Karina Stasiuk-Krajewska
(Uniwersytet Wrocławski)

O (nie)nowych konsekwencjach nowych mediów

Szkic krytyczny

Streszczenie: Tekst rekonstruuje podstawowe cechy przypisywane tzw. nowym mediom oraz społeczno-kulturowe konsekwencje, które wiążą się w medioznawstwie i teorii komunikacji masowej z ich pojawieniem się i upowszechnieniem. W tym kontekście autorka omawia digitalizację, język nowych mediów, dziennikarstwo internetowe, etyczne i prawne problemy CMC, ekonomię nowych mediów, interaktywność i jej konsekwencje, wirtualne społeczności, wreszcie zagadnienia związane z – domniemanym – konstytuowaniem się, wokół nowych mediów, nowego typu kultury. Nowe media oraz ich niewątpliwy wpływ na rozmaite sfery życia społeczno-kulturalnego nie są niczym nowym w historii komunikowania zapośredniczonego przez media i jego badania – podobnie rzecz miała się z radiem, kinem czy telewizją. Trudno więc mówić o zasadniczej jakościowej odrębności tzw. mediów nowych od tzw. mediów starych, ponieważ wszystkie nowo pojawiające się (i zyskujące dominację) media powodowały zmiany w kulturze i społeczeństwie oraz wywoływały, zbieżną w swej istocie z obecną dotyczącą nowych mediów, dyskusję koncentrującą się wokół podobnych problemów (kondycja społeczeństwa i wspólnoty, etyka, nowe modelowanie kultury itp.).

Słowa kluczowe: CMC, media w kulturze i społeczeństwie, nowe media, wpływ mediów

Wprowadzenie

Termin „nowe media”, niezależnie od tego, jak jest rozumiany i jakie są trudności z jego zdefiniowaniem, niewątpliwie jest pojęciem powszechnie występującym w dyskursie nauk humanistycznych. W tym sensie jego krytyczne użycie na określenie pewnych zjawisk współczesnej sfery medialnej wydaje się uzasadnione. Oczywiście, trzeba pamiętać, że przeciwstawienie „mediów nowych”, „mediom starym” ma charakter jedy-

nie umowny i może być zastosowane w odniesieniu do sytuacji pojawiania się każdej technicznej innowacji w sferze komunikowania masowego i mediów (tak zresztą w literaturze przedmiotu bywa – przywołajmy chociażby antologię tekstów *New Media 1740–1915*). Jednak, biorąc pod uwagę dominującą praktykę użycia tego terminu, zarówno w dyskursie specjalistycznym, jak i potocznym, zakładam, że przez pojęcie „nowe media” należy rozumieć media zdigitalizowane, zwłaszcza zaś komputer podłączony do sieci (oraz rozmaite jego użycia). Nie wchodząc tutaj w złożone spory terminologiczne [Manovich 2006: 13–27], przyjmuję, że jest to ujęcie zarówno najczęściej spotykane w literaturze przedmiotu, jak i – co może nawet istotniejsze – zgodne z potocznym rozumieniem terminu, dlatego też w kontekście niniejszego tekstu uzasadnione.

Drugim podstawowym dla mnie założeniem jest teza sformułowana przez Johna B. Thompsona [2001: 62], zgodnie z którą media są narzędziem transmisji kulturowej i tak właśnie, w kontekście kulturowych konsekwencji ich pojawienia się i rozpowszechnienia, należy je rozpatrywać. Teza ta doskonale odnosi się zwłaszcza do nowych mediów, które, cytując raz jeszcze Manovicha [2006: 15], stanowią „remiks między interfejsami różnych form kulturowych i nowych technik oprogramowania, w skrócie remiks między kulturą i komputerami”. Siły kulturowego oddziaływania nowych mediów dowodzi niezbieżność fakt, że są one (lub też ich bezpośrednie konsekwencje) podstawą tworzenia autoświadomości naszej epoki. Lech W. Zacher [2005: 26] wymienia w tym kontekście następujące określenia, z których większość pośrednio lub bezpośrednio odnosi się do nowych technologii: społeczeństwo postindustrialne, medialne, informacyjne, cybernetyczne, komputerowe, wysokiej techniki, sieciowe, wirtualne, masowe, globalne, ryzyka, e-społeczeństwo, uczące się, wychowujące, innowacyjne, synergetyczne, wiedzy, a w perspektywie e-stado, e-zbiorowości, agregaty ludzkie.

Na tym też aspekcie ICT (*Information and Communication Technology*) chciałabym skoncentrować się w poniższym tekście, prezentując, z konieczności w sposób wybiórczy i powierzchowny, dziewięć płaszczyzn, w kontekście których rozważa się realny lub wyimaginowany, pozytywny lub negatywny wpływ „nowych mediów” (utożsamianych w istocie z Internetem oraz jego zastosowaniami). Oczywiście, poniższa prezentacja nie wyczerpuje w pełni złożoności zagadnienia i jest jedynie szkicem, którego poszczególne elementy mogą i powinny być znacznie rozbudowane.

Rozpoczynając od kwestii najbardziej szczegółowych (oczywiście w ramach, wspomnianego wcześniej, wysokiego stopnia uogólnienia), kończąc zaś na najbardziej ogólnych, do zagadnień dyskutowanych w związku z szeroko rozumianymi konsekwencjami upowszechniania się Internetu można więc zaliczyć następujące problemy.

1. Komputeryzacja (digitalizacja)

Istota tego zjawiska ma charakter dwojaki: po pierwsze, wszystkie media służące komunikacji (także takie, jak telefon czy fax) mogą być, a w coraz większym stopniu po prostu są, zapośredniczone przez technologie komputerowe. W tym sensie znaczna część komunikacji typu interakcji pośredniej (rozmowy telefoniczne, pisanie listów itp.) przebiega za pośrednictwem komputera, a precyzyjniej – Internetu. Drugie zjawisko związane z komputeryzacją to oczywiście konwergencja mediów. Konwergencję większość teoretyków uznaje za jedną z cech nowych mediów, zwróćmy jednak uwagę, że w istocie jest ona także (jeżeli nie przede wszystkim) swoistą konsekwencją wpływu nowych mediów na media stare.

Oba te zjawiska powodują powstanie coraz bardziej złożonego systemu gromadzenia, zarządzania, przekazywania, przechowywania oraz dystrybucji informacji, którego sercem jest komputer (oczywiście podłączony do sieci). Dodatkowo, ujednolicenie standardu przechowywania informacji usprawnia ich obieg, umożliwia przechowywanie ich w coraz bardziej zminiaturyzowanej postaci, wreszcie – w pewnym przynajmniej zakresie (o czym będzie jeszcze mowa) – otwiera do nich szerszy dostęp. Narasta skala i tempo wymiany informacji. Nowe technologie informacyjne stają się w ten sposób podstawowym czynnikiem kształtującym specyfikę i charakter społeczeństwa informacyjnego (o czym także będzie mowa w dalszej części tekstu).

Kolejną konsekwencją komputeryzacji, tym razem w kontekście konwergencji mediów, jest powstawanie mediów hybrydalnych, które mogą stanowić pewną trudność dla teoretyków – o tyle, o ile ci ostatni przyzwyczajeni są (mocą tradycji teorii komunikowania masowego) do odrębnego analizowania mediów (poczynając od ich historii, przez charakterystykę, aż do społecznych konsekwencji ich powstania i upowszechnienia się). W kontekście tych rozważań za wyjątkowo ważne uznają pytanie dotyczące społecznych konsekwencji Internetu – czy konsekwencje owe sta-

nowią swoistą sumę oddziaływań wcześniejszych mediów, występujących w formie zdigitalizowanej, czy też, w związku z kwestiami, które poruszone będą później, należy mówić o jakiejś nowej jakości oddziaływania komputera (podłączonego do Internetu) na odbiorców?

Zwróćmy ponadto uwagę, że konsekwencją konwergencji mediów jest również powstanie ogólnoswiatowego systemu komunikowania masowego, który staje się względnie ujednolicony już nie tylko w płaszczyźnie horyzontalnej, ale także wertykalnej (to zagadnienie wiąże się oczywiście z analizowanym nieco dalej problemem globalizacji). W ten sposób Internet przyczyniałby się nie tyle do zróżnicowania komunikacji (o czym często mówi się w kontekście interaktywności), ile do jej ujednolicenia. Ta kwestia pozostaje oczywiście dyskusyjna, jak większość prezentowanych tu problemów. Z pewnością jednak digitalizację można uznać za swoistą materialną, techniczną podstawę zjawisk społecznych i kulturowych analizowanych w dalszej części tekstu.

2. Język nowych mediów

Język nowych mediów był do pewnego momentu najpopularniejszym przedmiotem zainteresowania teoretyków, co – jak sądzę – stanowiło wyraz swoistej trudności z ogarnięciem złożoności owego zjawiska. Te rozważania, jak wiadomo, koncentrowały się głównie na tym, jak zmienia się język (w zakresie gramatyki, leksyki i stylistyki) używany w ramach rozmaitych form komunikacji zapośredniczonej przez Internet (CMC), podnoszono także kwestie (rzekomego lub rzeczywistego) wpływu tych zmian na inne odmiany języka mówionego czy pisanego oraz, nieczęsto, próbowano z tego typu rozważań wyciągać wnioski natury ogólniejszej, dotyczące na przykład zmian standardów komunikacyjnych czy nawet uczestnictwa w kulturze. Te analizy, poza tym, że zapewniły prezentację bogatego materiału źródłowego, nie doprowadziły, jak się wydaje, do odkrywczych wniosków. Okazało się bowiem, że „język Internetu” jest po pierwsze bardzo różnorodny (trudno więc ustalić jakąś cechę wyróżniającą), po drugie, w niektórych swych przejawach tożsamy z innymi odmianami języka, po trzecie wreszcie – jeśli nawet odmienny, to w zakresie, z którym trudno było powiązać jakieś dalej idące zmiany osobowościowe czy kulturowe (reprezentatywne pod tym względem są na przykład prace: *Dialog a nowe media* 2004 i *Język a multimedia* 2005).

Problematyka języka nowych mediów może jednak jawić się zupełnie inaczej, nawiązując w znacznym stopniu do poruszonego poprzednio problemu digitalizacji. „Używam terminu język w szerokim znaczeniu, odwołując się do wielu różnych konwencji stosowanych przez twórców obiektów nowych mediów do organizowania danych i strukturywania doświadczeń użytkowników” – pisze Lev Manovich [2006: 63]. Tak rozumiany język nowych mediów, jak język kina czy teatru, jest w istocie specyficznym kodem, za pomocą którego opisywana jest rzeczywistość. „W jaki sposób nowe media kontynuują starsze formy i języki kulturowe, a w jakim stopniu z nimi zrywają? W jaki sposób nowe media tworzą iluzję rzeczywistości, zwracają się do widza i przedstawiają przestrzeń i czas? Jak stylistyczne konwencje i techniki tradycyjnych mediów [...] funkcjonują w nowych mediach?” – precyzuje pole swoich zainteresowań Manovich [2006: 65]. Tak rozumiany język nowych mediów przestaje być więc zagadnieniem szczegółowym, prowadzi bowiem w kierunku rozważań dotyczących wspomnianych relacji między nowymi a starymi mediami, a także do problematyki wpływu nowych mediów na szeroko rozumianą formację kulturową współczesności (do czego powrócę pod koniec tych rozważań).

3. Dziennikarstwo internetowe

Problematyka języka nowych mediów przede wszystkim w węższym, choć w pewnym zakresie także w szerszym rozumieniu odnosi się bezpośrednio do kolejnego, bardzo szerokiego zagadnienia dyskutowanego w kontekście nowych mediów – „dziennikarstwa internetowego”.

Dziennikarstwo internetowe, samo w sobie dość trudne do zdefiniowania, wiąże się z szeregiem problemów o wysokim stopniu uszczegółowienia, do których można zaliczyć: gatunek i narrację w dziennikarstwie internetowym (*web storytelling*); język i kompozycję materiałów dziennikarskich; wykorzystanie publikacji multimedialnych; nowe narzędzia dostępu do informacji oraz ich gromadzenia; źródła informacji; wreszcie – nowe narzędzia pracy dziennikarskiej i kanały komunikacji z odbiorcą (np. zdigitalizowany newsroom, strona internetowa itp.) [Pavlik 2001; Olszański 2006]. Wymienione powyżej kwestie są kwestiami zasadniczo warsztatowymi i w istocie sprowadzają się do pytania o to, jak dziennikarz może i powinien wykorzystać narzędzia związane z nowymi mediami w swej dzia-

łałości zawodowej oraz jakie kompetencje powinien posiadać, by móc uprawiać dziennikarstwo internetowe.

Jednak kwestie te prowadzą także do zagadnień dużo bardziej ogólnych, wśród których warto wymienić: etykę nowych mediów (w tym zwłaszcza czynne i bierne prawo do informacji), autorstwo w sieci, społeczną i polityczną rolę informacyjnych portali społecznościowych, wreszcie kwestie związane ze zmianami w zakresie politycznego uczestnictwa obywateli, dostępem do informacji czy (rzeczywistym lub rzekomym) wyrównaniem szans na zabieranie głosu w mediach przez grupy do tej pory dyskryminowane z racji zasobów finansowych, uprzedzeń kulturowych czy małej rynkowej popularności poruszanej przez nie tematyki (w tym kontekście często pojawia się określenie „dziennikarstwo obywatelskie”). W luźniejszym, choć także znaczącym, związku problem dziennikarstwa internetowego pozostaje z zagadnieniami ekonomicznych, prawnych oraz instytucjonalnych zmian odnoszących się do nowych mediów. W istocie można powiedzieć, że odpowiednio szeroko interpretowane zagadnienie dziennikarstwa internetowego skupia w sobie, jak w soczewce, jeśli nie wszystkie, to przynajmniej większość społecznych i kulturowych konsekwencji rozpowszechnienia się nowych mediów, które zostaną naszkicowane poniżej.

Na marginesie dodajmy, że – wobec wspomnianej wcześniej konwergencji mediów oraz różnorodności form komunikacji w Internecie – kwestią niejednoznaczną pozostaje zakres znaczeniowy pojęcia „dziennikarstwo internetowe”. Jest to pytanie z jednej strony o to, czy przygotowywanie tekstów do zamieszczenia na portalu gazety ukazującej się w wersji drukowanej jest już dziennikarstwem internetowym, z drugiej zaś – czy za tę formę aktywności można uznać np. blogi lub inne formy informacyjno-publicystycznej aktywności pisarskiej w sieci. Odpowiedź na oba pytania bywa zazwyczaj twierdząca, co generuje trudności w odróżnianiu dziennikarstwa internetowego od dziennikarstwa w ogóle oraz od innych form CMC.

4. Regulacja: etyka i prawo

Wspomniana wcześniej problematyka etyki Internetu/etyki w Internecie jest kwestią szczególnie złożoną i budzącą spore kontrowersje. Relacja Internet–wartości etyczne rozpatrywana jest z reguły na trzech płaszczyznach: pierwsza, pozostając w wyraźnym związku z rozważaniami z poprzednie-

go podrozdziału, dotyczy problematyki etyki dziennikarstwa internetowego; druga – znacznie szerzej rozumianej zależności między rozpowszechnieniem się Internetu a definiowaniem podstawowych dla społeczeństw liberalnych wartości (takich jak prawda, wolność słowa czy szacunek osoby) oraz interpretowaniem norm z owymi wartościami związanych; trzecia wreszcie, najbardziej ogólna i, jak się wydaje, najmniej poznawczo inspirująca – dotyczy związku między Internetem a systemem wartości jego użytkowników. Dodatkowym problemem jest kwestia regulacji etycznych rozmaitych pozadiennikarskich form komunikowania w Internecie, jak fora czy grupy dyskusyjne (w tym kontekście pojawia się oczywiście kategoria netykiety). Pozostanie on na marginesie tych rozważań, ponieważ więcej wspólnego ma z szeroko pojętą pragmatyką zachowań komunikacyjnych niż z problematyką relacji Internet–wartości etyczne.

Nawiązując do kwestii najogólniejszej, szeroko i często dość emocjonalnie dyskutowanej, ale jednocześnie najtrudniejszej do precyzyjnej i zobiektywizowanej analizy, zacytujmy na początek Annę Białowąs [2007], która stwierdza:

Internet nie jest obojętny moralnie dla użytkowników, ma bowiem przemożny wpływ na kształtowanie u nich hierarchii wartości. Wszelkie urządzenia techniczne są aksjologicznie obciążone, zwłaszcza gdy „wymuszają”, „faworyzują” czy promują realizację określonych norm. Bardzo szybko rozwijający się świat bez granic konkuruje dziś z pełnym „ograniczeń” światem zasad.

Internet stanowi więc, zdaniem niektórych, zagrożenie dla stabilnego świata zasad etycznych. W związku z tym należy go kontrolować i w miarę możliwości ograniczać jego użycie w sposób szkodliwy (zwłaszcza wśród dzieci i młodzieży). Internet – argumentują inni – jeśli prześledzimy jego historię i uznamy wynikającą z owej historii specyfikę, jest sferą, której ograniczać i regulować nie można i nie należy.

Większość z nas twierdzi – pisze Paul Levinson [2006: 253–254] – że podziwia dzięki nieprzewidywalność przyrody, ale wolimy mieć z nią do czynienia na safari w bezpiecznych kapsułach, wyposażonych we wszystkie domowe wygody. To połączenie informacyjnej nieprzewidywalności z fizycznym bezpieczeństwem i wygodą pasuje też do opisu życia online: głowa w obszarach nieskończoności, tylna część ciała na

krześle, palce zaś trochę bliżej mają do kosmosu, osiągalnego poprzez klawiaturę lub manewry myszą, niż do przekąsek w lodówce. [...] Nieuchronnie rodzi się więc pytanie, jak daleko możemy się posunąć z dostrajaniem nieprzewidywalności sieci [...]. Czy chcemy, aby zasoby były lepiej skatalogowane, a odsyłacze mniej puszczone na żywioł? Czy też powinniśmy zrobić co się da, by nasilić i zwielokrotnić obywateli się bez instrukcji Darwinowski proces mnożenia się w sieci nowych połączeń, będący jedyną przeciwwagą mediów drukowanych i transmitowanych, gdzie każde słowo i każdy obraz – z wyjątkiem gadania gościa w talk-show – są w całości zaprogramowane – pyta retorycznie autor.

Uszczegółowieniem zarysowanego powyżej sporu (mającego także oczywiście związek z problematyką prawnych regulacji sieci) jest debata dotycząca wpływu Internetu na wartości i normy, które uznaje się za szczególnie istotne dla właściwego funkcjonowania społeczno-politycznego systemu późnego kapitalizmu. Debata ta ma związek z problematyką wpływu Internetu na kształtowanie się sfery publicznej (o czym poniżej), ma też swoje odniesienia do uszczegółowionych zagadnień etyki dziennikarstwa internetowego. W jej kontekście zwraca się przede wszystkim uwagę na problematykę wolności komunikowania w Internecie, na ewentualne uzasadnienia jej ograniczenia, na „internetowy terroryzm” i cenzurę Internetu. Problem, jak zawsze w etyce komunikacji, dotyczy nierozwiązywalnej sprzeczności pomiędzy wolnością słowa a dobrem społecznym i prawem do prywatności (a szerzej – godnością osoby). Przy czym spory dotyczą zarówno czynnego, jak i biernego prawa do informacji. W drugim przypadku rozważa się przede wszystkim możliwe wykluczenie dużych grup społecznych, które z powodów kulturowych i ekonomicznych nie mają dostępu do Internetu. Argumentuje się, że wobec zachodzącego w Internecie procesu konwergencji mediów ograniczenie dostępu jest w przypadku tego właśnie medium szczególnie dotkliwie i niesie ze sobą poważne konsekwencje dla społecznej pozycji grup wykluczonych [Cantoni, Tardini 2006: 41]. W relacji do tej problematyki pozostaje dyskusja na temat imperializmu kulturowego oraz tego, jaką rolę w tym zjawisku odgrywa Internet. Uczestnicy debaty dotyczącej imperializmu zgadzają się z tezą, że „kapitalistyczne, zachodnie media zdominowały i kontrolują kulturę wielu krajów trzeciego świata i innych krajów rozwijających się” [O’Sullivan, Dutton, Rayner 1998: 287], różnią się jednak zasadniczo w opiniach dotyczących roli Internetu w tym procesie, wskazując bądź to na jego wkład w ów proces, bądź –

wręcz przeciwnie – na możliwość „wyrównania szans” dzięki komunikacji internetowej.

Trzeci poziom debaty o relacji Internet–wartości etyczne dotyczy etyki dziennikarstwa internetowego. Dyskutowane tu kwestie w dużym stopniu nawiązują oczywiście do debat z zakresu etyki dziennikarskiej w ogóle (jako etyki profesjonalnej). Zauważmy jednak, że – wobec wspomnianych wcześniej zmian w rozumieniu terminu „dziennikarstwo” w kontekście dziennikarstwa internetowego – podmiotem owej dyskusji może stać się znacznie większa grupa społeczna, niekoniecznie łatwa do wyróżnienia i scharakteryzowania. Istnieją, piszą Randy Reddick i Elliot King, trzy podstawowe, specyficzne dla etyki dziennikarstwa internetowego, zasady. Po pierwsze, dziennikarze zawsze powinni identyfikować się jako tacy, jeśli planują wykorzystać informacje z list dyskusyjnych czy innych form komunikacji internetowej w swej pracy; po drugie – zawsze powinni identyfikować źródło informacji, które przekazują; wreszcie – brać pod uwagę ograniczenia Internetu jako źródła informacji. Zauważmy, że w istocie wymogi te są po prostu uszczegółowionymi wymogami „tradycyjnej etyki dziennikarskiej”. Otwarte pozostaje więc pytanie o granice etyki dziennikarstwa online, która z jednej strony okazuje się pojęciem zbyt szerokim, z drugiej – tożsamym z kategorią etyki dziennikarskiej w ogóle.

Problem etyki nowych mediów wiąże się z zagadnieniem relacji tych ostatnich do uregulowań prawnych. Co ciekawe, o ile w przypadku dyskusji nad etyką mediów tradycyjnych uznaje się za rzecz oczywistą, że regulacje etyczne są zjawiskiem zasadniczo odmiennym od regulacji prawnych, o tyle w prezentowanym tu dyskursie dotyczącym nowych mediów sprawy te są analizowane zazwyczaj jednocześnie i we wzajemnym powiązaniu – najczęściej w kontekście dopuszczalnych lub niedopuszczalnych ograniczeń i kontroli komunikacji internetowej [Slevin 2000: 214–231]. Oprócz szczegółowych zagadnień związanych z istniejącymi i możliwymi regulacjami państwowymi Internetu („Organizacjom międzynarodowym brakuje władzy, by kontrolować cyberprzestrzeń, rządowi narodowym brakuje autorytetu, a powolne dojrzewanie międzynarodowych regulacji nie nadąża za gwałtownym następstwem zmian technologicznych” – charakteryzuje sytuację David Spar [1999: 47]), problematyka prawna w kontekście nowych mediów obejmuje między innymi: problem własności intelektualnej, podpisu elektronicznego czy podszywania się pod cudzą tożsamość celem robienia zakupów, zaciągania kredytów czy uzyskiwania danych (*cyber-squatting*).

Dobrym podsumowaniem rozważań na temat regulacji Internetu/ /w Internecie są spostrzeżenia Jamesa Slevina [2000: 229–231], który podkreśla w tym kontekście następujące kwestie:

- niedopuszczalność cenzury państwowej łamiącej prawnie gwarantowane zasady wolności słowa;
- rolę promowania standardów samoregulacji;
- wagę edukacji i samoedukacji użytkowników Internetu;
- świadomość, że najpoważniejsze problemy (jak np. pornografia dziecięca) nie znikną, jeśli zamknie się im dostęp do sieci, i – w związku z tym – rozważenie możliwości wykorzystania tej ostatecznej do zwrócenia uwagi na skalę i powagę owych problemów;
- rolę współpracy między krajami w tworzeniu ponadnarodowych regulacji.

5. Ekonomia nowych mediów

Z problemami prawnymi wiążą się, przynajmniej częściowo, problemy ekonomiczne. Problemy te, które w niniejszym tekście zostaną zaledwie zaznaczone, odnoszą się przede wszystkim do dyskusji dotyczącej tego, „kto jest właścicielem Internetu”. Inaczej rzecz ujmując, koncentrują się wokół zagadnienia własności Internetu/własności w Internecie. Co prawda, jak piszą Lorenzo Cantoni i Stefano Tardini [2006: 36]:

Internet jest po prostu siecią komputerów, połączonych za pomocą bardzo różnych środków (kable, radio itp.) używających tego samego protokołu komunikacji. O ile komputery i sieci je łączące należą do swoich pojedynczych właścicieli, o tyle protokół i inne współdzielone elementy konieczne dla funkcjonowania Internetu nie są w istocie „posiadane” przez nikogo, chociaż bywają regulowane przez specyficzne podmioty,

jednak zagadnienia ekonomiczne leżą u podstaw wielu ważnych i gorących sporów dotyczących Internetu. Kwestią zasadniczą jest tu najczęściej posiadanie oprogramowania, bez którego korzystanie z odpowiedniego sprzętu nie byłoby możliwe (w związku z tym oczywiście np. opór wobec produktów firmy Microsoft w ramach ruchu *open-source*), nie bez znaczenia pozostaje także własność infrastruktury technicznej niezbędnej

do funkcjonowania Internetu (np. serwery), wreszcie – kwestia własności praw do poszczególnych domen (czego efektem jest prawo do korzystania z adresów stron WWW, co – jak wiadomo – ma niebagatelne znaczenie marketingowe).

Te zagadnienia, poza aspektem czysto ekonomicznym, analizowane są głównie w kontekście pytania o rzeczywistą lub wyimaginowaną wolność komunikowania w Internecie. W związku z tym pozostaje też pytanie, czy Internet jest w stanie przewyżżyć ograniczenia starych mediów wynikające z ich uzależnienia od mechanizmów rynkowych, z których podstawowy sprowadza się do faktu, że są one czyjąś własnością, w praktyce istnieje więc prawdopodobieństwo, że ostatecznie służą realizacji rozmaitych celów swoich właścicieli, tym samym w ograniczonym zakresie pełniąc przypisywane im w społeczeństwie demokratycznym funkcje.

Kolejną kwestią mającą związek z ekonomicznymi (w tym przypadku raczej marketingowymi) aspektami nowych mediów jest problem internetowej reklamy i internetowego public relations, a więc możliwego wykorzystania Internetu w celach marketingowo-wizerunkowych. Pytanie dotyczy tu głównie tego, czy rzeczywiście wspomniane wyżej formy komunikacji perswazyjnej zastosowane w Internecie różnią się jakościowo od swych tradycyjnych odpowiedników. Przeglądając oferty agencji reklamowych i PR, można czasami odnieść wrażenie, że frazy „reklama internetowa” czy „internetowe public relations” stały się same w sobie swoistą metodą na przyciąganie klientów i budowanie wizerunku agencji. Niewątpliwie jednak, ze względu na specyfikę kontaktu odbiorcy z Internetem (o czym będzie mowa poniżej), charakter owych narzędzi uległ w sieci pewnym zmianom.

Blisko problematyki ekonomicznej pozostaje również kwestia nowej formy organizacji, która, zdaniem niektórych, miała powstać na skutek upowszechnienia się Internetu. „Wyzwanie niepewności operacyjnej we współczesnym świecie oraz niektóre możliwe reakcje na ten stan znajdują dobrą ilustrację w świecie organizacji ekonomicznych” – pisze James Slevin [2000: 119]. Zmiany te wiążą się z organizacją pracy, zarządzaniem personelem, planowaniem produkcji itp. Większość z nich nie byłaby możliwa bez zaangażowania nowych mediów.

6. Interaktywność i jej możliwe konsekwencje

Za podstawową cechę nowych mediów uznaje się najczęściej ich interaktywność [McQuail 2007: 148–173]. Interaktywność technologii nowych mediów (w tym przypadku nie tylko Internetu) jest rozumiana jako podstawowa cecha odróżniająca stare media od mediów nowych. Stwarza też pewne trudności teoretykom komunikowania masowego, którzy wobec stwierdzenia jej istnienia w Internecie mają do wyboru dwie możliwości: albo zrezygnować z tradycyjnego definiowania mediów masowych (przez wskazywanie na – co najmniej – ograniczenie sprzężenia zwrotnego w ramach owych mediów [Filipiak 2003: 30–41]), albo uznać Internet za zjawisko odrębne od mediów masowych. Z drugiej jednak strony, zauważamy, że tendencja do interaktywności już od pewnego czasu obecna jest także w mediach tradycyjnych (stanowi ona np. podstawowy wyznacznik „neotelewizji” opisywanej przez Umberta Eco [1996: 174–199] oraz przez Francesca Casettiego i Rogera Odina [1994]. Co więcej, można zaryzykować tezę, że wielokrotnie podkreślana interaktywność nowych mediów jest albo cechą wynikającą z ich użycia w ramach Thompsonowskiej interakcji pośredniej (niebędącej komunikowaniem masowym, czego przykładem poczta elektroniczna lub komunikatory) – w tym sensie interaktywność ta jest zjawiskiem występującym także np. w rozmowie telefonicznej; albo – jeśli mówimy o innych formach korzystania z Internetu – interaktywność jest jedynie usprawnieniem, uwolnieniem pewnych mechanizmów dostępnych także użytkownikom mediów tradycyjnych (np. fora internetowe i list do redakcji). Otwarte oczywiście pozostaje pytanie, czy interaktywność traktowana jako zmiana w swej istocie ilościowa prowadzi do zmian o charakterze jakościowym.

Tak czy inaczej, wokół zagadnienia interaktywności koncentruje się wiele dyskusji dotyczących społecznych konsekwencji nowych mediów. Jest to dla przykładu kwestia roli odbiorcy w powstawaniu tekstów elektronicznych (hipertekstów) [Levinson 2006: 233–252] czy problem zastąpienia tradycyjnych form konsumpcji formami nowymi, zindywidualizowanymi i wyspecjalizowanymi; mówiąc słowami Derricka de Kerckhove’a: konsumenta – prosumenta [1996: 129–145]. Ostatnie zagadnienie prowadzi z kolei do kwestii specjalizacji mediów traktowanej często jako jedna z podstawowych tendencji w ich rozwoju.

Kwestia interaktywności pozostaje także w związku z problematyką funkcjonowania nowych mediów w życiu prywatnym. Tutaj znów często

rozważa się nie tylko rolę Internetu, ale także innych mediów uznawanych za nowe (jak VCTV: *viewer-controlled cable television* czy *video-on-demand*) w życiu prywatnym użytkowników, podnosząc zwłaszcza sprawy związane ze spędzaniem wolnego czasu czy konsumowaniem dóbr materialnych i niematerialnych [O'Sullivan, Dutton, Rayner 1998: 272]. Interaktywność wiąże się bardzo wyraźnie z problematyką kształtowania tożsamości za pośrednictwem czy z udziałem nowych mediów, czemu będzie poświęcony kolejny, odrębny z racji wagi problemu, podrozdział.

7. Tożsamość

Kwestia tożsamości jest przez wielu badaczy nowych mediów uznawana za zasadniczą zarówno dla ich zdefiniowania, jak i określenia społecznych konsekwencji ich funkcjonowania. „Nasze doświadczenie związane z budowaniem tożsamości jest kluczem do zrozumienia debaty, którą konstytuują badania nad CMC” – piszą autorzy podręcznika *New Media: a critical introduction* [Lister, Dovey, Giddings, Grant, Kelly 2006: 167]. Problem tożsamości w nowych mediach bywa rozumiany na dwa, w istocie pozostające we wzajemnej relacji, sposoby. Po pierwsze, rozważa się szczegółowe kwestie kształtowania tożsamości uczestników komunikacji internetowej. Dotyczy to zapośredniczonych przez sieć sposobów kształtowania charakterystycznej dla współczesnego człowieka tożsamości zmediatyzowanej, a także kwestii analizowania rozmaitych przejawów aktywności w sieci (stron WWW, blogów itp.) jako metod kształtowania owej tożsamości, w konsekwencji – wizerunku uczestnika komunikacji internetowej (np. *celebrities* czy aktorów politycznych) [Slevin 2000: 172–174].

Po drugie, analizuje się ogólnie rozumiany wpływ nowych mediów na zasady konstruowania i transformacji tożsamości jednostki. Zakłada się, że zmiany w zakresie definiowania lokalnego i globalnego, publicznego i prywatnego, konsumpcji i produkcji, związane z rozpowszechnieniem się Internetu, oddziałują na mechanizmy kształtowania się tożsamości jednostki na wiele, często ambiwalentnych sposobów, wśród których warto wymienić:

1. Zmiany związane z ewolucją samych mediów, dzięki którym możliwe jest dotarcie w coraz krótszym czasie do coraz większej ilości informacji o rzeczywistości (w tym sensie możliwości dawane przez

nowe media stanowią swoistą kontynuację wcześniej już rozpoczętego procesu).

2. Zmiany związane ze wspomnianym wcześniej przededefiniowaniem podstawowej dla człowieka kultury konsumpcyjnej aktywności konsumowania dóbr. Przy założeniu, że konsumpcja jest współcześnie jednym z podstawowych instrumentów budowania tożsamości jednostki, jej (konsumpcji) indywidualizacji, to, że nabiera ona charakteru bricolage'u, siłą rzeczy nie pozostaje bez wpływu na tożsamość jednostki.
3. Zmiany związane z faktem, że tożsamość może być chwilowo, dorywczo konstruowana na potrzeby cyberprzestrzeni czy wirtualnych światów (zagadnienie to, jak wiadomo, budzi szczególne emocje także w publicystycznej dyskusji dotyczącej nowych mediów).
4. Zmiany wynikające z intensyfikacji uczestnictwa jednostki w społecznościach o charakterze wirtualnym, w ramach których kształtowanie tożsamości przebiega na zasadach oderwanych od społeczności tradycyjnych (czy – szerzej – niewirtualnych).
5. Zmiany związane z faktem pojawienia się i sporej ekspansywności wspomnianej wcześniej rzeczywistości wirtualnej, umniejszającej – w jakim stopniu, jest kwestią dyskusyjną – rolę „rzeczywistości realnej”, w której zachodzą procesy kształtowania tożsamości. Jak się wydaje, może to budzić kontrowersje związane z pytaniem o zasadność założenia opozycji między rzeczywistością realną a wirtualną, niemniej jednak pozostaje faktem, że tradycyjne procesy kształtowania tożsamości jednostki zostają co najmniej uzupełnione o procesy zachodzące w ramach zjawisk takich, jak gry komputerowe czy Second Life. Jest jednak kwestią dyskusyjną, czy i w jakim zakresie owa „wirtualna tożsamość” może rzeczywiście podważyć tożsamość realną.
6. Zmiany związane z zatarciem granicy między uprzedzeniami technicznymi a ludzkim ciałem. Najlepszym przykładem tego typu jest oczywiście determinizm technologiczny, zwłaszcza w wersji Dericka de Kerckhove'a [1996: 23], który w jednej z książek stwierdza wprost:

Jest to [narcystyczna identyfikacja z mocą naszych zabawek – K. S.] moim zdaniem dowód na to, że stajemy się cyborgami. W miarę jak kolejne dzieło techniki rozszerza nasze zdolności i pozwala przekraczać

nasze fizyczne ograniczenia, jesteśmy stymulowani do starań, aby mieć jak najlepsze przedłużenia naszego ciała.

To jest istota technofetyszyzmu, w związku z nim pozostają technopsychologie („studium warunków psychologicznych ludzi będących pod wpływem nowości technicznych”) oraz psychotechnologie („technologie, które emulują, rozszerzają i wzmacniają moc naszego umysłu” [de Kerckhove 1996: 24]. Rozważania tego rodzaju pozostają oczywiście w bliskim związku z rozmaitymi próbami teoretyzowania „cyberkultury” czy rzeczywistości wirtualnej.

7. Wreszcie, założenie najmniej być może spektakularne, jak się wydaje jednak – warte uwagi, zgodnie z którym owe media są zaledwie częścią (choć znaczącą) wielu czynników o charakterze historycznym, ekonomicznym i kulturowym, które zmieniają tożsamość współczesnego człowieka [Lister, Dovey, Giddings, Grant, Kelly 2006: 249].

Rozważania dotyczące relacji nowe media–tożsamość jednostki naberają także charakteru, chciałoby się rzec, psychologizującego. „Paradoks Internetu: samotność i depresja versus przyjaźń i szczęście” – tytułuje jeden z podrozdziałów swej książki James Slevin [2000: 167]. Tak rozumiana dyskusja dotycząca wpływu nowych mediów na kształtowanie się tożsamości jednostki angażuje dwa przeciwstawne stanowiska. W ramach jednego z nich zakłada się, że Internet ma na tożsamość jednostki wpływ głównie negatywny (powodując jej fragmentaryzację, migotliwość, chwilowość), w drugim – podkreśla się pozytywne konsekwencje współuczestniczenia nowych mediów w procesach kształtowania tożsamości jednostki (wskazuje się tu na przykład na wymianę i negocjowanie doświadczeń, zdobywanie wiedzy i umiejętności, angażowanie się w działania czy społeczności, zapobieganie uprzedzeniom i lękom społecznym przez dostarczanie informacji, dialog multikulturowy, konfrontowanie z normalnie niedostępnymi problemami czy faktami, wreszcie – wzajemne porozumienie).

Tak interpretowana kwestia tożsamości jednostki wiąże się bezpośrednio z kolejnym, bardzo istotnym i złożonym, problemem poruszonym w kontekście społecznych konsekwencji nowych mediów – problemem nowych wirtualnych społeczności, któremu będzie poświęcony następny punkt rozważań.

8. Wirtualne społeczności

Pierwsze pytanie o wirtualne społeczności, rozumiane tutaj jako „różnicowane grupy i zbiorowości rozproszonych użytkowników, które pojawiają się w rezultacie komputerowo zapośredniczonej komunikacji” [O’Sullivan, Dutton, Rayner 1998: 276], dotyczy tego, czy społeczności te różnią się w zasadniczy sposób od społeczności niewirtualnych (które, zauważmy, pod wpływem rozmaitych tendencji społecznych i ekonomicznych także zmieniają swoje oblicze, dryfując w kierunku chwilowych, niedookreślonych i niezobowiązujących „nowoplemion”). Jeśli na powyższe pytanie odpowiemy twierdząco (co przyjmijmy tu, mimo wątpliwości autorki, jako założenie warunkujące sensowność dyskusji o społecznościach wirtualnych), pozostaje zadanie polegające na wskazaniu specyfiki owych wirtualnych społeczności oraz ewentualnych strukturalnych konsekwencji ich pojawienia się i, być może, dominacji.

Na początku tych rozważań warto także podkreślić, że dla wielu badaczy analizowanego tu zjawiska pojawienie się i funkcjonowanie społeczności wirtualnych jest swoistą szansą na przezwycięzenie kryzysu wspólnotowości i solidarności postmodernistycznego świata. Tym samym wspólnoty wirtualne nie tylko nadają nowy sens koncepcji wspólnotowości, ale także ratują ją przed ostateczną klęską, która grozi jej wraz z kryzysem epoki modernizmu. Z drugiej strony, argumentuje się także, że owe wspólnoty są przejawem i jednocześnie przyczyną kryzysu solidarności i organizacji społecznej [Slevin 2000: 92–100]. Z powyższych stwierdzeń, zarówno krytycznych, jak i afirmatywnych, wynika oczywiście ogromna waga przypisywana w rekonstruowanym tu dyskursie rozważaniom dotyczącym wspólnot online. Nie mając ambicji wyczerpania tego bardzo złożonego tematu, warto wskazać podstawowe cechy, które badacze przypisują tym rodzajom wspólnot. Do cech tych zaliczają się przede wszystkim:

- stałe komunikowanie się uczestników ze sobą (uwzględniające określone wzorce);
- generowanie wspólnych punktów odniesień, wspólnej wiedzy uczestników (wiedzy wewnętrznej);
- generowanie swoistej grupowej tożsamości (uczestnicy stają się w specyficzny sposób rozpoznawalni tylko dla danej grupy);
- stworzenie wielu różnorodnych relacji, które funkcjonują zarówno offline, jak i online;

– generowanie norm dotyczących komunikacji, które ułatwiają tę komunikację [Lister, Dovey, Giddings, Grant, Kelly 2006: 175].

Zauważmy, że wymienione powyżej cechy w istocie doskonale charakteryzują nie tylko społeczności wirtualne. Co więcej, te ostatnie muszą mieć swoiste umocowanie w „świecie realnym”, wiążące się z czasowymi ograniczeniami komunikowania, dostępem do sprzętu i oprogramowania, cechami uczestników wynikającymi z ich społecznego umiejscowienia, a mającymi wpływ na możliwość uczestnictwa we wspólnocie (na przykład kompetencje w zakresie obsługi komputera, kompetencje językowe, gender itp.), wreszcie – z indywidualną charakterystyką uczestnika, zwłaszcza w zakresie zadań, jakie realizuje, i potrzeb, jakie zaspokaja, będąc członkiem wirtualnej wspólnoty. Jak widać, trudno mówić o izolowaniu społeczności wirtualnych od świata realnego.

Dyskusja dotycząca wspólnot online wiąże się także z pytaniem o to, jak ich powstawanie i rozpowszechnianie się (wypieranie przez nie, jak twierdzą sceptycy, wspólnot tradycyjnych) wpływa na określone typy ludzkiej aktywności. Dyskutuje się tu oczywiście kwestie tworzenia związków, spędzania wolnego czasu itp., a więc kwestie, ogólnie rzecz biorąc, pozostające w sferze prywatnej. Jednakże dużo bardziej interesujące mogą być implikacje popularności wspólnot wirtualnych dla sfery publicznej. Teza ta nie podważa przedstawionych powyżej twierdzeń dotyczących wątpliwej odmienności wspólnot wirtualnych od wspólnot tradycyjnych. Pytanie jednak dotyczy tego, czy – z jednej strony – ułatwiony dostęp do komunikacji, a co za tym idzie – do tworzenia wspólnot, z drugiej zaś – swoista powierzchowność relacji nie powodują poważnych zmian w sferze publicznej rozumianej tutaj jako sfera racjonalnej debaty na tematy społeczne, stanowiąca warunek właściwego funkcjonowania społeczeństwa demokratycznego. „W istocie kategoria uczestnictwa i elementy interaktywne związane z Internetem wyraźnie sugerują interesujące homologie z Habermasowską charakterystyką idealistycznie rozumianej sfery publicznej” – stwierdzają Martin Lister, Jon Dover, Seth Giddings, Iain Grant i Kieran Kelly [2006: 176]. Analizując bliżej ową paralelę, możemy wskazać np. na tematykę dyskusji w Internecie (bardzo często związaną z „tematami dnia” oraz sprawami społecznymi), dialogowość oraz interaktywność wymuszającą aktywność i zaangażowanie uczestników (w tym kontekście Internet odróżniałby się, w sensie pozytywnym, od mediów masowych). Analogicznie do stwierdzeń dotyczących wspólnot wirtualnych jako jedynych możliwych współcześnie, także w odniesieniu do sfery publicznej, argumentuje

się często, że Internet jest jedyną sferą publiczną możliwą we współczesnych społeczeństwach. „Era sfery publicznej rozumianej jako rozmowa *face-to-face* wyraźnie przeminęła; analizując problem demokracji, musimy od dzisiaj brać pod uwagę nowe formy elektronicznie zapośredniczonego dyskursu” – pisze Mark Poster [1997: 220]. Co więcej – sfera publiczna definiowana przez użycie mediów elektronicznych zdaje się lepsza (o ile to możliwe) od i tak już idealistycznie rozumianej Habermasowskiej sfery publicznej, ponieważ angażuje większą liczbę aktywnych uczestników, charakteryzuje się krytycznym nastawieniem do rzeczywistości, daje szansę grupom społecznie marginalizowanym, pozwala na oddolną organizację społeczeństwa, a więc – podsumowując – przenosi się ze sfery makropolityki w sferę mikropolityki, odchodzi od elitaryzmu ku egalitaryzmowi. Na marginesie można postawić pytanie, którego zasadności wyraźnie dowodzi opublikowana niedawno w Polsce *Netokracja* – czy komunikacja zapośredniczona przez Internet nie tworzy nowych, inaczej definiowanych, równie jednak wpływowych, elit społeczno-politycznych społeczeństwa wiedzy [Bard, Söderqvist 2006]. Tak czy inaczej, znaczenie Internetu dla współczesnych debat na temat sfery publicznej wydaje się nie do przecenienia.

Krytycy entuzjastycznej wizji Internetu jako nowej sfery publicznej wskazują jednak na problemy związane z dostępem do środków komunikacji elektronicznej oraz z kompetencjami w zakresie korzystania z tych środków, które są wyraźnie ograniczone czynnikami o charakterze ekonomicznym i kulturowym. Co więcej, w przypadku Internetu posiadanie kompetencji i środków w danym momencie nie gwarantuje zachowania ich na przyszłość, co podyktowane jest logiką ekonomii technologii nowych mediów (coraz szybsze i coraz mniejsze) oraz faktem, że – inaczej niż w przypadku mediów tradycyjnych – nieposiadanie np. najnowszej wersji danego oprogramowania lub też sprzętu spełniającego określone wymogi techniczne może całkowicie zablokować dostęp użytkownika do nowej sfery publicznej. Warto także wspomnieć, że będąc uczestnikami komunikacji elektronicznej, pozostajemy wciąż, po pierwsze – uzależnieni od definiujących nas czynników statusowych, po drugie – znajdujemy się pod wpływem kontaktów komunikacyjnych innego typu (interpersonalnych lub ze środkami komunikowania masowego). Powyższe uwagi nie przekreślają oczywiście sensowności dyskusji na temat nowej sfery publicznej, wyraźnie jednak ukazują ograniczenia owej sfery oraz jej nieuniknione uzależnienie od innych typów interakcji. Kończąc rozważa-

nia dotyczące nowej sfery publicznej, zauważmy, że są one często częścią szerszego dyskursu dotyczącego relacji nowe media–polityka (w ramach którego analizuje się także na przykład wpływ tych ostatnich na kształtowanie wizerunku aktorów politycznych czy na polityczną aktywność obywateli).

9. Nowe media a kultura współczesna

Ekspansja nowych mediów bywa bardzo często łączona ze zmianami w pewnych tradycyjnie wydzielanych dziedzinach czy typach kultury, z pojawieniem się nowych, szeroko rozumianych, trendów kulturowych, wreszcie – z rozwojem nowych formacji kulturowych.

Podstawowym przykładem rozważań pierwszego typu są dyskusje dotyczące estetyki nowych mediów czy też kondycji sztuki w epoce Internetu (zwracające szczególną uwagę na problem definiowania sztuki i przeżycia estetycznego, problem autorstwa i oryginalności dzieła, wreszcie – powiązaną z poprzednimi – kwestię roli interaktywności w powstawaniu dzieła sztuki). W tym nurcie można również umieścić analizy zjawiska określanego mianem cyberpunka jako przejawu nowej postmodernistycznej formacji subkulturowej.

W drugim ujęciu nowe media wiąże się najczęściej z tendencjami globalistycznymi. W tym kontekście trzeba jednak koniecznie podkreślić, że globalizacja (jeśli uznamy za zasadne używanie tego terminu, co samo w sobie budzi wątpliwości) jest procesem zachodzącym na dwóch co najmniej płaszczyznach. Pierwsza z tych płaszczyzn niewiele ma wspólnego z rozwojem nowych technologii jako kanałów przekazywania informacji, wiąże się bowiem z szeregiem procesów ekonomicznych i politycznych, których efektem było pojawienie się multikulturowych konglomeratów (także medialnych). Pojawienie się owych konglomeratów doprowadziło stopniowo, i tu druga płaszczyzna globalizacji, do homogenizacji, decentralizacji, deterytorializacji, detradycjonalizacji i wszystkich innych zjawisk wiązanych tradycyjnie z globalizacją. I właśnie z owymi, kulturowymi w swej istocie zjawiskami, wiąże się zazwyczaj nowe media. Na marginesie dodajmy, że równie dobrze można argumentować, że nowe media, przez różnorodność formy i treści, globalizację powstrzymują, a co najmniej powodują ostateczną zamianę tendencji globalizacyjnych w tendencje globalizacyjne [Trompenaars, Hampden-Turner 2002: 35–45].

Najbardziej rozbudowane są dyskusje dotyczące wpływu nowych mediów na pojawienie się nowych formacji kulturowych – istniejących obok lub zamiast kultury „ery przedinternetowej”. Zaczniemy od pojęcia najmniej kontrowersyjnego, mianowicie pojęcia społeczeństwa informacyjnego, rozumianego jako społeczeństwo skoncentrowane na produkcji, dystrybucji i użytkowaniu (konsumpcji) informacji [Lubański 2004]. Za podstawowe cechy takiego społeczeństwa uznaje się następujące tendencje: informacja staje się podstawowym i strategicznym zasobem, od którego zależy organizacja gospodarki światowej; rozwój nowych technologii dostarcza niezbędnej infrastruktury do przetwarzania i przekazywania informacji; zachodzi rozwój mediów i usług wyszukiwania informacji; dochodzi do przebudowy tradycyjnego społeczeństwa i światowego systemu finansowego (nikną granice organizacji); rozwój informatyzacji integruje gospodarki lokalne ze światową.

Pojęcie społeczeństwa informacyjnego często bywa używane zamiennie z pojęciem społeczeństwa wiedzy, które Drucker [1999] charakteryzuje, wskazując na następujące jego cechy: traktowanie informacji jako podstawowego dobra ekonomicznego; upowszechniony dostęp do technologii informatycznej; swobodna cyrkulacja różnych kategorii informacji, dostęp do informacji; nowe formy demokracji; około 50% zatrudnionych w sektorze informacyjnym; udział sektora informacyjnego w PKB – około 50%; sektor informacyjny jako sektor dominujący w gospodarce; sektor informacyjny jako warunkujący sprawne funkcjonowanie innych sektorów; specjalny status nauki i edukacji.

Zauważmy, że w obu przypadkach nowe technologie są, co prawda, nie jedynym, ale jednym z podstawowych warunków zaistnienia formacji kulturowo-społecznej określanej mianem społeczeństwa informacyjnego (społeczeństwa wiedzy).

Wskazanie kolejnych formacji kulturowych, których ukształtowanie wiąże się z nowymi mediami, budzi już nieco więcej kontrowersji. Przyjrzyjmy się dla przykładu kategorii cyberkultury. Pojęcie to bywa rozumiane jako określenie współczesnej formacji kulturowej (a przynajmniej zespołu ważnych dla owej formacji tendencji), w której „maszyny odgrywają szczególnie istotną rolę”. Tak definiowana cyberkultura bywa kojarzona najczęściej z rzeczywistością wirtualną (VR), sztuczną inteligencją, sztucznym życiem, biotechnologią, robotyką czy genetyką. „Cyberkultura składa się więc – piszą autorzy – z nowości technologicznych oraz rozbudowanego zespołu wyobrażeń i fantazji, które sączą się z ekranu i mogą spra-

wiać wrażenie realistycznych opisów codziennego życia” [Lister, Dovey, Giddings, Grant, Kelly 2006: 287]. Zauważmy jednak, że jeśli tak zdefiniujemy cyberkulturę, trudno będzie obronić zasadność wyodrębniania jej jako nowej szczególnej formacji kulturowej. Związek bowiem ewolucji kultury z urządzeniami technicznymi, jej zapośredniczenie przez owe urządzenia, a także występowanie fikcji inspirowanej odkryciami naukowymi nie są w historii ludzkości zjawiskami nowymi. Z drugiej strony, można też zgłosić wątpliwość dotyczącą tego, czy zjawiska określane mianem cyberkultury są w istocie wystarczająco złożone i wielopłaszczyznowe, by stosować do nich kategorie „nowa formacja kulturowa”, „nowy prąd kulturowy”, czy nawet „nowa subkultura”. Powyższe wątpliwości wzmacnia dodatkowo obserwacja, że – wbrew zapowiedziom głosicieli narodzin i nieuchronnej dominacji cyberkultury [de Kerckhove 1996] – zjawiska z nią związane nie zyskały spodziewanej popularności, do tego stopnia, że dziś można zasadnie kwestionować w ogóle jej istnienie.

Ostatnie stwierdzenie prowadzi ku kolejnemu typowi rozważań wiążących ekspansję nowych mediów z głębokimi zmianami w strukturze kultury, w tym przypadku – nawet z jej zagładą w „wersji tradycyjnej”. Mowa tu oczywiście o wizjach zagłady świata realnego wynikającej z pojawienia się rzeczywistości generowanej przez media (zwłaszcza „nowe media”). Klasykiem tego typu koncepcji jest oczywiście Jean Baudrillard [2005] i jego wizja zastąpienia rzeczywistości przez złożoną z symulaków hiperrzeczywistość („bardziej rzeczywistą od samej rzeczywistości”); podobnie można zinterpretować koncepcję rewolucji dromologicznej Paula Virilia [2006], której ostatnim etapem ma być całkowite podporządkowanie człowieka technice i uzależnienie go od maszyn; blisko lokują się apokaliptyczne i utopijne wizje Günthera Andersa, „filozofa apokalipsy kultury”. Anders, analizując nową strukturę relacji między człowiekiem a światem zapośredniczoną przez kontakty o charakterze komunikacyjnym, konstatuje zastąpienie modelu komunikacji *face-to-face* komunikacją człowiek–maszyna. W stwierdzeniu tym nie byłoby nic oryginalnego, gdyby nie wynikające z niego, zdaniem Andersa, konsekwencje. W takiej relacji dominację zyskuje maszyna, człowiek jawi się jako „element antykwaryczny”: ludzkie możliwości percepcji i przetwarzania informacji nie dorównują potencjałowi maszyn. Człowiek przestaje więc rozumieć świat – najpierw świat techniki, potem świat w ogóle, wreszcie – samego siebie [Drożdż 2005: 101]. Takie koncepcje, a jest ich wiele, z jednej strony wyraźnie korespondują z tradycją nurtu rozważań o kryzysie kultury, z drugiej zaś – odnoszą

się wyraźnie do technodeterminizmu. W przeciwieństwie jednak do tego ostatniego, współcześnie najpełniej reprezentowanego chyba przez cytowanego wielokrotnie Derricka de Kerckhove'a, nie zakłada się tu optymistycznego zakończenia. Etap, na jakim znajduje się kultura współczesna, jest początkiem końca, odpowiedzialne za ten koniec są media, zwłaszcza zaś nowe media.

Podsumowanie

Podsumowując powyższą, z konieczności niepełną i wyrywkową, prezentację stanowisk dotyczących społecznych, kulturowych, politycznych i ekonomicznych konsekwencji pojawienia się i rozwoju nowych mediów, warto zwrócić uwagę, że tocząca się wokół tych problemów dyskusja wciąż pozostaje mocno wartościująca, by nie rzec – emocjonalna. „Media zawsze budzą oburzenie” – piszą autorzy podręcznika *Studying the Media* [O'Sullivan, Dutton, Rayner 1998: 270]. Uwaga ta doskonale odnosi się także do nowych mediów. Ale oburzeniu przeciwstawia się tu entuzjazm. Z jednej strony mamy więc optymistów, podkreślających możliwości, które dają nowe media (zwiększony dostęp do informacji, intensyfikacja kontaktów międzyludzkich, zwiększenie możliwości wyboru, ułatwienia w zakresie budowania tożsamości jednostki i wchodzenia w relacje międzyludzkie, poszerzenie sfery realnej wolności słowa, a co za tym idzie – sfery wolności jednostki, możliwość tworzenia „prywatnych mediów” i związana z tym większa świadomość obywatelska itp.); z drugiej – pesymistów, dostrzegających głównie negatywne konsekwencje interakcji człowiek-komputer (zagrożenie dla systemu wartości i stabilności systemu społecznego, zaburzenia tożsamości, zaburzenia procesów transmisji kulturowej, kolejne wykluczenie, obniżenie standardów sztuki i szerzej – kultury, inwazja zjawisk szkodliwych społecznie, jak pornografia czy przemoc, prywatyzacja kultury, dezintegracja, dehumanizacja, wykluczenie, uzależnienie itp.). Nowe media kreują „radikalnie nową kulturę”, nowe społeczeństwo, które pokona ograniczenia społeczeństw przeszłości – twierdzą niektórzy. Nowe media – mówią inni – tworzą jedynie „nierealne uniwersum, rozpuszczalną pajęczynę niczego” [Slevin 2000: 2]. Jak stwierdza Denis McQuail [2007: 149], jakiegokolwiek problemu związanego ze społecznymi konsekwencjami nowych mediów byśmy nie dyskutowali, zawsze znajdują się rzecznicy stanowisk skrajnych.

Debaty związane z nowymi mediami i ich społecznymi konsekwencjami nie prowadzą więc do jednoznacznych konkluzji, ale charakteryzują się wyraźnym wartościowaniem i zaangażowaniem debatujących. To zjawisko, podobnie jak niewątpliwy wpływ każdego nowego medium na rozmaite sfery życia społeczno-kulturalnego, nie jest niczym nowym w historii komunikowania zapośredniczonego przez media i jego badania – podobnie rzecz miała się z radiem, kinem czy telewizją. Wydaje się więc, że – w tym przynajmniej sensie – trudno mówić o zasadniczej jakościowej odrębności „mediów nowych” od „mediów starych” z dwóch co najmniej powodów. Po pierwsze, wszystkie nowo pojawiające się i zyskujące dominację media powodują zmiany we wskazanych powyżej sferach społeczeństwa i kultury, po drugie – wywołują dyskusję koncentrującą się wokół podobnych problemów, choć niewątpliwie ta odnosząca się do funkcjonowania i wpływu nowych mediów jest szczególnie wyraźnie obecna w naukach humanistycznych XXI wieku, czego oczywistą przyczyną jest właśnie to, że są one nowe.

Bibliografia

- Bard Alexander, Söderqvist Jan. 2006. *Netokracja*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Baudrillard Jean. 2005. *Symulakry i symulacja*. Warszawa: Wydawnictwo Sic!
- Białowąs Anna. 2007. *Filozoficzne aspekty wykorzystywania informacyjno-komunikacyjnych technologii w procesie kształcenia i samokształcenia*. [W:] P. Drzyzga (red.). *Nowe media a tradycyjne środki przekazu*. Tychy: Saternus Media.
- Cantoni Lorenzo, Tardini Stefano. 2006. *Internet*. London–New York: Routledge.
- Casetti Francesco, Odin Roger. 1994. *Od paleo- do neotelewizji. W perspektywie semiopragmatyki*. [W:] A. Gwóźdź (red.). *Po kinie?... Audiowizualność w epoce przekazników elektronicznych*. Kraków: Universitas.
- Drożdż Michał. 2005. *Media. Teorie i fikcje*. Kielce: Wydawnictwo „Jedność”.
- Drucker Peter F. 1999. *Spółczesność prokapitalistyczna*. Poznań: Wydawnictwo Uniwersytetu Adama Mickiewicza.
- Dytman-Stasieńko Agnieszka, Stasieńko Jan (red.). 2005. *Język a multimedia*. Wrocław: Wydawnictwo Naukowe DSWE.
- Eco Umberto. 1996. *Semiologia życia codziennego*. Warszawa: Czytelnik.
- Everett Anna, Caldwell John T. (red.). 2003. *New Media. Theories and Practices of Digitextuality*. New York: Routledge.

- Filipiak Marian. 2003. *Homo Communicans. Wprowadzenie do teorii masowego komunikowania*. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.
- Gitelman Lisa, Pingree Geoffrey B. (red.). 2003. *New Media 1740–1915*. Cambridge, Massachusetts, London: The MIT Press.
- Hui Kyong Cun Wendy, Keenan Thomas (red.). 2006. *New Media – Old Media. A History and Theory Leader*. New York: Routledge.
- de Kerckhove Derrick. 1996. *Powłoka kultury. Odkrywanie nowej elektronicznej rzeczywistości*. Warszawa: MIKOM.
- Kita Małgorzata (red.). 2004. *Dialog a nowe media*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Levinson Paul. 2006. *Miękkie ostrze, czyli historia i przyszłość rewolucji informacyjnej*. Warszawa: Warszawskie Wydawnictwo Literackie MUZA SA.
- Lister Martin, Dovey Jon, Giddings Seth, Grant Iain, Kelly Kieran (red.). 2006. *New Media: a critical introduction*. London–New York: Routledge.
- Lubański Mieczysław. 2004. *Społeczeństwo informacyjne a cywilizacja informatyczna*. [W:] A. Szewczyk (red.). *Dylematy cywilizacji informatycznej*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Manovich Lev. 2006. *Język nowych mediów*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- McQuail Denis. 2007. *Teoria komunikowania masowego*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Olszański Leszek. 2006. *Dziennikarstwo internetowe*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- O’Sullivan Tim, Dutton Brian, Rayner Philip (red.). 1998. *Studying the Media. Second Edition*. London: Arnold.
- Pavlik John V. 2001. *Journalism and New Media*. New York: Columbia University Press.
- Poster Mark. 1997. *Cyberdemocracy: the Internet and the public sphere*. [W:] D. Holmes (red.). *Virtual Politics*. Sage California: Thousand Oaks.
- Slevin James. 2000. *The Internet and Society*. Cambridge: Polity Press.
- Spar David. 1999. *Lost in (cyber)space: the private rules of online commerce*. [W:] C. Culter, T. Porter, V. Haufler (red.). *Private Authority and International Affairs*. New York Albany: Suny Press.
- Thompson John B. 2001. *Media i nowoczesność. Społeczna teoria mediów*. Wrocław: Astrum.
- Trompenaars Fons, Hempden-Turner Charles. 2002. *Siedem wymiarów kultury. Znaczenie różnic kulturowych w działalności gospodarczej*. Kraków: Oficyna Ekonomiczna.

Virilio Paul. 2006. *Bomba informacyjna*. Warszawa: Wydawnictwo Sic!

Zacher Lech W. 2005. *Etykietowanie przyszłych społeczeństw – kryteria, określenia, ewaluacje*. [W:] M. Sokołowski (red.). *U progu wielkiej zmiany. Media w kulturze XXI wieku. Nurty – kategorie – idee*. Olsztyn: Oficyna Wydawnicza „Kastalia”.

About (not)new consequences of new media

Summary: Text is the reconstruction of basic characteristics ascribed to so called new media and social and cultural consequences related to the emerging and popularizing of new media in mass communication and media theory. As basic characteristics and consequences of new media author recognizes: digitalization, new media language, online journalism, problems of ethics and law in new media, economics of new media, interactivity and its consequences, virtual communities, finally: problems of – hypothetical – new cultural formations related to new media. New media and their unquestioned influence on many spheres of social and cultural life is not a new phenomenon: both in the history of mediated communication and the history of mass media studies (for example radio, cinema or TV caused very similar, emotional and critical reactions). Author concludes that it is difficult to reason the thesis of qualitative difference of so called new media according to so called old media, because every new medium in the history of mass (or mediated) communication caused similar in fact discussion and reaction and, which is more important, similar – in the matter of fact – type of social or cultural effects (on the condition of society and community, ethics, new forms of culture etc.).

Keywords: CMC, media effects, media in culture and society, new media