



SENIOR NA UNIWERSYTECIE

Najbardziej znanym określeniem mediów jest sformułowanie **środki społecznego (masowego) przekazu, komunikowania**. Jest to najprostsza definicja, istnieją jednak także trochę bardziej rozbudowane wyjaśnienia terminu. Jedna z definicji mówi, że media to *„instytucje, które dążą do przekazania różnego rodzaju informacji do swoich odbiorców, którymi są członkowie społeczeństwa”*.

Zgodnie z wymienionymi stwierdzeniami możemy mediami nazwać różnego rodzaju nośniki informacji, które docierają do określonych odbiorców. Media, ze względu na duży stopień oddziaływania na opinię publiczną, często bywają również **„czwartą władzą”**.

Metafory mediów (mediacji):

- okno (na świat i przeżycia innych)
- zwierciadło (wierne odbicie wydarzeń)
- filtr (selekcja)
- drogowskaz/interpretator (nadawanie sensów)
- forum/scena (przestrzeń publicznej debaty)
- ekran/bariera (fałszywy obraz, oddzielenie od rzeczywistości, np. przez rozrywkę lub propagandę)

Goban-Klas (1999), McQuail (1994)

Media zawsze są w pewien sposób powiązane ze strukturą władzy politycznej i gospodarczej.

Media wymagają nakładów finansowych i posiadają wartość ekonomiczną, są przedmiotem dostępu w zakresie kontroli i dostępu, są poddane regulacjom politycznym, ekonomicznym i prawnym.

Potencjalna siła mediów:

- przyciąganie i kierowanie uwagą społeczną
- zmiana opinii i poglądów poprzez przekonywanie
- wpływanie na zachowania ludzi
- strukturalizacja definicji rzeczywistości
- przypisywanie statusu i legitymizacja władzy
- informowanie szybkie i powszechne

Potencjalna władza mediów:

- kto kontroluje media i w czym interesie?
- czyja wersja świata (rzeczywistości) jest w nich przedstawiana?
- jak efektywne są media w osiąganiu swoich celów?
- czy media masowe promują większą czy mniejszą nierówność w społeczeństwie?

2 modele – skrajne typy siły mediów	Dominacja	Pluralizm
Źródło inspiracji	Klasa rządząca, dominujące elity	Różnorodne grupy społeczne, polityczne...
Własność	Monopol własności, jednolity typ	Różnorodne formy i typy własności
Produkcja	Standaryzowana, kontrolowana	Twórcza, wolna, oryginalna
Treść i światopogląd	Jednolita, kontrolowana odgórnie	Różna, konfliktowa, inspirowana oddolnie
Publiczność	Zależna, pasywna, masowa	Selektywna, rozproszona, aktywna
Efekty	Silny wpływ i utrwalanie panującego porządku	Liczne, bez jednolitego wzoru, a często bez wpływu

Teoria społeczeństwa masowego (Mills – 1956, Kornhauser – 1968):

- wielkie społeczeństwo
- zatomizowana publiczność
- scentralizowane media
- jednokierunkowy przekaz
- ludzie zależą od mediów
- media używane do manipulacji i kontroli

Funkcjonalistyczna teoria mediów (Merton – 1957, Murphy – 1976, Gans - 1979): podstawowe znaczenie mediów dla społeczeństwa:

- integracja
- kooperacja
- ład, kontrola, stabilność
- adaptacja do zmiany
- mobilizacja
- zarządzanie kryzysami
- kontynuacja kultury i wartości

Krytyczna teoria polityczno-ekonomiczna (Smythe – 1977, Ferguson - 1990):

- ekonomiczna kontrola i logika rynku są decydujące
- media dążą do koncentracji
- rozwija się globalna integracja mediów
- zawartość i publiczność ulegają „utowarowieniu”
- różnorodność zmniejsza się
- opozycyjne i alternatywne głosy są marginalizowane
- interes publiczny w komunikowaniu zostaje podporządkowany prywatnym interesom

Zasady funkcjonowania mediów:

Stopień swobody mediów jest powiązany z ogólnym stopniem swobody społecznej

Przekazy odtwarzają i współtworzą wartości dominujące w danym społeczeństwie, ukazują rzeczywistość (lepiej lub gorzej) przez pryzmat wartości.

Zależność skuteczności mediów od systemów normatywnych (formalnych – prawo lub nieformalnych – kultura) – czy propagowane wzory są zgodne czy sprzeczne z nastawieniami społecznymi