

oznaczać [...]”¹⁰. Omawiana książka staje się może nie tyle ową nicią, o ile ważnym drogowym skazem w labiryncie zawiłości, jakich pełna

jest najnowsza (ponowoczesna) polska poezja.

Magdalena Boczkowska



Paul Hodkinson
Media, culture and society

Sage, Thousand Oaks, Ca. 2011, 320 s., ISBN 978-1-4129-2052-0

Obecnie, bardziej niż kiedykolwiek, media i komunikacja znajdują się w centrum naszego życia. Niezależnie od tego, gdzie jesteśmy, rzadko zdarza się nam odciąć od zmediatyzowanych dźwięków, obrazów lub słów podawanych przez telewizję, radio, prasę, mobilną telefonię czy internet. Media dają nam rozrywkę, umożliwiają kontakt z przyjaciółmi i rodziną, dostarczają interpretacji świata i proponują zasoby, dzięki którym kształtujemy własny wizerunek. Znaczenie mediów w codziennym życiu sugeruje, że odgrywają one także rolę zasadniczą dla naszej kultury i społeczeństwa. Żyjemy w kulturze mediów, w społeczeństwie zmediatyzowanym. Praca Paula Hodkina *Media, culture and society* stanowi analizę mediów i zjawisk medialnych w kontekście społeczno-kulturowym.

Treść książki podzielono na trzy części: elementy mediów (*elements of the media*); władza i kontrola (*power and control*); media, tożsamość i kultura (*media, identity and culture*). Pierwszą część poświęcono technologiom związanym z mediami, przemysłowi medialnemu, zawartości mediów i ich użytkownikom. Kolejna zawiera rozdziały związane z: tematyką mediów jako narzędziem manipulacji, konstrukcją informacji i tworzeniem *newsów*, orientacją mediów (od służby publicznej po narzędzie rozrywki) oraz upadkiem misji środ-

ków przekazu wobec komercjalizacji, fragmentacji i globalizacji. Ostatnia część pracy dotyczy sposobu, w jaki media wpływają na konstrukcję tożsamości i kultury. Hodkinson analizuje wątki związków mediów z etnicznością i diasporą, kwestią *gender* i seksualnością. Za interesowania autora obejmują także subkultury oraz grupy fanów jako przykład tożsamości budowanej poprzez media. Książkę zamykają rozważania dotyczące saturacji, płynności oraz utraty znaczenia mediów.

Autor we wstępie podkreśla, że kluczowe dla dalszych rozważań jest zrozumienie pojęcia *media*, które jest liczbą mnogą rzeczownika *medium* i odnosi się do środka, za pomocą którego treść jest komunikowana między nadawcą (źródłem) a odbiorcą (miejscem przeznaczenia). Hodkinson skupia się na wykorzystaniu środków komunikacji, które uwydatniają i rozszerzają ludzkie możliwości komunikowania, przekazując do licznych odbiorców komunikaty pierwotnie emitowane na niewielką skalę.

Analizując technologie związane z mediami, Hodkinson skupia się na McLuhanowskiej koncepcji medium jako przekazu, na technologicznym determinizmie oraz cechach ery cyfrowej – konwergencji, interaktywności i mobilności. Przemysł medialny postrzega przez pryzmat koncentracji własności, w tym własności

¹⁰ Z. Bauman, R. Kubicki, A. Zeidler-Janiszewska, *Humanista w ponowoczesnym świecie – rozmowy o sztuce życia, nauce, życiu sztuki i innych sprawach*, Poznań 1997, s. 58.

intelektualnej, podporządkowania przekazu medialnego przekazowi reklamowemu, metod zwiększania liczby odbiorców, a także roli władzy w funkcjonowaniu mediów (nakładania regulacji i restrykcji oraz regulowania kwestii praw autorskich). Jednym z najciekawszych rozdziałów książki jest część poświęcona wartości mediów, którą badacz analizuje na wielu poziomach – symbolicznym, narracyjnym oraz analizy treści. Szczególnie cenna z badawczego punktu widzenia wydaje się szczególnie przeprowadzona analiza narracyjna i gatunkowa oraz analiza dyskursu, które są zilustrowane studiami przypadków. Hodkinson zarówno analizuje kwestię użytkowników mediów, jak i przytacza wyniki już przeprowadzonych badań empirycznych. Obszernie przy tym opisuje pojęcia kodowania, dekodowania, preferowanych znaczeń i osadza je w kontekście etnograficznym.

W paradygmat nauki o mediach i komunikowaniu Hodkinson wpisuje również zagadnienie płci i seksualności. Podrozdział dotyczący konstrukcji feminizmu dzieli na sekcje poświęcone marginalizacji kobiet, męskiemu punktowi widzenia, patriarchy, postfeministycznej niezależności. Warto przywołać również inne wątki poruszone przez Hodkinsona, takie jak możliwości uprawnienia dotychczas defaworyzowanych grup (*empowerment*), konsumeryzm, maskulinizm (lub raczej, jak zaznacza autor, maskulinizmy) oraz teorie tożsamości płciowej.

Subkultury oraz tożsamość grup fanów to kolejny wątek, który badacz porusza. Analizuje on relacje między mediami a wspólnotą i społecznością. Wskazuje przy tym na takie cechy współczesnych społeczności sieciowych, jak: homogenizacja i atomizacja, opór wobec kultury masowej poprzez formowanie się w jej obrębie subkultur młodzieżowych, stygmatyzacja mediów masowych przy jednoczesnym uzależnieniu od przekazywanych przez nie treści. Zagadnienie tożsamości Hodkinson łączy

również z tematyką mediów lokalnych oraz magazynów niszowych. Przywołuje także wątek obywatelskich mediów cyfrowych, oddolnie zarządzanych, prowadzonych i tworzonych. Nazywa je „DIY magazines” – „magazyny zrób to sam” i podkreśla wartość, jaką dla ich funkcjonowania przedstawia komunikacja *online*. Pracę zamykają rozważania dotyczące płynności i utraty znaczeń. Autor *Media, culture and society* zajmuje się tu kwestią przesytu informacją, różnicy między prawdą, ideologią a symulacją, hiperrealności kultury popularnej, fragmentacji oraz płynności tożsamości i jej symulowaniem w sieci. Interesuje go także tworzenie osobowości w internecie, który porównuje do „wirtualnego placu zabaw”.

Postmodernistyczne teorie nie do końca wyjaśniają relację mediów z kulturą i społeczeństwem. Hodkinson spostrzega, że media – w przeciwieństwie do sposobu, w jaki są obecnie analizowane – nie są oddzielnym bytem, zewnętrznym „lustrem” odbijającym lub kształtującym życie społeczne i kulturalne. Media usytuowane są dokładnie w centrum tego życia i przenikają nasze rozumienie świata, wartości, styl życia, tożsamość. Trudno przecieżyć wyobrazić sobie jakąkolwiek aktywność, wydarzenie, zbiór wartości, które znalazłyby się obecnie poza sferą obrazu i komunikacji. Jesteśmy w dużej mierze zależni od reprezentacji, jakie tworzą media. Utrudnia to obranie właściwej miary rzeczy, ale nie oznacza, że reprezentacje te nie mają żadnego związku z rzeczywistością, a my nie mamy żadnej możliwości osądu przedstawianych nam informacji.

Zdaniem Hodkinsona analizy postmodernistyczne – nawet te krytyczne wobec przekształconej przez media, wyciętej ze znaczenia obecnej sytuacji – porzucają jakiejkolwiek próby zgłębienia i poprawy tego stanu. Badacz nie stara się znaleźć uniwersalnej metody rozpoznawania prawdy i fałszu. W sytuacji, w której nie potrafimy odróżnić tego, co prawdziwe, od uludy; uczciwości od szalbierstwa; wartości od

tęgo, co bezwartościowe, próbuje jednak dokonać analizy znanego mu i zrozumiałego fragmentu medialnej rzeczywistości.

Rosnąca rola mediów w społeczno-kulturowej rzeczywistości sprawia, że ważniejsze niż zwykle staje się zrozumienie – tak dogłębne, jak to tylko możliwe – w jaki sposób funkcjonują procesy komunikacyjne. Równie ważne jest wykorzystanie owego zrozumienia do stworzenia przeciwwagi dla koncernów medialnych. Pozwala to bowiem w większym stopniu zapewnić komunikację między członkami społeczeństwa oraz wzmocnić ich potencjał, możliwość budowania tożsamości, a także umocnić demokratyczne procedury w państwie. Hodkinson ułatwia zrozumienie zależności między funkcjonowaniem mediów *mainstreamowych* i niezależnych środków przekazu, a działaniem owych procedur demokratycznych. Wskazuje też, że właściwie ukierunko-

wane działania, rozgrywane na styku przestrzeni medialnej i społecznej, mogą działać na ich korzyść lub szkodę.

Praca Hodkinson, poświęcona dynamicznie zmieniającej się dziedzinie, jest wyważona, pełna jasnych sformułowań i szeroko zakrojona. Autor z sukcesem połączył w niej wiele perspektyw, krytycznie analizując zagadnienie współczesnej kultury medialnej i społeczeństwa zmediatyzowanego. Książka jest też przejrzysto zorganizowana. Zawiera zarówno wyniki badań empirycznych oraz zbiór najnowszych teorii dotyczących mediów, jak i prognozy odnośnie do kierunków ich rozwoju, co stanowi istotny wkład w literaturę przedmiotu. Jakkolwiek obecnie dostępna wyłącznie w języku angielskim, z pewnością wzbogaciłaby polskojęzyczny rynek wydawniczy.

Marta Dorenda-Zaborowicz



Don Tapscott

Cyfrowa dorosłość. Jak pokolenie sieci zmienia nasz świat

tłum. Piotr Cypryański

Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2010, 540 s., ISBN 978-83-61408-96-3

Opublikowana w serii Cyberkultura, Internet, Społeczeństwo książka¹ autorstwa Dona Tapscotta to publikacja nieszablonowa. Trudno nazwać ją podręcznikiem, choć okazuje się pozycją bardzo pomocną w prowadzeniu zajęć z zakresu nowych mediów (co autorka niejako sprawdziła na grupie własnych studentów), trudno upatrywać w niej przełomowego naukowego dzieła ukazującego pełne spektrum cech i zachowań

„pokolenia sieci”, nie jest to także poradnik dla biznesmenów (choć wnioski płynące z wywodów Tapscotta wyraźnie dryfują ku opisom mechanizmów wykorzystania umiejętności nowej generacji dla poprawy funkcjonowania przedsiębiorstw, wprost sugerując narzucenie sobie i pracownikom nowych reguł firmowej gry).

Tapscott zdaje się w *Cyfrowej dorosłości* łączyć elementy różnych typów tekstów, których

¹ Oryginał patrz: D. Tapscott, *Grown up digital. How the net generation is changing your world*, New York 2009.