

Hanna Mamzer

Instytut Socjologii UAM

### **Media masowe jako odzwierciedlenie relacji społecznych.**

Abstrakt

Media masowe, wedle najlepszych swoich założeń miały edukować szeroko rozumiane audytorium odbiorców, dostarczając informacji, stanowiąc współczesną formę agory- miejsce wymiany zdań i opinii równoprawnych partnerów, którzy nie mogą spotkać się w realnych warunkach. Tak opisana funkcja mediów masowych wydawała się sprzyjać integracji społecznej, budowaniu więzi, wzmocnieniu pozytywnych relacji społecznych. To przekonanie, które towarzyszyło powstawaniu mediów masowych wyrażało nadzieję na poprawę relacji społecznych- nadzieje te werbalizowane były przez reprezentantów Szkoły Chicagowskiej. Dzisiaj jednak, mimo swego ogromnego potencjału sprawczego, media nie pełnią tak pozytywnej roli społecznej, jaką mogłyby realizować. Czy jest to działanie etyczne?

Słowa kluczowe: media masowe, etyka, jakość życia, odpowiedzialność

Abstract.

Mass media, created in heterogenic society of United States of America, where fulfilling AT that time specific type of social mission. The main goal set for mass media was to educate society, and create social bonds that will improve integration and social relations. This idealistic expectation expressed in very clear way by Chicago School, was not fulfilled by media. It appeared very soon that, although mass media has enormous potential of shaping social and cultural reality, it is not always focused on improvement of social relations. Nowadays it seems like this goal is totally abounded. This sets serious question- is this ethical approach?

Key words: mass media, ethics, quality of life, responsibility

Media masowe, wedle najlepszych swoich założeń miały edukować szeroko rozumiane audytorium odbiorców, dostarczając informacji, stanowiąc współczesną formę agory- miejsce wymiany zdań i opinii równoprawnych partnerów, którzy nie mogą spotkać się w realnych warunkach. Tak opisana funkcja mediów masowych wydawała się sprzyjać integracji społecznej, budowaniu więzi, wzmocnieniu pozytywnych relacji społecznych. To przekonanie, które

towarzyszyło powstawaniu mediów masowych wyrażało nadzieję na poprawę relacji społecznych- nadzieje te werbalizowane były przez reprezentantów Szkoły Chicagowskiej, zwłaszcza w nurcie zajmującym się socjologią miasta; przez symbolicznych interakcjonistów (np. Herberta Blumera) czy później przez przedstawicieli szkoły frankfurckiej (np. Theodore Adorno i Herberta Marcuse'go). Szybko okazało się jednak, że te postulaty nie są spełniane- w dużej mierze z powodu w jaki funkcjonują media masowe ze względu na swoją specyfikę i coraz wyraźniej ugruntowującą się „filozofię działania”, opartą na założeniu istnienia asymetrii pomiędzy statusem odbiorcy i statusem nadawcy.

W niniejszym tekście prezentuję krótki komentarz skłaniający się ku krytyce komunikacji odbywającej się za pośrednictwem mediów masowych, które kreują niesymetryczną relację pomiędzy nadawcą a odbiorcą. W istocie rzeczy nadawca znajduje się tutaj na pozycji uprzywilejowanej, dominującej, podczas kiedy odbiorcy pozostaje pozycja biernego partnera (?) w tej relacji. Już takie wprowadzenie swoistej hierarchii uniemożliwia dialog między stronami, dzielenie się komentarzami i wymianą spostrzeżeń co jest fundamentem komunikacji (od łacińskiego *communicare*- łączyć, dzielić coś, być w kontakcie z ...). Dodatkowym elementem charakterystycznym współczesnej komunikacji odbywającej się za pośrednictwem mediów masowych, jest wykorzystanie przekazu wizualnego (wykorzystującego obraz), jako tego, który jest stosowany najpowszechniej. Ten rodzaj komunikowania wydaje się szczególnie zasługiwać na krytyczną analizę. Komunikacja za pośrednictwem obrazu<sup>1</sup>, traktowana jest jako opozycyjna w stosunku do tekstualnej oraz rozumianej jako działające zwrotnie: przyczyna i odzwierciedlenie, dominujących obecnie w cywilizacji zachodniej tendencji eskapistyczno-hedonistycznych zapośredniczonych i zdominowanych przez prawidłowości prowadzenia dyskursu narzucone przez media elektroniczne- zwłaszcza przez telewizję.

Dostrzegam przekładanie się tych tendencji komunikacyjnych na istotne zjawiska społeczne w rodzaju dominacji podejścia konsumpcyjnego, braku zinternalizowanej odpowiedzialności, chwiejności systemów normatywnych i dyrektywalnych, niezdolności i niechęci do podejmowania konsekwencji własnych działań, nieumiejętności dotrzymania

---

<sup>1</sup> Komunikację w tym sensie należałoby rozumieć szeroko i nie zawężać jej jedynie do przekazów medialnych. Jest to obszar na tyle duży, że mógłby jednak stanowić temat dla zupełnie odrębnego tekstu. Komunikowanie się za pomocą wizualnych przekazów w wypadku mediów, podobnie jak stosowanie technik badawczych opartych na tzw. Metodologii wizualnej, może być podstawą dla polemiki o charakterze fundamentalnym: jaki rodzaju dyskursu powinien być używany w celu przekazywania treści abstrakcyjnych tudzież konkretnych, o charakterze instrumentalnym.

zawartej umowy/obietnicy- traktowanych jako gwarancja tożsamości podmiotu. Trudno określić co stanowi tutaj skutek, a co przyczynę: w zależności od założonego podejścia media masowe albo odzwierciedlają rzeczywistość, albo ją kreują. Trudno więc wyznaczyć kolejność zachodzenia procesów- z pewnością jednak widać przekładalność na siebie tego co i w jaki sposób jest prezentowane w mediach; z tym w jaki sposób funkcjonuje dzisiaj współczesny człowiek.

W dotychczasowej refleksji humanistycznej, zwykło się przeciwstawiać sobie mowę i tekst (por. Derrida 1999) a niektórzy badacze traktowali komunikację wizualną odbywającą się za pośrednictwem telewizji jako przedłużenie tekstu (por. McLuhan 2004). Tutaj, proponuję przeciwstawienie sobie tekstu i obrazu. W mediach masowych ścierają się dziś ze sobą dwie tendencje, które są wyraźnie odzwierciedlone w sposobach społecznej komunikacji, oraz konsekwencje ich obecności. Te dwie tendencje to posługiwanie się w komunikacji tekstem oraz posługiwanie się obrazem (wizualizacją). Nie jest odosobnionym wśród krytyków współczesnej kultury zachodniej poglądem, iż mamy dziś do czynienia ze wzrastającą dominacją wizualnych form komunikacji. Sądzę, że te dwie tendencje są ze sobą sprzeczne w tym sensie, że nie jest możliwe idealne przełożenie komunikatu wyrażanego za pośrednictwem jednego z analizowanych kodów na komunikat wyrażany za pośrednictwem drugiego sposobu komunikowania. Dowodem na funkcjonowanie takiej prawidłowości może być fakt, że chociaż współlistnieją one ze sobą, a nie zastępują się wzajemnie, to komunikacja wykorzystująca formy wizualne coraz silniej dominuje, odsuwając komunikację tekstualną na margines społeczno- kulturowej praktyki. Należy zauważyć, iż niektórzy badacze koncentrujący swoją uwagę na zagadnieniach dotyczących komunikacji twierdzą, że rozwój mediów ma charakter kumulatywny co oznacza, że stare formy nie zostają wyparte, ale że nowe uzupełniają zasoby już istniejące (por. Goban-Klas 1999). Sądzę jednak, że można takie twierdzenie uznać za prawomocne, tylko w pewnym sensie- to znaczy: teoretyczna możliwość wykorzystywania mniej aktualnych form komunikowania nadal istnieje, ale praktyczny aspekt ich zastosowania jest na tyle trudny, że wręcz (niemal) niemożliwy do zrealizowania<sup>2</sup>. Niemożliwość przekładania na siebie komunikatów o rzeczywistości, wyrażanych za pośrednictwem dwóch różnych form reprezentacji, powoduje powstawanie dysonansu i rozdzwiewku na poziomie społecznym. Komunikowanie się pomiędzy tymi dwoma „światami” kreowanymi przez różne dominujące sposoby reprezentacji powoduje

<sup>2</sup> Np. przesyłanie komunikatów za pośrednictwem znaków dymnych.

nieprzystawalność jednego do drugiego. Prowadzi to do poważnych konsekwencji: utraty możliwości porozumiewania się co do istotnych społecznie kwestii. Podstawową różnicą, którą uznaję za kluczową z punktu widzenia prezentowanych tutaj rozważań, jest ta- że komunikacja tekstualna pozwala na prowadzenie dyskusji (zadawanie pytań i udzielanie adekwatnych odpowiedzi) oraz na zawieranie UMOWY ze światem (także społecznym) i jego reprezentantami, a taka umowa jest gwarantem względnie stałych relacji z otoczeniem, co skutkuje utrwaleniem poczucia ontologicznego bezpieczeństwa (por. Mamzer 2010). Zawarcie umowy jest możliwe o tyle, o ile tekst wyraża *explicite* pewnego rodzaju treści o charakterze abstrakcyjnym. Oczywiście, wiadomym jest, że i one podlegają interpretacjom, nigdy zatem nie są jednoznaczne. Niestety, zawarcie umowy na podstawie komunikacji opartej o obraz nie jest możliwe w ogóle. Możliwość zawarcia umowy poprzez tekst- należy traktować dosłownie ale i metaforycznie- rozumieć ją jako pewnego rodzaju poczucie zobowiązania, wynikające ze specyfiki komunikacji tekstowej, w której poprzez wymianę wypowiedzi dochodzi się do pewnego rodzaju konsensusu co do danej sprawy. Ów konsensus, wspólnie wypracowany przez dwie uczestniczące w wymianie strony, staje się rodzajem obopólnego zobowiązania, w ramach którego oczekuje się, że wszyscy interlokutorzy się z niego wywiążą.

Większość przemian zachodzących w ramach ponowoczesnej zachodnioeuropejskiej kultury, ma swoje korzenie w dominującej współcześnie kulturze i modelach normatywnych powstających w Stanach Zjednoczonych Ameryki. Początki tych zmian należałoby lokować w okresie rewolucji przemysłowej, czasie powstawania i popularyzowania się mediów masowych. W USA, na gruncie heterogenicznych społeczności wielkich aglomeracji miejskich, ujawniły się takie procesy społeczne, które zaowocowały ukształtowaniem się koncepcji masowego odbiorcy a później społeczeństwa masowego: dzięki przemyśleniom Herberta Blumera, zainspirowanym różnicowaniem etniczno- kulturowym w Chicago, ale też skutkami rewolucji przemysłowej: dyspersją odpowiedzialności, wysokim poziomem anomii i anonimowości, wzrostem przestępczości itd. Efekty pracy Blumera szybko zostały przeniesione na grunt komunikacji społecznej posługującej się mediami masowymi. Media masowe dostosowane miały być do uśrednionego, przeciętnego odbiorcy, nie wyróżniającego się poziomem intelektualnym. Taki sposób rozumienia odbiorcy masowego niósł za sobą poważne implikacje, które spowodowały, że komunikacja społeczna odbywająca się za pośrednictwem mediów masowych, właściwie na miano komunikacji nie zasługuje- przynajmniej nie w świetle klasycznych koncepcji

komunikacji, z uwzględnieniem koncepcji działania komunikacyjnego J.Habermasa (por. Mamzer 2004- piszę tam szerzej na temat tego jak media masowe nie-wpisują się w koncepcję działania komunikacyjnego niemieckiego socjologa). Wyraźnie w ten sposób zarysował się rozdzźwięk pomiędzy poziomem intelektualnym nadawcy a poziomem odbiorcy- w tej relacji nie było symetrii, a nadawca występował z uprzywilejowanej pozycji nauczyciela, pouczającego i „oświecającego” odbiorcę. Jak pisał McLuhan: „Techniczne przedłużenia naszego centralnego układu nerwowego, o których mówiłem wcześniej- możliwe dzięki elektroniczności, pogrążają nas w ogólnoswiatowym zbiorniku przepływającej informacji i umożliwiają człowiekowi wtopienie się w całą ludzkość. Samotna i oderwana od społeczeństwa rola człowieka piśmiennego zachodu podlega obecnie nowemu, intensywnemu, głębokiemu procesowi współuczestnictwa, a dzieje się tak za sprawą elektronicznych mediów, co sprawia, że odzyskujemy kontakt z samym sobą, a także z innymi ludźmi. Z drugiej strony fakt, iż przepływ elektrycznej informacji ma charakter natychmiastowy, oznacza raczej decentralizację rodziny- a nie jej powiększenie- w nową formę mnogich istnień plemiennych to zaś ma zaburzać dotychczasową strukturę budowania tożsamości, a to z kolei wywołuje przemoc bo ludzie chcą ją odzyskać” (McLuhan w McLuhan, Zingrone 2001 s.352). Media masowe, zwłaszcza elektroniczne, oparte na komunikacji odwołującej się do obrazu, pogłębiają więc te zmiany, które traktowane były w XIX i XX wieku, jako negatywne społecznie. Przejście w medialnej komunikacji od tekstu do obrazu (zwłaszcza telewizji, ale też Internetu), powoduje, że podmiot traci linearną perspektywę tekstu, obejmującą przeszłość, teraźniejszość i przyszłość i konsekwentnie pokazującą wynikanie jednych zdarzeń z innych, w ciągłym procesie wynikowego następowania po sobie. Telewizja- jak tabloid, mozaika, pokazuje na raz wiele obrazów, które nie są oddzielone od siebie „spacją”. Brak owej spacji, uniemożliwia nadawanie znaczeń w oderwaniu od samego medium: oto medium, jak twierdzili McLuhan i Adorno, nadaje znaczenie przekazowi. Informacje smutne i poważne, nadawane są zaraz po reklamach i przed elementami satyrycznymi- nakładają się na siebie nastroje, nakładają się znaczenia, a szybkość przekazu odbiera czas na refleksję. Media masowe, szybko uzyskały więc pozycję autorytetu przekazującego informacje, ukierunkowującego percepcję, oceniającego i wytyczającego kierunek postępowania. Ma to swoje niezaprzeczalne zalety (szybki dostęp do informacji, możliwość zapoznania się ze zróżnicowanymi poglądami itd.), ale ma też wymiar bardziej negatywny (manipulowanie opinią publiczną, narzucanie ocen).

Taka specyfika mediów masowych oparta jest na cechach kultury amerykańskiej, która nadal jest dla obserwatorów życia społecznego inspirująca i stanowi źródło cennych przemyśleń- wydaje się być empiryczną realizacją zasad postmodernizmu i barwną egzemplifikacją ponowoczesności, ze wszystkimi jej- pozytywnymi i negatywnymi- konsekwencjami. Baudrillard'owskie spostrzeżenia na temat normatywnego i dyrektywalnego systemu proponowanego przez społeczeństwo amerykańskie, wydają się krążyć dookoła jednego wątku przewodniego, jakim jest motyw pustyni (1998). Komentując realia amerykańskie, które stanowią właściwie wzorzec ponowoczesnego świata, Baudrillard pisze: „Dla nich [Amerykanów] ma sens jedynie to co zostaje stworzone lub ujawnione, dla nas- tylko to, co pozostaje pomyślane i ukryte. W Europie nawet materializm jest tylko ideą konkretyzowaną dopiero w Ameryce poprzez wytwarzanie rzeczy, przetwarzanie sposobu myślenia w sposób życia, poprzez ‘kręcenie’ życia w taki sposób, jak wtedy, gdy na planie filmowym słychać: Action! i kamera zaczyna pracować” (Baudrillard 1998 s.113). Amerykanie silniej więc chyba nawet niż Europejczycy dążą do uwidocznienia, ujawnienia i odkrycia tego co było pomyślane, niejawne, nieczytelne. To co widzimy, przemawia, to czego możemy dotknąć, jest prawdziwe. Materialność więc jest tu jeszcze ważniejsza niż konceptualizacja problemu. Stąd być może tak silnie obecna w humanistyce amerykańskiej orientacja na pragmatyzm, na zastosowanie rozwiązań i wiedzy w praktyce; nastawienie na ilościowe badania statystyczne i osobowościowe analizy sytuacyjne- nie idzie o tworzenie modeli ogólnych, o budowanie jakichś generalizacji ale o zastosowanie rozwiązań tu i teraz. Aplikacja jest ważniejsza od teorii: „Ameryka szokuje przybysza nieoczekiwanym współlistnieniem pierwszego poziomu (prymitywność i dzikość) i świata trzeciego typu (*simulacrum* absolutne). Nie ma środka. Dla nas, dla których rzeczywistość drugiego stopnia, czyli refleksja, rozdwojenie, świadomość nieszczęśliwa, zawsze była uprzywilejowana, sytuacja taka jest trudna do pojęcia” (Baudrillard 1998 s.139). Być może, dążenie do uwidocznienia i zmateralizowania problemu, przybiera także postać zwizualizowania go, przedstawienia za pomocą obrazu- nie tekstu; pustynia zaś jest metaforą przestrzeni, w którą emitowany jest przekaz. Czy zostanie odebrany, czy nie, jak zostanie zinterpretowany- to już inna sprawa.

Komunikat przesyłany z ekranów medialnych jest pouczeniem. Telewizor spełnia funkcję autorytetu: Baudrillard powiada, że w amerykańskiej kulturze „Faza video zastąpiła fazę lustra” (1998 s.51). Powyższe spostrzeżenia, sugerują podwójną konotację (poza odwołaniem do teorii

Lacana): lustro odzwierciedlało rzeczywistość, nawet jeśli było krzywe, deformowało to co „obiektywnie rzeczywiste”, jednak zawsze wprost wiązało obraz odbity z obrazem wzorcowym. Video poprzez taflę ekranu, przekazuje coś innego niż odzwierciedlenie otoczenia. Pokazuje przetworzoną, „*proessed*” rzeczywistość nie mającą nic wspólnego z realnością. Druga nasuwająca się automatycznie konotacja to powiązanie z koncepcjami symbolicznych interakcjonistów, zwłaszcza Cooleyowskiej koncepcji lustra, jako metafory odzwierciedlenia własnej tożsamości jednostki, tożsamości nadawanej i zaczerpniętej od społeczności. Faza lustra, zastąpiona fazą video przyjmuje postać projekcji- narzucania się medium, które definiuje tożsamość odbiorcy. To video określa kim jesteśmy za pośrednictwem swojego przekazu. Wrażenie więc możliwości indywidualnego definiowania tożsamości zostaje rozwiane. Nie definiujemy siebie sami, definiują nas inni, dając nam jednocześnie ułudę dawania wolnego wyboru. Dzięki temu nie buntujemy się przeciwko kulturze masowej, ba skłonni jesteśmy uznać, że jest to taka sama kultura jak inna kultura. Kultura „wysoka” jest zaś jedynie ukrytą pod etnocentrycznie nacechowaną etykietą formą przeżyta. „Faza video” jest dla Baudrillarda ewidentnie bardzo nośną metaforą, w innym miejscu pisze bowiem: „Tożsamość jest rozpoznawalną obsesją jestestwa wyzwolonego, ale wyzwolonego w pustce, które już zupełnie nie wie, kim jest (...). Faza lustra ustąpiła miejsca fazie video. Nic nie jest już w stanie uciec przed obrazem, dźwiękiem, przed bezpośrednią simultaniczną świadomością. Nic już nie dzieje się bez udziału ekranu. To już nie lustro. Żywa tożsamość podmiotu zakładała lustro, element refleksji” (Baudrillard 2001 s.68-69). Czy to rzeczywiście jest prawda? Czy rzeczywiście poszukiwanie odpowiedzi na pytanie kim się jest wobec świata, jest bezsensownym zbytkiem?<sup>3</sup> Może jednak Baudrillard nie ma racji- może owo poszukiwanie tożsamości, jest wyrazem poszukiwania bezpieczeństwa, jednoznacznego określenia siebie i swojego miejsca w świecie, w jakiejś bezpiecznej enklawie poza Nieustanną zmianą i przypadkowością. Czy antidotum- wobec tak jednoznacznie określonego poczucia zagrożenia i niepewności mogą stanowić propozycje sformułowania postawy oporu hermeneutycznego, powrotu do autorytetu i oparcie na dotrzymywanej obietnicy?

Baudrillard podkreśla, że współczesną komunikację charakteryzuje przerost fatyczności (Baudrillard 2005 s.161)- nie chodzi o takie przekazywanie informacji, które ma spełniać jakieś

<sup>3</sup> „Tożsamość jest patetycznie absurdalnym marzeniem. Marzymy o byciu sobą kiedy nie mamy nic lepszego do roboty (...). Niestety dzisiaj nie walczymy już o niepodległość czy chwałę- walczymy o tożsamość. (...). Niepodległość była przygodą, tożsamość wiąże się z bezpieczeństwem” (Baudrillard 2001 s.67).

użytkowe funkcje. Komunikowanie się często zyskuje status procesu podtrzymania samego faktu bycia w kontakcie, traci wszelki sens „bycia w związku z kimś” - nie chodzi już o to by przekazać czy zdobyć jakiegokolwiek informację, ale żeby uzyskać potwierdzenie bycia w sieci<sup>4</sup>. Podłączenie do sieci zastępuje w ten sposób faktyczną komunikację. Już to powinno nas nastawiać do „komunikacji” krytycznie. Po drugie- odbiorca masowy, konsument komunikatów przekazywanych medialnie jest, jak twierdzi Baudrillard, urządzeniem klonującym, powielającym bezrozumnie zachowania, schematy i pseudowartości, a w tym procesie klonowania nie jest potrzebna obecność Innego. Masy, „Niepodatne na nakazy z zewnątrz, tworzą zintegrowane obwody narażone na manipulację (automanipulację) i uwiedzenie (samouwiedzenie)” (Baudrillard 2005 s.161). Te dwa spostrzeżenia, wskazują nie tylko fakt łączenia mas odbiorców z mediami, ale także fakt łączenia ich za pośrednictwem procesu UWODZENIA, co Baudrillarda oburza. Uważa on, że jest to niesłychane spłyconie uwodzenia jako fenomenu, który poddaje szczegółowej analizie: „Uwodzenie staje się niewiarygodnie spłycone i odwiedzone od swego dosłownego znaczenia zakładającego urok i śmiertelne oczarowanie, ostatecznie zaczyna oznaczać socjotechniczny smar wygładzający wszystkie relacje- gładką semiurgię i *soft* technikę” (Baudrillard 2005 s.171).

W świetle rozważań prowadzonych przez Baudrillarda amerykańska pustynia relacji społecznych kreuje sytuację, w której nie tylko uczestnicy praktyk „komunikacyjnych” realizowanych za pośrednictwem mediów masowych nie są dla siebie partnerami, ale wręcz są sobie przeciwstawiani. W tym sensie, porozumienie między nimi wydaje się niemożliwe- staje się to jeszcze bardziej wyraźne, jeśli wykorzystać koncepcję D.Davidsona, w której: „(...) pozycja honorowa przysługuje wzajemnie interpretującym się osobom, które obcuja ze sobą w publicznej czasoprzestrzeni. W zmieniających się nieustannie kontekstach sytuacyjnych (...), osoby te zawierają mowne transakcje. Za poszczególnymi aktami wymiany słownej stoją transcendentne wobec języka cele- pozajęzykowe intencje, motywy i zamiary przyświecające rozmówcom w podejmowaniu czynności” (Jarzewicz 2003 s.128). Wydaje się jednak, że we wzajemnej relacji nadawcy i interpretatora zachodzi swego rodzaju niesymetryczność. Nadawca

<sup>4</sup> W tym sensie fenomenalnym jest sposób działania Facebooka- jeśli potraktować go jako ilustrację opisywanej prawidłowości, łatwiej zrozumieć dlaczego użytkownicy tak chętnie z tego narzędzia korzystają. Potwierdzenie bycia w sieci, jest tutaj unaocznione: poprzez posiadanie znajomych zaliczanych do kręgu „przyjaciół”, poprzez bycie osobą interesującą dla odbiorców- widoczne np. w formie liczby osób „obserwujących” ale także poprzez widoczny dla będących w sieci wizualny znak określający stan „bycia on-line”. Nie chodzi więc o samą komunikację, chodzi właśnie o „bycie w sieci kontaktów”.



nadaje komunikat po to, by interpretator był w stanie odczytać intencje nadawcy. W takim przypadku interpretator i nadawca powinni zajmować pozycje o takim samym potencjale poznawczym. Żegleń (1996 s.18) twierdzi, że w tej sytuacji interpretator dysponuje lepszym potencjałem poznawczym niż nadawca, jest bowiem wyposażony w metajęzyk. Wydaje się jednak, że w przypadku omawianego rodzaju komunikacji perswazyjnej, zakres dostępu interpretatora do metajęzyka jest uwarunkowany rodzajem odniesień przedmiotowych, którym posługuje się nadawca. Jeśli posługuje się nim sprawnie, „zmusza” odbiorcę do zastosowania określonego rodzaju metajęzyka.

Davidson zakłada, że zrozumienie komunikatu jest możliwe jedynie przy przyjęciu zasady życzliwości, która obowiązując wszystkie strony dyskursu, minimalizuje obszary obcości poprzez założenie istnienia logiczności i spójności wypowiedzi drugiej strony. Przyjęcie zasady życzliwości jest zdecydowanie niezbędne w ramach takich form komunikacji, które za cel stawiają sobie uzyskanie porozumienia. Czy identycznie ma się rzecz w przypadku komunikacji służącej tylko komunikowaniu (zakomunikowaniu lub perswazji), za którą należy uznać komunikację odbywającą się z udziałem mediów ery Marconiego? Wydaje się, że w tego rodzaju komunikacji, stawiane jej cele mają inny charakter niż realizacja wartości porozumienia- do głosu dochodzą instrumentalne cele, które nie są wyrażane w akcie komunikacji wprost.

W koncepcji Donalda Davidsona przyjmowane jest założenie, że język stanowi pewien zestaw umownych znaków. Teoria języka prowadzi więc do wyjaśniania, w jaki sposób za pośrednictwem języka dochodzi do porozumiewania się ludzi. Koncepcja ta czerpie w znacznym stopniu z założeń gramatyki generatywnej Noama Chomskiego. Aspekt najbardziej mnie interesujący określa Davidson mianem interpretacji radykalnej, która wyjaśniać ma, w jaki właśnie sposób dokonywane są w trakcie komunikacji interpretacje pozwalające dojść do porozumienia interlokutorów. „Rozumienie mowy drugiego człowieka zawsze pociąga za sobą radykalną interpretację” (Davidson, 1992 s.96). Stawiając pytanie o to, jakiego rodzaju wiedza jest niezbędna do interpretowania przekazów, Davidson odpowiada, że zdecydowanie niesatysfakcjonujące jest przyjęcie założenia, że interpretacji komunikatu dokonać można w oparciu o znajomość znaczenia poszczególnych wyrażen<sup>5</sup>. Przyjmuje także, że do uzyskania porozumienia nie jest konieczne władanie tym samym językiem ani znajomość jakiegoś

<sup>5</sup> W odniesieniu do pytania jak ma się w stosunku do języka kod wizualny, pojawia się tu więc sugestia, że nie wystarczy znajomość znaczeń nadawanych poszczególnym wizualnym reprezentacjom, a potrzeba czegoś innego.

ustalonego i zamkniętego zbioru wyrażen, podzielanych przez uczestników procesu komunikacji. Nie jest także niezbędna znajomość konwencji przyjmujących charakter zamkniętego, skończonego zbioru. Aby zatem w ramach komunikacji językowej dojść mogło do porozumienia, interlokutorzy muszą posiadać pewnego rodzaju kompetencje. Davidson zaś, kompetencje określa mianem teorii, wyróżniając teorię uprzednią (poprzedzającą- *prior theory*) i ewoluującą teorię interpretującą (ewoluująca- *passing theory*). „Teorie obu rodzajów konstruuja tak mówca, jak słuchacz- wzajemni interpretatorzy. Teoria uprzednia pierwszego z nich zakłada istnienie teorii uprzedniej drugiego: mówca posiada pewne przekonania na temat uprzedniej teorii interpretatora, tj. tego wszystkiego, z czym słuchacz przystępuje do aktu interpretowania mówcy. Podobnie ma się rzecz z teorią przejściową: mówca wypowiadając zdania, czyni to z zamiarem użycia przez słuchacza pewnej teorii interpretacji. Osoba mówiąca, nie tylko zakłada pewien zestaw przekonań, które jak sądzi, składają się na teorię uprzednią słuchacza, ale też dąży do tego, by słuchacz zrozumiał ją w określony sposób. Teoria przejściowa słuchacza to aktualnie używana teoria interpretacji, okazjonalny sposób rozumienia” (Jarzewicz 2003 s. 121). Ewoluuująca teoria interpretacji jest stosowana przez każdą ze stron, zaangażowanych w komunikację w odniesieniu do wypowiedzi partnera, celem jego zrozumienia: „Oдноśne dwie teorie, złożone z hipotez na temat reguł stosowanych przez interlokutora, ewoluują stopniowo, a ponieważ każda ze stron konwersacji stara się dostosować do reguł drugiej strony, przeto teorie te coraz bardziej upodabniają się do siebie” (Kmita 1995 s.149). Z takiej propozycji wynika założenie, że do zrozumienia komunikatu formułowanego przez interlokutora niezbędna jest zbieżność oczekiwań interpretacyjnych; a przynajmniej intencja takiego uprecyzyniania komunikatu, która ogranicza możliwości dokonywania licznych interpretacji. W konkluzji należałoby przyjąć, że koncepcję komunikacji potocznej Donalda Davidsona daje się zastosować w przypadku posługiwania się kodem wizualnym, jednak przy założeniu, że celem takiej komunikacji ma być porozumienie a nie perswazja.

Dwie wskazane powyżej koncepcje (Baudrillarda i Davidsona<sup>0</sup> oraz wybrane spostrzeżenia z przemyśleń Blumera i McLuhana, wskazują na specyfikę współczesnych mediów masowych. Otóż przynajmniej w świetle tych rozważań warto pochylić się nad następującymi pytaniami: czy media masowe rzeczywiście KOMUNIKUJĄ się z odbiorcą (czy może jedynie mu PERSWADUJĄ)? Jakie założenia o fundamentalnym charakterze leżą u podstaw funkcjonowania mediów masowych (równość czy asymetria statusów odbiorcy i nadawcy)? I

wreszcie- w jakim stopniu media odzwierciedlają a w jakim tworzą rzeczywistość społeczną? Na koniec: ile odpowiedzialności za kreowanie świata w którym żyjemy biorą na siebie media masowe?

### **Literatura.**

- Baudrillard J. (1998). *Ameryka*. Warszawa. Wydawnictwo Sic.
- Baudrillard J. (2001). *Rozmowy przed końcem*. Warszawa. Wydawnictwo Sic.
- Baudrillard J. (2005). *O uwodzeniu*. Warszawa. Wydawnictwo Sic.
- Davidson D. (1992). *Eseje o prawdzie, języku i umyśle*. Warszawa. Wydawnictwo Naukowe
- Derrida J. (1999). *O gramatologii*. Warszawa. Wydawnictwo KR
- Fraser N., Nicholson L.J. (1990). *Social Criticism without Philosophy. An Encounter between Feminism and Postmodernism*. W: Nicholson L. (red.) *Feminism/Postmodernism*. Routledge.
- Goban-Klas T. (1999). *Media i komunikowanie masowe*. Warszawa. Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Jarzewicz A. (2003). *Donald Davidson i Georg'a Herberta Meada ujęcia komunikacji potocznej*. W: A.Pałubicka, A.Kowalski (red.) *Konstruktywizm w humanistyce*, s. 119-135. Bydgoszcz. Oficyna Wydawnicza Epigram.
- Kmita J. (1995). „Naturalistyczne” ujęcie języka a wydarzenia mentalne; kulturoznawcze implikacje opozycji „mind-body”. W: E.Czerwińska (red) *Wartość i świadomość w filozoficznej drodze*, s.135-150. Poznań. Wydawnictwo Naukowe UAM.
- Mamzer H. (2004). *Specyfika przekazów medialnych w kontekście Habermasowskiego działania komunikacyjnego*. W: A.Dobosz, A.Pałubicka (2004) (red.) *Umysł i kultura* s.129-141. Bydgoszcz: Epigram.
- Mamzer H. (2005). *Czy kod wizualny jest językiem?* W: K.Zamiara (2005) (red.) *Kultura, komunikacja, podmiotowość*. Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM, s.89-105.
- Mamzer H. (2010). *Poczucie bezpieczeństwa ontologicznego. Uwarunkowania społeczno kulturowe*. Wydawnictwo Naukowe UAM. Poznań.
- McLuhan E., Zingrone F. (2001). *Marshall McLuhan Wybór tekstów*. Poznań. Zysk i S-ka.
- McLuhan M. (2004). *Zrozumieć media*. Warszawa. Wydawnictwa Naukowo- Techniczne.
- Żegleń U. (1996). *Wstęp*. W: U.Żegleń (red.) *Dyskusje z Donaldem Davidsonem o prawdzie, języku i umyśle*, s. 9-33. Lublin. Towarzystwo Naukowe KUL.