

SPOŁECZEŃSTWO MASOWE, INFORMACYJNE, SIECIOWE CZY MEDIALNE?

NARODZINY SPOŁECZEŃSTWA MASOWEGO

Hiszpański filozof José Ortega y Gasset w roku 1933 ogłosił wiek dwudziesty erą mas. Miał ku temu powody - ruch faszystowski we Włoszech, reżim bolszewicki w Rosji radzieckiej i system nazistowski w Niemczech opierały swoje organizacje na masach społecznych urabianych przez masową propagandę i kontrolowanych przez masowy terror.

Po drugiej wojnie światowej amerykański socjolog C. W. Mills rozwijał koncepcję społeczeństwa masowego jako zatomizowanej zbiorowości kontrolowanej przez "elitę władzy" za pomocą środków masowego przekazu, czyli prasy, radia i telewizji. Terminem tym obejmował jednak wszystkie nowoczesne społeczeństwa, w szczególności bastion demokracji zachodniej - społeczeństwo amerykańskie¹.

W określeniu społeczeństwa i kultury nazwą "masowe" było na pewno sporo racji - miejskie społeczeństwo przemysłowe opierało się bowiem na więziach nowego typu - na rzeczowych stosunkach charakterystycznych dla społeczności wielkomiejskiej, w której bliskość fizyczna (sąsiedztwo) nie oznacza bliskości społecznej. Masy miejskie tworzyli mobilni przybysze, którzy wykorzeni z swych społeczności lokalnych - wsi i małych miasteczek - podatni byli na manipulację dokonywaną poprzez media.

Wizje Ortegi i Millsa zostały jednak zakwestionowane, gdy Friedson², Katz i Lazarsfeld³, ponownie "odkryli" grupę społeczną, wykazując, że nie zanikła ona całkowicie w nowoczesnym wielkim mieście. Pojęcia osobistego wpływu oraz przywódcy opinii zakładały sytuację, w której kontakt z mediami był modyfikowany w różnoraki sposób przez osobowe kontakty, które interpretują przekazy medialne oraz wpływają na charakter kontaktu z mediami. W ten sposób odnaleziony został wspólnotowy i grupowy charakter audytorium prasowego i radiowego⁴. Nic dziwnego, że szukano nowych określeń nowego społeczeństwa.

¹ Zob. C. W. Mills, *The Power Elite*, Oxford University Press, New York 1956.

² Zob. E. Friedson, *Communication Research and the Concept of the Mass*, w: *American Sociological Review*, 1953 nr 18, s. 313-317.

³ Zob. E. Katz, P. Lazarsfeld, *Personal Influence*, New York: Glencoe 1955.

⁴ Zob. M. Janowitz M. (1968) „The Study of Mass Communication”, [w] *International Encyclopedia of Social Sciences*, t. 3, London: Macmillan, s. 42.

Zob. też: T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy radia, telewizji i Internetu*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2004.

SPOŁECZEŃSTWO INFORMACYJNE

Termin "społeczeństwo informacyjne" (jap. johoka shakai) wywodzi się z języka japońskiego⁵. Został spopularyzowany przez futurologa Kenichi Koyamę w rozprawie *Introduction to Information Theory*, opublikowanej po japońsku w roku 1968. Johoka shakai stało się przedmiotem analizy rządowej i oficjalnym celem działań wielu ministerstw. Japończycy dobrze rozumieli, że w istocie chodzi o coś znacznie ważniejszego niż sama powszechność technologii mikroelektronicznych i komputerowych. W roku 1972 Y. Masuda opracował kompleksowy plan przeobrażania wszystkich sfer życia społecznego w oparciu o rozwój sektora informacji i telekomunikacji.

Europa podjęła ten projekt, gdy Klub Rzymski przygotował w roku 1982 raport zatytułowany *Mikroelektronika i społeczeństwo*⁶, a dwóch ekspertów, Simon Nora i Alain Minc, przedłożyło po wizycie w Japonii prezydentowi Francji stosowne opracowanie. W latach osiemdziesiątych określenie "społeczeństwo informacyjne" przyjęło się także w Stanach Zjednoczonych w miejsce ukutego przez Daniela Bella terminu "społeczeństwo postprzemysłowe"⁷.

Termin "społeczeństwo informacyjne" ma jednak swoje ograniczenia. Trafnie wskazał je już w roku 1986 James Beniger w rozprawie *The Control Revolution*⁸, czyli "rewolucja sterowania i kontroli". Podkreślał, że informacja nie stanowi w żadnej mierze differentia specifica naszej epoki - parafrazując Staszica można powiedzieć, iż człowiek i społeczeństwo bez informacji nawet pomyśleć się nie da. Informacja jest podstawą życia: biologicznego (struktury DNA) i społecznego (treść kultury). Beniger postawił zatem dwa pytania "Dlaczego informacja?" i "Dlaczego właśnie teraz (jest ona tak ważna)?" W odpowiedzi wskazał na rozpoczętą w połowie dziewiętnastego wieku rewolucję sterowania i kontroli społecznej. Jej podstawą była seria wynalazków prowadzących do powstania urządzeń służących przekazywaniu znaków na odległość i w czasie, takich jak telegraf czy fotografia, oraz intelektualnych technologii sterowania masową produkcją i konsumpcją (określanych jako marketing i reklama), a także urządzeń do szybkich obliczeń statystycznych (pojawił się sorter - prekursor komputera). Telegraf, a następnie telefon dały początek globalnej sieci telekomunikacyjnej. Szczególnie ważny był telegraf, nazywany dzisiaj wiktoriańskim Internetem. Już w wieku dziewiętnastym położono kable międzykontynentalne, tworząc podwaliny globalizacji. Od stu pięćdziesięciu lat nieprzerwanie dokonuje się rozwój środków kontroli społecznej opartych na technologiach tak fizycznych (tzw. hardware), jak i intelektualnych (tzw. software).

⁵ Zob. Y. Ito, *The "Johoka Shakai" Approach to the Study of Communication in Japan*, w: *Mass Communication Review Yearbook*, red. G. C. Wilhoit, H. De Bock, Sage, Beverly Hills-London 1981.

⁶ Zob. *Mikroelektronika i społeczeństwo. Na dobre czy na złe? Raport dla Klubu Rzymskiego*, tłum. zespół, red. G. Friedrichs, A. Schaff, Książka i Wiedza, Warszawa 1987.

⁷ Zob. D. Bell, *The Coming of Post - Industrial Society: a Venture in Social Forecasting*, Basic Books, New York 1999.

⁸ Zob. J. R. Beniger, *The Control Revolution*, Harvard University Press, Cambridge, MA, 1986.

Druga połowa dwudziestego wieku różni się jednak zasadniczo od drugiej połowy wieku dziewiętnastego. Szczególnie istotne były lata siedemdziesiąte dwudziestego wieku, kiedy to seria wynalazków w zakresie przetwarzania i przesyłania informacji zmieniła możliwości społecznego porozumiewania się. Mikroprocesor, kluczowy element nowej epoki, został wynaleziony w roku 1971, pierwsze mikrokomputery, podobnie jak system operacyjny DOS, pojawiły się w drugiej połowie lat siedemdziesiątych. System Xerox Alto, wzorzec systemu operacyjnego Windows, powstał w roku 1973. Cyfrowe przełączniki telefoniczne również pojawiły się w połowie lat siedemdziesiątych, podobnie jak komercyjne wykorzystywanie połączeń światłowodowych. Także w tym czasie firma Sony rozpoczęła produkcję magnetowidów w systemie VHS. I wreszcie sieć ARPANET, istniejąca od 1969 roku, uzyskała w roku 1974 protokół łącznościowy TCP/IP, tworząc nowy rodzaj sieci - Internet.

Konsekwencje tych wynalazków stały się oczywiste w następnej dekadzie, która stworzyła "nowy" świat w latach dziewięćdziesiątych dwudziestego wieku.

SPOŁECZEŃSTWO SIECIOWE

Powszechność technologii telekomunikacyjnych i ich globalny zasięg oraz mariaż komputera i telefonu w sieci Internetu skłoniły badaczy do ogłoszenia nowej fazy społecznego rozwoju - społeczeństwa sieciowego. Kończąc tomem *End of Millennium* swoją trylogię poświęconą wiekowi rozwoju informacyjnego, Manuel Castells pisze o sytuacji, w której świat wkracza w trzecie tysiąclecie: "Procesory i komputery są nowością; telefony komórkowe to nowość; zintegrowane elektronicznie, globalne rynki finansowe funkcjonujące w czasie rzeczywistym to nowość; połączona gospodarka kapitalistyczna, obejmująca cały glob, a nie tylko jego pewne regiony, jest nowością; zatrudnienie w dziedzinie przetwarzania wiedzy i informacji jest w większości przypadków nową rzeczą; populacja miejska w świecie to w większości nowi przybysze; rozpad Związku Radzieckiego, upadek komunizmu oraz koniec zimnej wojny to nowa sytuacja; rozwój azjatyckiej sfery Pacyfiku jako równoprawnego partnera w światowej gospodarce to również nowe zjawisko; narastające wyzwanie wobec tradycyjnego paternalizmu jest czymś nowym w świecie; powszechna świadomość ekologicznego zagrożenia jest nowa; nowe w sensie historycznym jest także powstanie społeczeństwa sieciowego (ang. network society), opartego na przestrzeni przepływów oraz aczasowym czasie"⁹.

Edwin Bendyk w książce *Antymatrix. Człowiek w labiryncie sieci* wskazuje na przydatność pojęcia sieci do analizy współczesności. Istotnie, bez supermedium sieciowego, jakim jest Internet, nie sposób ani zrozumieć, ani zbadać natury współczesnego społeczeństwa globalnego. Sieć ta tworzy swoistą noosferę (zapożyczamy tu termin - choć nie pojęcie - od T. de Chardina), czyli oplatającą Ziemię pajęczynę informacyjną. Idea ta realizowana jest obecnie za

⁹ M. Castells, *The Information Age: Economy, Society and Culture*, t. 3, *End of Millennium*, Blackwell, Oxford 1998, s. 336 (tłum. fragm. - T. G.-K.). Określenie aczasowy czas (ang. timeless time) jest bardzo trafne, problemem jest jego polskie tłumaczenie. Może lepiej jest użyć greckiego słowa *achronia* (poza czasem) i mówić o achronicznym czasie.

pomocą serwerów WWW, których połączone działanie jest etapem wstępnym przed pojawieniem się znacznie potężniejszej sieci sztucznej inteligencji.

Zasadne i użyteczne w sensie socjologicznym, a także heurystycznym, jest zatem posługiwanie się ideą społeczeństwa sieciowego. Sieć to przecież siatka powiązań, a zarazem system zasobników i przekaźników - w najszerszym sensie system medialny. Sieć to forma mediów, których treścią jest informacja, a istotą - komunikacja.

A jednak, tak jak termin "społeczeństwo informacyjne" zdaje się być zbyt szeroki, tak termin "społeczeństwo sieciowe", choć zwraca uwagę na istotną transformację ludzkich relacji, jest zbyt wąski, aby za jego pomocą ująć całość współczesnych przemian w dziedzinie komunikacji.

NOWE SPOŁECZEŃSTWO - ALE JAKIE?

Peter Drucker zauważył, że co kilkaset lat dochodzi do wyraźnego "rozgraniczenia" epok, gdy w przeciągu kilku dekad społeczeństwo dokonuje reorganizacji sposobu widzenia świata, podstawowych wartości, struktur społecznych i politycznych. Po upływie pięćdziesięciu lat, a więc kiedy w życie wejdą dwa kolejne pokolenia, "jest to już inny świat, a ludzie wówczas żyjący nawet nie mogą sobie wyobrazić świata, w którym żyli ich dziadkowie i w którym przychodzili na świat ich rodzice"¹⁰. Ogólne, ale zbyt ogólnikowe dla oznaczenia obecnych przemian jest określenie "postmodernizm" czy "ponowoczesność". Jeremy Rifkin pisze: "W świecie ponowoczesnym historie i spektakle stają się równie ważne, a może ważniejsze, niż fakty i postacie"¹¹. Może zatem to w sferze medialnej znajdziemy konkretną - empirycznie uchwytą - *differentia specifica* nowej epoki?

Łacińskie słowo "medium" obejmuje swoim znaczeniem środowisko, w którym dokonuje się akt percepcji. Współcześnie przez media rozumie się zarówno media masowe (pojęcie używane jest tradycyjnie dla określenia prasy, radia i telewizji oraz filmu), jak i media telekomunikacyjne (telefony, Internet) oraz multimedia (CD-ROM-y, wszelkie odmiany wideo, rzeczywistość wirtualną). To one - jako swoista całość - stanowią mediasferę¹² współczesnego człowieka, na wszystkich etapach jego rozwoju.

J. B. Thompson z kolei odróżnia dwa typy interakcji społecznych, w przypadku których wykorzystywane są media¹³. Do pierwszego z nich należą korespondencja listowa, e-maile, a nawet rozmowy telefoniczne będące przykładami "pośredniej (zmediatyzowanej) interakcji"¹⁴ - następuje wymiana informacji między osobami, które dzieli dystans czasowy i (lub)

¹⁰ P. Drucker, *Społeczeństwo pokapitalistyczne*, tłum. G. Karnas, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1999, s. 9.

¹¹ J. Rifkin, *Wiek dostępu. Nowa kultura hiperkapitalizmu, w której płaci się za każdą chwilę życia*, tłum. E. Kania, Wydawnictwo Dolnośląskie, Wrocław 2003, s. 204.

¹² Por. A. Lepa, *Funkcja logosfery w wychowaniu do mediów*, Łódź: Archidiecezjalne Wydawnictwo Łódzkie 2003, s. 12.

¹³ J. B. Thompson, *Media i nowoczesność*, Wrocław: Astrum 2001, s. 90.

¹⁴ Tamże, s. 91.

przestrzenny. Uczestnicy tego typu interakcji nie dzielą wspólnej czasoprzestrzeni fizycznej, zatem swe komunikaty muszą uzupełniać informacjami kontekstowymi (przykładem może być pytanie często pojawiające się podczas rozmów z wykorzystaniem telefonu komórkowego: Gdzie jesteś?).

Drugi typ interakcji z udziałem mediów Thompson nazywa "pośrednią (zmediatyzowaną) quasi-interakcją"¹⁵, w której uczestnicy nie są zorientowani na komunikację z konkretnymi osobami, a produkowane i odbierane treści kierowane są do nieokreślonego w swoim szerokim zakresie audytorium. Ponadto interakcja jest w takim przypadku zdecydowanie jednokierunkowa, monologiczna, a nie dialogiczna. Niemniej jednak, nawet monologiczne media - jak reklama - tworzą sferę społeczną, sferę wspólnej kultury symbolicznej. Z kolei nowe media, na przykład telewizja interaktywna, będą osłabiać i znosić jednokierunkowość komunikacji.

SPOŁECZEŃSTWO MEDIALNE

Informacja istnieje "od zawsze", media zaś - rozumiane jako środki techniczne - pojawiły się stosunkowo późno. Media wykorzystywane przez społeczności plemienne były naturalne, oparte na biologicznym wyposażeniu człowieka, służyły do kontaktów bezpośrednich, twarzą-w-twarz, wymagających obecności i bliskości. Współczesne społeczeństwa natomiast w przeważającej mierze, choć nie wyłącznie, wykorzystują media techniczne, pokonujące barierę czasu i (lub) przestrzeni, podtrzymujące kontakty zapośredniczone. Miejsce komunikacji typu face-to-face zajmuje komunikacja typu interface-to-interface - komunikowanie zapośredniczone, zmediatyzowane.

Język angielski zna pojęcie "mediated communication", komunikowania zapośredniczonego, medialnego. Odpowiednio - choć rzadko - pojawia się w nim termin "mediated society", którego polski przekład: "społeczeństwo medialne" być może brzmi nawet lepiej od oryginału. Termin ten obejmuje pojęcie społeczeństwa informacyjnego (w zakresie treści) i społeczeństwa sieciowego (w zakresie formy), przy czym pierwszeństwo przysługuje aspektowi formalnemu¹⁶. Rozwijając myśl McLuhana „Medium jest przekazem”, można dzisiaj twierdzić: Sieć jest medium - Medium jest przekazem - Przekaz jest informacją - Informacja jest w sieci.

Kołowość powyższej formuły wyklucza ustalenie w niej hierarchii pierwszeństwa - w formule tej nie ma porządku, gdyż sieć i informacja, forma i treść, są tu powiązane przez łańcuch relacji. Zmieniają się jednak ich fazy. Właśnie nowa faza ich rozwoju - zarówno sieci, jak i informacji, złączonych przez pojęcie medium - daje początek nazwie nowej formacji społecznej: formacji medialnej. Jej differentia specifica to właśnie kluczowe pojęcia: medium (technicznego), informacji (wiedzy), (globalnej) sieci. Termin "społeczeństwo medialne" czy też "globalne społeczeństwo medialne" wydaje się najtrafniejszy dla określenia formacji i

¹⁵ Tamże, s. 91.

¹⁶ Por. M. McLuhan, *Zrozumieć media. Przedłużenia człowieka*. Przekład N. Szczucka. Warszawa: Wydawnictwa Naukowo-Techniczna 2004, s. 39-53.

społeczeństwa nasyconego (a właściwie przesyconego) mediami. Całościową ewolucję mediów przedstawił Roger Fidler, określając ją jako mediamorfozę¹⁷.

Centralnym założeniem społecznej teorii mediów jest pojęcie mediacji kontaktu z rzeczywistością społeczną. Mediacja taka obejmuje kilka różnych procesów. Po pierwsze, odnosi się do przekazywania wiadomości z drugiej ręki (przez trzecią osobę) w sytuacji, w której nie mamy bezpośredniego dostępu do ich źródła. Po drugie, odnosi się do starań osób i instytucji pragnących kontaktowania się ze społeczeństwem dla własnych celów (w tym także dla jego rzekomego dobra). Zabiegają o to politycy, wychowawcy, komentatorzy. Mediacja odnosi się zatem do pośrednich sposobów formowania świadomości grup, do których właściwi nadawcy nie należą. Mediacja, po trzecie, zakłada pewną formę stosunku do odbiorcy, relacji względem niego. Relacje społecznie zapośredniczone przez media masowe są odległe, bardziej bezosobowe i słabsze niż stosunki personalne.

Społeczeństwo medialne to zatem społeczeństwo, w którym dominującą formą kontaktów społecznych nie jest bezpośredniość, ale zapośredniczenie przez media. W tym sensie szeroko rozumiane media stały się współcześnie środowiskiem człowieka: wirtualność stała się jego rzeczywistością. Swój dzień powszedni zaczyna on często nie jak dawniej - od modlitwy, lecz od włączenia radia, i kończy go nie modlitwą wieczorną, ale wyłączeniem telewizora lub radia. Proporcja kontaktów bezpośrednich do kontaktów medialnych jest oczywiście różna dla różnych ludzi i trudna do ustalenia w każdym przypadku, ale śmiało można stwierdzić, że znakomita większość kontaktów z innymi ludźmi i ich symbolicznymi wytworami ma obecnie charakter pośredni - zarówno w czasie, jak i w przestrzeni. Przyzwyczajenie jest drugą naturą, powiada przysłowie. Przyzwyczajeni do mediów nie odczuwamy sztuczności rozmowy telefonicznej, e-mailu, czy telewizyjnego talk-show. I tak jak - wedle McLuhana - ryba nie dostrzega wody, tak człowiek dzisiejszy nie zdaje sobie sprawy z tego, w jakim stopniu stał się uzależniony od środowiska medialnego, w którym jest zanurzony. Nie mylimy wprowadzie filmu z rzeczywistością, nie zawsze ulegamy reklamie, ale wchłaniamy ukryte w nich przekazy. Nic, co medialne, nie jest nam obce.

Społeczeństwo medialne jest zatem: 1. społeczeństwem, w którym międzyludzkie kontakty i stosunki są w ogromnym i przeważającym stopniu zapośredniczone przez używane media; 2. społeczeństwem, w którym media masowe tworzą swoistą rzeczywistość wirtualną, kulturę medialną; 3. społeczeństwem, w którym infrastruktura medialna, a w szczególności telekomunikacyjna, jest podstawą sieci i obiegów informacyjnych o różnej skali (od lokalnej do globalnej), fundamentalnych dla wszelkich działań i kontaktów jednostkowych i organizacyjnych we wszystkich sferach życia; 4. społeczeństwem, w którym niemal wszelkie działania ludzkiej są wspomagane przez formy medialno-teleinformacyjne; 5. społeczeństwem, w którym przemysł (kultury) medialne stanowią istotny i rosnący element gospodarki i zatrudnienia.

Kultura "realnej wirtualności", tworzona wokół coraz bardziej interaktywnej sfery audiowizualnej, przeniknęła w społeczeństwie medialnym duchową tkankę obrazowania i

¹⁷ Zob. R. F. Fidler, *Mediamorphosis: Understanding New Media*, Pine Forge Press, Thousand Oaks, CA, 1997.

komunikowania, łącząc różne kultury w elektroniczny hipertekst. Przestrzeń i czas, materialna podstawa ludzkiego doświadczenia, uległy przekształceniu, gdyż przestrzeń przepływów dominuje nad przestrzenią miejsc, a bezczasowy czas zastępuje zegarowy czas ery przemysłowej. Krótko mówiąc: żyjemy w czasach, gdy ludzie będący blisko siebie w sensie fizycznym często (na ogół) są sobie dalecy, a ludzie dalecy stają się sobie bliscy. Cyberprzestrzeń w formie Internetu to nowa światowa agora, scena i arena, na której nie ma wyraźnego i stałego podziału na aktorów i widzów, w jakimś sensie bowiem wszyscy są uczestnikami procesu komunikacyjnego. Coraz bardziej oczywiste jest przyspieszenie. James Gleik poświęcił temu zjawisku całą książkę, zatytułowaną *Szybciej*¹⁸. Człowiek współczesny, aby sprostać nowym wymaganiom albo skorzystać z ogromu ofert, rozwija zatem zdolność równoległego wykonywania wielu czynności i jednoczesnego uczestnictwa w wielu różnych zajęciach.

ZMEDIATYZOWANA OSOBOWOŚĆ: POKOLENIE SMS-ów

Jeśli powstaje nowe zmediatyzowane społeczeństwo, to czy kształtuje się również nowy typ człowieka? I czy ma ono swoje osobowościowe i zawodowe ideały? Czy człowiekiem przyszłości, a w istocie postczłowiekiem będzie cyborg (termin łączący pojęcia "cybernetyka" i "organizm"), czyli połączenie sterowanego mechanizmu i żywego organizmu (gatunek *posthomo sapiens*). Próby bezpośredniego połączenia ludzkiego mózgu - przewodowe i bezprzewodowe - z serwomechanizmami wykraczają już poza fazę prymitywnych eksperymentów. Niektóre trójwymiarowe zbiorowe gry komputerowe (np. *Quest Atlantis*) zarówno kreują wirtualną scenę historyczną, jak i zapewniają łączność między uczestnikami gry, mającymi unikalne osobowości i kształtowaną tożsamość. Na razie potrzebny jest ekran i mysz, ale jak długo? Przyszłe hełmofony rzeczywistości wirtualnej, kaski pozwalające na recepcję dźwięków, obrazów i bodźców kreowanego otoczenia, uzupełnią myślowy kanał zwrotny, "rzeczywiste" oddziaływanie na percypowaną rzeczywistość. Filozofia biskupa George'a Berkeleya "esse est percipii" ("Istnieć to być postrzeganym") stanie się wirtualną rzeczywistością.

Na razie jednak jest to przyszłość wyobrażalna, ale odległa. Niemniej w tożsamości i osobowości społecznej młodego pokolenia zachodzą już zmiany. **Rodzi się człowiek medialny i mobilny**. Nie ulega wątpliwości, iż obecne pokolenie licealistów i studentów jest pierwszym pokoleniem ekranowym (ang. *screeny generation*), traktującym obraz jako przekaz równorzędny wobec książkowego, a właściwie od niego lepszy, bo prostszy i atrakcyjniejszy. Jest to pokolenie, które od kolebki rosło przed telewizorem, a dojrzewa przed monitorem komputera i z telefonem komórkowym w ręku, telefon zaś służy już nie tylko do rozmowy, ale też do czytania i pisania wiadomości, a wkrótce posłuży do regulowania płatności czy żeglowania w Internecie.

Telewizja, elektroniczna piastunka, stale dostarcza nam opowieści, pokazuje obrazy, kulturowo programując ludzki umysł poprzez dostarczanie mu schematów postępowania, norm i kryteriów wartościowania oraz sposobu doświadczania rzeczywistości i działania. Jednocześnie

¹⁸ Zob. J. Gleik, *Szybciej. Przyspieszenie niemal wszystkiego*, tłum. J. Bieroń, Zysk i S-ka, Poznań 2003.

jej styl staje się coraz bardziej asocjacyjny, wideoklipowy. Dzieci i młodzież przyzwyczajają się do coraz większego tempa narracji, do jej skrótowości, zmienności, do reguł montażu czy kodów dźwiękowych. Wolne, tradycyjne tempo narracji coraz częściej po prostu ich nudzi. Kazimierz Krzysztofek twierdzi: "Pokolenia wychowane na mediach wizualnych mają inną strukturę percepcji [...] mają skrócony zakres skupienia uwagi [...] co ma poważne konsekwencje w procesie edukacyjnym: czterdzieści pięć minut dla ucznia to w większości czas stracony"¹⁹.

Podobnie uważa B. Scarlata, nauczycielka szkoły podstawowej w Nowym Jorku: "Współczesne dzieci należą do *Video Generation*, czekają na to, aby być zabawianymi. Jest pierwszy dzień w szkole w drugiej klasie, a ja jestem obiektem, który się pojawia na ich ekranach. Jestem ograniczona tym, że brakuje mi cyberopowabu. Jestem tylko nauczycielką rywalizującą z szybko przemierzającym światem, który - poza moją lekcją - oferuje im technologia"²⁰.

Młodzi ludzie przyzwyczajeni są do gier komputerowych, a więc i do interaktywności. Szkoła nie dostarcza im tak silnych bodźców, a co więcej, ogranicza ich wolność zmiany zajęć. Dlatego Scarlata wskazuje, że uczniom brak cierpliwości, a stałej fluktuacji ich uwagi i jej nadmiernej przerzutności towarzyszy niepokój. Narasta także zjawisko nadpobudliwości psychoruchowej młodzieży. Objawia się ono niekontrolowanymi napadami złości i agresji, a także zaburzeniami nerwowymi.

Nowe pokolenie prezentuje uboższe słownictwo, ma także problemy z prawidłowym akcentowaniem i wymową, co związane jest z faktem, że jego interakcje słowne z rówieśnikami, a zwłaszcza z dorosłymi są znacznie ograniczone. Gry komputerowe i CD-ROM-y są wprawdzie interaktywne, ale nie są narzędziem komunikacji interpersonalnej, nie uczą poprawnego wysławiania się ani wymowy poszczególnych słów. Zaobserwować to można także w przypadku młodych dorosłych, nawet polityków.

Jak wynika z badań Japończyków, dla nowego pokolenia komunikacja medialna, zwłaszcza on-line, jest wygodniejszym sposobem porozumiewania się niż komunikacja osobowa, bezpośrednia. Jako rzecz McLuhan: "Przeказnik jest przekazem", a przekazem wszystkich SMS-ów jest pokolenie medialne i mobilne, tak zwana e-generacja.

Dla tego pokolenia wymarzonym sposobem komunikacji jest telefon komórkowy, a wśród jego rozlicznych funkcji szczególne znaczenie ma możliwość wysyłania wiadomości tekstowych. W przeciwieństwie do zwykłej rozmowy, SMS pozwala na opóźnione odczytanie wiadomości, a więc zachowuje zarówno cechy listu, jak i telegramu oraz e-mailu. SMS-y pełnią funkcję prywatnego telegrafu, tyle że telegrafu taniego, dostępnego zawsze i wszędzie, i pozostającego poza kontrolą rodzicielską.

SMS z wielu względów stał się niezmiernie popularną formą wymiany informacji przez ludzi młodych. Pozwala na rozsyłanie komunikatów do wielu adresatów, na przykład zamiast

¹⁹ K. Bład! Tylko dokument główny Krzysztofek, K. i M. Szczepański, M. (2002) Zrozumieć rozwój. Od społeczeństw tradycyjnych do informacyjnych. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, s. 221.

²⁰ B. S c a r l a t a, Bład! Tylko dokument główny Cyt. za Wojciech Cwalina, "Generacja X - ponury mit czy obiecująca rzeczywistość", w Internet . Fenomen społeczeństwa informacyjnego, pod red. T. Zasępy, Częstochowa: Świety Paweł, 2001, str. 35.

kartek pocztowych z wakacji. SMS-y można wysyłać w czasie lekcji, wykładów, pracy, zabawy, zebrań, negocjacji. Młodzi ludzie często wpadają w uzależnienie (tak zwaną esemesmanię), wysyłając dziennie kilkadziesiąt, a niekiedy kilkaset krótkich fatycznych (emocjonalnych) przekazów. SMS pozwala też na komunikację anonimową (która niekiedy służy jako kontynuacja tradycyjnych dowcipów telefonicznych), czasami niestety przestępczą.

Prekursorem użytkownika SMS-u jest Krzyś z Kubusia Puchatka, który wywiesił taką oto karteczkę: "PRO SZE ZWONIDŹ JEŹLIKTO HCE PO RADY"²¹. Jednak Krzysiowa ortografia nie sprawiała trudności w zrozumieniu tekstu, gdyż kartkę czytali jego przyjaciele ze Stumilowego Lasu, jeszcze słabsi w tej dziedzinie. Niedbałość tego rodzaju przenika do prac seminaryjnych i dyplomowych studentów, a nawet do materiałów dziennikarskich młodych reporterów. Coraz bardziej zwięzłe i niepoprawne pod względem gramatycznym stają się serwisy radiowe i telewizyjne, poprzedzane tak zwanymi headami (forszpanami, krótkimi zapowiedziami wiadomości). Są one utrzymane w stylistyce SMS-ów.

Młode pokolenie to zarazem generacja o bardziej tolerancyjnym spojrzeniu na świat, ceniąca różnorodność i odmienność. Opowiada się raczej za wartościami indywidualizmu, włącznie z uznaniem odpowiedzialności jednostki za jej los, a także raczej za wartościami samorządowymi niż państwowymi. Niestety, jest to pokolenie, dla którego zanika rozróżnienie między sferą publiczną a sferą prywatną, między sceną a kulisami. Upublicznienie tego, co prywatne, niejednokrotnie tego, co intymne, trudno wytłumaczyć inaczej niż samą dostępnością techniki i popularnością pewnych określonych formatów przekazu, na przykład tak zwanego reality show w telewizji.

NOWY ŚWIAT - WSPANIAŁY CZY KOSZMARNY?

W odróżnieniu od teoretyków globalizmu, twierdzących, że dzięki mediom i komunikacji świat się kurczy, Ortega y Gasset w roku 1933 zwrócił uwagę na fakt, iż w istocie świat się rozrósł: "Żaden zakątek ziemi nie jest już zamknięty w swym geometrycznym obszarze, jego życie staje się w wielu momentach życiem pozostałych części świata. [...] Mamy teraz do czynienia z prawdziwą wszechobecnością każdego miejsca na ziemi. Owa bliskość tego, co dalekie, owa obecność tego, co nieobecne, spowodowała cudowne wręcz rozszerzenie się horyzontów życia każdego człowieka. Świat także się rozrósł. Prehistoria i archeologia odkrywają przed nami zamierzchłe epoki historyczne. [...] Unicestwiając przestrzeń i czas zarazem je ożywiamy. Sprawiamy, że użyczają nam swej żywotności, możemy *przebywać* w większej ilości miejsc niż kiedyś... Jednak w ostatecznym rachunku istotny rozrost świata nie polega na zwiększeniu się jego wymiarów, ale na tym, że mieści więcej rzeczy. A rzecz - w

²¹ A. A. Milne, *Kubuś Puchatek*, tłum. I. Tuwim, Nasza Księgarnia, Warszawa 1979, s. 44.

najszerzym sensie tego słowa znaczeniu - jest tym wszystkim, czego można pożądać, co można zniszczyć ... wszystkie te nazwy oznaczają najróżniejszego rodzaju czynności życiowe"²².

AGORA: OD CZWARTEJ DO PIERWSZEJ WŁADZY

Popularnie media i dziennikarze określa się jako "czwartą władzę", działającą obok władzy ustawodawczej (parlamentu), wykonawczej (rządu) i sądowniczej. Dziennikarze nie mają władzy formalnej, decyzyjnej, ale mają wpływ, a to w społeczeństwie demokratycznym i medialnym jest często ważniejsze od władzy, pozwala bowiem tę władzę urabiać i sobie podporządkowywać. Wystarczy zauważyć uniżoność, z jaką politycy z najwyższej półki (mówiąc językiem mediów) poddają się aroganckim "przesłuchaniom" prowadzonym przez trzeciorzędnych dziennikarzy, aby przyznać rację niemieckiemu badaczowi mediów Hansowi M. Kepplingerowi, który twierdzi, iż system medialny stał się podstawą działania systemu politycznego. Już nie partie polityczne decydują o obsadach stanowisk kierowniczych, ale media narzucają im swoje hierarchie i oceniają poszczególne kandydaty²³.

WIEK DOSTĘPU

Istotę nowej kondycji człowieka dobrze wyraża określenie "wiek dostępu". Jeremy Rifkin z pasją wykazuje, że już nie własność, ale dostęp określa bogactwo, a także ludzkie możliwości. Nie trzeba posiadać, aby korzystać, a co więcej - często nie można posiadać tego, z czego trzeba i chce się korzystać. A zatem bieda oznacza dzisiaj nie brak własności, ale brak dostępu. Coraz więcej wszelakiego rodzaju dóbr jest używane, a nie sprzedawane. Za każdą chwilę użytkowania natomiast trzeba odpowiednio płacić²⁴.

Dostęp to dzisiaj podstawowe prawo człowieka, tyle że nie zostało zapisane w konstytucjach. Konstytucje wymieniają prawa wolnościowe i społeczne, ale brak w nich praw medialnych (regulujących dostęp do publicznych i prywatnych mediów na określonych warunkach). Dostęp do globalnej i narodowej agory jest bowiem regulowany i nie jest bezwarunkowy. Jeśli rozumieć go jako bramę (ang. gate), to ma on swoich bramkarzy (ang. gatekeepers). Nie cenzorzy państwowi, jak miało to miejsce dawniej, ale odzwierni medialni (właściciele, redaktorzy, dziennikarze) regulują pojawianie się poszczególnych podmiotów na scenie medialnej. I coraz częściej owymi odzwierniymi są wielkie korporacje medialne, regulujące dostęp do swoich mediów. A kto ma dostęp, ten w wieku dostępu ma władzę.

²² J. Ortega y Gasset, *Bunt mas*, tłum. P. Niklewicz, Warszawskie Wydawnictwo Literackie MUZA SA, Warszawa 1997, str. 21-22.

²³ Por. H. M. Kepplinger, (2003) "W kierunku systemowej teorii komunikowania politycznego", w *Systemy polityczne*, pod red B. Ociepka, Wrocław, str., 77-99.

²⁴ J. Rifkin. *Wiek dostępu. Nowa kultura hiperkapitalizmu, w której płaci się za każdą chwilę życia*. Przekład Ewa Kania Wrocław: Wydawnictwo Dolnośląskie, 2004.

WYKLUCZENIE SPOŁECZNE

Nowe media, choć konstruowane jako przyjazne użytkownikowi, są jednak w swym działaniu lub użytkach na tyle skomplikowane, iż przyczyniają się do zwiększania różnic społecznych, a także narastania różnic w stopniu poinformowania. Już dawno zauważono, że w skali masowej komputery znajdują entuzjastów głównie wśród młodzieży, a jako narzędzia pracy u osób w wieku średnim.

Tworzy się luka informacyjna między osobami z powodu wykształcenia (lub pewnych cech osobowych) bardziej predestynowanymi do korzystania z nowych mediów a pozostałą częścią społeczeństwa, które w ten sposób bardziej się różnicuje, niż ujednocila. Powiększa się dystans między zrozumieniem środowiska technicznego prezentowanym przez niektórych a informacyjną ignorancją innych.

W erze gospodarki globalnej i nasycenia informacją nadal istnieją, a nawet rozrastają się grupy "upośledzone" - klasa pariasów, nie tylko informacyjnych. Castells wskazuje na Los Angeles, najbardziej nowoczesne, a jednocześnie najbardziej rozwarstwione miasto na świecie, w którym liczba bezdomnych przynajmniej dorównuje liczbie cudownych dzieci komputerowych, a zapewne nawet ją przewyższa.

KOLUMBOWIE INTERNETU KOMPETENCJE MEDIALNE I EDUKACJA MEDIALNA

W społeczeństwie medialnym umiejętności niezbędne do skutecznego funkcjonowania, a wręcz do przeżycia rozszerzają się na całą sferę nowych i starych mediów. Tak jak w społeczeństwie przemysłowym minimum umiejętności intelektualnych to zdolność czytania i pisania, tak w społeczeństwie medialnym jest nim umiejętność korzystania z komputera pracującego w sieci, wykorzystywania funkcji telefonu komórkowego, programowania radiodbiornika i magnetowidu czy cyfrowego fotografowania i filmowania. Nie chodzi tu jednak tylko o zwykłą sprawność techniczną, ale także rozumienie działania tych urządzeń, a co ważniejsze, o umiejętność posługiwania się nimi zarówno dla zwykłej zabawy, jak i dla celów poznawczych i praktycznych.

Jeśli zadaniem szkoły jest przygotowanie do życia zawodowego i społecznego, to w czasach obecnych ważnym, lecz niestety nierealizowanym celem edukacji szkolnej staje się zyskanie przez uczniów również kompetencji medialnych. Jak bowiem pisze Waclaw Strykowski "ludzie, którzy ich nie zdobędą, znajdą się na straconej pozycji, staną się analfabetami medialnymi"²⁵.

²⁵ W. Błąd! Tylko dokument główny Strykowski i W. Skrzydlewski (red.) (2004) *Kompetencje medialne społeczeństwa wiedzy*. Poznań: Wydawnictwo eMPI2., s. 12.

Używając metaforyki morskiej, tak rozpowszechnionej w opisach Internetu, można powiedzieć, że zadaniem szkoły jest uczenie żeglowania a nie surfowania w Internecie. Surfing to wspaniały sport, polegający na utrzymywaniu się na desce na falach, żeglowanie natomiast to podróż morska z wytyczonym celem, wymagająca opanowania sztuki żeglarskiej, w tym wykorzystywania instrumentów (busole, mapy) i posiadania określonej wiedzy. Hasło: "Bądź Kolumbem cyberprzestrzeni", jest wyśmienitą dyrektywą dla wszystkich młodych ludzi.

SPOŁECZEŃSTWO MEDIALNE Z LUDZKĄ TWARZĄ

W książce pod tytułem *HighTech. High touch*²⁶, amerykański prognostyk społeczny John Naisbitt zachęca do tego, aby w erze wysokich technologii (ang. high-tech) pielęgnować wysoką wrażliwość (ang. hightouch), czyli zachowywać właściwą miarę i proporcję w użytkowaniu mediów, aby odnosić się do nich jak do narzędzi, a nie być ich niewolnikami.

U wielu użytkowników nowych mediów występuje swoista fascynacja światem przez nie przedstawianym (tak zwaną wirtualną rzeczywistością), w szczególności, gdy stwarzają one szansę interaktywności. Znane są przykłady osób, które spędzają całe dni na oglądaniu programów telewizyjnych czy kaset wideo. Wśród młodzieży pojawił się typ maniaka komputerowego, który nie przestaje wpatrywać się w ekran monitora. Nowe techniki multimedialne, łączące dźwięk, obraz trójwymiarowy, a nawet dotyk (poprzez specjalne hełmofony i tak zwane rękawice danych) stwarzają takie złudzenie rzeczywistości, że problemem staje się powrót do normalnego, ludzkiego świata.

Ta narkotyzująca funkcja najnowszych mediów zasługuje na baczną uwagę. Już gry komputerowe, wprowadzając element interaktywności człowieka z maszyną i programem, przewyższają pasywny charakter odbioru tradycyjnej telewizji i mogą dostarczać mocniejszych impulsów do działania w świecie rzeczywistym niż oglądane filmy. Gra akcji, w której z pomocą dżojstika likwiduje się (czyli zabija) setki przeciwników, może skłonić młodego gracza do niemal nieświadomej zamiany dżojstika na kij baseballowy i do wypróbowania swoich sił na żywym człowieku. Integracja mediów osiąga nowy, biologiczny poziom - celem rzeczywistości wirtualnej jest sterowanie symulowaną rzeczywistością za pomocą ludzkiej myśli. Matrix jest bliżej urzeczywistnienia, niż myślimy; prasa branżowa niemal codziennie donosi o postępach bioelektroniki.

*

Upowszechnianie i udoskonalanie technik telekomunikacyjnych i informatycznych nie zapowiada zbudowania nowego rajy na ziemi, wbrew opinii technooptymistów, na przykład

²⁶ Zob. J. Naisbitt, N. Naisbitt, D. Philips, *High Tech. High touch. Technologia a poszukiwania sensu*, tłum. , Zysk i S-ka,

Nicolasa Negroponte'a z bostońskiego Media Lab²⁷. Bliższe trafnej prognozy są paradoksy rozwoju techniki sformułowane przez Jacques'a Ellula: 1. Wszelki postęp techniczny powoduje zarówno zyski, jak i straty; gdy coś dodaje, to zawsze także coś ujmuje. 2. Wszelki postęp techniczny stwarza więcej problemów aniżeli rozwiązuje; skłania nas do postrzegania tych problemów jako technicznych ze swej natury i popycha do szukania rozwiązań technicznych. 3. Negatywne aspekty technicznych innowacji są nierozłącznie związane z pozytywnymi. Naiwnością jest sąd, że technika jest neutralna, iż może być używana dla dobrych albo dla złych celów; w rzeczywistości dobre i złe konsekwencje są równoczesne i nieodłączne. 4. Wszystkie wynalazki techniczne mają nieprzewidywalne konsekwencje²⁸.

Technika medialna musi się liczyć ze zmysłowym wyposażeniem człowieka. Klawiatury najmniejszych nawet telefonów komórkowych nie mogą być mniejsze, niż pozwala na to zręczność ludzkich palców. Ekran o rozdzielczości większej niż ta, którą rozróżnia ludzkie oko, są nadmiarowe. Głośniki, które transmitują dźwięki spoza zakresu częstotliwości odbieranych przez ludzkie ucho, będą bezużyteczne, oczywiście dla zwykłych zastosowań. Pamiętajmy zatem, że to człowiek jest początkiem i końcem, alfą i omegą procesu komunikowania. "Ciało ludzkie dostarcza pierwszego i podstawowego aparatu komunikowania nie ograniczającego się przy tym do dziedziny języka i [...] określa warunki funkcjonowania technicznych środków przekazu"²⁹. W sensie biologicznym człowiek niewiele się zmienił od prehistorycznych czasów. Przeto filozof-personalista Jacques Maritain przypomina: "Telefon i radio nie pozbawiają człowieka dwóch rąk, dwóch nóg, dwóch płuc, zakochiwania się oraz poszukiwania szczęścia"³⁰. Biada tym, którzy o tym zapominają. Nie zapomniał o tej podstawowej prawdzie Leszek Długosz, bard Piwnicy pod Baranami, co wyraził w wierszu "Z wiosną - internautom..."

*Przez wiosenne roztopy
Przez rozbryzgi - woda i kaczeńce
spod kopyt
Nie posyłamy już jeźdźca galopem
Ale przycisk telefonu
Internetu
Włączony
- I biegnie
Wiadomość
Z wiosną
Ta sama
Wciąż nieodmieniona
- Bo to, co serce z wiosną*

²⁷ Zob. N. Negroponte, *Zycie cyfrowe. Jak się odnaleźć w wieku komputerów*. Przekład M. Łakomy. Warszawa: Książka i Wiedza 1997, s. 5.

²⁸ Por. J. Ellul, *Technological Order*, "Technology and Culture", 1962 nr 3, s. 394.

²⁹ A. Kłoskowska, *Socjologia kultury*, PWN, Warszawa 1981, s. 297.

³⁰ Cytuję za J. Kernan, *Błąd! Tylko dokument główny Our friend, J. Maritain*, New York, Doubleday, 1975, s. 177.

*ma do powiedzenia
To się nie zmienia.*

Leszek Długosz (*Dusza na ramieniu* Kraków: Wydawnictwo Literackie, 2003, s. 131).

Społeczeństwo medialne musi odzyskać panowanie nad mediami - nadać im nie tylko techniczne i rynkowe, ale również obywatelskie i ludzkie oblicze. Przewyciężenie paradoksu - rzekomej niezwyciężoności mediatyzacji i tkwiącej u jej podstaw kruchości - stanowi główne wyzwanie na nowe tysiąclecie³¹.

³¹ Por. J. Micklethwait, A. Wooldridge, *Czas przyszły doskonały. Wyzwania i ukryte obietnice globalizacji*, tłum. A. Unterschuetz, Zysk i S-ka, Poznań 2003, s. 526.