

„Chowanna”	Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego	Katowice 2007	R. L (LXIII)	T. 2 (29)	s. 37–51
------------	--	---------------	-----------------	--------------	----------

Tomasz GOBAN-KLAS

Nadchodzące społeczeństwo medialne*

The media society to come

Abstract: Technological development, starting from the industrial revolution, from the beginning of the 19th century, has led to the development of a website (media) society, thanks to the development of telecommunication technologies, their global scope, and a relationship between a computer and a telephone in the Internet. The author of the article, referring to his conclusions, makes an attempt to find out what characterises the society in question.

Key words: media society, information society, website society

Zwiastuny nowej epoki

Peter Drucker wskazuje, że w historii Zachodu co kilkaset lat ma miejsce wyraźne „rozgraniczenie” epok, gdy w ciągu kilku dekad społeczeństwo dokonuje nowego uporządkowania – swego widzenia świata, podstawowych wartości, społecznej i politycznej struktury. Po pięćdziesięciu latach, a więc dwóch pokoleniach, „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.” (Drucker, 1999, s. 7).

* Tekst oparty jest na książkach mojego autorstwa (Goban-Klas 2004; 2005).

Tak stało się na początku XIX wieku w zachodniej Europie, gdy rozwinął się brytyjski kapitalizm. Historyk Arnold Toynbee wprowadził termin „rewolucja przemysłowa” na określenie zmian, które zostały zapoczątkowane w Anglii pod koniec XVIII wieku. Jej znakiem czasu było opublikowanie w 1776 roku biblii kapitalizmu – *Bogactwa narodów* Adama Smitha. Motorami były wielkie wynalazki techniczne, zaczynając od maszyn parowych regulowanych urządzeniami Watta, krosn Jaquarda sterowanych kartami perforowanymi, obrabiarek – maszyn produkujących maszyny. Ponieważ wymagały one licznej obsługi, era przemysłowa jest erą robotników. Zmiany były tak głębokie, że nikt urodzony w 1820 roku w miastach Europy i Ameryki nie rozumiał świata swoich dziadków.

Wiek XX przyniósł jeszcze więcej fundamentalnych zmian. Dominującą rolę w kształtowaniu świadomości społecznej zajęły – w miejsce religii i oświaty – nowe środki komunikowania, jak prasa wielkonakładowa, film, radio, telewizja, które zwano środkami masowymi (ang. *mass media*). Miały one zasadniczy wpływ na zmianę charakteru kultury, tworząc jej nową formę, nazwaną kulturą masową (obecnie używany jest termin „kultura popularna”). Kultura bowiem to także zbiór opowieści, które mówią nam o istocie wszechświata, jak powstał i jak działa, co jest dobre i co złe w zachowaniu w określonym czasie, miejscu oraz społeczeństwie. Ten fundamentalny proces tworzenia opowieści w ostatnim stuleciu uległ znacznym przeobrażeniom.

Przez tysiąclecia opowiadanie odbywało się wyłącznie podczas kontaktów bezpośrednich, twarzą w twarz. Ustne opowieści powstały w społecznościach plemiennych. W tych przedpiśmiennych czasach opowiadanie i rytuały pozwalały ludziom pamiętać i odtwarzać ich wspólną kulturę. Opowiadanie było uczestniczące i adaptowalne do słuchaczy, cała wspólnota uczestniczyła w tym procesie, a dojrzewanie wiązało się z prawem przejścia od słuchacza do opowiadacza, który był elementem socjalizacji i akulturacji.

Tę sytuację zmienił wynalazek druku – zapisane opowieści są niezmienne, niezależne od czytającego, miejsca czy czasu. Jednak w pełni transformacji dokonał film, a potem i bardziej telewizja. Ich najczęstszym gatunkiem jest opowieść w formie seriali, telenowel, a nawet wiadomości dziennika wieczornego.

Telewizja powtórnie zwokalizowała opowiadanie. Ma ona więcej wspólnego z plemiennym opowiadaniem niż z książką i drukiem. Jak w pierwotnych kulturach, telewizja jest swoistym rytuałem, określanym przez miejsce (dom) i czas (pora dnia). I jak rytuał stanowi otoczenie symboliczne człowieka, zajmując mu wiele godzin każdego dnia.

Co to wszystko oznacza? Zauważmy, że po raz pierwszy w historii ludzkości dzieci się rodzą w domach, gdzie telewizja od rana do wieczora

siedem dni w tygodniu, niedzieli nie wyłączając, nadaje różnorodne opowieści. Są one opowiadane nie przez dziadków czy rodziców, nie przez Kościół, nie przez starszych wspólnoty, ale przez profesjonalnych, nieznanymi osobiście odległych opowiadaczy.

Rola telewizji jest tu niezwykła – powszechnie obserwuje się ogromne uzależnienie ludzi od stałego oglądania telewizji i czerpania z niej większości informacji, wiedzy, a nawet mądrości życiowej.

Spółeczeństwa przemysłowe miały nie tylko substrat techniczny. Powstawały nowe ośrodki miejskie – miasta przemysłowe – jak Manchester (a w Polsce – Łódź). Skupieni w wielkich ośrodkach miejskich, wykorzenieni z dawnych wspólnot lokalnych, wsi i miasteczek, robotnicy i niżsi urzędnicy stanowili bazę dla nowego typu społeczeństwa – społeczeństwa przemysłowego i masowego. Integrację i indoktrynację zapewniały środki masowego przekazu – wysokonakładowa prasa, kroniki filmowe i radio jako narzędzia scentralizowanej propagandy dla mas.

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

Po II wojnie światowej amerykański socjolog Charles W. Mills (1956) rozwijał koncepcję społeczeństwa masowego jako zatamizowanej zbiorowości kontrolowanej przez „elitę władzy” za pomocą mass mediów. Tym terminem obejmował wszystkie nowoczesne społeczeństwa, a w szczególności bastion demokracji zachodniej – społeczeństwo amerykańskie.

Jednak dalsze zmiany społeczne i medialne wskazały na powstawanie społeczeństwa opartego na informacji i wiedzy, wykorzystujące intensywnie nowe technologie, w tym szczególnie mikroelektronikę. Ten nowy typ społeczeństwa zaczęto nazywać społeczeństwem informacyjnym.

Spółeczeństwo informacyjne

Termin „spółeczeństwo informacyjne” (jap. *johoka shakai*) wywodzi się z języka japońskiego (Ito, 1981). *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 Yonsi Masuda opracował kompleksowy plan prze-

obrażania wszystkich sfer życia społecznego, opierając się na rozwoju sektora informacji i telekomunikacji.

Termin „społeczeństwo informacyjne” ma jednak swoje ograniczenia. Trafnie wskazał je już w 1986 roku James Beniger w rozprawie *The Control Revolution* [„Rewolucja sterowania i kontroli”]. Podkreślał, że informacja nie stanowi w żadnej mierze *differentia specifica* naszej epoki. Parafrazując słowa Stanisława 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 XIX 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 (sorter – prekursor komputera).

Telegraf, a następnie telefon dały początek globalnej sieci telekomunikacyjnej. Szczególnie ważny był telegraf, nazywany dzisiaj wiktoriańskim Internetem. Już w wieku XIX 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*).

Druga połowa XX wieku różni się jednak zasadniczo od drugiej połowy wieku XIX. Szczególnie istotne były lata 70. XX 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 70. System Xerox Alto, wzorzec systemu operacyjnego Windows, powstał w roku 1973. Cyfrowe przełączniki telefoniczne również pojawiły się w połowie lat 70., 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 90. XX wieku.

Spółeczeństwo sieciowe

Powszechność technologii telekomunikacyjnych i ich globalny zasięg oraz mariaż komputera i telefonu w Internecie 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 achronicznym czasie” (1998, s. 336).

Edwin Bendyk wskazuje na przydatność pojęcia sieci do analizy współczesności. Istotnie, bez supermedium sieciowego, jakim jest Internet, nie sposób ani zrozumieć, ani zbadać naturę współczesnego społeczeństwa globalnego. Sieć ta tworzy swoistą noosferę (zapożyczamy tu termin – choć nie pojęcie – od Pierre’a Teilharda de Chardina), czyli oplatającą Ziemię pajęczynę informacyjną. Idea ta realizowana jest obecnie za pomocą serwerów WWW, których połączone działanie jest etapem wstępnym przed pojawieniem się znacznie potężniejszej sieci sztucznej inteligencji (Bendyk, 2004).

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?

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” (2003, s. 204). 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 w odniesieniu do prasy, radia i telewizji oraz filmu), jak i media telekomunikacyjne (telefony, Internet) oraz multimedia (CD-ROM-y, wszelkie odmiany wideo, rzeczywistość wirtualna). To one – jako swoista całość – stanowią mediasferę (Le p a, 2003, s. 12) współczesnego człowieka, na wszystkich etapach jego rozwoju.

John B. Thompson (2001, s. 90–91) z kolei odróżnia dwa typy interakcji społecznych, w przypadku których wykorzystywane są media. Do pierwszego z nich należą korespondencja listowa, e-maile, a nawet rozmowy telefoniczne, będące przykładami „pośredniej (zmediatyzowanej) interakcji” – następuje wymiana informacji między osobami, które dzieli dystans czasowy i (lub) 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 J.B. Thompson nazywa „pośrednią (zmediatyzowaną) *quasi*-interakcją”, 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, np. telewizja interaktywna, będą osłabiać i znosić jednokierunkowość komunikacji.

Spółeczeństwo 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).

W języku angielskim funkcjonuje pojęcie *mediated communication* – „komunikowanie zapośredniczone, medialne”. 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 formalnemu. Nowa faza 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), sieci (globalnej). Termin „społeczeństwo medialne” czy też „globalne społeczeństwo medialne” wydaje się najtrafniejszy dla określenia formacji i społeczeństwa nasyconego (a właściwie przesyconego) mediami. Całościową ewolucję mediów przedstawił Roger Fidler (1997), określając ją jako mediamorfozę.

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.

* * *

Spółeczeństwo, które można nazwać zmediatyzowanym albo krócej: medialnym, to 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. Swoją 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 między kontaktami bezpośrednimi a kontaktami medialnymi 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 wprowadznie filmu z rzeczywistością, nie zawsze ulegamy reklamie, ale wchłaniamy ukryte w nich przekazy. Nic, co medialne, nie jest nam obce.

Spółeczeństwo medialne to takie:

- 1) w którym międzyludzkie kontakty i stosunki są w ogromnym i przeważającym stopniu zapośredniczone przez używane media;
- 2) w którym media masowe tworzą swoistą rzeczywistość wirtualną, kulturę medialną;
- 3) 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) w którym niemal wszelkie działania ludzkie są wspomagane przez formy medialno-teleinformacyjne;
- 5) w którym przemysły (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 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 (Gleick, 2003). 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 percepowaną rzeczywistość. Filozofia biskupa George’a Berkeley’a *esse est percipii* („Istnieć to być postrzegany”) stanie się wirtualną rzeczywistością.

Na razie jednak jest to przyszłość wyobrażalna, ale odległa. Jednakże 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 rękę, telefon zaś służy już nie tylko do rozmowy, ale też do czytania

i pisania wiadomości, a teraz nawet służy do regulowania płatności czy żeglowania w Internecie.

Telewizja, elektroniczna piastunka, stale dostarcza nam opowieści, pokazuje obrazy, kulturowo programując ludzki umysł przez dostarczanie mu schematów postępowania, norm i kryteriów wartościowania oraz sposobu doświadczania rzeczywistości i działania. Jednocześnie jej styl staje się coraz bardziej asocjacyjny, wideoklipowy. Dzieci i młodzież przyzwyczajają się do coraz większego tempa narracji, do jej skrótowności, zmienności, do reguł montażu czy kodów dźwiękowych. Wolne, tradycyjne tempo narracji coraz częściej po prostu ich nudzi. K. 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” (K r z y s z t o f e k, S z c z e p a ń s k i, 2002, s. 221).

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” (za: C w a l i n a, 2001, s. 35).

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 stanowią narzędzia 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, zwanego e-generacją, komunikacja medialna, zwłaszcza *on-line*, jest wygodniejszym sposobem porozumiewania się niż komunikacja osobowa, bezpośrednia. Dla tego pokolenia wymarzoną formą komunikacji jest telefon komórkowy, a wśród jego rozlicznych funkcji szczególne znaczenie ma moż-

liwość 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, 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, np. zamiast kartek pocztowych z wakacji. SMS-y można wysyłać w czasie lekcji, wykładów, pracy, zabawy, zebrań, negocjacji. Młodzi ludzie często wpadają w uzależnienie (tzw. 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.

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, np. tzw. reality show w telewizji.

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 ujednolica. 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. M. 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 radioodbiornika i magnetowidu czy cyfrowego fotografowania i filmowania. Nie chodzi tu jednak tylko o zwykłą sprawność techniczną, ale także o 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 W. Strykowski, „ludzie, którzy ich nie zdobędą, znajdą się na straconej pozycji, staną się analfabetami medialnymi” (S t r y k o w s k i, S k r z y d l e w s k i, red., 2004, s. 12).

Używając metaforyki morskiej, tak rozpowszechnionej w opisach Internetu, można powiedzieć, że zadaniem szkoły jest uczenie żeglowania a nie surfowania po 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.

Spółeczeństwo medialne z ludzką twarzą

W książce pod tytułem *High Tech. High touch* amerykański prognozyk społeczny John Naisbitt zachęca do tego, aby w erze wysokich technologii (ang. *high-tech*) pielęgnować wysoką wrażliwość (ang. *high touch*), czyli zachowywać właściwą miarę i proporcję w użytkowaniu mediów, aby odnosić się do nich jak do narzędzi, a nie być ich niewolnikami (Naisbitt, Naisbitt, Philips, 2003).

U wielu użytkowników nowych mediów występuje swoista fascynacja światem przez nie przedstawianym (tak zwaną wirtualną rzeczywistością), w szczególności gdy stwarzają one szansę interaktywności. Znanne 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 stwarzają takie złudzenie rzeczywistości, że problemem staje się powrót do normalnego, ludzkiego świata.

Ta narkotyzująca funkcja najnowszych mediów zasługuje na baczna 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 raj na ziemi, wbrew opinii technooptymistów, np. Nicolasa Negroponte'a z bostońskiego Media Lab (Negroponte, 1997, s. 5). 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 aspektami 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 konsekwencje (Ellul, 1962, s. 394).

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. Ekrany o rozdzielczości większej niż ta, którą rozróżnia ludzkie oko, są nadmiarowe. Głośniki, które transmitują dźwięki spoza zakresu częstotliwości odbieranych przez ludzkie ucho, dla zwykłych zastosowań będą bezużyteczne. Pamiętajmy zatem, że to człowiek jest początkiem i końcem, alfa 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” (Kłoskowska, 1981, s. 297). W sensie biologicznym człowiek niewiele się zmienił od prehistorycznych czasów. Preto filozof personalista Jacques Maritain przypomina: „Telefon i radio nie pozbawiają człowieka dwóch rąk, dwóch nóg, dwóch płuc, zakochiwania się oraz poszukiwania szczęścia” (za: Kernan, 1975, s. 177). Biada tym, którzy o tym zapominają. Społeczeństwo medialne musi odzyskać panowanie nad mediami – nadać im nie tylko techniczne i rynkowe, ale również obywatelskie i ludzkie oblicze.

Bibliografia

- Bendyk E., 2004: *Antymatrix: człowiek w labiryncie sieci*. Warszawa.
- Beniger J.R., 1986: *The Control Revolution*. Cambridge, MA.
- Castells M., 1998: *The Information Age: Economy, Society and Culture*. Vol. 3: *End of Millennium*. Oxford.
- Cwalina W., 2001: *Generacja X – ponury mit czy obiecująca rzeczywistość*. W: *Internet – fenomen społeczeństwa informacyjnego*. Red. T. Zasępa przy współpracy R. Chmury. Częstochowa.
- Drucker P., 1999: *Społeczeństwo pokapitalistyczne*. Warszawa.
- Ellul J., 1962: *Technological Order*. „Technology and Culture”, No. 3.
- Fidler R.F., 1997: *Mediamorphosis: Understanding New Media*. Thousand Oaks, CA.
- Gleick J., 2003: *Szybciej. Przyspieszenie niemal wszystkiego*. Poznań.
- Goban-Klas T., 2004: *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*. Warszawa.
- Goban-Klas T., 2005: *Cywilizacja medialna. Geneza, ewolucja, eksplozja*. Warszawa.
- Ito Y., 1981: *The „Johoka Shakai” Approach to the Study of Communication in Japan*. In: *Mass Communication Review Yearbook*. Eds. G.C. Wilhoit, H. De Bock Sage. Beverly Hills–London.

- Kernan J., 1975: *Our friend, J. Maritain*. New York.
- Kłoskowska A., 1981: *Socjologia kultury*. Warszawa.
- Krzysztofek K., Szczepański M.S., 2002: *Zrozumieć rozwój. Od społeczeństw tradycyjnych do informacyjnych*. Katowice.
- Lepa A., 2003: *Funkcja logosfery w wychowaniu do mediów*. Łódź.
- McLuhan M., 2004: *Zrozumieć media. Przedłużenia człowieka*. Warszawa, s. 39–53.
- Micklethwait J., Wooldridge A., 2003: *Czas przyszły doskonały. Wyzwania i ukryte obietnice globalizacji*. Poznań.
- Naisbitt J., Naisbitt N., Philips D., 2003: *High Tech. High touch. Technologia a poszukiwania sensu*. Poznań.
- Negroponte N., 1997: *Życie cyfrowe. Jak się odnaleźć w wieku komputerów*. Warszawa.
- Rifkin J., 2003: *Wiek dostępu. Nowa kultura hiperkapitalizmu, w której płaci się za każdą chwilę życia*. Wrocław.
- Strykowski W., Skrzydlewski W., red., 2004: *Kompetencje medialne społeczeństwa wiedzy*. Poznań.
- Thompson J.B., 2001: *Media i nowoczesność*. Wrocław.