

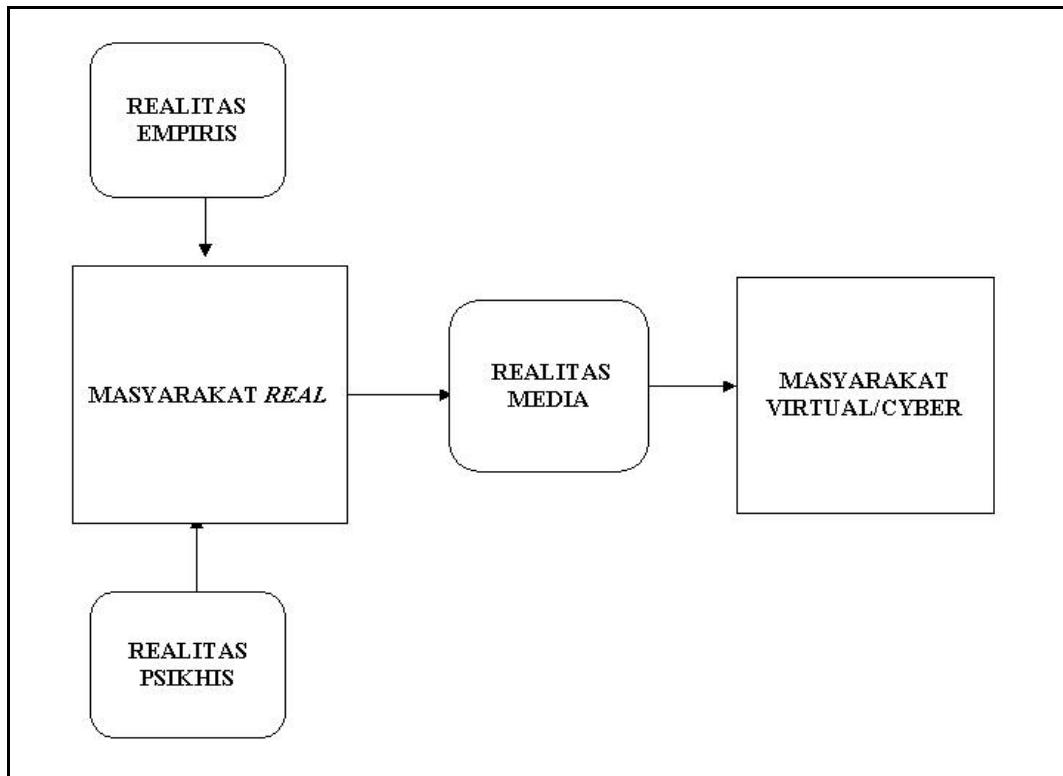
### III. KEDUDUKAN TEORI MEDIA DALAM KAJIAN BUDAYA (2)

Bagian ini sebagai bahan pembahasan tentang kajian budaya dan 3 macam realitas, yaitu realitas sosial, realitas budaya, dan realitas media.

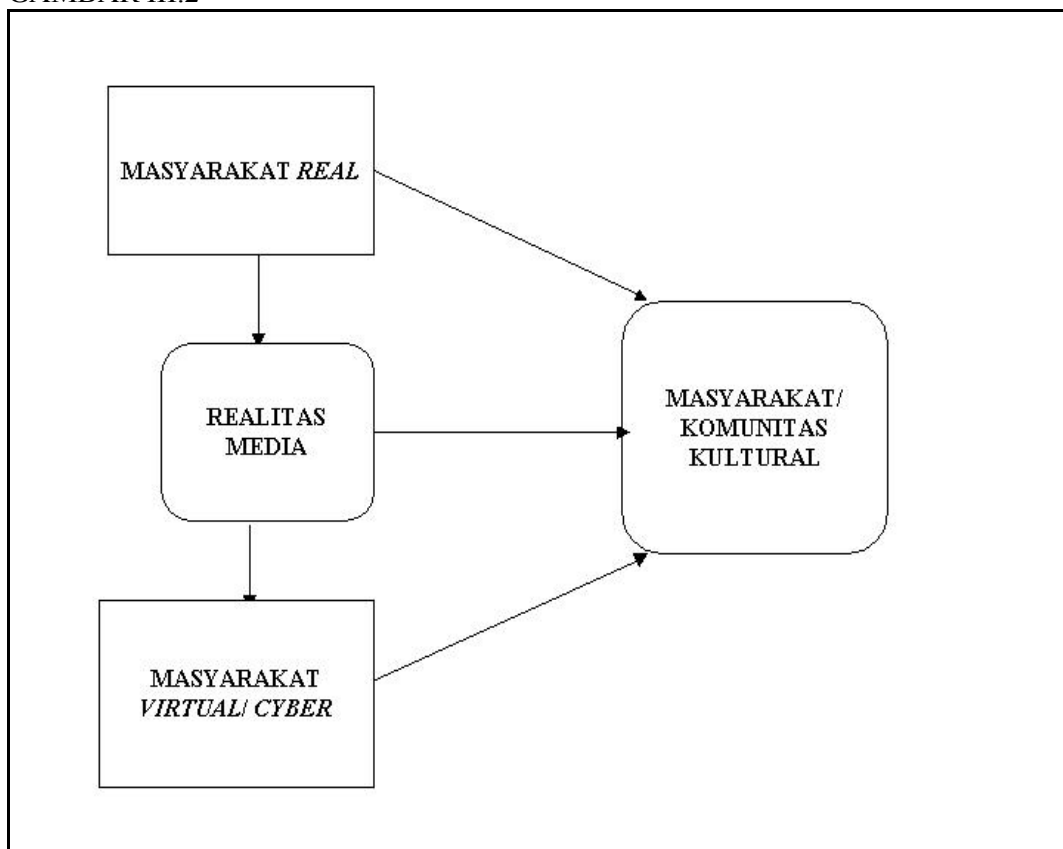
Pengkaji Sosial, khususnya yang mempelajari fenomena komunikasi/media memandang bahwa kegiatan komunikasi berfungsi sebagai instrumen kepentingan pragmatis dalam hubungan sosial di satu sisi, dan memiliki fungsi kultural pada sisi lain. Kegiatan komunikasi dalam masyarakat ini melahirkan realitas media, diwujudkan dalam format verbal dan non-verbal, atau format visual dan non-visual. Masing-masing format ini membawa tuntutan teknis yang berkonteks pada sifat bawaan (*traits*) media yang digunakan. Seperti halnya media sosial dengan sifat bawaan yang bertumpu pada faktor fisik manusia, media massa dengan landasan faktor perangkat teknologi mekanis dan elektronik, atau pun media interaktif dengan tumpuan pada perangkat teknologi telekomunikasi dan komputer multimedia. Masing-masing media hadir dengan sifat bawaannya, sehingga teks dalam komunikasi akan disesuaikan dengan faktor fisik manusia dan teknologi sebagai perpanjangan (*extended*) fisik manusia.

Pada sisi lain, keberadaan media dalam kegiatan komunikasi perlu dilihat secara kontekstual dari realitas masyarakat yang menjadi ruangnya. Realitas masyarakat pada dasarnya dapat dibedakan dengan realitas empiris yang berasal dari interaksi secara sosial, dan realitas psikhis yang berasal dari dunia alam pikiran manusia. Lebih jauh, masyarakat dapat dilihat dalam dua dimensi, yaitu dalam kehidupan sosial/empiris dan kehidupan kultural/symbolik. Karenanya dikenal masyarakat empiris (*nyata, real*) yang terwujud dari interaksi sosial dalam dimensi politik, ekonomi dan pergaulan sosial. Sedang masyarakat kultural/symbolik dibedakan atas dua macam, bersifat statis yaitu komunitas warga yang memperoleh warisan (*heritage*) makna yang mempertalikan kehidupan warga dalam masyarakat *real*, dan bersifat dinamis yaitu komunitas warga yang memproduksi makna, baik revitalisasi makna lama maupun penciptaan makna baru untuk kehidupan yang lebih baik. Pokok pikiran mengenai ragam realitas ini dapat dijabarkan dalam gambar-gambar berikut:

GAMBAR III.1



GAMBAR III.2



Kegiatan komunikasi berlangsung dalam kaitan dengan kenyataan/realitas, yang dapat dipilah antara realitas keras (*hard reality*) dan realitas lunak (*soft reality*). Realitas keras adalah kehidupan bersifat empiris dalam interaksi manusia, bersifat fisik dan materil. Sedangkan kenyataan lunak adalah kehidupan dalam alam pikiran, penghayatan simbol dan nilai-nilai. Manakala kedua macam realitas ini masuk ke media, dikenal sebagai realitas media. Dari sini dikenal informasi keras dan informasi lunak sebagai materi dalam realitas media.

Realitas keras merupakan dunia yang tidak terelakkan, dijalani manusia baik secara institusional maupun individual. Sementara manusia sering mengabaikan realitas lunak, sebab dunia semacam ini hanya relevan saat kehidupan ingin diberi lebih bermakna. Di dalam masing-masing dunia ini berlangsung kegiatan komunikasi berupa pemanfaatan informasi. Informasi dari realitas keras memiliki nilai pragmatis tinggi, bernilai guna yang langsung terpakai dalam kehidupan sosial yang bersifat empiris. Sementara informasi lunak berfungsi untuk memenuhi dorongan psikhis. Inilah menjadi dasar dari konsep tentang fungsi media dalam masyarakat.

Lebih jauh, hubungan media dan masyarakat biasa dilihat dalam landasan konseptual tentang realitas. Untuk itu realitas dipilah dalam 3 kategori yaitu realitas empiris, realitas psikhis, dan realitas media. Realitas empiris terjadi dalam interaksi sosial bersifat obyektif, sedang realitas psikhis yaitu ranah (*domain*) berkaitan dengan alam kognisi dan afeksi bersifat subyektif, dan kedua realitas inilah mewujudkan masyarakat (*society*). Dinamika masyarakat pada dasarnya merupakan proses obyektivikasi dan subyektivikasi yang terwujud sebagai ranah empiris dan psikhis warganya. Sedangkan realitas media pada hakikatnya adalah sebagai refleksi dari masyarakat dengan realitas empiris dan psikhis.

Berkaitan dengan perkembangan teknologi komunikasi, media melahirkan bentuk kehidupan baru, dikenal sebagai realitas virtual atau *cyber*. Secara kategoris kemudian dibedakan 3 macam masyarakat, yaitu masyarakat *real*, masyarakat simbolik, dan masyarakat *cyber*. Dengan begitu manusia masa kini pada dasarnya berada dalam 3 macam fenomena masyarakat, *real*, simbolik dan *cyber*. Ini membawa implikasi dalam kajian media, sebab peta permasalahan keberadaan media adalah dari kompleksitas fenomena masyarakat bersifat *real* yang terbentuk atas interaksi manusia dalam proses obyektivikasi dan subyektivikasi, masyarakat yang menciptakan dan mengolah makna simbolik, dan masyarakat *cyber* (*cyber society*) yang terbentuk oleh penggunaan media berbasis telekomunikasi dan informasi multimedia (tele-informatika).

Pengertian *cyber society/community* dapat diuraikan berikut ini:

Communities formed by CMC have been called “virtual communities” and defined as “incontrovertibly social spaces in which people still meet face-to-face, but under new definitions of both ‘meet’ and ‘face’...[V]irtual communities [are] passage points for collections of common beliefs and practices that united people who were physically separated . In that sense, cyberspace hasn’t a “where” (although there are “sites” or “nodes” at which user gather). Rather, the space of cyberspace is predicated on knowledge and information, on the common beliefs and practices of society abstracted from physical space. Part of that knowledge and information, though, lies in simply knowing how navigate cyberspace. But the important element in cyberspatial social relations is sharing of the information. It is not sharing in the sense of the transmission of information that binds communities in cyberspace... (Jones, 1995: 19)

Seorang penulis lain menggunakan istilah khas yaitu “compunity” untuk realitas masyarakat yang terbentuk ini:

(...) What is connoted is instead “compunity”, a merger of computers with communities and our sense of community. We long for the community and communion that the ritual model holds dear as these are elements inseparable from communication, but we are given instead the ability to send message to and from as disconnected and disembodied texts. The ritual model emphasizes that communication is the means by which we build our understanding of the world and ourselves, and the transmission model’s emphasis is on moving message around as an end unto itself. The latter activity is more easily quantifiable and commodifiable and much better suited to the marketplace and to industry. (Jones, 2001: 55)

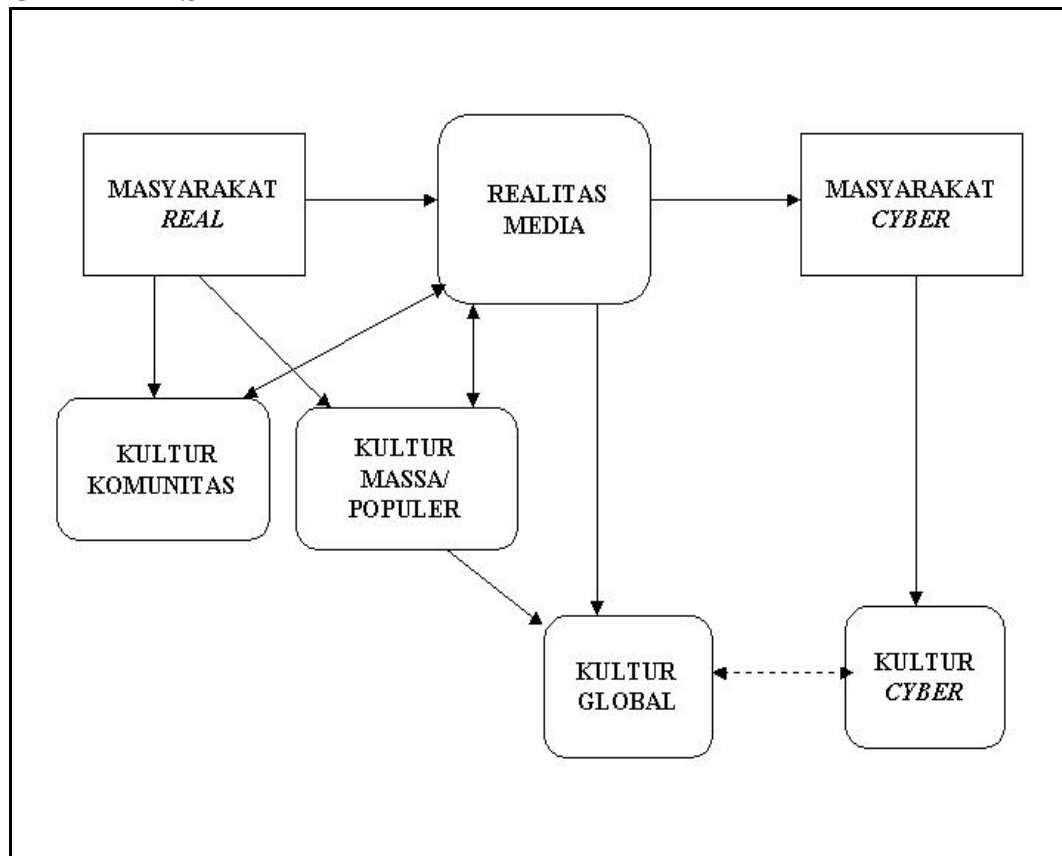
Dari sebutan “compunity” dipandang bahwa aktivitas dan keterikatan satu sama lain orang yang berada dalam lingkungnya memiliki ciri sebagaimana terdapat dalam community. Dalam perkembangannya kegiatan disini kemudian lebih terukur dan berharga dalam kaidah pasar dunia insdustri. Karenanya disebutkan:

(...) perhaps the fiber optics and other networks technologies will become an electronic Silk Road, whose trading cities house peoples of diverse traditions and beliefs living in relative harmony with another, The tool of CMC will allow for certain kinds of communication, but (in the short run)

not all – and thus remain only one set among many of “communications suites”, i.e. , ways and means of communicating that individuals and groups can invoke as befits specific goals and contexts... (Ess, 2001: 28)

Lebih jauh ada pandangan yang menempatkan media sebagai teks yang merepresentasikan makna, baik makna yang berasal dari realitas empiris maupun yang diciptakan oleh media. Dengan demikian realitas media dipandang sebagai bentukan makna yang berasal dari masyarakat, baik karena bersifat imperatif dari faktor-faktor yang berasal dari masyarakat *real*, maupun berasal dari orientasi kultural pelaku media. Dari sini media dilihat pada satu sisi sebagai instrumen dari kekuasaan (ekonomi dan/atau politik) dengan memproduksi secara monopoli nilai kebenaran untuk pengendalian (dominasi dan hegemoni) masyarakat, dan pada sisi lain dilihat sebagai institusi yang memiliki otonomi dan independensi dalam memproduksi makna kultural dalam masyarakat. Seluruh fenomena realitas, masyarakat dan kulturalnya, dapat diskemakan sebagai berikut:

GAMBAR III.3



Demikianlah, setiap orang pada dasarnya menjadi bagian dari 3 macam realitas masyarakat, maka kesertaan (*sharing*) secara tepat di dalamnya menandai kehidupan sosial dan kulturalnya. Pertanyaan kunci adalah bagaimana kesertaan seseorang dalam menjalani kehidupannya di ketiga dimensi realitas masyarakat. Kedudukan seseorang ditandai sebagai

produsen (sebagai sumberdaya produktivitas) atau konsumen (sumberdaya pengguna) dalam setiap kegiatan bernilai baik pragmatis maupun kultural.

Pengertian pokok mengenai dimensi kultural dari kehidupan warga masyarakat dapat dirujuk dari pandangan berikut:

Culture, as we have employed the term, first and foremost concerns the ways in which we understand and relate to social situations. We are socialized into a particular set of cultural orientations, rituals and ways of making sense of the world, and these encompass two particular dimensions. First of all, culture in the general sense refers to beliefs, values or others frames of reference through which we learn to make sense of and respond to our experiences on daily and ongoing basis. Secondly, definitions of culture usually refer to the various means by which people communicate or articulate a sense of self and situation. (Sullivan, Brian, Raynes, 2003: 14)

Penulis lainnya merumuskan sebagai berikut:

Culture in the broadest sense is a form highly participatory activity, in which people create their societies and identities, Culture shapes individuals, drawing out and cultivating their potentialities and capacities for speech, action, and creativity. (Kellner, 1995: 2)

Pada sisi lain, dimensi kultural memiliki konteks global, seperti diuraikan di bawah ini:

Of course, globalization is neither experienced nor to be understood solely in economic terms for it also concerns questions of cultural meaning and the intensification of a global consciousness. Thus, while the values and meaning attached to place remain significant, people are increasingly involved in networks which extend well beyond their physical locations. Though the scenario of unitary world culture connected to a world state remains only at the level of the imagination, we can identify global cultural processes, of both cultural integration and disintegration, which are independent of interstate relations. For example, ... cosmopolitanism in the west is an aspect of day-to-day life as diverse and remote cultures become accessible as signs and commodities via our televisions, radio, supermarkets and shopping centres. (Baker, 1999: 36)

Dengan suatu ilustrasi, pengertian kultur dapat disimak berikut ini:

Culture in today's societies thus constitutes a set of discourse, stories,

images, spectacles, and varying cultural form and practices that generate meaning, identities, and political effects. Culture include artifacts such as newspapers, television programs, movies, and popular music, but also practices like shopping, watching sports events, going to a club, or hanging out in the local coffee shop. Culture is ordinary, a familiar part of everyday life, yet special cultural artifacts are extraordinary, helping people to see and understand things they've never quite perceived, like certain novels or films that change your view of the world. We would hope that some of the challenging theoretical texts included here will provide new understandings of cultural and media. (Durham, Kellner, 2001: 6)

Beberapa pokok pikiran di atas berusaha menjelaskan pengertian mengenai kultur secara umum. Dalam praktek kajian kultural, perhatian peneliti yang spesifik melahirkan orientasi atas obyek kajian. Seperti disebutkan berikut:

'Culture' in cultural studies is defined politically rather than aesthetically. The object of study in cultural studies is not culture defined in the narrow sense, as the object of aesthetic excellence ('high art'); or nor culture defined in equally narrow sense, as a process of aesthetic, intellectual and spiritual development; but culture understood as the texts and practices of everyday life. This is a definition of culture which can embrace the first two definitions; but also, crucially, it can range beyond the social exclusivity and narrowness of these, to include the study of popular culture. Although cultural studies cannot (and should not) be reduced to study of popular culture, it is certainly the case that the study of popular culture is central to the project of cultural studies. (Storey, 1996: 2)

Istilah "popular culture" sering dipergantikan dengan "mass culture". Pengkaji tahun 50-an lebih suka menggunakan "mass culture" seperti Dwight MacDonald:

It is some times called "Popular Culture", but I think "Mass Culture" a more accurate term, since its distinctive mark is that it is solely and directly ad article for mass consumption, like chewing gum...

The historical reasons for the growth of Mass Culture since the early 1800's are well known. Political democracy and popular education broke down the old upper-class monopoly of culture. Business enterprise found a profitable market in the cultural demand of the newly awakened masses,

and the advance of technology made possible the cheap production of books, periodicals, pictures, music, and furniture, in sufficient quantities to satisfy market. Modern technology also created new media such as the movies and television which specially well adapted to mass manufacture and distribution. (MacDonald, 1953: 59)

Selain itu, dengan pendekatan yang berbeda, melahirkan 2 macam landasan konseptual, sebagaimana diuraikan berikut:

Two rather different ways of conceptualizing ‘culture’ can be drawn out (...) The first relates culture to the sum of the available descriptions through which societies make sense of and reflect their common experiences. This definition takes up the earlier stress on ‘ideas’, but subjects it to a thorough reworking. The conception of ‘culture’ is itself democratized and socialized. It no longer consists of the sum of the ‘best that has been thought and said’, regarded as the summits of an achieved civilization – that ideal of perfection to which, in earlier usage, all aspired. ...

(...) the second emphasis is more deliberately anthropological, and emphasizes that aspect of ‘culture’ which refers to social practices. It is from this second emphasis that the somewhat simplified definition – ‘culture is a whole way of life’ – has been rather too neatly abstracted... (Hall, 1997: 33 – 34)

Dengan penekanan dimensi yang berbeda sebagai landasan konseptual, maka kajian kultural pun dapat dipilah dalam 2 orientasi yang berhadapan, yaitu:

(...) it conceptualizes culture as interwoven with all social practices; and those practices, in turn, as common form of human activity: sensuous human praxis, the activity through which men and women make history. It is opposed to the base-superstructure way of formulating the relationship between ideal and material forces, especially where the ‘base’ is defined as the determination by ‘the economic in any simple sense... (Hall, 1997: 37 – 38)

Dengan cara lain, kajian kultural dapat dibedakan dari kecenderungan penelitiannya, dikenal sebagai kajian kultural “tradisional” dan kajian kultural “engaged” atau terikat, yaitu pengkaji yang terpanggil menjalankan suatu misi dalam orientasi akademiknya. Dapat diuraikan berikut ini:

(...) we can point to two features that characterized it when it first appeared in Great Britain in the 1950s. It concentrated on “subjectivity” which means that it studied culture in relation to individual lives, breaking with social scientific positivism or “objectivism” ... culture was an important category because it help us recognize that one life-practice (like reading) cannot be torn out of large network constituted by may other life-practice – working, sexual orientation, family life... The second distinguishing characteristic of early cultural studies was that it was engaged form of analysis. Early cultural studies did not flinch from fact that societies are structured unequally, that individuals are not all born with the same access to education, money, health care, etc., and it worked in the interests of those who have least resources. In this it differed not only from the (apparently) objective social sciences but from the older forms of cultural criticism, especially literary criticism, which considered political questions as being of peripheral relevance to the appreciation of culture... (During, 1999: 1-2)

Adapun kajian kultural yang bersifat “engaged” punya 3 alasan sebagai berikut:

(...) it would seem that three become particularly urgent: first, clearly to articulate engaged cultural studies’ specific project; second, to analyze the conditions which underpin the general turn to culture just described; third, to develop strategies to maintain engaged cultural studies as a discrete formation inside the larger cultural turn. These task are all the more compelling because, as I say, cultural studies, in becoming established in the academy, has been the object of public attacks – a player (and pawn) in the “culture wars” – on the grounds that it fails both to disseminate cultural value (for cultural studies, so it’s alleged, Mickey Mouse as good Shakespeare), and that it disrupts cultural unity (conservative complain that cultural studies is on a mission for a multiculturalism which will undermine national pride, heritage, and consensus). Such attacks ring especially hollow when they fail to enquire into the reasons why cultural studies is expanding in the academy, both in its radical and in its more traditional form. (During, 1999: 25)

Demikianlah, dengan pendekatan dari dimensi kultural dapat dilihat dari kondisi realitas masyarakat dapat dilakukan melalui moda komunikasi yang mendukung proses interaksi sosial di satu sisi, dan pemaknaan dunia simbolik di sisi lainnya, baik dalam dimensi realitas masyarakat *real*, simbolik dan *cyber*. Inilah yang menjadi konteks dari kekinian manusia

Indonesia. Keberadaan manusia pada hakikatnya menghadirkan diri sebagai warga dari masyarakat yang secara sadar atau tidak, mendefinisikan dirinya di satu pihak, dan mendefinisikan realitas masyarakat yang melingkupinya. Bertolak dari pendefinisian ini permasalahan diidentifikasi dan respon dilakukan.

Sebagai warga masyarakat *real*, dalam konteks Indonesia misalnya, seseorang mendefinisikan diri sebagai konsumen dalam ekonomi pasar yang digerakkan dari struktur global, dan sebagai pengguna atau klien pelayanan publik dalam politik negara nasional dan lokal Indonesia. Sebagai warga masyarakat simbolik seseorang di Indonesia, misalnya, mendefinisikan diri sebagai orang Jawa, Dayak, Madura atau lainnya. Tetapi sebagai warga dari masyarakat *cyber*, manusia Indonesia dapat menjadi dirinya sebagaimana dalam masyarakat *real* dan simbolik, atau sepenuhnya sebagai warga masyarakat virtual yang didefinisikan secara teknologis. Sebagai manusia semacam ini, parameter kedirian adalah kemampuan sebagai *user* atau *client*, baik sebagai produsen maupun konsumen. Sejauh mana realitas masyarakat memberi kepuasan atau sebaliknya menimbulkan kekecewaan baginya.

Dengan begitu dapat dipahami bahwa setiap orang pada dasarnya menjadi bagian dari realitas masyarakat dengan 3 dimensi, kesertaan (*sharing*) secara tepat di dalamnya menandai kehidupan sosial dan kulturalnya. Pertanyaan kunci adalah bagaimana kesertaan seseorang dalam menjalani kehidupannya di ketiga dimensi realitas. Kedudukan seseorang ditandai sebagai produsen (sebagai sumberdaya produktivitas) atau konsumen (sumberdaya pengguna) dalam setiap kegiatan bernilai baik pragmatis maupun kultural.

Di masa kini pengkaji ilmu sosial (termasuk kultural) pada dasarnya menghadapi realitas masyarakat dalam 3 macam dimensi fenomenal yaitu masyarakat dengan kehidupan nyata (*real*), masyarakat simbolik, dan masyarakat virtual/*cyber*. Pertanyaan yang menggugat adalah pertalian di antara masyarakat *real*, simbolik dan *cyber* yang menjadi ruang bagi seseorang. Setiap jenis masyarakat ini sebagai ruang hidup menentukan kehidupan seseorang, sebaliknya seseorang memiliki peran dalam mempengaruhi ruang tersebut. Kedudukan seseorang dalam masyarakat dapat dibedakan dalam masing-masing jenis masyarakat, serta fungsi yang dijalankannya, apakah dalam fungsi produktif atau konsumtif dalam pengertian normal, atau sebaliknya bersifat deviasi dalam masyarakat yang menjadi ruang hidupnya.

Interkontekstual ketiga macam realitas inilah sebagai konteks dari media. Realitas media pada dasarnya bersumber dari realitas empiris dan realitas psikhis yang mewujudkan sebagai masyarakat *real*. Sedang realitas media berbasis telekomunikasi dan komputer multimedia melahirkan masyarakat *cyber*. Kedua ragam masyarakat ini dapat dilihat

keberadaannya dari makna simbolik melalui realitas media untuk mengenali fenomena sebagai masyarakat simbolik.

Adapun pertalian realitas, masyarakat dan media secara konseptual dapat dirangkum sebagai berikut:

	MASYARAKAT <i>REAL</i>	MASYARAKAT SIMBOLIK	
REALITAS EMPIRIS	PRAGMATIS SOSIAL	MAKNA KULTURAL	
REALITAS PSIKHIS			
	REALITAS MEDIA		
	MEDIA SOSIAL	MEDIA MASSA	MEDIA INTERAKTIF
			MASY. CYBER
	RUANG PUBLIK		RUANG PRIVAT

Realitas media, baik melalui media sosial, media massa maupun media interaktif pada dasarnya memiliki konteks pada masyarakat untuk tujuan pragmatis sosial atau pun makna kultural. Tujuan pragmatis sosial dan makna kultural ini berada dalam dimensi politik, ekonomi dan pergaulan sosial yang ditempatkan secara kategoris antara ruang privat (*private sphere*) dan ruang publik yang direfleksikan pada realitas media.

Demikianlah realitas media merefleksikan masyarakat dengan dorongan dan tujuan pragmatis sosial dan upaya produksi dan pertukaran makna kultural. Dari sini teks memiliki konteks pada masyarakat dalam dimensi politik, ekonomi dan sosial. Sedang teks dalam realitas media pada dasarnya menggunakan format bahasa pragmatis, seperti bahasa jurnalistik, bahasa sinematografi, dan bahasa internet, selain ditentukan oleh faktor dari dimensi masyarakat, juga memperhitungkan sifat bawaan dari media yang akan diwujudkan.

Lebih jauh dapat dilihat bahwa realitas media pada dasarnya merupakan hasil dari dua faktor, yaitu dimensi masyarakat yang menjadi ruangnya, dan format materi informasi berdasarkan sifat media. Kedudukan media seperti disebutkan diatas adalah dalam konteks masyarakat *real* dan *cyber*. Pada sisi lain teks sebagai pengwujud realitas media dipandang sebagai pesan bersifat pragmatis sosial, dan sebagai makna bersifat kultural. Dalam praktisnya, tentu sulit membedakan teks dalam fungsi sebagai pragmatis sosial dengan fungsi sebagai makna kultural, sebab kedua dimensi ini tiba pada penggunaannya sekaligus.

Tindakan komunikasi dapat dibedakan antara kegiatan yang berbasis fisik manusia dan berbasis teknologi. Sementara keberadaan media yang berbasis teknologi atau biasa disebut fenomena mediasi, dapat dilihat dari karakteristiknya bersifat intrinsik, yaitu melalui dinamika sistemik dalam perkembangan invensi dan inovasinya. Perkembangan dinamis yang berlangsung ini dipandang membawa implikasi terhadap kehidupan masyarakat.

Keberadaan media berbasis teknologi di satu sisi dan perubahan masyarakat pada sisi lain, menuntut cara pandang yang lebih komprehensif baik dalam kajian media maupun kajian sosial. Dilihat dari sisi media, kondisi yang ada dapat disimak dari pandangan berikut:

Modern technology and social organization have intensified the problems of centralized control of information. In an earlier age citizen talked to citizen about public policies that affected them. Each community could gather in a hall or church to decide its own fate. Deciding its fate was real because in older, agricultural societies each community came close to self-sufficiency and remote events had marginal meaning. That method of politics disappeared long ago. In place of the small towns are huge urban complexes where no citizen can know most other members of the community. No town hall or church could possibly hold all the voters. Each citizen's fate is shaped by powerful forces in distant places. The individual now depends on great machines of information and imagery that inform and instruct. The modern system of news, information, and popular culture are not marginal artifact of technology. They shape the consensus of society. (Bagdikian, 2000: lv)

Demikianlah kehidupan masyarakat modern tidak dapat dipisahkan dari keberadaan media berbasis teknologi. Dengan pandangan Bagdikian bertalian dengan aktivitas warga negara, tidak terbayangkan kompleksitas dalam lingkup kehidupan politik berjalan tidak didukung oleh media.

Sementara dalam konteks kehidupan industrial, membawa implikasi terhadap keberadaan media. Seperti dinyatakan berikut:

The culture industry fuses the old and familiar into a new quality. In all its branches, products which are tailored for consumption by masses, and which to a great extent determine the nature of that consumption, are manufactured more or less according to plan. The individual branches are similar in structure or at least fit into each other, ordering themselves into a system almost without a gap. This is made possible by contemporary technical capabilities as well as by economic and administrative concentration. The culture industry intentionally integrates its consumers from above. To the detriment of both it forces

together the spheres of high and low art, separated for thousands of years. The seriousness of high art is destroyed in speculation about its efficacy; the seriousness of the lower perishes with the civilizational constraints imposed on the rebellious resistance inherent within it as long as social control was not yet total. Thus, although the culture industry undeniably speculates on the conscious and unconscious state of the millions towards which it is directed, the masses are not primary, but secondary, they are an object of calculation; an appendage of the machinery. The customer is not king, as the culture industry would have us believe, not its subject but its object.

The very word mass-media, specially honed for the culture industry, already shifts the accent onto harmless terrain. Neither is it a question of primary concern for the masses, nor of the techniques of communication as such, but of the spirit which sufflates them, their master's voice. The culture industry misuses its concern for the masses in order to duplicate, reinforce and strengthen their mentality, which it presumes is given and unchangeable. How this mentality might be changed is excluded throughout. The masses are not the measure but the ideology of the culture industry, even though the culture industry itself could scarcely exist without adapting to the masses. (Adorno, 1991)