

opowiedzenia się po którejś ze stron konfliktu, to Al Jazeera równie chętnie pokazywałaby dramatyczne ujęcia. Co również ciekawe, norweska badaczka nie uznaje za mankament braku obiektywizmu stacji, a nawet uważa go za atut, dzięki któremu newsy są bardziej nasycone emocjami i skuteczniej oddziałują na widza.

*Al Jazeera and the global media landscape* to praca, z którą powinni zapoznać się wszyscy badacze zajmujący się katarską stacją, ponieważ można w niej znaleźć dużo informacji niedostępnych w innych publikacjach. Figenshou, mimo pewnych niedociągnięć i postawienia

czytelnika wobec konieczności weryfikacji niektórych informacji, napisała monografię o tym, jak od wewnątrz funkcjonuje Al Jazeera, ukazując nieznane kulisy produkcji informacji przez tę stację. Jednocześnie szeroko opisała założenia teoretyczne i odwołała się do licznych opracowań. Lansowana przez Figenshou teza, że dzięki Al Jazeera i jej działalności w niedługim czasie zmieni się globalny krajobraz mediów, w świetle treści zaprezentowanych w książce jest przekonująca.

*Michalina Guzikowska*



Sławomir Czapnik

*Władza, media, pieniądze. Amerykańska ekonomia polityczna komunikowania (wybrane zagadnienia)*

Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego, Opole 2014, 232 s., ISBN 978-83-7395-608-7

**E**konomia polityczna komunikowania, choć uznawana za jedną z bardziej wpływowych koncepcji teoretycznych w badaniach nad mediami<sup>1</sup>, jest słabo reprezentowana w polskiej debacie naukowej. Książka Sławomira Czapnika poświęcona wybranym teoriom amerykańskiej ekonomii politycznej komunikowania stanowi wartościowe wypełnienie tej luki. Tym bardziej, że nie jest wyłącznie przeglądem światowej literatury, ale próbą krytycznej analizy prezentowanych teorii, wzbogaconą licznymi przykładami z medialnej i pozamedialnej rzeczywistości.

Autor publikacji *Władza, media, pieniądze*, zastanawiając się nad przyczynami pomijania ekonomii politycznej w rodzimych analizach medioznawczych, wymienia przede wszystkim niechęć wobec marksizmu oraz wpisywanie się polskich badaczy w ogólny trend, który cechuje zanik tradycji teorii krytycznych, osłabienie społecznego zaangażowania naukowców, urynkowanie badań nad mediami i szukanie dla nich zastosowań komercyjnych, a nie społecznych czy etycznych.

Kulturoznawcy, którzy podejmują problem zaledwie śladowej obecności studiów kulturo-

<sup>1</sup> Por. m.in. D. McQuail, *Teoria komunikowania masowego*, Warszawa 2007; T. Flew, *Media globalne*, Kraków 2010.

wych w swojej dziedzinie badań inspirowanych marksizmem, dodają jeszcze inne powody tego stanu rzeczy. Są to obawy przed upolitycznieniem i angażowaniem się w bieżącą walkę polityczną, ucieczka od anachronicznej i ideologicznej teorii klas w stronę postmodernistycznych teorii stratyfikacji społecznych, w których ważniejszą rolę niż klasa społeczna odgrywają płeć, rasa i inne rodzaje tożsamości kulturowej<sup>2</sup>.

Czapnik, omawiając główne teorie ekonomii politycznej mediów: imperializm kulturowy Herberta I. Schillera oraz model propagandy Edwarda S. Hermana i Noama Chomsky'ego, również poddaje weryfikacji hipotezę, że metodologiczne aspekty ekonomii politycznej były o charakterze ideologicznym, a badacze ekonomii politycznej komunikowania mieli ambicje bardziej zmieniać świat, niż prowadzić badania naukowe (hipoteza I). Tym samym więc nie wykazywali wystarczająco krytycznego stanowiska wobec własnych założeń teoretycznych i narzędzi badawczych (hipoteza II).

Takie ujęcie tematu pozwoliło autorowi na ukazanie wpływu, jaki powyższe teorie wywarły na rozwój innych koncepcji badawczych, debatę publiczną, a nawet praktykę życia politycznego. Czapnik zwraca na przykład uwagę na rolę teorii imperializmu kulturowego w debatach toczonych na forum ONZ na temat dekolonizacji czy powstaniu deklaracji UNESCO o Nowym Ładzie Informacyjnym i Komunikacyjnym. Posiłkując się bogatym materiałem empirycznym, dowodzi też słuszności wielu założeń modelu propagandy, uznając za koronny przykład działania mechanizmu „fabrykowania przyzwolenia” zachowanie mediów amerykańskich i światowych po zamachach z 11 września 2001 roku.

Przydatność idei i ram pojęciowych ekonomii politycznej w badaniach współczesnych mediów została wystawiona na próbę w obliczu zmian w komunikacji społecznej zachodzących pod wpływem nowych technologii informacyjnych. Nowe media zdają się podważać główne założenia ekonomii politycznej komunikowania. Dotyczy to chociażby własności mediów (ma ona charakter coraz bardziej niezdefiniowany i rozproszony), wynikającej z niej kontroli treści i sposobów dystrybucji przekazu (nowe modele obiegu treści, brak kontroli ze strony rządów i prawa), czy oddziaływania mediów na społeczeństwo<sup>3</sup>.

Temu zagadnieniu autor poświęca osobny rozdział, analizując przydatność teorii ekonomii politycznej komunikowania (powstałych głównie w latach 70. i 80. XX wieku) do wyjaśniania procesów zachodzących w mediach XXI wieku (hipoteza III) oraz zastanawiając się nad faktycznymi skutkami rewolucji technologicznej w mediach (hipoteza IV). Ostrożnie ocenia wpływ tej rewolucji (zwłaszcza internetu) na dystrybucję zasobów materialnych i informacyjnych. Wykazuje, że wielu poprzednim wynalazkom technicznym (np. kolei, łączności telegraficznej, elektryczności, telewizji satelitarnej) przypisywano moc zmieniania świata i nadzieję, że uwolnią ludzi od pracy i konieczności akumulacji dóbr materialnych, powiększą zakres wolności osobistej, zagwarantują pokój i przyczynią się do rozkwitu demokracji. Wszelkim technoutopiom Czapnik przypisuje ahistoryczny i ideologiczny charakter. Powołując się na Neila Postmana<sup>4</sup>, przypomina, że ekonomia polityczna skłania do traktowania technologii nie jako siły sprawczej, ale środka służącego do osiągnięcia innych celów. Dlatego

<sup>2</sup> Zob. A. Nyzio, *Brytyjskie studia kulturowe a polski strach przed polityką*, „Kultura Popularna” 2014, nr 1 (39); tamże, J. Drozda, *Paradygmat emancypacyjny? O możliwym nowym zwrocie politycznym w polskim kulturoznawstwie inspirowanym tradycją CCCS*.

<sup>3</sup> D. McQuail, *Teoria komunikowania masowego...*, dz. cyt., s. 153–156.

<sup>4</sup> N. Postman, *W stronę XVIII stulecia: jak przeszłość może doskonalić naszą przyszłość*, Warszawa 2001.

niezbędna jest analiza politycznych i ekonomicznych determinant zachodzących zmian. Na przykład zadania sobie pytania, czyje problemy może rozwiązać nowa technologia, komu przynieść szkodę, kto dzięki jej zastosowaniu osiągnie korzyści, w tym – zyska władzę ekonomiczną i polityczną. W tym celu przytacza opinie Schillera, że źródłem rewolucji komunikacyjnej (rozwoju przemysłu elektronicznego i komputerowego) są nakłady, które od II wojny światowej Stany Zjednoczone przeznaczały na rozwój przemysłu militarnego. I to właśnie wojsko, służby specjalne i agendy kreowania polityki władzy są głównym beneficjentem nowych możliwości produkcji i rozpowszechniania informacji. Wyciąga problemy, które wiążą się z przejściem do gospodarki informacyjnej: nadmiar informacji, inwigilacja i nadzór, zmiany charakteru produkcji (zastąpienie modelu fordowskiego przez model toyotowski<sup>5</sup>) i organizacji pracy, charakter demokracji, pozycja państwa narodowego, rola korporacji międzynarodowych, funkcjonowanie społeczeństwa. Dokonuje przy tym rozróżnienia między wąsko pojmowanym pojęciem cyfrowego wykluczenia a znacznie szerszym zjawiskiem cyfrowego podziału. Z tej perspektywy analizuje zmiany w zakresie stratyfikacji społecznej, podziału władzy oraz dystrybucji kapitału.

Autor sporo miejsca przeznaczają na zreferowanie skutków rewolucji technologicznej w mediach. Poruszając kwestię odmasowienia mediów, dzięki wzrostowi liczby kanałów dystrybucji treści i różnicowania oferty medialnej, przytacza opinię, że segmentacja rynku mediów służy wyłącznie racjonalizacji przekazu marketingowego oraz utrwaleniu i dziedziczeniu stratyfikacji społecznej. Zwraca uwagę na postępu-

jącą monopolizację i unifikację internetu oraz wykorzystywanie treści tworzonych przez użytkowników przez prywatne firmy. Jako przykład zastosowania w systemie nowych mediów klasycznych kategorii marksistowskiej ekonomii politycznej podaje koncepcję netokracji. Stworzona przez Aleksandra Barda i Jana Soderqvista wizja zakłada, że następną po kapitalizmie formacją społeczną będzie netokracja, w której źródłem władzy i wszelkich podziałów społecznych nie będzie własność środków produkcji, ale prawo posiadania informacji (prawa autorskie, patenty, możliwość kodowania informacji i stawiania zapór sieciowych)<sup>6</sup>.

Prezentowana książka wpisuje się w niezwykle ważny obecnie nurt rozważań na temat przyczyn i konsekwencji zmiany paradygmatu w komunikacji społecznej. Czapnik nie tylko poszerza naszą wiedzę o amerykańskiej ekonomii politycznej komunikowania masowego, ale pozytywnie weryfikuje hipotezę o możliwościach ich wykorzystania w badaniach współczesnych mediów. Jej popularyzatorski i porządkujący charakter sprawia, że trudno będzie ją pominąć podczas różnorodnych analiz międzynarodowego i polskiego rynku medialnego. Praca ma też pewien walor dydaktyczny.

Chwaląc autorski wysiłek i osiągnięte rezultaty, trzeba jednak zauważyć, że nie udało się w niej uniknąć błędów natury redakcyjnej. Autor w zakończeniu powołuje się na nieumieszczony w książce rozdział o aferze Rywina (s. 204), gdy tymczasem znajdujemy go w innej, znacznie wcześniejszej publikacji na temat relacji między władzą, mediami i pieniędzmi<sup>7</sup>.

**Jolanta Dzierżyńska-Mielczarek**

<sup>5</sup> Różnica między tymi modelami polega na zwiększeniu elastyczności produkcji, zdecentralizowaniu zarządzania, wprowadzeniu osobistej odpowiedzialności pracowników za końcowy produkt. Model toyotowski jest odpowiedzią na rosnącą konkurencyjność rynków i różnicowanie potrzeb odbiorców.

<sup>6</sup> A. Bard, J. Soderqvist, *Netokracja. Nowa elita władzy i życie po kapitalizmie*, Warszawa 2006.

<sup>7</sup> S. Czupnik, *Media a afery Rywina: perspektywa ekonomii politycznej komunikowania* [w:] *Media a władza: demokracja, wolność przekazu i publiczna debata w warunkach globalizacji mediów*, red. P. Żuk, Warszawa 2006, s. 99–119.