowiązkiem państwa wobec obywateli.

4. Misja przekazywania (manipulowania, dezinformowania)

Istotną cechą wiedzy potocznej są złudzenia, czyli różnego rodzaju błędy i deformacje, na ogół nieuświadomiane i dlatego tak trudne do zakwestionowania. Pozwalają one człowiekowi na zachowanie pewności i orientacji w świecie, wynikających ze złudnego zrozumienia przez niego otaczającej rzeczywistości, tak naprawdę oddalają go od poznania prawdy. Struktury poznawcze zawierające informacje błędne, nieaktualne lub niepełne, nie mogą należycie przyjmować nowych danych z otoczenia i zapewnić w nim jednostce skuteczne działanie. Jednostki, których perspektywa poznawcza opiera się w dużym zakresie na informacjach nieodzwierciedlających rzeczywistości lub dominują w niej nastawienia emocjonalno-oceniające, często powodują napięcia i konflikty w swoim środowisku. Z tego faktu wynika, że potocznej wiedzy nie należy lekceważyć. Trzeba ją ujawniać i dyskutować nad nią.

W uniwersalnym ujęciu dezinformacja definiowana jest jako informacja nieprawdziwa oraz myląca. Utożsamiana jest z procesem mylnego informowania a także sytuacją, w której brakuje informacji rzetelnych¹⁵.

Czy media przedstawiają nam świat i zdarzenia takimi, jakimi są naprawdę? Czy też narzucają swój punkt widzenia? Odpowiedź na te pytania nie jest jednoznaczna, niejednokrotnie twórcy serwisów informacyjnych manipulują przekazem tak, by został odczytany w pewien ściśle określony sposób i wywołał określone reakcje.

Manipulowanie informacją jest zjawiskiem powszechnym, jest to środek, za pomocą którego steruje się ludźmi, ich zachowaniami i upodobaniami oraz podmiotami gospodarczymi i społecznymi. Na czym polega

¹⁵ *Uniwersalny słownik języka polskiego*, t. 3 (Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2003), 601.

manipulacja przez media? Istnieje wiele sposobów, chociażby wskazywanie ważności podawanych informacji przez umieszczenie ich na pierwszej stronie czy w środku gazety, wyodrębnienie cytatów, montaż zdjęć, opis pod zdjęciem, kontrowersyjne tytuły, kolejność prezentacji oraz interpretacje, by wywierać wpływ na kształtowanie kierunku myślenia. Dziennikarze przede wszystkim operują obrazem, często nawet, jeśli tekst artykułu był obiektywny i relacjonował tylko fakty, to już dobrze dobrana fotografia powodowała, że informacja nabierała zupełnie innego znaczenia.

Docierająca do odbiorcy informacja wywiera na niego wpływ pozytywny lub negatywny. W pozytywnym sensie ta informacja może zmniejszać lukę informacyjną odbiorcy, umożliwiać podejmowanie trafnych decyzji, potwierdzać wcześniej zdobyte informacje, ale też dawać przewagę nad innymi. Mamy też do czynienia z manipulowaniem informacją, które również należy do ważnych aspektów informacyjnych współczesności. Problemem staje się skala tego zjawiska oraz związana z nim agresywność i coraz bardziej wyrafinowane metody działania, zwłaszcza za pomocą języka i obrazu. Z manipulowaniem informacją mamy do czynienia niemal codziennie w różnych sytuacjach.

Manipulacja staje się terminem określającym ciąg zabiegów, które ułatwiają wpływanie na czyjeś decyzje. Z punktu widzenia nauki o informacji, manipulowanie nią jest rodzajem operacji dokonywanej na informacji przekazywanej od nadawcy do odbiorcy indywidualnego lub zbiorowego. W odniesieniu do przekazu informacji mogą one przybierać formę świadomego pomijania pewnych faktów, sugerowania pewnych informacji przez kolejność ich przedstawiania, kłamstwa.

Kolejnym wątkiem rozważań jest ogólnie pojmowana wolność człowieka w dobie komunikacji masowej, a także wpływ środków komunikacji masowej na człowieka. Człowiek z natury ma wolną wolę, jednak wielokrotnie ta wolność poddawana była i jest próbie, działa się to nie bez przyczyny, bowiem każda próba ma za zadanie czegoś nas nauczyć, tak aby z tej próby człowiek wyszedł bardziej uświadomiony bądź zdezorientowany, albo posiadający celowo nieprawdziwe informacje. Najchętniej promowanymi rozrywkami są programy pokazujące przerysowane historie, które często odrywają nas od szarej rzeczywistości. Z zaciekawieniem obserwujemy, co istoty na pozór do nas podobne robią na co dzień, a ma to większy lub mniejszy wpływ na naszą rzeczywistość. I to właśnie, po której stronie umiejscawiamy nasze reakcje, przypisuje nas do grona zwolenników lub przeciwników propagandy medialnej. To odbiorca decyduje, czy odbierze negatywnie czy też pozytywnie, ale należy brać pod uwagę fakt, że w swych decyzjach, jako istota społeczna, liczy się z opinią większości bądź autorytetu.

Kolejnym czynnikiem w rękach odbiorcy jest jego podatność na odbiór informacji. Niesamodzielne zachowania zbiorowe powodują, że jednostka, działając w tłumie innych ludzi, ma prawo usprawiedliwiać swoje czyny, gdyż nie tylko ona dopuszczała się zbrodni czy nielegalnych czynów. Poza tym nieuleganie większości może spowodować chęć zemsty pozostałych członków wspólnoty. Strach jest tym, co powoduje u nas obawę o życie własne i naszych najbliższych. Tym stanem emocjonalnym doskonale manipulują terroryści, wykorzystując do tego celu mass media. „Jeśli terroryzm jest propagandą poprzez czyn, to dziennikarze oraz telewizyjni reporterzy i operatorzy są najlepszymi przyjaciółmi terrorystów”¹⁶. Teza ta, choć bardzo okrutna, znajduje odzwierciedlenie w rzeczywistości.

Jest wiele różnic między zwykłym przestępcą a terrorystą; przestępcy zazwyczaj nie oczekują rozgłosu, dlatego starają się zamaskować i ukryć swoje czyny. Terroryści natomiast za swój główny cel uważają wywołanie strachu przez nagłaśnianie swoich działań w najpopularniejszym nośniku informacji – w mediach. Terroryści skrzętnie planują każdą ze swoich akcji. Do perfekcji opanowali wykorzystywanie działania mediów. W dzisiejszych czasach ułatwieniem dla terrorystów jest Internet – medium ogólnodostępne o światowym zasięgu działania.

Role mediów można porównać do pośredników, którzy przenoszą wydarzenia do każdego domu, tym samym propagując je lub wręcz odwrotnie – negując.

Wszyscy doskonale pamiętamy tragiczne wydarzenia z 11 września 2001 r. Większość medialnych gigantów na całym świecie prześcigała się w komentarzach i interpretacjach co do tego wydarzenia. Publicyści pisali, że terroryści wykorzystują zwykłą żądzę mediów do pokazywania wiadomości o międzynarodowym znaczeniu, żądzę prezentowania tragedii i nadawania informacjom tzw. ludzkiego wymiaru. Rywalizacja mediów, zazwyczaj brutalna, w takiej sytuacji staje się jeszcze bardziej intensywna dlatego, że publiczność ogląda je z większą uwagą, a ponadto dlatego, że niektórych dziennikarzy może to wynieść na pozycję gwiazdy telewizyjnej.

* * *

Powyższe dywagacje stanowią pewnego rodzaju analizę, której głównym celem jest przedstawienie zależności między czynnikami kulturowymi, kształtującymi dzisiejszą rzeczywistość, a istotą bezpieczeństwa. Od

¹⁶ Wiesława Piątkowska-Stepaniak, Bogusław Nierenberg, *Wojna w Mediach. Terroryści a media* (Opole: Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego, 2007), 341-349.

wieków rozwój krajów świata uzależniony jest od czynników kulturowych, pomagających w tym procesie uzyskać jak najlepsze efekty. To właśnie kultura obok innych równie istotnych czynników, wpływa na ekonomię, rozwój systemów politycznych, poziom edukacji.

Po przeanalizowaniu wpływu mediów na społeczeństwo można śmiało stwierdzić, że w rozsądnych ilościach oraz przy zdrowym podejściu telewizja, prasa, radio czy Internet są bardzo przydatnym dodatkiem, wręcz nieodłącznym towarzyszem życia współczesnego obywatela, świata w XXI w. Problem zaczyna się wtedy, gdy media pochłaniają nasze życie, wpływają na nie oraz narzucają swoją opinię. Najważniejsze jest tutaj znalezienie złotego środka w korzystaniu z tego dobra, co jednak z pewnością nie jest proste.

Obracając się w kręgu medialnym, należy także wyeksponować mega istotną rolę dziennikarzy, ich wpływ na kształtowanie poglądów na budowanie środowiska bezpieczeństwa lub nie.

Bibliografia:

D'Almeida Fabrice. *Manipulacja w polityce, w reklamie, w miłości*. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, 2005.

Goban-Klas Tomasz. *Terrorystyci a media*. Opole: Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego, 2007.

Godlewski Grzegorz, Kolankiewicz Leszek. *Antropologia kultury*. Warszawa: Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, 2005.

Kardas Jarosław Stanisław, Loranty Krzysztof. *Wybrane problemy bezpieczeństwa i państwa w opiniach pracowników administracji publicznej*. Warszawa: Wydział Wydawniczy AON, 2001.

Kłoskowska Antonina. „Kultura”. W *Encyklopedia kultury polskiej XX wieku. Pojęcia i problemy wiedzy o kulturze*, redakcja też. Wrocław: Wydawnictwo Wiedza o Kulturze, 1991.

Kłoskowska, Antonina. *Kultura masowa*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 1983.

Leśniewska Agnieszka. *Reklama Internetowa*. Gliwice: Wydawnictwo Helion, 2006.

Macdonald Dwight. „Teoria kultury masowej” W *Antropologia kultury. Zagadnienia i wybór tekstów*, redakcja Andrzej Mencwel, 400-409. Warszawa: Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, 2005.

Materska Katarzyna. *Informacja w organizacjach społeczeństwa wiedzy*. Warszawa: Wydawnictwo Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich, 2007.

McQuail Denis. *Teoria komunikowania masowego*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2007.

Piątkowska-Stepaniak Wiesława, Nierenberg Bogusław. *Wojna w Mediach. Terrorysty a media*. Opole: Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego, 2007.

Ratajewski Jerzy. *Informatologia – nauka o informacji*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, 1992.

Strinati Dominic. *Wprowadzenie do kultury popularnej*. Poznań: Wydawnictwo Zysk i S-ka, 2001.

Szewczuk Włodzimierz. *Encyklopedia psychologii*. Warszawa: Wydawnictwo Fundacji Innowacja, 1998.

Wiśniewski Remigiusz. „Bezpieczny obywatel w kręgu mass mediów” W *Edukacja dla bezpieczeństwa wyzwania i zagrożenia w XXI wieku. Cyberprzestrzeń a bezpieczeństwo jednostki*, redakcja Mirosław Borkowski, Margot Stańczyk-Minkiewicz, Ilona Ziemkiewicz-Gawlik, 323-335. Poznań: Wyd. WSB, 2013.

Zalewski Zbigniew. *Spoleczeństwo informatyczne. Szansa czy zagrożenie?* Lublin: Towarzystwo Naukowe KUL, 2008.

Znyk Paweł. *Od komunikacji do manipulacji. Mechanizmy wywierania wpływu*. Keżmarok: 2008.

Kultura masowa – znak czasów. Media jako kreator bezpiecznej rzeczywistości

STRESZCZENIE

W dzisiejszych czasach media są bardzo ważnym elementem życia społecznego. To właśnie dzięki środkom masowego przekazu dowiadujemy się o ważnych wydarzeniach ze świata i z kraju. Media, przez swój zasięg globalny, są wszędzie tam, gdzie dzieje się coś ważnego. Osobami, które mają dostarczyć informacji, są dziennikarze, których zadaniem jest poszukiwanie jak najatrakcyjniejszych dla odbiorcy wiadomości. Informacja – nie dość, że musi być ciekawa, to jeszcze musi być odpowiednio przedstawiona, po to, by jej odbiorca się nią zainteresował, aby czuł się członkiem masy odbiorców tworzących kulturę masową. Niestety, można się spotkać ze zjawiskiem stworzenia informacji na potrzeby rynku – potencjalnych odbiorców, „niewolników mediów” czekających na newsa. Pojawiające się przerysowania treściowe są na szczęście zjawiskiem z marginesu pajęczyny informacyjnej.

Należy jednak pamiętać, że media są kreatorem rzeczywistości. Powyższy artykuł to jedynie próba opisanego współczesnego – coraz bardziej zróżnicowanego, ale i zagęszczonego – rynku mediów z uwzględnieniem perspektywy czasoprzestrzennej oraz wpływu powyższego na postrzeganie bezpieczeństwa w aspekcie obywatelskim – społecznym – narodowym. To także rejestr prawidłowości i norm w umiejętnym korzystaniu ze środków przekazu jako form manipulacji informacją; ukazanie mediów w formie systemowej jako „organizacji” narzucania wartości, poglądów w kształtowaniu opinii społecznej, w tworzeniu niejednokrotnie iluzorycznego stanu bezpieczeństwa bądź zagrożenia.

Słowa kluczowe: kultura, media, bezpieczeństwo, społeczeństwo, manipulacja

Mass Culture – a Sign of the Times. Media as a Creator of Safe Reality

SUMMARY

In this day and age media are a very important element of social life. It is through the media that we learn about the vital national and global issues. Thanks to the global range of the media they are present wherever something important is happening. Journalists are people who are supposed to pass on information and their task is to search

for the most attractive material for a recipient. Not only must this particular piece of information be interesting but also it has to be properly presented in order to make a receiver interested in the information, to make the receiver feel as a part of a bigger group of recipients who form pop culture. Unfortunately, there exists a phenomenon of creating information for market purposes, for potential receivers, for “the slaves of the media” awaiting for the news. Content exaggerations are fortunately a marginal occurrence within the “web of information”.

However, it has to be still remembered that the media are the creator of information. The very article is merely an attempt to describe contemporary, the more and more diversified but also condensed media market within timeline perspective and the influence of the above on perceiving safety in civic, social and national aspects. It is also a register of regularities and standards in proper use of means of communication as a form of manipulation. It will present media in a systematic way as an “organisation” that imposes values, views that shape the public opinion, in creating, many a time, an unreal state of safety or threat.

Keywords: culture, media, safety, society, manipulation

