

## CZŁOWIEK W MEDIALNYM LABIRYNCIE

*Red. Krzysztof Guzek, Małgorzata Laskowska, Dom Wydawniczy ELIPSA, Warszawa 2011.*

**K**siążka *Człowiek w medialnym labiryncie* pod redakcją naukową Krzysztofa Guzka i Małgorzaty Laskowskiej (2011) jest zbiorem artykułów napisanych w większości przez młodych pracowników naukowych, zajmujących się różnymi dyscyplinami, m.in.: dziennikarstwem, filozofią, kulturoznawstwem, psychologią, socjologią i teologią. Autorzy postawili sobie pytania dotyczące kondycji współczesnego człowieka żyjącego w zawiłym, szybko rozwijającym się i podlegającym zmianie świecie mediów. W poszczególnych artykułach Autorzy zastanawiali się, w jaki sposób człowiek interpretuje media masowe, czy wyznaczają one jego system wartości, czy istota ludzka ma poczucie wolności czy ubezwłasnowolnienia w kontakcie z mediami, czy potrafi ona odnaleźć się w rzeczywistości wirtualnej, czy wręcz przeciwnie, czuje samotność, lęk i zagubienie. Podjęcie odpowiedzi na pytania z perspektywy różnych dyscyplin naukowych, daje Czytelnikowi wielowymiarowy obraz dotyczący funkcjonowania człowieka w *medialnym labiryncie*. Autorzy nie narzucają odbiorcy swoich poglądów, nie próbują go edukować, ale prowokują do refleksji, prowadzą przez zawiły *labirynt* pojęć do celu – uzyskania odpowiedzi dotyczącej wpływu na człowieka procesów medialnych zachodzących w popkulturowym świecie.

Książka *Człowiek w medialnym labiryncie* jest zbudowana z czterech części, które zawierają po trzy ułożone tematycznie artykuły.

W pierwszej części publikacji Autorzy skupili się tematach dotyczących systemu wartości współczesnego człowieka, jego moralnej tożsamości i błąkania się między potrzebą wolności a medialnym zniewoleniem.

Krzysztof Guzek w artykule *Człowiek zagubiony w świecie wartości* podjął tematykę dotyczącą kryzysu rozumienia wartości z teologicznego punktu widzenia. Uznał, że dogmatem współczesności jest zmiana, a wartościom odpowiadają antywartości. Według Autora zagubienie, odczucie wewnętrznego chaosu wynika z nieumiejętności precyzyjnego określenia, czym jest wartość. W świecie czyhających pokus, zagrożeń, w którym nic nie jest pewne i stałe, człowiek nie potrafi odróżnić dobra od zła. Dlatego często w swoich działaniach odwraca się od Boga – Absolutu, sam chce być twórcą i stwórcą razem. Wartości stają się pustymi pojęciami, którymi się żongluje na potrzeby własnego interesu. Subiektywizm wartości prowadzi do dowolności ich interpretacji, chaosu pojęciowego, do świata, w którym nie ma jasno określonych zasad, a technika ma prymat nad moralnością. Czy jest jakiś ratunek dla człowieka? Autor uważa, że mogą nim być: miłość, zaufanie i wiara w Boga.

Z kolei Sylwia Wieliczko w tekście filozoficzno teologicznym *Między pełnią wolności a zniewoleniem* podjęła dywagację na temat dramatu człowieka, który pragnie

wolności, a jest stale zniewalany przez media. Staje się ich niewolnikiem. Według Autorki wolność w świecie ponowoczesnym jest podstawową i nadrzędną wartością. Człowiek został w pewien sposób na nią skazany i powinien sobie z nią poradzić. Wieliczko próbowała pokazać relację między wolnością nowoczesną a ponowoczesną odwołując się do neomanicheizmu Józefa Tischnera i do poglądów Zygmunta Baumana, dla którego ponowoczesność to wolność bez iluzji. Człowiek ponowoczesny jest uwikłany w sieć zależności z jednej strony i możliwości z drugiej. Kluczy między wolnością a zniewoleniem. Jest świadomy, że ma wiele możliwości, wszystko jest dostępne, ale z drugiej strony wie, że nie może z wielu dóbr skorzystać. Taka sytuacja jest trudna do zniesienia, przez co człowiek musi nieustannie wybierać i dokonywać ocen. Może stać się niewolnikiem samego siebie, ograniczając się wyłącznie do własnych pragnień. Według Autorki, aby wolność nie stała się przekleństwem, powinno się najpierw przyjąć odpowiedzialność i w jej obrębie budować wolność.

Kolejną Autorkę, Magdalenę Bylińską interesuje moralna tożsamość współczesności w kontekście mediów (*Media wobec pytania o moralną tożsamość*). Odwołuje się ona do stworzonego przez papieża Jana Pawła II pojęcia „kultura śmierci”, która jest przekazywaniem mentalność przeciwnej życiu. „Kulturę śmierci” propagują media, którym człowiek ulega, pozwalając się zniewolić. Bylińska uważa, że zwłaszcza komunikowanie medialne podważa społeczne zaufanie, wprowadza chaos i dezorientację. Jest ono często powierzchowne, nieobiektywne, tendencyjne. Komunikowanie medialne narzuca opinię i manipuluje prawdą. Wnioskiem wynikającym z tekstu jest to, że nie należy traktować mediów jako samorzutnie działających sił natury, nad którymi ludzie nie mają kontroli. Są one jedynie narzędziami, o których decyduje człowiek, dlatego należy pokazać i podkreślać pozytywną stronę mediów, które mogą spełniać misję ewangelizacji.

W drugiej części książki Autorzy podjęli problematykę uzależnienia człowieka od konsumpcji. Według Kingi Cybulskiej ludzie są zniewoleni przez marki produktów (*Człowiek zagubiony w wartościach marki*), które złudnie pomagają im tworzyć luksusowy świat. Poprzez stosowanie różnorodnych technik manipulacji, trików sprzedający mają wyzwolić w konsumentach pożądanie produktu. Autorka przedstawiła podział produktów oparty na charakterystyce zakupu i konsumpcji danego towaru (wymiar użyteczny, hedonistyczny, symboliczny). Kupujemy to, co jest nam potrzebne, co sprawia przyjemność i to, co podnosi prestiż. W znaczeniu symbolicznym marka zostaje przeniesiona na osobę, która ją posiada i wpływa na to, jak jest oceniana przez innych. Przez konsumpcję człowiek kreuje własny wizerunek, marka wyznacza status społeczny, sprzedaje styl życia, staje się elementem samorealizacji. Jediną nadzieję w przewidywaniu tego, Autorka widzi w edukowaniu młodych konsumentów.

Również Monika Przybysz w artykule „Koszykarze”. *Konsumenci uwikłani w „sieć” merchandisingu* zajęła się zjawiskiem konsumpcjonizmu i zakupoholikami, których nazwała „koszykarzami” od czynności pchania sklepowych koszy. Autorka poddała analizie grupę zabieganych, wydających z łatwością pieniądze konsumentów, którzy marnują wolny czas na zakupach w marketach – świątyniach konsumpcji a także kupując w Internecie. Oglądają towary, porównują ceny, dają się mamieć promocjami,

przez co kupują impulsywnie, nabywają niepotrzebne towary. Przybysz wytłumaczyła pojęcie *merchandisingu*, opisując je jako skuteczne sprzedawanie, bez ponoszenia dodatkowych kosztów, którym jak w sieć łapią klientów sprzedający. Zakupy mają być łatwe, szybkie, tanie, przyjemne, a koszyk pełny.

Z kolei Radosław Bomba w tekście *Zagubieni w cyfrowym świecie?* podjął problem funkcjonowania człowieka w rzeczywistości wirtualnej. Autor dokonał analizy zjawiska urealnienia rzeczywistości wirtualnej i związanych z tym kulturowych i społecznych implikacji. Swoje rozważania ilustrował przykładami ze świata gier komputerowych i światów wirtualnych. Bombę interesuje przenikanie realności z wirtualnością i konstytuowanie się swoistej przestrzeni dyfuzji, intermedialności, zarazem świata wirtualnego i realnego. Dokonał analizy sfery cielesnej, gospodarki, nauki i pokazał, jak wpisują się one w media cyfrowe, rekonfigurując ich dotychczasowy, stabilny charakter. Autor prześledził również rozwój postmodernizmu, od hipperrealności do realnej wirtualności. Radosław Bomba jest współorganizatorem i pomysłodawcą projektu *Nauka w Second Life* z 2009 r., którego zasadniczą ideą była próba wykorzystania potencjału naukowego i edukacyjnego wirtualnego środowiska świata Second Life.

W artykułach w trzeciej części publikacji Autorzy podejmują tematy związane z: zagubieniem człowieka w nowomowie, współczesnymi problemami funkcjonowania we wspólnocie oraz wpływem kultury medialnej na kulturę umysłową.

Aleksandra Sójko w tekście *Zagubienie człowieka we współczesnej nowomowie* dokonała analizy nowomowy w kontekście mediów masowych. Według niej, nowomowa prowadzi do zagubienia człowieka w interpretowaniu pojęć, ubóstwa i spłykania języka. Poprzez nacechowanie emocjonalne narzuca ona odbiorcom interpretacje. Często nie jest ważne, co dane słowo znaczy, ale jakie kwalifikatory się z nim wiążą. Media posługują się językiem ezopowym, w którym nie do końca opisuje się fakty, nie wyjaśnia rzeczywistości tylko sugeruje odbiorcy znaczenie w sposób utajony lub pośredni, przez co dochodzi do deformacji rzeczywistości. Według Autorki jedyną drogą do walki z nowomową medialną jest jej uświadomienie i nie traktowanie w sposób dosłowny.

Czy w świecie ponowoczesnym jest miejsce na wspólnotę? Czy jest potrzeba obecności mitu, który wyjaśnia świat, reguluje zachowania w grupie i ją wzmacnia? Nad tymi pytaniami zastanawiał się Tomasz Prusiński w artykule *Ucieczki przed wspólnotą i powroty na jej łono*. Autor uważa, że współcześnie mit jako wspólnotowe narzędzie rozumienia świata został odrzucony, ponieważ pojęciu wspólnoty nadano inny sens. Ma ona dziś charakter czysto pragmatyczny, a stosunek jednostki do wspólnoty balansuje na granicy arogancji i cynizmu. Człowiek znudził się wspólnotą, ponieważ był w niej podmiotem. Najważniejsza stała się nie wspólnota, ale własne „ja”. Jednak, według Autora skupienie się wyłącznie na sobie spowodowało lęk, samotność i potrzebę poszukiwania nowych więzi w grupie. Dziś wspólnotowość jest odkrywana na nowo, a to znaczy, że pojawia się miejsce na mit.

Interesującym artykułem jest tekst Małgorzaty Laskowskiej *Zagubiony umysł. Wpływ kultury medialnej na kulturę umysłową*, w którym Autorka skupiła się na ważnym, ale rzadko poruszonym zjawisku kulturowym i społecznym – zagubieniu umysłu

w kulturze medialnej. Rozumiane jest ono jako utrata kontaktu z własną rozumowością i zanikanie społecznej kultury umysłowej. Autorka zauważyła sprzeczność we współczesnym głoszeniu kultu rozumu, szczytu intelektualnej możliwości człowieka, a jego słabą kondycją umysłową. Zadała sobie i Czytelnikowi pytanie, czy dzięki technice człowiek staje się lepszy, mądrzejszy, szczęśliwszy, ma poczucie większego bezpieczeństwa? Czy postępy technologiczny i cywilizacyjny są również postęпами wiedzy, umysłu? Odpowiedzi są negatywne. To nie człowiek panuje nad techniką, ale ona nad nim. Jest zwolniony z myślenia mając narzędzia techniczne. Jego „telewizyjno-komputerowy” umysł nie podejmuje refleksji, szukania prawdy, jest umysłem zagubionym. Autorka ma jednak nadzieję, że poprzez wzbudzenie w społeczeństwie refleksji nad rolą i miejscem kultury umysłowej, poprzez wychowywanie, można wrócić na drogę poprawnego myślenia.

Ostatnia, czwarta część publikacji *Człowiek w medialnym labiryncie* zawiera artykuły, w których prezentowane są inne przykłady zagubienia współczesnego człowieka: poprzez cyberkulturę oraz muzykę rozrywkową niosącą negatywne, destrukcyjne treści. Ostatni artykuł książki dotyczy mediów jako narzędzi humanizacji w świetle 73. numeru encykliki Benedykta XVI „*Caritas in veritate*”.

W artykule *Zagubione ciało. Cyberkultura a tożsamość osoby* Piotr Drzewiecki podkreślił, że współczesna postać lęku technologicznego jest związana z rozwojem cyberprzestrzeni. Autor uważa, że głównym problemem nowej cyberkultury jest możliwość dowolnego konstruowania swojej tożsamości w świecie wirtualnym w oderwaniu od fizycznych ograniczeń. Podobnie jak inni Autorzy, Drzewiecki dostrzegł, że technologia jest źródłem niepokojów kulturowych, implikuje nowy rodzaj myślenia, co może zakłócić kulturowy i pokoleniowy przekaz wartości, ale jest ona także darem, ponieważ powoduje rozwój i postęp. Coraz częściej dostrzegamy przejawy integracji świata realnego i wirtualnego. Według Autora nie są to światy przeciwstawne, ale komplementarne. Posługuje się on pojęciami: cyberutopia, cyberidealizm, które można traktować jako pierwszy etap adaptacji cyberprzestrzeni w kulturze. Drzewiecki uważa, że cyberprzestrzeń zintegrowana z rzeczywistością będzie wymagać dostosowania i przygotowania do zmian, dlatego należy wprowadzić nową koncepcję wychowania i kształtowania, którą można określić mianem cyberpedagogiki.

Z kolei Grzegorz Łęcicki w artykule *Destrukcyjne elementy współczesnej muzyki rozrywkowej jako przekazu medialnego* zajął się głównie analizą muzyki rockowej jako komunikatu medialnego, który niesie negatywne treści. Autor wyszedł od wyjaśnienia na przykładach kulturowej istoty śpiewu i muzyki oraz ich znaczenia w religii chrześcijańskiej. Następnie skupił się na muzyce współczesnej jako fenomenie kultury popularnej, która dzięki wynalazkom technicznym w dziedzinie komunikacji społecznej i mass mediów, umożliwiła zapisywanie, odtwarzanie i przekazywanie dźwięków na odległość. Według Łęcickiego muzyka jest jedną z najskuteczniejszych manifestacji kultury popularnej. Stała się wyrazem buntu oraz kontestacji tradycyjnych wartości moralnych i religijnych. Muzyka powoduje dominację emocji nad rozumem i fałszywą wizję wolności. Mass media przekazując ją, przyczyniają się do rozpowszechniania antywartości. Autor traktuje muzykę rockową jako nośnik treści destrukcyjnych, elemen-

tów demonicznych i wizji zła. Uważa, że ludzie fałszywie utożsamiają autorytety i artystów z idolami, a identyfikowanie idola z autorytetem powoduje chaos poznawczy i etyczny. Treść przekazu fonograficznego jako specyficznego przekazu medialnego, nie jest moralnie obojętna, ponieważ stanowi nośnik określonych treści mających konkretny wymiar etyczny, czasem destrukcyjny.

Ostatni artykuł – *Media narzędziem humanizacji w świetle 73. numeru encykliki Benedykta XVI „Caritas in veritate”* autorstwa Ks. Andrzeja Adamskiego jest jakby podsumowaniem dywagacji na temat zadań mediów. Encyklika stanowi ważny głos Kościoła w popkulturowym świecie. Papież Benedykt XVI odnosząc się do kwestii postępu, jeden z punktów poświęcił roli i zadaniom mediów we współczesnym świecie, co według Autora powinno stać się przedmiotem zainteresowania medioznawców. Media masowe mają przede wszystkim służyć humanizacji. Autor zajął się zdefiniowaniem słowa *humanizacja* i odpowiedzią na pytanie, w jakich kontekstach papież wcześniej używał tego pojęcia. Zauważył także, że papież Benedykt XVI nie zdefiniował humanizacji, wychodząc z założenia, że powinno być ono oczywiste dla odbiorców jego nauczania. Dlatego Ks. Adamski odniósł się również do definicji humanizacji autorstwa papieża Jana Pawła II, która pomogła wyjaśnić, że humanizacja to harmonijny, celowy, zrównoważony rozwój człowieka we wszystkich sferach jego życia. Powinno się to dokonywać nie przez rozwijanie technicznych możliwości mediów, ale przez ich ukierunkowanie na takie wartości jak: godność, prawda, dobro. Należy szukać celu i sensu mediów w fundamentach antropologicznych. Papież Benedykt XVI nazwał utopijnymi teorie głoszące, że postęp szkodzi ludzkości, podkreślił wartości techniki, ale przestrzegął, że nie może stać się ona ideologią samą w sobie. Musi mieć zawsze odniesienie do wartości absolutnych w tym prawdy.

Czytelnik kierując się różnymi spojrzeniami Autorów na temat istoty ludzkiej w *medialnym labiryncie*, sam może „zbudować” obraz współczesnego człowieka z jego kodeksem moralnym, wątpliwościami, nałogami, lękami. Z artykułów jawi się pesymistyczny obraz postnowoczesnej rzeczywistości, ludzi zagubionych w świecie reklamy, konsumpcji, marek, którzy nie potrafią odróżnić dobra od zła, tracą właściwe rozeznanie w rzeczywistości. Jednak jest nadzieja na „uratowanie” człowieka, głównie przez edukację medialną, cyberpedagogikę, wiarę w Boga i sens wspólnoty.

***Dr Edyta Jarosz-Mackiewicz***