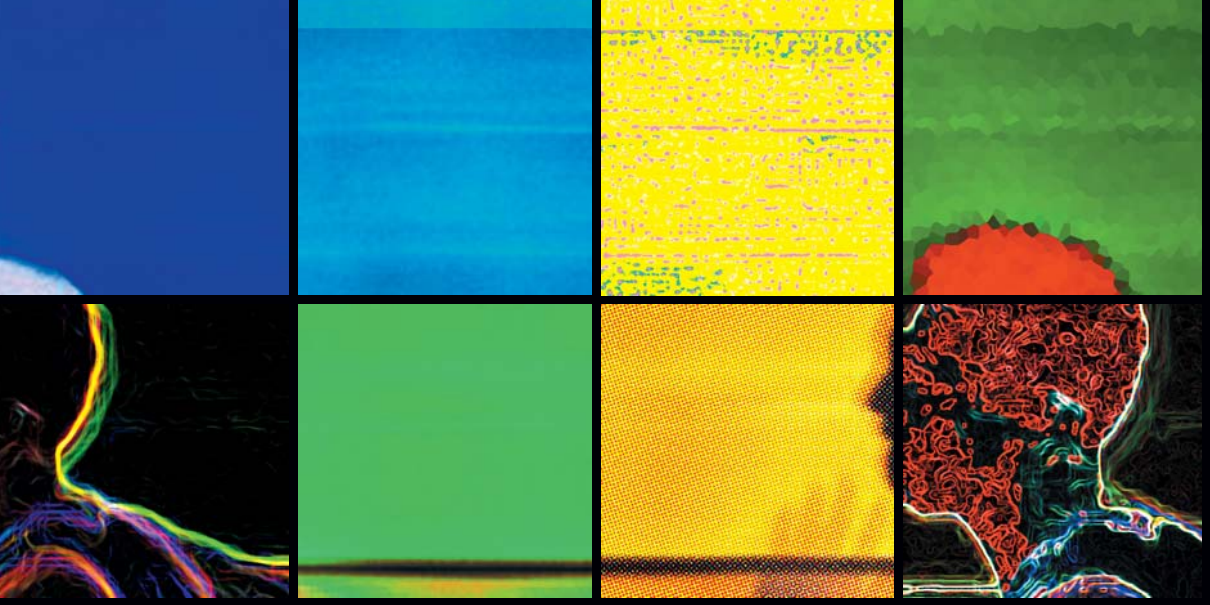
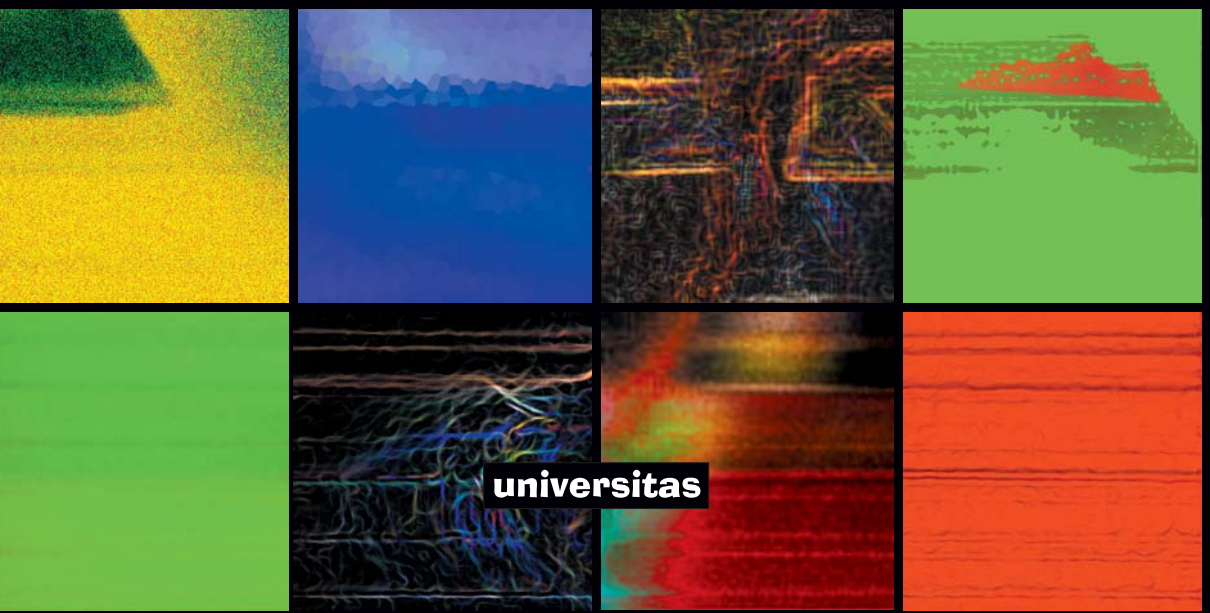


Zbigniew Bauer

DZIENNIKARSTWO WOBEC NOWYCH MEDIÓW

HISTORIA • TEORIA • PRAKTYKA



DZIENNIKARSTWO WOBEC NOWYCH MEDIÓW

Seria
DZIENNIKARSTWO
I ŚWIAT MEDIÓW

pod redakcją

Zbigniewa Bauera
i
Edwarda Chudzińskiego

Studium Dziennikarskie
Uniwersytetu Pedagogicznego
im. Komisji Edukacji Narodowej
w Krakowie

Zbigniew Bauer

DZIENNIKARSTWO WOBEC NOWYCH MEDIÓW

HISTORIA TEORIA PRAKTYKA

UNIVERSITAS

© Copyright by Zbigniew Bauer and Towarzystwo Autorów
i Wydawców Prac Naukowych UNIVERSITAS, Kraków 2009

ISBN 97883–242–1001–5
TAiWPN UNIVERSITAS

Recenzenci
prof. dr hab *Tomasz Goban-Klas*
prof. dr hab *Wiesław Godzic*

Projekt okładki i stron tytułowych
Sepielak

www.universitas.com.pl

SPIS TREŚCI

Przedmowa 9

Część pierwsza

1. Zrozumieć media – ale kogo, ale co? 26

▪ Maszyny też ludzie 29 ▪ Między „zimnym" a „gorącym" 32 ▪ Na krawędzi Galaktyki Gutenberga: fotografia, telegraf, telefon 37 ▪ Poza czasem, poza przestrzenią 41

2. Prawdziwe narodziny mediów: aktualność jako towar 44

▪ Szybkość i aktualność – złe siostry prawdy 45 ▪ Kucharki i lokaje też chcą czytać 49 ▪ „Media chaosu", „media pędu", czyli wszystko na sprzedaż 52 ▪ Małżeństwo z przypadku: radio i telefon 56 ▪ Dziennikarstwo radiowe i… telefoniczne 58

3. Prawda czy obraz prawdy? 62

▪ Mobilność: zachcianka czy konieczność 65 ▪ Prawda obiektywna – prawda obiektywu 69 ▪ Film: prawda w kawałkach 78 ▪ Kino, radio, telewizja, czyli jedno w drugim (i trzecim) 81 ▪ Urocze, groźne mieszaniny 86

Część druga

1. Wobec Nowego – problemy z tożsamością? 92

▪ Żadnych granic! 94 ▪ Telewizja się przedstawia: medium mediów 98 ▪ Retoryka obecności 101

2. Jak możemy myśleć 104

▪ Idea Memeksu 104 ▪ „Maszyna intertekstualna" 106 ▪ Palimpsest: metafora postępu 109

3. Wojna i rozum: Alan Turing i inni niepogodzeni 112

▪ Myślenie to nie tylko inteligencja 115 ▪ Komputer: narzędzie jako metafora 118 ▪ *Odyseja kosmiczna* i jej echa 121 ▪ Więcej niż „globalna biblioteka" 123

4. Cyfrowość i inne kłopoty 126

▪ Nowe media: narodziny z zera i jedynki 129 ▪ Istniejące – znika 131 ▪ Niewidzialne technologie 135 ▪ Testowanie mózgu i świata 140 ▪ Kultura kopii 145 ▪ Na wyciągnięcie ręki 148 ▪ Automatyczne obrazy 152

Część trzecia

1. Interaktywność – co to właściwie znaczy? 162

▪ Pozory interaktywności – nadmiar to jeszcze nie wybór 170 ▪ Interaktywność zgrzebna 173 ▪ Interaktywność jako składnik przekazu czy przekaźnika? 175 ▪ Radio znów z telefonem 180

2. Interaktywność w telewizji 186

▪ Destrukcja jako konstrukcja 189 ▪ Imitacje interaktywności – dlaczego kochamy sondaże 191 ▪ Odmiany telewizyjnej interaktywności – programy grupy ITI 196 ▪ Interaktywność nowych mediów i co z niej wynika 202

Część czwarta

1. „We the Media" – koniec czy początek tradycyjnego dziennikarstwa? . . . 210

▪ Internet i „śmierć autora" 215 ▪ Między mogołami a nieposłuszeństwem 218 ▪ Opublikuj siebie! 222

2. Prawie jak dziennikarz 228

▪ Internet – komunikowanie świadectwa 230 ▪ Sieć nie zawsze wygrywa 235 ▪ Tylko profesjonalizm? 239

3. Obywatelskie, uczestniczące, „oddolne", „cywilne" i... 242

▪ …co to wszystko znaczy? 245 ▪ Lewicowi i prawicowi 248 ▪ Prawie dziennikarstwo, prawie encyklopedia – Wikipedia 254 ▪ Obywatelskość – a może to tylko fetysz? 266 ▪ „Świat zgooglowany", czyli syndrom copypastów 268

Część piąta

1. Twarze dziennikarstwa i dziennikarzy: środek drogi 276

▪ Po obu stronach oceanu i Kanału: dwie tradycje 279 ▪ „Journamorfoza" 285 ▪ Newsroom – nasz nowy dom 288

2. „Kultura mediów mieszanych" 292

▪ Perswazja i spotkanie 294 ▪ Czy Internet to medium? 298 ▪ Zasiedlanie i podbój, czyli darwinizm w Sieci 303

3. Interfejs konwergencji: blog 307

▪ Intymność na jarmarku 312 ▪ Spektakle pisma 317 ▪ Intymność w wersji służbowej 322

4. Dygresja o gatunkach 329

▪ Gatunek jako opakowanie 331 ▪ Droga wyjścia: *gonzo journalism* 334 ▪ Fakty, „nie-fakty", „prawie fakty" 336 ▪ Przyjemne mieszaniny – raz jeszcze 341 ▪ Tryb *breaking news* 346

5. Interfejs konwergencji: hipertekst 351

▪ Hiperteksty w Sieci i poza nią 354 ▪ Rozkręcamy i skręcamy zabawkę nazywaną „Świat" 361 ▪ „Rozum transwersalny" 364 ▪ Ukryte życie węzłów 368 ▪ Czy jest na sali autor? 374 ▪ Wielki didżej 378

6. Kłopoty z prawdą 380

▪ Magiczna skrzynka i kultura psucia 382 ▪ We władzy Photoshopa 386 ▪ Dekontekstualizacja i parodie 390 ▪ Mitotwórcy i detektywi 394 ▪ Pożytki z nielegalu 396 ▪ Bawić się czy myśleć – oto jest pytanie! 400 ▪ Sieć – głos twojego pana 403 ▪ Internet na rozdrożu: cień proroka, cień amatora 406

Bibliografia prac cytowanych i przywoływanych 423

PRZEDMOWA

Nowe media powodują głęboką, choć nie w pełni jeszcze uświadamianą zarówno przez odbiorców, jak i nadawców przemianę kulturową. Jeden z ich badaczy pisze:

> Na naszych oczach wyłania się nowa postać dziennikarstwa, do której podstawowych wyróżników zaliczyć należy: wszechobecność i powszechną dostępność oraz ilościowy wzrost informacji w skali globalnej i lokalnej, coraz silniejszy nacisk na aktualność relacji, interaktywność, narastający wpływ kontekstu multimedialnego i skrajną uległość wobec odbiorców. Wszystko to na wiele sposobów sprzyja dziennikarstwu, stwarzając dlań nowe szanse, ponieważ może ono – dzięki korzystnym zmianom natury technicznej i społecznej – ponownie zaangażować i przyciągnąć zniechęconą i wyalienowaną publiczność, odbudować swój autorytet i na nowo określić rozmytą tożsamość poprzez odwołanie się do funkcji i ról wymagających szczególnych kompetencji merytorycznych i moralnych. Jednocześnie wspomniane wyżej zjawiska i procesy stwarzają wiele zagrożeń dla najbardziej cenionych wartości i standardów dziennikarstwa. Jeśli każdy przy pomocy komputera i modemu może stać się wydawcą czy dziennikarzem na skalę globalną, rodzą się uzasadnione podejrzenia i obawy dotyczące weryfikacji źródeł oraz autentyczności, prawdziwości i dokładności komunikatów[1].

Czyli – trochę dobrze, trochę źle. Dziennikarstwo w nowych mediach może odnaleźć swoją szansę, odbudować autorytet (nadszarpnięty przecież jeszcze w okresie dominacji mediów tradycyjnych), określić na nowo własną tożsamość, pod warunkiem że…

Oczywiście – sprawa nie jest prosta, bowiem nie jest jeszcze tak, że każdy, kto posługuje się jakimś medium, wytwarzając i dystrybuując komunikaty, zostaje uznany za dziennikarza, czyli nie każde źródło informacji traktowane jest jednakowo. Można tu mówić jedynie o pewnym trendzie, wzmacnianym właściwościami współczesnej kultury z jej postmodernistycznym relatywizmem i naciskiem

---

[1] J. Jastrzębski, *Etyka dziennikarska i nowe media*, w: *Nowe media, nowe w mediach*, pod red. I. Borkowskiego i A. Woźnego, Wrocław 2001, s. 35.

na demokratyzację. Nadal bowiem powszechnie jako dziennikarz jest identyfikowany ten, kto związany jest profesjonalnie z mediami instytucjonalnymi, samo zaś wytwarzanie i dystrybucja komunikatów nie jest tożsame z dziennikarstwem. Niemniej komunikaty rozpowszechniane za pośrednictwem środków technologicznych alternatywnych wobec mediów instytucjonalnych zyskują, poniekąd apriorycznie, *signum veritatis* – znamię prawdziwości.

Medium takie jak globalna sieć, niepodległa żadnej kontroli politycznej, żadnej skutecznej cenzurze, wydaje się idealnym partnerem prawdy. W podejściu takim możemy słyszeć echo złudzeń, jakimi otaczano niegdyś fotografię i kamerę filmową, dzięki którym, jak sądzono, rzeczywistość zostaje zapisana *in crudo*, wszelkie kłamstwo zaś wydawało się sprzeczne z samą naturą fotografii i filmu. Upłynęło niewiele czasu, a kino nazywano już „fabryką snów", a i aparat fotograficzny stał się narzędziem kreacji światów zarówno potencjalnych, możliwych – jak i całkowicie sprzecznych z ludzkim doświadczeniem.

W rozważaniach o każdym medium, tym bardziej w refleksji o kulturze, w której medium to jest dominantą, istotne miejsce musi zajmować problem prawdy przedstawienia, problem sposobu reprezentacji świata w porządku znaków i retoryk właściwych temu medium. Zagadnienie prawdy w mediach cyfrowych, czyli „nowych" – według zawartego w tej książce szkicu definicyjnego – okazuje się szczególnie skomplikowane i wymaga podejścia uwzględniającego zarówno „klasyczne" definicje prawdy (prawdopodobieństwa), jak i znacznego przekroczenia obszaru, jaki definicje te wyznaczają.

Media elektroniczne, a zwłaszcza ekranowe cyfrowe media elektroniczne, które coraz bardziej wpisują się w nasze życie codzienne, niosą w sobie element destrukcji klasycznego pojmowania znaku i oznaczanej rzeczywistości, reprezentacji i świata reprezentowanego, „fikcji" i „prawdy". Nasz świat – niezależnie od naszej woli – staje się przestrzenią wypełnioną symulakrami, imitacjami, znakami pozbawionymi referencji, które same w sobie stanowią stale rozszerzającą się, nieposiadającą stabilnych granic rzeczywistość. Obrazy, które widzimy, dźwięki docierające do naszych uszu wcale nie muszą być „rzeczywiste" w tradycyjnym rozumieniu, tzn. posiadać swoich odpowiedników realnych. Zarazem nie oznacza to wcale, że owe dźwięki i obrazy są „nierzeczywiste" lub „antyrzeczywiste": one same są rzeczywistością, nieoczekiwanie jedynym możliwym terytorium, na którym możemy dokonywać rozumiejącej interpretacji nas-w-świecie. Świat widzimy bowiem takim, jakim pokazują go nam media, a za ich pośrednictwem – dziennikarze.

Klasyczne czy raczej „tradycyjne" zadanie dziennikarstwa definiowano z reguły w perspektywie etycznej: jako służbę prawdzie i społeczeństwu. Medium, w mcluhanowskim ujęciu, było wzmocnieniem dalece niedoskonałych ludzkich zmysłów, umożliwiając przełamanie ograniczeń stwarzanych przez czas i przestrzeń. Media elektryczne – telegraf i telefon, a potem elektroniczne – radio i telewizja – stworzyły pojęcie teleobecności, tożsame z wytwarzaniem i transmisją

obrazów odległych w czasie i przestrzeni zdarzeń, które są jednoczesne z aktem percepcji przekazu. Zacieranie się wyrazistych granic między „tu" a „tam", między „teraz" a „wcześniej" i „później", musiało w zupełnie innym świetle postawić istotne dla dziennikarstwa współczesnego zagadnienie aktualności, które w dobie przedelektrycznej nie miało aż tak wielkiego znaczenia, chociaż jego rolę dostrzegano. Wraz z coraz wyraźniejszym zawłaszczeniem sfery komunikacji przez media posługujące się obrazem, stale udoskonalanym i przez to coraz skrzętniej ukrywającym swoją technologiczną sztuczność, najistotniejszym problemem dziennikarstwa stało się wytwarzanie aktualnych wizerunków rzeczywistości. Ciągle jeszcze wszakże „obraz świata" był czymś odmiennym od świata samego, a kategoria „mimesis", podobnie jak kategoria „fikcji", zachowywała swoją tradycyjną rolę. Jednak media wizualne i audiowizualne przez intensywne wpisywanie się w kulturę zaczynały ugruntowywać przekonanie, iż prawdziwe jest to, co widzialne, oraz że to, co aktualne – musi być prawdziwe. Czyli na mocy sylogizmu: widzialne jest aktualne. Telewizja zbudowała sobie w ten sposób silny fundament dla stylu odbioru: w końcu u jej źródeł znajdowała się idea przekazu *live*. I fundament ten nie uległ naruszeniu nawet wtedy, gdy pojawiać się zaczęły magnetowidy, gdy perfekcyjnie opanowano montaż taśmy magnetycznej i zmontowane materiały zaczęły upodabniać się do transmisji – mimo że materiały wyjściowe nagrano dużo wcześniej, niż ich użyto i przekazano.

Cyfryzacja mediów – ów pierwszy etap ewolucji „starych" mediów ku „nowym" – tworzy nie tylko warunki do montażu pozbawionego śladów „cięć". Ujednolicenie materiału wejściowego w kształt serii zero-jedynkowych impulsów (niezależnie od tego, czy mamy do czynienia z obrazem, dźwiękiem, sekwencjami wideo) otwiera szansę powoływania sekwencji znakowych bez funkcji referencyjnych, światów nie mających żadnych lub prawie żadnych odpowiedników (analogonów) w rzeczywistości materialnej. „Prawie żadnych" – gdyż poszczególne, dowolnie małe, segmenty tych wytworów są przecież, mimo wszystko, rejestracjami świata realnego, które w wyniku wycięcia z kontekstu tracą swoje pierwotne znaczenie i dają się interpretować jedynie w kontekście nowego komunikatu, a jak wiemy, nie posiada on dawnej mocy referencyjnej. To idea sławnego baudrillardowskiego symulakrum: rzeczywistości znakowej, odnoszącej się jedynie do siebie samej. Baudrillard pisze:

> Wraz z powstaniem świata hiperrealnego, wirtualnego przestaliśmy żyć w świecie, w jednym świecie. Ten świat jest modelem symulacji, regulacji i reglamentacji [...] radykalnej iluzji świata i pozorów, redukcji wszelkiej odrębności wydarzeń, osób i rzeczy do wspólnego mianownika rzeczywistości[2].

[2] J. Baudrillard, *Rozmowy przed końcem. Rozmawia Philippe Petit*, przeł. R. Lis, Warszawa 2001, s. 21.

W głośnym eseju opublikowanym w „Le Monde" (22.11.2001), odnoszącym się m.in. do ataku na WTC, francuski filozof pytał: „Co pozostaje z rzeczywistego wydarzenia, skoro wszędzie w rzeczywistości zagnieżdżają się obraz, fikcja i wirtualność? Czy rzeczywistość naprawdę przekracza fikcję?" Baudrillard dopuszcza taką możliwość wtedy, gdy rzeczywistość pochłonie „energię fikcji i sama stanie się fikcją". Nietrudno zrozumieć Karla Heinza Stockhausena, który w zamachu na WTC dojrzał największy happening w dziejach ludzkości, czy pisarza Elliota Weinbergera widzącego w tym akcie zniszczenia „wielki efekt specjalny w globalnym parku multitematycznym".

Zatarcie granic między rzeczywistością wykreowaną środkami elektronicznymi, przy wykorzystaniu coraz sprawniejszego oprogramowania, a rzeczywistością *in crudo* sprawia, że nasze działania interpretacyjne, skierowane na tę drugą, stają się tożsame z tworzeniem symulakrów realności, którą chcemy poznać. To po trosze tak, jak z pastiszami: genialny pastisz wynika zawsze z doskonałej znajomości dzieła czy stylu pastiszowanego. Rodzi to nie tylko skutki epistemologiczne, ale etyczne – bowiem wcale nie jest tak, że widz telewizyjny, a także coraz częściej słuchacz czy czytelnik, opiera się „podstawianiu" realności przez symulacje. On chce, by świat, który ma poznawać, był uprzednio ku niemu „nastawiony", „ułożony" w jakimś porządku – a więc zgadza się, by stanowił nie tyle „nagą" rzeczywistość, ile swoisty efekt aktywności innego człowieka lub, siłą rzeczy, w dzisiejszym świecie, technologii[3]. Taka postawa odbiorcy legitymizuje akty symulacji, które nie są czym innym jak zaspokajaniem ludzkich pragnień: dostarczaniem iluzji bezpieczeństwa, bowiem rzeczywistość wirtualna jest mniej chaotyczna i bardziej przewidywalna – rządzi nią przecież „scenariusz" i algorytm zawsze wyprzedzający zdarzenia.

Owe „scenariusze" i „algorytmy" dotyczą nie tylko takich programów, które w tradycyjnym modelu telewizji realizowano na ich podstawie; przenoszone są również na działania *stricte* dziennikarskie polegające na „informowaniu" o rzeczywistości. Informowanie staje się spektaklem:

> newsy, tak jak reklamy, są „opakowane", atrakcyjne wizualnie, a program wiadomości nabiera rytmu, który ma za zadanie zatrzymać uwagę i zapewnić przyjemne oglądanie[4]

– pisze polski badacz telewizji, sygnalizując wyraźnie, że informacje podlegają w odbiorze waloryzacji identycznej jak *talk-shows*, *soap operas* czy dokunowele. Potwierdza to postmodernistyczne zjawisko „estetyzacji życia codziennego" i za-

---

[3] D. Eleftheriotis, *Poetyka wideo: technologia, estetyka i polityka*, w: *Widzieć, myśleć, być*, pod red. A. Gwoździa, Kraków 2001, s. 344 i n.

[4] W. Godzic, *Telewizja jako kultura*, wyd. II popr., Kraków 2002, s. 89.

mianę przedmiotów poznania: poznajemy nie świat, lecz „obraz świata" czy też „symulakrum świata".

W przygotowanym w Polsce, choć mało znanym, *Raporcie o wojnie w Iraku* czytamy:

> Ogłoszono zwycięstwo, ale na czym polega to zwycięstwo, skoro „wojna" trwa nadal? Nie mamy ani „pokoju", ani „wojny", ani „zwycięstwa", ani „klęski". Widzimy prezydenta Husajna, ale nie wiemy czy to prezydent Husajn, czy jego sobowtór – aktor odgrywający role prezydenta; nie wiemy czy filmowy obraz prezydenta w otoczeniu najbliższych współpracowników został nakręcony wczoraj, czy może pół roku wcześniej, może prezydent dawno nie żyje, ale widzimy go na ekranie tak, jakby żył, słyszymy głos z taśmy – ale czy to głos prezydenta Husajna, czy aktora, który znakomicie naśladuje jego głos? Ten głos dobiega do nas z taśmy jak głos ducha na seansie spirytystycznym, bo nie wiemy, czy prezydent Husajn żyje, czy nie żyje. Jest tak jakby półżywy, półmartwy. A co z jego sobowtórami? Czy żyją, czy nie żyją? Może, jak znakomicie ujął całą sytuację polski rysownik, nie obalono pomnika Saddama Husajna, ale pomnik jego sobowtóra? Z pewnością ex-prezydent Husajn żyje, ale żyje w świecie wirtualnym. Dołączył do Osamy Ben Ladena i obaj przebywają jako zjawy o niejasnym statusie ontologicznym w nieokreślonej strefie między medialną iluzją a rzeczywistością, a raczej w medialnej rzeczywistości, która zdaje się być jedyną dostępną nam rzeczywistością[5].

Autorzy *Raportu* przywołują m.in. opinię Kurta Vonneguta, że wojna z Irakiem to wielkie *reality show*, dostarczające masom rozrywki medialnej, i Normana Mailera, który sens owego *reality show* tłumaczy chęcią administracji Busha, by środki finansowe z celów socjalnych (których nadmiar demoralizuje społeczeństwo) przesunąć do sektora militarnego i wytworzyć „moralno-polityczną jedność narodu". Intelektualiści zadają też dramatyczne pytanie: „Czegóż możemy być pewni w sytuacji, kiedy obraz wojny tworzony jest przez specjalistów od (dez)informacji, menedżerów percepcji, kontrolerów epistemologii, właścicieli środków produkcji prawdy, administratorów obrazów i słów?"

Czy owi „specjaliści od dezinformacji", „administratorzy obrazów i słów" to dziennikarze? Raczej nie. Więc kto? Otóż w przestrzeni, w której zatarta zostaje różnica między „reprezentacją" i „symulacją", ten, kto „podstawia" za rzeczywistość jej obrazy – pozostaje przezroczysty, bezosobowy lub przybiera twarz-maskę, staje się „symulakrem" prezentera, scalającego obrazy w całość, łatwą do przyswojenia, znacznie bardziej bezpieczną niż rzeczywistość „czysta".

---

[5] *Raport o wojnie w Iraku*. Sporządził Zespół Studiów i Analiz (kierownik Zespołu – Tomasz Gabiś), Wrocław styczeń–listopad 2003, strony internetowe Fundacji SAGA (http://www.saga.org.pl/raport.pdf)

Otóż, jak sądzę, w świecie opanowanym dziś przez ekrany i cyfrowe media, nie ma wcale konfliktu typu „analogowy odbiorca" *vs.* „cyfrowe medium", jak niekiedy daje się wyczytać z olbrzymiej już dzisiaj literatury poświęconej konfliktowi irackiemu i tzw. wojnie z terroryzmem toczonej przez państwa zachodnie. Stopień akceptacji światów cyfrowych jest znacznie wyższy niż sądzą intelektualne elity – a to oznacza, że „kontrolerzy epistemologii" konstruują taką *epistemé*, jakiej potrzebują odbiorcy, którzy nie są przecież elitami. Uczestnictwo w złudzeniu, w symulacji, daje bowiem odbiorcy radość podobną do tej, jaką oferują gry komputerowe – a nawet większą, gdyż immersji w symulowaną rzeczywistość towarzyszy wmówienie, iż grający jest głównym bohaterem gry. Jest – należąc do demokratycznego społeczeństwa, demokratycznego kraju z jego mediami, którym to mediom wolność zapewnia pierwsza poprawka do konstytucji. Absurdalność „podstawiania" rzeczywistości jej symulakrami wyraża się raczej w traktowaniu owych symulakrów jak faktów w politycznej praktyce: jesteśmy w świecie filmu *Wag the Dog* Barry'ego Levinsona (znany w Polsce jako *Fakty i akty*): „najpierw podjęta zostaje decyzja o interwencji w jakimś kraju, a następnie do tego kraju przemieszcza się ben Laden lub Saddam Husajn, co sprawia, że interwencja jest usprawiedliwiona"[6]. Czy zatem dziennikarstwo jest wytwarzaniem symulakrów, czy też przeciwnie: przetwarzaniem symulakrów w rzeczywistość?

Zmarły w 1986 roku jezuita francuski, socjolog i psychoanalityk Michel de Certeau zauważył w książce *L'invention du quotidien* (1980), iż uznanie czegoś za rzeczywiste polega w gruncie rzeczy na wierze i na tym, że inne grupy ludzi uważają to coś za rzeczywiste[7]. Zadaniem „kontrolerów epistemologii" jest zatem dostarczanie ludziom jasnych, czytelnych i zwartych „instrukcji obsługi" obrazów rzeczywistości wpisanych – jakby sympatycznym atramentem – w te obrazy. Jakby na potwierdzenie tego poglądu Wiesław Godzic, przytaczając rezultaty badań publiczności magazynów „newsowych" w Norwegii, pisze:

> [...] badania wykazały, że wiadomości [nadawane w publicznej sieci NRK – Z.B.] w opinii respondentów były „zimne", nie dotykały ich, nie czuli się lepiej poinformowani po wiadomościach niż przed nimi. Wielu widzów podkreślało, że oglądanie wiadomości to obowiązek, natomiast przyjemność oglądania newsów dotyczyć może jedynie tego, że z konkretnego obrazu mogą wyprowadzić alternatywne znaczenia[8].

Oglądanie jest rytualne, nie dostarcza żadnej satysfakcji. Tę natomiast zapewnia postawa, którą badacze mediów, m. in. Stuart Hall, nazywają „dekodowaniem przeciwstawnym". Czy ludzie, oglądający magazyny informacyjne, rzeczywiście

---

[6] Tamże.

[7] Por. M. de Certeau, *Wynaleźć codzienność. Sztuki działania*, przeł. K. Thiel-Jończuk, Kraków 2008, s. 188.

[8] W. Godzic, op. cit., s. 87.

oczekują, że zostaną poinformowani o tym, „jak było" lub „jak jest" – czy też chcą być zaproszeni do udziału i dzięki mechanizmom interaktywności współudziału w „spektaklu informowania": *infotainment*? Moglibyśmy nieoczekiwanie odpowiedzieć twierdząco na drugi człon alternatywy. Odpowiedź taka wydobywałaby – podkreślaną przez bardzo wielu badaczy – aporetyczną naturę kultury zdominowanej przez media: tyleż samo obawiamy się zatarcia granicy między „prawdą" a „fałszem", co czerpiemy swoistą przyjemność ze świadomości różnicy między „prawdą" a „obrazem prawdy" zacieranej przez media. „Zanurzamy się" w iluzji, dajemy się jej „uwieść", czerpiąc z tego niemal masochistyczną satysfakcję, bowiem nawet nasz bunt wobec „bycia uwodzonym" jest również wpisany w taktykę *infotainment*.

Główny nacisk pada na telewizję i można by mi zarzucić, że nie doceniam roli innych mediów, w których – jak np. w prasie – można odnaleźć enklawy „tradycyjnego" dziennikarstwa, dla którego imperatywem było informowanie o „prawdzie". Trudno się zgodzić z takim stanowiskiem; trudno – bowiem standardy współczesnej kultury medialnej wyznacza dziś nie prasa, ani tym bardziej radio (coraz częściej, nawet w swoim publicznym, „misyjnym" wydaniu godzące się na rolę *accoustic wallpaper* – dźwiękowej tapety). W aspekcie technologicznym media drukowe dostąpiły już jakiś czas temu dobrodziejstw, jakie niesie digitalizacja: gazetę można drukować jednocześnie w różnych miejscach świata (np. gazety południowokoreańskie czy japońskie drukowane są w USA dla wspólnot etnicznych tam mieszkających – i to z uwzględnieniem różnic czasowych). Wiadomości i zdjęcia są przesyłane natychmiast do redakcji z przenośnych komputerów i palmtopów i niekiedy – dla zwiększenia szybkości i obniżenia kosztów – nie poddaje się ich nawet obróbce redakcyjnej. W sferze warsztatowej oznacza to zmniejszenie rangi dziennikarstwa komentującego, interpretującego i analitycznego, nie mówiąc już o materiałach z kręgu tzw. *human interest*. Wzrasta natomiast ranga dziennikarstwa agencyjnego – a raczej rola potężnych, zdigitalizowanych baz danych: materiałów archiwalnych, fotograficznych, a także filmowych i dźwiękowych. Fotoreporterzy nie pracują już wyłącznie dla aktualnych potrzeb „swoich" redakcji, ale deponują w postaci cyfrowej własne zdjęcia w wyspecjalizowanych agencjach, oferujących je – najczęściej za pośrednictwem Internetu – innym mediom. Nie byłoby w tym nic zdrożnego, niemniej jest to jeden z wielu sygnałów świadczących o „oderwaniu" tego, co „widzialne", od znaczenia: fotografie tego samego autora mogą służyć w gazetach o niekiedy sprzecznych światopoglądach.

Konkurencja na rynku medialnym – zwłaszcza na niezwykle „ciasnych" rynkach prasowych w krajach postkomunistycznych – zmusza dzienniki (a coraz częściej również tygodniki) do pośpiechu; jesteśmy świadkami, jak przymus prędkości, blisko trzydzieści lat temu opisany przez Paula Virilio[9] w odniesieniu do mediów

[9] P. Virilio, *Prędkość i polityka*, przeł. S. Królak, Warszawa 2008.

elektronicznych, zaczyna oddziaływać w świecie mediów najbardziej wobec tej prędkości opornych – drukowych. Prędkość – synonimiczna z „pośpiechem" – przeorientowuje dziennikarską wrażliwość, skupiając ją na tym, co „widzialne", co daje się zaobserwować i tym samym stanowi jedyny sposób „zmaterializowania" świata. Prasa zagnieżdża się w Internecie, tracąc tym samym charakterystyczną dla niej stabilność, upodabnia się do przekazów „strumieniowych".

W klasycznych mediach drukowych „strumieniowości" telewizji odpowiada raczej iluzja „jednoczesności": następstwo „pakietów informacyjnych" jest wprawdzie poddane kontroli przez nadawcę (przez układ kolumny, kolejność kolumn, układ odsyłaczy itd.), niemniej lektura gazety znacznie bardziej przypomina swobodną „nawigację" w Sieci niż „technologiczne uniwersum obrazowe" telewizji (w uniwersum tym nawigować można jedynie za pomocą pilota – między dostępnymi „kanałami", czyli również „strumieniami").

Dominacja wizualności w kulturze medialnej zmieniła zatem również warsztat dziennikarza prasowego. O wiele bardziej skupiony jest on teraz na „widzialności". Albo uruchamia retoryczne mechanizmy służące wywołaniu plastycznego obrazu, albo, szczególnie w prasie codziennej: efekt sensualnego obcowania ze światem, jaki powinien odczuwać odbiorca, zostaje przeniesiony na płaszczyznę tematyczną. „Sensacyjność" prasy (a także mediów elektronicznych) jedynie częściowo można wyjaśniać przez mechanizmy konkurencji i zasady *infotainment*. W rzeczywistości chodzi i o to, że tematy „szokujące", „zaskakujące", „wstrząsające" same w sobie są „plastyczne" i „sensualne". Uruchamiają także wspomnianą już grę między „bliskim" i „dalekim", tworzą aporię „bezpiecznego niebezpieczeństwa" silnie aktywizującą wyobraźnię widza. Jak obraz telewizyjny, który w przekonaniu wielu nadawców jest wystarczająco sugestywny „sam przez siebie", stanowiąc zamiennik „rozumienia świata" – tak odpowiednio „wstrząsający" lub „egzotyczny" temat, spełniający marzenia odbiorców o czymś niezwykłym i przerywający narastanie wrażenia *déjà vu* – nie prosi się już o głębszą analizę czy interpretację. Neil Postman ocenia tę sytuację surowo:

> W istocie jest zupełnie oczywiste, że wiadomości TV nie mają najmniejszego zamiaru sygnalizować, iż w jakiejkolwiek relacji kryją się jakiekolwiek implikacje, ponieważ wymagałyby one od widzów ciągłości myślenia o niej jeszcze po jej zakończeniu, co z kolei uniemożliwiałoby im zajęcie się następną opowiastką, dyszącą już z niecierpliwości za kulisami w oczekiwaniu na swą kolej. [...] Nie ma konieczności, aby obrazy rzeczywiście dokumentowały wymowę relacji. Podobnie jak nie jest konieczne wyjaśnianie, dlaczego takie obrazy narzucają się publicznej świadomości. Materiał filmowy tłumaczy się sam, o czym wie doskonale każdy producent telewizyjny. [...] osadzone w surrealistycznych ramach telewizji widowisko informacyjne jest koncepcją antykomunikowania się, charakterystyczną dla rodzaju dyskursu, który nie dba o logikę, rozsądek, kolejność zdarzeń i zasady przeciwieństw. W estetyce, jak sądzę,

teorię taką nazwano dadaizmem; w filozofii – nihilizmem, a w psychiatrii – schizofrenią. W języku teatru znana jest ona jako wodewil[10].

Jeśli nawet ta diagnoza (dodajmy: postawiona telewizji wyłącznie na podstawie obserwacji tego medium w USA, i to w 1985 roku, gdy digitalizacja przekazów była w stosunkowo wczesnej, eksperymentalnej fazie rozwojowej) wydaje się nam przesadzona, to niewątpliwie we właściwych proporcjach ujmuje ona wpływ telewizji na „rekonfigurację" kultury w skali globalnej. Przymus szybkości przekazu, nuklearny charakter wiadomości składających się na „strumień" (media elektroniczne) czy „płaszczyznę" (media drukowe) informacji, nacisk obrazowości (rozumianej dosłownie lub metaforycznie – jako zdolność wywoływania silnych emocji) – wszystko to w dobie mediów cyfrowych nabrało nowych wymiarów i musiało wpłynąć na pozycję dziennikarza, status dziennikarstwa.

Skrótowość informacji, konieczność dostosowywania ich do uniwersalnych parametrów (czas „dziennikarski" to minuty między sekwencjami reklamowymi; makiety gazet należących do jednego koncernu są uderzająco do siebie podobne, pojedynczy materiał dziennikarski nie powinien trwać dłużej niż kilkanaście sekund – do najwyżej minuty itd.), a także niesłychane możliwości montażu, skracania, przyśpieszania (niezauważalnego dla odbiorcy) wypowiedzi osób pojawiających się na ekranie, brak obowiązku autoryzacji w mediach drukowych[11] – to wszystko otwiera przed dziennikarzem niezwykle szerokie pole wolności, zawężając zarazem pole odpowiedzialności. *Fiat iustitia – pereat mundus*: wierność tej zasadzie może okazać się obosieczną bronią. „Światotwórstwo" – możliwe dzięki mediom cyfrowym, stanowi pokusę, skoro prawda zostaje sprowadzona do „obrazu prawdy" tożsamego z prawdą samą. *Infotainment* czyni niezwykle ważną dziedziną tzw. dziennikarstwo śledcze, które oprócz tradycyjnych, a właściwych tylko sobie metod, posługuje się technikami i narzędziami dostępnymi dotąd służbom specjalnym i policji (ukryte mikrofony i kamery, urządzenia podsłuchowe, noktowizory itd.), uruchamiając działania na pograniczu prawa lub nawet poza nim. Obecność kamery w sytuacjach, w których jest ona czymś zagadkowym w swej nieprzypadkowości, nie jest jednak zastanawiająca dla widza, który przywykł do telewizyjnego voyeuryzmu, do szczególnej poetyki tzw. *trash-tv*. Więcej: demonstracyjnie pokazywane wady przekazu (np. posługiwanie się materiałami wykonanymi amatorskim sprzętem) czynią go bardziej wiarygodnym, znosząc dystans mię-

---

[10] N. Postman, *Zabawić się na śmierć. Dyskurs publiczny w epoce show-businessu*, przeł. L. Niedzielski, Warszawa 2002, s. 150, 151, 153.

[11] Wyrok Trybunału Konstytucyjnego RP z początku października 2008 nakazujący jednak dziennikarzom autoryzację wywiadów wywołał w środowisku mediów liczne protesty (zaprotestowała m.in. międzynarodowa organizacja Reporterzy Bez Granic); w opiniach praktyków i teoretyków wyrok ten nie uwzględnia m.in. specyfiki mediów w epoce cyfrowej.

dzy sferą „prywatności" i sferą „publiczną", z którą medium utożsamiane jest jako instytucja.

Z drugiej strony – media cyfrowe dają wielkie możliwości ukrywania wad warsztatowych (np. słabego opanowania technik prowadzenia rozmowy przez dziennikarza, złego lub wręcz żadnego zdokumentowania tematu czy problemu przed rozpoczęciem pracy), dopasowywania fragmentów zebranego materiału do założonej tezy itd.

Nie chcę bynajmniej twierdzić, że zjawiska, o których mowa, są charakterystyczne dla dziennikarstwa doby mediów cyfrowych. Kwestie rzetelności, kompetencji, dociekliwości i – trzeba to tak nazwać – „empatii" dziennikarza, umożliwiającej mu lepsze poznanie spraw i ludzi, którymi się zajmuje, są tak stare jak ten zawód, nieufność zaś odbiorców do „nowiniarzy" pojawiła się wraz z masową prasą. Były to jednak czasy, w których rozdzielenie „fikcji" od „realności" wydawało się czymś absolutnie oczywistym. Media cyfrowe – „nowe media" – są z jednej strony produktem światopoglądu postmodernistycznego, z drugiej – sposobem jego legitymizacji. Za metafory współczesnej nam kultury uważa się już to „telewizję", już to komputer, już to Sieć.

Linda Hutcheon powiada o postmodernizmie, iż:

> przybiera kształt samoświadomego, samozaprzeczającego i samokwestionującego oświadczenia. Podobne jest to raczej do mówienia czegoś przy jednoczesnym braniu tego, co się mówi, w cudzysłów [...]. Wyjątkowy charakter postmodernizmu polega na tego właśnie rodzaju stale „niegasnącym" przyznawaniu się do dwoistości lub dwulicowości[12].

Skoro takim sposobem mówienia (a zatem i słuchania) cechuje się cała współczesna kultura – dlaczego dziennikarstwo, które jak żadna inna z komunikacyjnych praktyk odznacza się wyczuleniem na oczekiwania odbiorcy, miałoby być „wyspą", gdzie schronili się zwolennicy „starych" (czytaj: „analogowych") sposobów poznawania i komunikowania świata? Z pewnością nią nie jest i nawet nie może być, gdyż taki „wyspiarski" światopogląd uniemożliwia współczesna pozycja mediów jako „czwartej" (a niekiedy nawet pierwszej, jak się ostatnio sami przekonujemy) władzy. Ale czy język „czwartej władzy" może być nieustannym „mówieniem w cudzysłowie" („cudzysłów" oznacza tu dosłownie „cudze słowa" – ale także może być sygnałem ironii, pastiszu lub parodii)? Okazuje się, że tak, gdy tymczasem „bez cudzysłowu" odbierane są te segmenty telewizyjnego strumienia, które bynajmniej nie są „nastawione" na rozpoznawanie rzeczywistości i informowanie o niej. Serial *Świat według Kiepskich*, który zebrał tysiące niepochlebnych recenzji jako apologia głupoty, prowincjonalizmu i chamstwa, zajmował najwyż-

[12] L. Hutcheon, *The Politics of Postmodernism*, London 1989, s. 34.

sze miejsca w rankingach oglądalności[13]. Serial ten, który jest fikcją, smutno-wesołym, po trosze gargantuicznym, „modelem" polskiej rzeczywistości – uchodzi za „rzeczywistość samą", a tej pewności nie ma, gdy mowa o klasycznych gatunkach informacyjnych. Magazyny informacyjne pokazują świat „jakiś" – obcy i nieskupiający na sobie uwagi; *talk-shows*, *docu-soap*, nie mówiąc już o *reality-shows* sprowadzają przestrzeń publiczną do świata „naszego", do przestrzeni i czasu naszego własnego pokoju. A jeśli coś jest „nasze" – z pewnością jest prawdziwe…

W tej książce nie przedstawiam nowych mediów z technologicznego punktu widzenia – brakuje mi do tego stosownego przygotowania fachowego, choć w wielu fragmentach muszę pewne technologiczne problemy poruszać. Nie jestem jednak ani informatykiem, ani specjalistą z zakresu telekomunikacji, a jedynie użytkownikiem cyfrowych technologii: czasem jako „nadawca", a najczęściej jako „odbiorca" różnorakich przekazów. Skupiam się na tym, co stosunkowo rzadko staje się tematem opracowań ściśle medioznawczych: zmianach świadomości, jakie nowe media powodują zarówno po stronie dziennikarzy, jak i odbiorców – czytelników, widzów, słuchaczy, internautów. Problemy te interesują dziś raczej kulturoznawców, jednak pole ich obserwacji jest bardzo rozległe: mówią oni o kulturze jako całości, próbując ująć ją w wyraziste modele, ulegające zmianom pod wpływem samych mediów lub przeciwnie – wywołujące przemiany sposobów nadawania i odbioru medialnych przekazów. Wiele zawdzięczam tym pracom, jednak piszę przede wszystkim o dziennikarstwie i dziennikarzach, bo to oni w ostatecznym rozrachunku bywają utożsamiani (niesłusznie) z mediami. Czy nowe media to rzeczywiście „nowe dziennikarstwo", a raczej – czy nowe technologie to od razu nowa świadomość dziennikarzy? Czy już można mówić o „dziennikarstwie postmodernistycznym", „postdziennikarstwie" i „dziennikarstwie 2.0"? Wielu obserwatorów i analityków współczesnych mediów odpowiada twierdząco, co więcej – ich spojrzenie jest albo bardzo pesymistyczne, albo bardzo optymistyczne. „Journamorfoza", czyli metamorfoza dziennikarstwa prowadząca do zatarcia granic między nadawcami i publicznością, rozwój „dziennikarstwa obywatelskiego", realizacja idei wspólnego tworzenia przekazów i wspólnego z nich korzystania ma być tą rewolucją, która media tradycyjne albo zabije, albo uzdrowi.

W tej książce nie podzielam ani pierwszej, ani drugiej diagnozy. Wprawdzie jednym z głównych moich bohaterów jest Sieć, Internet (pisany tu konsekwentnie wielką literą), jednak stale towarzyszy mi myśl o tym, co pod wpływem „usieciowienia" komunikacji międzyludzkiej dzieje się z tymi mediami, którym zawdzięczamy obecny kształt naszej cywilizacji. Sieć nie jest tu dla mnie medium, a raczej „przestrzenią komunikacyjną", w której realizują się wszystkie znane do tej pory media. Jeśli nawet Internet adresuje do nas jakiś przekaz (gdyby był medium

[13] Por. W. Godzic, *Telewizja i jej gatunki po „Wielkim Bracie"*, Kraków 2004, s. 242 i n.

– byłby jednocześnie, zgodnie z formułą McLuhana, przekazem), to czyni to za pomocą pisma, obrazów, dźwięków, a zatem tradycyjnych kodów i kanałów. Obserwuję więc media tradycyjne, które dostosowały się lub dopiero dostosowują do nowego technologicznego środowiska, walcząc o przetrwanie. Koncepcje Darwina i na polu „mediamorfozy" okazały się trafne.

Nie jest tym bardziej Internet medium masowym – i tu moje poglądy zbliżają się do stanowiska tych badaczy, którzy zwracają uwagę, że Sieć łamie zasadniczą cechę masowej komunikacji, w której „wielu mówi do wielu". Z całą natomiast pewnością jest Internet „medium dla mas", o czym świadczy jego globalna dzisiaj powszechność w każdej niemal dziedzinie życia – od spraw najbardziej intymnych i jednostkowych po wielkie projekty makroekonomiczne, społeczne i polityczne. Powstaje przy tym pytanie: czy medium dla mas dokonuje zasadniczej przebudowy tego, co nazywamy „kulturą masową", czy też po prostu pozwala się rozwijać tym jej wątkom, które w modelu tradycyjnej komunikacji medialnej ujawniły się jedynie częściowo? W książce tej przychylam się raczej ku drugiej odpowiedzi.

Internet traktuję również jako taką przestrzeń komunikacyjną, która ułatwia wymianę przekazów zawierających ś w i a d e c t w o, a nie służących sprawozdawaniu, relacjonowaniu stanów świata. Owo „świadczenie", „zaświadczanie", „poświadczanie sobą" może przybierać różne kształty, niemniej za każdym razem zawierają one w sobie pytanie o podmiot i adresata przekazu. Jeśli nawet zarzucamy komunikacji internetowej zbyt częste i zbyt łatwe sięganie po rozmaite maski, po anonimat, po „role" – to już sam fakt pojawiania się takiego zarzutu świadczy, iż kwestia upodmiotowienia, personifikacji aktów i aktorów komunikacji staje przed nami ostrzej niż w odniesieniu do mediów tradycyjnych. „Role" i „maski" o wiele bardziej przeszkadzają nam dziś, gdy mamy w sobie doświadczenia komunikacji interaktywnej, internetowej właśnie, niż w czasach, gdy takich doświadczeń nie było[14].

Jest też dla mnie Internet przestrzenią komunikacji performatywnej: komunikacja za jego pośrednictwem musi zostać „wykonana", a zatem jest częścią działań parateatralnych. Jest spektaklem – niezależnie od tego, jakimi kodami posłużymy się w budowaniu przekazów. Jeśli spojrzymy na Internet z takiej właśnie perspektywy, dostrzeżemy, że wzmocnił on, a nie osłabił, te cechy kultury, które kazały m.in. Guy Debordowi nazywać ją „kulturą spektaklu". Nie jest to już jednak taki spektakl, o jakim pisał Debord: role są w nim płynne, reżyserzy, aktorzy, autorzy dramatu mieszają się z widzami. Dzieje się tak m.in. dlatego, że Internet to emanacja płynności – jak powiada Zygmunt Bauman – naszego życia, jego nomadyczności, gdy nie istnieją już żadne stałe drogowskazy, a pewnych map brakuje.

---

[14] Por. P. Wallace, *Psychologia Internetu*, przeł. T. Hornowski, Poznań 2001, zwł. rozdział: *Sieciowe maski i maskarady*.

W tej książce staram się znaleźć odpowiedź na pytanie, czy narodzone z modernistycznego ducha media mają szansę na przetrwanie w postmodernistycznej kulturze, którą niekiedy określa się mianem „postmedialnej". Aczkolwiek opatrywanie wielu zjawisk przedrostkiem „post-" może budzić wątpliwości, to akurat w tym przypadku nazwa ta jest adekwatna do cech zjawiska, jakie stara się uchwycić.

Dziennikarstwu nie zagraża wcale technologia, która – jak nigdy przedtem – sprzyja „światotwórstwu", wytwarzaniu symulakrów, zwodzeniu i „uwodzeniu" odbiorcy. Dziennikarstwo od dawna ulegało takiej pokusie i od dawna było oskarżane o propagowanie kłamstwa, czyli nieprawdziwych obrazów rzeczywistości. Uwodzić swych odbiorców dziennikarze zaczęli wtedy, gdy narodziła się i za wyraźnym przyzwoleniem czytelników jęła odnosić sukcesy prasa, którą dziś określamy pogardliwym mianem „tabloidalnej". Na dodatek trzeba pamiętać, że każdy świat opowiedziany (znów niezależnie od kodów, jakie zostaną użyte w narracji) jest światem „skonstruowanym", a jeśli tak – to jest zarazem światem „fikcyjnym". To prawda, że dziś cyfrowe technologie pozwalają budować światy, których nigdy nie było, światy istniejące wyłącznie w samym przekazie. Już samo budowanie przekazu staje się zatem materią niekiedy pasjonującej opowieści, a więc odrębnym „światem". Pisze o tym zjawisku w swoich książkach Jean Baudrillard.

Teatralna kultura Sieci podnosi do rangi cnoty zręczność agregowania istniejących już przekazów – dodajmy: istniejących jedynie w Sieci lub przede wszystkim w Sieci. Dlatego też „dziennikarstwo internetowe" to przede wszystkim taka właśnie umiejętność, wzbogacona przez myślenie multimedialne. Dziennikarz w czasach Internetu jest znacznie bardziej „kompozytorem" treści niż „romantycznym" podróżnikiem, badaczem, analitykiem, wyposażonym w empatię słuchaczem ludzkich historii. Jako „kompozytor treści" i reżyser multimedialnego spektaklu komunikacyjnego nie musi szukać tych historii u ich źródeł. Albowiem źródłem opowieści, czyli źródłem świata, stała się Sieć.

Jeżeli więc coś rzeczywiście zagraża dziennikarstwu w czasach Internetu – to zagrożeniem tym jest a k c e p t a c j a b r a k u o r y g i n a l n o ś c i. Inaczej – kryterium „oryginalności" zdaje się odnosić raczej do formy przekazu niż do jego zawartości. Rola dziennikarstwa została zatem sprowadzona albo do konstruowania „opakowań", albo do dostarczania materiału do kolejnych publikacji (każdy produkt staje się w ten sposób półproduktem), albo wreszcie do kompilowania tego, co zostało znalezione. „Kłusowaniem" w Sieci, wytwarzaniem półproduktów nie musi wcale zajmować się profesjonalista; atrakcyjne multimedialne „opakowanie" skonstruuje również amator, bowiem odpowiednie oprogramowanie komputerów i współpracujących z nimi urządzeń zaprojektowano właśnie z myślą o amatorach.

Sporo uwagi poświęcam w tej książce fenomenowi symbiozy wyszukiwarki Google i internetowej encyklopedii Wikipedia. Dla wielu symbioza taka jest wręcz

synonimem fatalnej kondycji współczesnej kultury, zachwaszczanej coraz bardziej przez produkty zwane „copypastami" (tak określa się niekiedy wytwory powstałe poprzez kopiowanie – *copy* i wklejanie – *past* fragmentów cudzych tekstów, filmów, muzyki znalezionych dzięki m.in. Google w wielkim *common*, jakim jest Internet). Być może jest do napisania rozprawa o „Dziele sztuki w epoce sieciowego googlowania", na wzór sławnego eseju Waltera Benjamina. Fenomen Google fascynuje tym bardziej, im wyraźniej odciska się nie tylko na konkretnych artefaktach, lecz także na naszej świadomości[15]. Jest groźny, ale zarazem wskazuje możliwości uniknięcia pułapek, jakie na tę świadomość zastawiła interaktywna Sieć. O ile dzieło sztuki montowane ze znalezionych w niej składników może zachowywać – przy zachowaniu pewnych warunków – walor świeżości, oryginalności i autorskiego piętna, o tyle sprawa uprawianego w ten sposób dziennikarstwa i komunikacji medialnej jest o wiele bardziej skomplikowana. Mitologia Sieci i mitologia usieciowionego społeczeństwa coraz głębiej wnika w tkankę mediów głównego nurtu i praktycznie ją demontuje. Tkanka ta powstała w warunkach zupełnie odmiennych – w kapitalizmie o całkowicie innej niż dzisiejsza twarzy. Ten kapitalizm tworzył całkowicie odmienne od dzisiejszych, usieciowionych właśnie i interaktywnych, relacje wewnątrzspołeczne i uruchamiał odmienne mechanizmy tworzące audytoria, publiczności i widownie medialne. Media o modernistycznym rodowodzie starają się dopasować do nowej sytuacji, grając na wielu fortepianach jednocześnie. Dostrzegają z jednej strony rosnącą władzę tego, co lewicowi prorocy nowej rewolucji, Michael Hardt i Antonio Negri, nazywają „multitudo", ustawicznie zmienną, nieprzewidywalną, ekspansywną Mnogością, Mnóstwem tworzonym przez komunikujące się ustawicznie ze sobą jednostki[16]. Są one zdolne do produkowania idei, podejmowania decyzji, świadczenia sobie nawzajem usług – także informacyjnych – z całkowitym wyłączeniem mediów głównego nurtu lub też pożytkującym krążące w nich treści w sposób zupełnie niekontrolowany. Nomadyczne, labilne Multitudo sprawia, że rola mediów, uformowanych w społeczeństwach o zarysowanych hierarchiach wartości oraz sposobach ekspresji tych wartości, staje się nie tyle zbędna, ile wymaga gruntownej odmiany. Pokazał to przebieg najbardziej medialnej w historii, najbardziej spektakularnej kampanii wyborczej w USA w 2008 roku, w której media tradycyjne weszły w zdumiewający, a zarazem odnowicielski związek z mediami nowymi: sieciowymi, obywatelskimi, mobilnymi. Multitudo okazuje – niekiedy w całkowicie nieoczekiwanych sytuacjach – swoją

---

[15] J. Battelle, *The Search: How Google and Its Rivals Rewrote the Rules of Business and Transformed Our Culture*, NY 2005; pol. wyd. *Szukaj. Jak Google i konkurencja wywołali biznesową i kulturową rewolucję*, tłum. M. Baranowski, Warszawa 2007; D. Vise, M. Malseed, *The Google Story: Inside the Hottest Business, Media, and Technology Success of Our Time*, London 2006.

[16] M. Hardt, A. Negri, *Imperium*, przeł. A. Kołbaniuk, S. Ślusarski, Warszawa 2005 (wyd. oryginalne 2001); ciż, *Multitude: War and Democracy in the Age of Empire*, NY–London 2005.

moc równą mocy do wczoraj najpotężniejszych państw, ustrojów, a także organizacji medialnych. Formuje się coś, co nazwać można tyranią „clickstreamu”[17].

Wszystko to dzieje się – co warto zauważyć – z całkowitą akceptacją ze strony mediów *mainstreamowych*. Chcą one przetrwać w nowym środowisku komunikacyjnym tak bardzo, że całkowicie zaakceptowały rządzące w nim prawa – m.in. to, że za prawdziwe uznaje się tylko poglądy, a nawet fakty, które zgadzają się z poglądami i wiedzą odbiorcy. Te zaś poglądy i ta wiedza są kształtowane przez… inne media dostępne w Sieci. Wytwarza się zatem coś, co przypomina asyryjskiego węża pożerającego samego siebie od ogona. Poddanie się tyranii publiczności, swoisty lęk przed ustawicznym sprawdzaniem przez nią, weryfikowaniem, testowaniem, które stało się możliwe w przestrzeni interaktywnej komunikacji – to paradoksalne odwrócenie sytuacji, w której media (tradycyjne) utożsamiano z władzą i swoistą przemocą zwróconą przeciwko odbiorcom.

„Kultura agregacji”, „kultura nieoryginalności” to również groźna, bo ułatwiona, „kultura plagiatowości”. Filozofie wspólnotowe, jakimi przesiąknięta jest Sieć, podsuwają myśl, że wszystko, co można w niej znaleźć, jest „własnością wspólną”. Nie istnieją zatem – w radykalnej wersji tej filozofii – idee, myśli, artefakty przypisane konkretnym ludziom, noszące *signum* niepowtarzalności, a zatem „oryginalne” w tradycyjnym rozumieniu. Problem plagiatu zostanie zatem rozwiązany przez likwidację praw autorskich? Brzmi to równie paradoksalnie jak zniesienie pojęcia oryginalności przez uznanie, iż każda kopia ma wartość oryginału (przed czym ostrzegał m.in. Walter Benjamin). Ale tak się stało, gdy mistrz Gutenberg puścił w ruch swoją prasę!

Czy jednak dziennikarstwo nie było od zawsze sztuką kompilacji informacji, które już gdzieś istniały lub istnieją? Owszem, tyle że niegdyś w poszukiwaniu takich informacji i informatorów trzeba było, jak Herodot, udać się w podróż, poznawać odległe kraje i nieznanych ludzi. Trzeba było sprawić, by owi nieznani ludzie stali się informatorami i by informator zamienił się w… informację. Dziś Sieć jest tym oceanem, po którym żeglugę zapewniają potężne firmy dostarczające wyszukiwarek – jak np. Google czy Yahoo! Są one jak darmowe i zawsze pozostające na podorędziu biura podróży, wskazujące swoim klientom, co jest w świecie najważniejsze, co można pominąć, a na co najlepiej w ogóle zamknąć oczy. Dostarczanie informacji o informacji jest rzeczą najcenniejszą i mało zostaje miejsca na samodzielne błądzenie. Mało – gdyż liczy się czas, liczy się prędkość przekazu: to ona pozwala wygrywać mediom rywalizację o odbiorcę. Profesjonalizm dziennikarski to dziś eliminacja przypadkowości, ryzyka błędu, opóźnienia – dlatego grę z przypadkiem pozostawia się amatorom. Tym wszystkim, którzy wiedzą, że najle-

[17] Określenie J. Battelle stanowiące przeciwieństwo *mainstreamu* medialnego; por. także J. Mikułowski Pomorski, *Kultura wobec społeczeństwa Sieci*, w tegoż: *Zmieniający się świat mediów*, Kraków 2008, s. 267 i n.

piej sprzedają się tragedie, wypadki, skandale, katastrofy – i tego poszukują najczęściej, stając się informatorami informatorów. Czy grozi nam, że media będą informować jedynie o wypadkach i przynosić wyłącznie złe wieści?

Zrozumienie procesów „journamorfozy" wymaga wycieczki w przeszłość – dlatego tyle uwagi w tej książce poświęciłem mediom tradycyjnym, starając się pokazać, w jaki sposób ich wewnętrzna ewolucja została spożytkowana przez nowe technologie. Niektóre z nich powstawały bynajmniej nie z myślą o ich zastosowaniu w komunikacji, a tym bardziej w komunikacji medialnej (np. techniki komputerowe). Zastosowania takie zostały jednak zawarte w wizjach tych inżynierów, konstruktorów, uczonych, którzy usiłowali sprawdzić, którędy przebiegają granice możliwego i niemożliwego. Oni także stają się bohaterami „mediamorfozy", chociaż niekiedy wcale takiej roli dla siebie nie planowali.

W książce, którą oddaję w ręce Czytelników, staram się połączyć dwie perspektywy: teoretyczną i praktyczną – obie wynikające z mojego własnego doświadczenia zawodowego. Pisząc o teorii nowych mediów, starałem się jednak pamiętać, że nie pojawiły się one nagle i że są efektem skomplikowanego, niesłychanie długiego procesu ewolucji środków ludzkiej komunikacji: od dźwięku pierwszego słowa wypowiedzianego przez praczłowieka – po dźwięk słowa zsyntetyzowanego cyfrowo przez komputer. Od znaku uczynionego i dostrzeżonego na kamieniu czy rogu – po znaki wywoływane przez nas lub czynione na ekranie plazmowego monitora. Proces ten nie jest liniowy – to wielki, pasjonujący hipertekst, w którym zapisano dzieje człowieka: jego myśli, emocji, a także sposobów wyrażania tego wszystkiego, czego doświadczał jako jednostka – i jako istota społeczna. Mówił przecież do innych ludzi.

Dlatego do tych dwóch perspektyw dołączam trzecią – wcale nie odmienną, ani tym bardziej: przeciwstawną. Świadomość. Dzięki niej i dla niej powstały media i ich teoria; z niej uformowało się specyficzne owych mediów zastosowanie – dziennikarstwo.

Nie podejmuję się rozstrzygnięcia, czy misja mediów – takich, jakimi postrzegaliśmy je przez długie dziesięciolecia – w „kulturze copypastów" już się zakończyła. Zakończy się, jeśli media nadal będą poddawać się dyktatowi odbiorcy i dostarczać mu jedynie półprodukty, które on następnie podda „personalizacji" (to słowo wytrych, charakterystyczne dla ideologii Web 2.0). Zakończy się, jeśli media będą pojmować prawdę jako to, co się podoba, a więc to, co jest „atrakcyjne". Nie jest jednak wykluczone, że kiedyś jednak znowu za „fałsz" medialny zostanie uznane wszystko, co jest copypastem, coś, co każe nam oglądać świat jako *déjà vu*, *déjà entendu*, *déjà lu*, *déjà su* – już widziane, słyszane, czytane, poznane. Nie wiadomo, czy i kiedy nadejdzie moment renesansu oryginalności. Jeśli media nie będą na ten moment przygotowane – wtedy będziemy mogli powiedzieć, nie bez smutku: „Tak, ta misja już się zakończyła." Na razie jeszcze trwa.

CZĘŚĆ PIERWSZA

Dążenie naszego wieku do całości, empatii i głębi świadomości jest naturalnym skutkiem techniki elektrycznej. W poprzedzającym nas wieku zmechanizowanego przemysłu zdecydowane wyrażanie i obrona prywatnych poglądów były naturalną formą ekspresji. Każda kultura i każdy wiek ma swój ulubiony model percepcji i wiedzy, który chętnie poleca się wszystkim i do wszystkiego. Znakiem naszych czasów jest odrzucanie narzuconych wzorców. Nagle gorąco pragniemy ujawnienia tego, co w rzeczach i w ludziach najważniejsze. W tym nowym podejściu można odnaleźć głęboką wiarę – wiarę w ostateczną harmonię wszelkiego bytu.

Marshall McLuhan

1. ZROZUMIEĆ MEDIA – ALE KOGO, ALE CO?

Podjąć się napisania książki o związkach, jakie łączą (lub dzielą) dziennikarstwo ze światem nowych mediów, to zadanie ryzykowne, jeśli zgoła nie zwariowane. Dziennikarstwo jest zawodem, i to starym (wszelkie skojarzenia uważam w tym miejscu za niestosowne); nowe media zaś, jak sama nazwa wskazuje, są nowe – ponadto pod pojęciem tym kryją się rzeczy bardzo różne: to technologie, ale również instytucje, funkcje, usytuowanie społeczne. To nadawcy, ale także zróżnicowane i niestabilne, bo stale zmieniające swoje preferencje, skład demograficzny, kompetencje i zdolności widownie, audytoria i publiczności. To przesadne nadzieje wynikające z przesadnej technodulii (technofilii) i równie przesadne niechęci wywoływane wciąż cieszącą się sporym powodzeniem technofobią. Technodulami (technofilami) lub technofobami nie są zaś wcale ludzie o ograniczonych umysłach i horyzontach, lecz intelektualiści, od których wymagamy umiaru i rozsądnej oceny świata oraz kierunków jego rozwoju. Pierwsi w rozwoju technologii komunikacyjnych widzą drogę do Edenu – drudzy do Erebu, w którym czai się mrok i chaos wszelkich, przede wszystkim moralnych, wartości. To zrozumiałe, że pierwsi używają dziesiątków elektronicznych maszyn komunikacyjnych, z których wiele przybiera kształt wymyślnych gadżetów, których funkcji nie da się nawet wymienić, a tym bardziej spożytkować w codziennym życiu. Ale tego, że drudzy, kiedy nikt ich nie podgląda, surfują po Internecie, piszą maile, wysyłają SMS-y i MMS-y, a bez komputerowych edytorów tekstu nie wyobrażają sobie funkcjonowania w swoich zawodowych kręgach – tego, otóż, nie da się wyjaśnić bez użycia pojęcia technologicznej schizofrenii. A co począć z postaciami tak szacownymi jak Stanisław Lem i Czesław Miłosz? Pierwszy komputera nie używał, choć o cywilizacji informatycznej tak wiele napisał; drugi, poeta metafizyczny, znawca ludzkiej duszy – możliwościami, jakie daje komputer, wydawał się zachwycony (chociaż wierszy na swoim laptopie nigdy nie pisywał)[1].

---

[1] Sytuację medialną w Polsce określają dość dobrze następujące dane: „Jeżeli weźmie się pod uwagę fakt, że z Internetu w Polsce korzysta 13 mln osób, to odsetek internautów korzystających z serwisów społecznościowych wynosi 75 proc. [...] Jednocześnie polscy internauci uważają teksty pisane przez »zwykłych ludzi« za znacznie ciekawsze od tych, które są przygotowane przez zawo-

Problem zatem „nowych mediów" do czysto technologicznego wymiaru sprowadzić się nie pozwala i dawno zrozumiano to na Zachodzie, zwłaszcza w Ameryce, gdzie powstała olbrzymia wręcz literatura na ten temat, opublikowana zarówno w sławnych ośrodkach akademickich, jak też w czasopismach i gazetach. Opisanie nowych mediów to zarazem opisanie nowego człowieka i nowego społeczeństwa – nic też dziwnego, że w dziedzinie tzw. medioznawstwa najbardziej intensywnie rozwija się antropologia i socjologia mediów. Co prawda, powiada się, że największe zasługi dla prześledzenia zależności między technologiami komunikacyjnymi a poziomem cywilizacyjnym, stopniem rozwoju całej ludzkości, jak też poszczególnych regionów geograficznych i sfer kulturowych ma tzw. szkoła Toronto (m.in. Harold Innis, Marshall McLuhan, Walter Ong, Derrick de Kerckhove), to przecież od spraw związanych z technologią komunikowania nie uciekła żadna z liczących się współczesnych teorii i szkół mediologicznych. Oczywiście, każda z nich interpretowała te problemy na swój sposób, na ogół w otwartym sporze ze zwolennikami tzw. technologicznego „twardego" determinizmu.

Istotnie – traktowanie go jak swoistego klucza otwierającego wszystkie drzwi do wiedzy o przemianach cywilizacji i kultur ludzkich wydaje się przesadne, niemniej całkowite negowanie determinizmu jako pewnego sposobu myślenia o relacjach technologii i przemian społecznych, technologii i formowania się Nowego Człowieka jest odrzucaniem z góry pewnego narzędzia, zanim zostało przez nas użyte lub zanim wypróbowaliśmy wszystkie jego możliwości. Na dodatek – lepszego chyba na razie nie wymyślono i ci, którzy determinizm negują, nie zgłosili bardziej przekonującej dlań alternatywy. Trzeba przy tym pamiętać, aby technologicznego pesymizmu (np. Neil Postman, Sven Birkerts) nie utożsamiać z neo-luddyzmem, zwanym też technoluddyzmem. Jeśli bowiem Postman – notabene uczeń McLuhana, uważanego przecież za proroka epoki nowej technologii informacyjnej – w *Technopolu* i *Zabawić się na śmierć* z irytacją pisze o destrukcyjnym wpływie, jaki telewizja, komputer, Sieć wywierają nie tyle na wytwory i artefakty tradycyjnych kultur, ile na ludzką świadomość, w tym samą chęć używania i odczytywania sensów tych wytworów i artefaktów, to w niczym nie neguje samego potężnego ciśnienia technologii na struktury społeczne. Więcej – okazuje się w swojej krytyce bardziej ortodoksyjnym wyznawcą determinizmu technologicznego niż ci, którzy w technice i technologiach widzą bóstwa i główne motory postępu. Jeśli Birkerts

---

dowych dziennikarzy. Te pierwsze podobają się 46 proc. badanych, drugie 19 proc. Teksty przygotowywane przez marketingowców cieszą się zainteresowaniem 6 proc. internautów". A o sposobie korzystania z treści umieszczanych w Sieci mówią inne wyniki: „Spośród sposobów zamieszczania własnej treści w sieci, internauci najbardziej lubią pisać komentarze pod artykułami –17 proc., dyskutować na forum – 16 proc. oraz komentować wpisy na blogach innych internautów – 12 proc. Z badania wynika również, że 5 proc. internautów prowadzi własne blogi (sondaż Millward Brown SMG/KRC 15–20 maja 2008 na grupie 1008 osób w wieku 15–75 lat dla D-link; http://wiadomosci.mediarun.pl/news/1158/group4)

w *Elegiach Gutenbergowskich*[2] wieszczy kres dawnych form tworzenia i odczytywania tekstów, to przecież nie podważa w niczym faktu, iż media elektroniczne głęboko rekonfigurują nasz sposób lektury, co nie znaczy, że w przyszłości w ogóle nie będziemy czytać, lecz będziemy czytać inaczej. „Inaczej" – według Birkertsa – wcale nie oznacza: lepiej, wnikliwiej, mądrzej. Zmiana dokonująca się za sprawą technologii nie jest więc równoznaczna z „postępem", jak chcieliby technologiczni fascynaci. Postman drwi z wynalazcy pojęcia „sztuczna inteligencja", Johna McCarthy'ego, który zapytany kiedyś przez znakomitego filozofa języka, Johna Searle'a, o to, jakie przekonania ma jego (tzn. McCarthy'ego) termostat, odparł: „Mój termostat ma trzy przekonania – »Tutaj jest za gorąco«, »Tutaj jest za zimno« i »Tutaj jest w sam raz«":

> Mamy tu do czynienia z przypadkiem oszalałej metafory. Od sądu głoszącego, że ludzie są pod pewnym względem podobni do maszyn, przechodzimy do twierdzenia, że ludzie prawie w niczym się od maszyn nie różnią, a w końcu – że ludzie są maszynami. A następnie, nieuchronnie, do sugestii zawartej w słowach McCarthy'ego, że mianowicie maszyny to istoty ludzkie. Wynika z tego, że można zbudować maszyny, które będą replikowały ludzką inteligencję, a stąd już konieczny krok prowadzi do badań w dziedzinie znanej jako sztuczna inteligencja. Najistotniejszy w tej linii myślenia jest niebezpieczny redukcjonizm. Inteligencja ludzka […] to coś zasadniczo nieprzekazywalnego. Faktem najoczywistszym jest, iż ludzi charakteryzuje jedyne w swoim rodzaju, biologicznie zakorzenione, nieuchwytne życie umysłowe, które pod pewnymi względami można symulować za pomocą maszyny, ale którego nigdy nie da się odtworzyć. Maszyny nie mogą czuć ani, co równie ważne, rozumieć[3].

Postman krytykuje niebezpieczny redukcjonizm, zawarty rzekomo w żarcie McCarthy'ego, przez dość ewidentne wmówienie, nikt bowiem takiego ciągu sylogizmów (człowiek podobny do maszyny – człowiek to prawie maszyna; człowiek = maszyna; maszyna = człowiek) nie wypowiedział. A jako puentę zapisuje stosunkowo mało odkrywcze stwierdzenie, iż maszyna nigdy człowiekiem się nie stanie. Trzeba wszakże przyznać, że wizja zarówno „umaszynowionych" ludzi, jak uczłowieczonych maszyn jest na tyle groźna, że aż fascynująca, i co najmniej od czasów praskiego Golema i Frankensteina aż po serię filmów, w których Arnold Schwarzeneger udzielał swego ciała różnej maści cyborgom, zasila ona w nowe pomysły literaturę popularną i zupełnie serio prowadzone badania naukowe. W nich albo ludzkie, czyli śmiertelne i podległe fizjologii, ciało poddaje się władzy umysłu zawierającego dyrektywę „technologizacji" (mózg zostaje przeszczepiony lub w ja-

---

[2] S. Birkerts, *The Gutenberg Elegies: The Fate of Reading in an Electronic Age*, Boston 1994.

[3] N. Postman, *Technopol. Triumf techniki nad kulturą*, przeł. A. Tanalska-Dulęba, Warszawa 2004, s. 137.

kiś inny, cudowny sposób umieszczony w nieśmiertelnej maszynie), albo przeciwnie – cyborg rozpaczliwie pragnie wpisać się w świat ludzi, czyli kochać, umierać, przeżywać rozterki nieznane mózgom z krzemu.

■ MASZYNY TEŻ LUDZIE

Opozycja świata technologii i świata ludzkiego przejawia się w wielu postaciach i albo chce się ją zniwelować i „obłaskawić", albo też podkreśla się jej znaczenie dla ogólnego rozwoju. Niepostrzeżenie wpisuje się też w potoczny sposób myślenia o komputerach (i generalnie – o całej technologii cyfrowej). Mówimy przecież „Komputer to obliczy" – pokładając nadzieję w tym, że inteligentna maszyna wyzwoli nas z jakichś mało produktywnych zadań; mówimy „Komputer się pomylił" – i kryje się tu osobliwa satysfakcja, iż inteligentna maszyna albo tak bardzo inteligentna nie jest, albo, jak my sami, jest nieodporna na błędy. Mówimy też „Komputer tak pokazał" – i wtedy z naszego peceta lub macintosha robimy autorytet, pomagający rozstrzygać spory i wyrokujący o słuszności takiej czy innej decyzji. Tak czy owak, nawet o tym nie wiedząc, uznajemy komputer za naszego partnera, i to takiego, który cieszy się znaczną autonomią.

O takich, niekiedy niezamierzonych, efektach uczłowieczenia maszyny piszą Byron Reeves i Clifford Nass:

> Weźmy za przykład tezę głoszącą, że media są przede wszystkim narzędziami i że ludzie świadomie stosują medialne narzędzia tak, aby służyły ich potrzebom. Nasze badania wskazują jednak raczej na to, że media są postrzegane jak rzeczywiste osoby i realne miejsca oraz że ludzkie reakcje na nie są określone przez zasady rządzące relacjami społecznymi i reguły poruszania się w świecie rzeczywistym. Reakcje na media nie są bynajmniej zdeterminowane w pierwszym rzędzie przez zasady dotyczące stosowania urządzeń typu młotek czy samochód[4].

Media zatem – wszystkie, a nie tylko komputery, gdyż dotyczy to także druku, telefonu i telegrafu, radia, telewizji – mają wśród narzędzi status specjalny. Grzechu antropomorfizacji (tak charakterystycznej dla ludzkiego myślenia w ogóle) nie uznają badacze z Uniwersytetu Stanforda ani za szczególnie ciężki, ani też szczególnie częsty. Argumentują, że przyczyną uznawania maszyn takich, jak komputery za żywe, myślące i otwarte na współpracę z *homini sapientis* istoty jest fakt nagminnego przyznawania przez nas temu, co się nam wydaje, statusu faktyczności. Przez dwieście tysięcy lat (czas, w którym ewoluował nasz gatunek) jedynym śro-

[4] B. Reeves, C. Nass, *Media i ludzie*, przeł. H. Szczerkowska, Warszawa 2000, s. 23.

dowiskiem, w którym pojawiały się inteligencja i myślenie, było środowisko ludzkie. Narzędzia i maszyny konstruowaliśmy po to, by nam służyły, by były posłuszne naszej woli i rękom. Dzięki nim polowaliśmy, przygotowywaliśmy pożywienie, wytwarzaliśmy okrycia, a także nowe narzędzia i maszyny, doskonalsze lub służące innym celom. Kiedy jednak zaczęliśmy utrwalać nasze myśli w formie pisma – odręcznego, a potem maszynowego, kiedy zaczęliśmy produkować książki, gazety, kiedy zaczęliśmy odciskać obrazy naszego świata za pomocą aparatów fotograficznych, kamer filmowych i telewizyjnych, a nasz głos dzięki wspomaganiu telefonu i radia pokonał barierę przestrzeni i w postaci impulsów prądu lub fal elektromagnetycznych pozwolił nam urzeczywistnić marzenie o obecności w tym samym czasie w wielu różnych miejscach – wtedy właśnie poczuliśmy, że to, co chcieliśmy wytwarzać jako tylko narzędzia, oddzieliło się od nas i poczęło żyć własnym życiem.

Reeves i Nass zauważają, że nasze mózgi współdziałają (i współegzystują) ze współczesnymi mediami. Przyzwyczajenie, iż tylko ludzie myślą i czują, każe nam sądzić, że to, co przekazują nam media, co jedynie *wydaje się* rzeczywiste – naprawdę *istnieje*. Nie ma bowiem

> żadnego przełącznika w mózgu, dzięki któremu można by było rozróżnić świat rzeczywisty od medialnego. Ludzie reagują na symulacje istot społecznych i przedmiotów naturalnych tak, jakby były one rzeczywiście społeczne i naturalne. Lalka, chociaż w oczywisty sposób różni się od człowieka, kiedy ludzie o niej myślą, jest wystarczająco do niego zbliżona, by oszukać nasze stare mózgi, szczególnie jeśli jesteśmy zajęci czymś innym lub działamy automatycznie. […] Wobec braku wyraźnego ostrzeżenia, że jesteśmy oszukiwani, nasze stare mózgi biorą górę i traktujemy media jak rzeczywiste osoby i miejsca[5].

Po co jednak tworzymy lalki? Po co tworzymy fantomy, za pomocą których symulujemy świat rzeczywisty i pozwalamy, by owe symulacje nas pochłaniały – jak dzieci, które bawiąc się „w dom", uważają, że są w prawdziwym, istniejącym domu? Po co tworzymy „maszyny oszustwa" i poddajemy się im chętnie nawet wtedy, gdy wiemy, że padamy tego oszustwa ofiarami? Dlaczego tworzymy myślące, inteligentne maszyny – a potem czujemy się osaczeni przez ich myślenie i inteligencję, wysadzające nas z uprzywilejowanego miejsca, pozwalającego sterować światem. Po co to wszystko?

Odpowie ktoś: po to, by żyć łatwiej, szybciej, przyjemniej. Równie dobra odpowiedź brzmi: po to, by symulując nasz świat, stanąć poniekąd na zewnątrz niego i z dystansu ocenić nas samych, nasze działania, nasze decyzje. Media są zatem narzędziami samopoznania, lecz po to, by było ono skuteczne – musimy przy-

[5] Tamże, s. 25, 26.

jąć także fałsz (symulację) za prawdę, „wyprowadzić się z siebie", zrezygnować z ochronnej tarczy stwarzanej nam przez rozsądek.

Wiemy, jak użyteczne w opisywaniu zjawisk, wartości, procesów nigdy przez nikogo wcześniej nieopisywanych (a zatem pozostających poza granicami naszego języka – jak poucza nas Ludwig Wittgenstein) są wszelkiego rodzaju metafory[6]. Harold Innis, któremu zawdzięczamy zastosowanie „determinizmu technologicznego" do opisu rzeczywistości medialnej (samo to pojęcie pochodzi od amerykańskiego socjologa i ekonomisty Thorsteina Veblena, 1857–1929; to on ukuł powiedzonko „Potrzeba jest matką wynalazku", dobrze streszczające sposób jego myślenia o powodach i wpływie wszelkich innowacji na społeczeństwo[7]), wprowadza użyteczne słówko: *bias*[8]. Uwzględniając kłopoty z jego dokładnym tłumaczeniem, przyjąć możemy, że oznacza ono „inklinację, tendencję do czegoś", „skłonność", ale także „nachylenie". Analizując przede wszystkim historię pisma – jego wynalezienie, rozprzestrzenianie się, zasięg, uzależnienie od władzy – Innis wyodrębnia kilka faz rozwoju cywilizacyjnego, w których przejawia się *bias*, czyli tendencja mediów, określająca dominujący model komunikacji: Innis mówi tu o *bias* czasu i *bias* przestrzeni[9]. W połączeniu z analizami środków transportu, które do czasów odejścia od materialnego nośnika informacji (kamień, tablica gliniana, papirus, papier, płyty gramofonowe, taśmy filmowe, magnetofonowe i wideo, dyski DVD) decydowały o modelu komunikowania się ludzi ze sobą – *bias* Innisa może być traktowana jako użyteczna metafora. Dzięki niej możemy scharakteryzować różne epoki rozwoju cywilizacyjnego; stopień zaawansowania lub przeciwnie, zacofania narzędzi służących komunikacji względem rzeczywistych potrzeb człowieka – jednostki i zbiorowości – przesądzał o upadku jednej formy organizacji społeczeństwa i państwa oraz zastąpieniu jej przez inną, taką, która pełniej, lepiej wykorzystywała medialną *bias*[10].

Innis, oczywiście, nie był pierwszym badaczem dziejów cywilizacji, który posługiwał się w charakterystyce poszczególnych epok czy faz modelem, paradygmatem (w rozumieniu Kuhnowskim) czy wreszcie – metaforą. Do dziś mówimy

---

[6] Por. M. Hendrykowski, *Metafory Internetu*, Poznań 2005, s. 10–11. Por. także: G.C. Tholen, *Media Metaphorology: Irritations in the Epistemic Field of Media Studie*s, „The South Atlantic Quarterly" 2002 (101: 3).

[7] Jeszcze lepiej wyrażał to aforyzm Fryderyka Nietzschego: „Potrzeba uchodzi za przyczynę powstawania: w rzeczywistości jest ona często tylko skutkiem tego, co powstało".

[8] H. Innis, *Bias of Communication* (oryginalne wyd. 1951), Toronto 1999, s. 33–59. Fragment w polskim tłumaczeniu A. Melon-Regulskiej: *Nachylenie komunikacyjne*, w: *Communicare. Almanach antropologiczny. Temat: oralność/piśmienność*, Warszawa 2007, s. 9 i n.

[9] Tamże, s. 61–90 i 92–130.

[10] Por. J.W. Carey, *Space, Time, and Communications: A Tribute to Harold Innis*, w tegoż: *Communication as Culture: Essays on Media and Society,* London 1999, s. 142 i n.; F. Hartmann, *Medienphilosophie*, Wien 2000, s. 238–48.

o epoce kamienia łupanego, epoce brązu, żelaza, stali, betonu itd.; wyodrębniamy je, uwzględniając surowiec lub materiał dominujący w danym okresie albo ten, którego wynalezienie lub wykorzystanie doprowadziło do upadku dawnego modelu cywilizacyjnego i ukonstytuowania się nowego – było zatem czynnikiem rodzącym rewolucję lub przyśpieszającym ewolucję. Podejście takie znane jest od dawna, od tonącego w czasach antycznych podziału dziejów na wiek złoty, srebrny i żelazny. Kontynuatorzy myśli Innisa – McLuhan i W. Ong – również wyodrębniali kolejne fazy rozwoju cywilizacyjnego, biorąc pod uwagę *bias* technologiczną. Pierwszy z nich za momenty zwrotne uznał wynalazek druku („Galaktyka Gutenberga"), a potem nadejście komunikacji elektrycznej i elektronicznej („Pożegnanie z Galaktyką Gutenberga"). Drugi wyodrębniał fazy komunikacji oralnej, potem piśmiennej (manuskryptowej i typograficznej), elektronicznej i wreszcie – jako uzupełnienie wcześniejszych pomysłów – wprowadzał pojęcie „wtórnej oralności"[11].

■ MIĘDZY „ZIMNYM" A „GORĄCYM"

Czy naszej epoce może być przypisana jakaś *bias*? Czy istnieje metafora pozwalająca zrozumieć najważniejsze relacje łączące technologię, technikę i zmiany zachodzące w nas samych i w naszym otoczeniu?

Można – przy licznych zastrzeżeniach – za taką *bias* potraktować audiowizualność. Maryla Hopfinger pisze:

> W miarę upływu czasu zmieniał się stopniowo typ kultury zdominowany przez słowo i druk w audiowizualny typ kultury, w którym ważną rolę odgrywają nowe media. Są one bowiem nie tylko powszechnie, często i chętnie używane przez uczestników kultury, ale także wpływają na ich sposób percepcji, postrzeganie i rozumienie świata; powodują kształtowanie się integralnego mechanizmu odbiorczego, który scala w spójną całość znaczeniową informacje audialne i wizualne informacje. Audiowizualność staje się dla ludzi XX w. dominującym sposobem orientacji w kulturze. […] Dokonująca się w XX stuleciu przemiana kultury werbalnej w kulturę audiowizualną polegała m.in. na znaczeniowej nobilitacji obrazu, na kulturowym dowartościowaniu niewerbalnych – wizualnych i audialnych wymiarów społecznej komunikacji, na ukształtowaniu się znaków i znaczeń audiowizualnych. Przemiana ta polegała zatem nie na przejściu od dominacji słowa do dominacji obrazu, ale na tym,

[11] W. Ong, *Oralność i piśmienność: Słowo poddane technologii*, przeł. J. Japola, Lublin 1992. Konsekwencje mysli Onga omawia A. Rapozińska w studium *Oralność, piśmienność, elektralność*, w: *Communicare. Almanach antropologiczny. Temat: oralność/piśmienność*, s. 181 i n.

że w miejsce słowa centralną pozycję zajęła audiowizualność. Współczesna kultura nie stała się kulturą obrazu, choć to właśnie obrazy zauważane są przede wszystkim przez jej krytyków[12].

Przejście od przekazów werbalnych (piśmiennych w formie druku) do audiowizualnych moglibyśmy – idąc za sugestiami McLuhana – nazwać nadejściem nowej epoki nie tyle lodowcowej, ile zimnej. Mowa jest bowiem wg McLuhana środkiem komunikacji zimnym (wiele zależy od aktywności słuchacza), pismo drukowane jest cieplejsze już choćby dlatego, że w identycznej postaci trafia do setek i tysięcy odbiorców, co ogranicza ich rzeczywistą aktywność. Nadejście epoki obrazów – przede wszystkim telewizyjnych – oznacza zwrot ku środkom „zimnym", dla których pierwotnym modelem jest żywa mowa. McLuhan:

Nie mniej duże znaczenie ma fakt, czy środek gorący działa w kulturze gorącej, czy zimnej. Gorący środek, jakim jest radio, stosowany w zimnych bądź niepiśmiennych społeczeństwach, przynosi skutki gwałtowne, w przeciwieństwie do efektów, jakie wywołuje na przykład w Anglii czy w Ameryce, gdzie radio jest uważane za rozrywkę. Kultura zimna bądź niepiśmienna nie może traktować mediów gorących – filmu lub radia – jako rozrywki. Są one bowiem w warunkach takiej cywilizacji równie dezorganizujące jak zimny środek, na przykład telewizja, dla kultury opartej na druku[13].

Czy jednak audiowizualność jest rzeczywiście taką siłą, która zmienia radykalnie *bias* medialną „Galaktyki Gutenberga"? Pismo jest w końcu także obrazem; pisanie jest rodzajem malowania, a drukowanie w swojej technologii nie różni się zasadniczo od wykonywania drzeworytów czy cynkorytów (druk wypukły) albo

---

[12] M. Hopfinger, *Wprowadzenie* do zredagowanej przez nią antologii *Nowe media w komunikacji społecznej XX wieku*, Warszawa 2002, s. 9; taż, *Doświadczenia audiowizualne. O mediach w kulturze współczesnej*, Warszawa 2003 i wcześniejsze prace, np. *Kultura współczesna – audiowizualność*, Warszawa 1985. Por. też M. Jay, *Scopic Regimes of Modernity*, w: Foster H. (ed.), *Vision and Visuality*, Seattle 1988; M.C. Taylor, E. Saarinen, *Imagologies. Media Philosophy*, London and New York 1994; W.J.T. Mitchell, *Picture Theory. Essays on Verbal and Visual Representation*, Chicago 1995; R. Silverstone, *Telewizja, retoryka i powrót tego co nieświadome. Uwagi o wtórnej przedpiśmienności w kulturze współczesnej*, przeł. I. Siwiński, „Przekazy i Opinie", 1990, nr 1–2.

[13] M. McLuhan, Wybór tekstów, red. E. McLuhan, F. Zingrone, przeł. E. Różalska, J.M. Stokłosa, Poznań 2001, s. 239. Warto jednak zwrócić uwagę, że to radio właśnie (CBS) wywołało nieoczekiwaną panikę wśród słuchaczy z New Jersey, emitując w święto Halloween (30.10.1938) słuchowisko *Wojna światów* wg powieści H.G. Wellsa w reżyserii O. Wellesa. Fikcję odebrano jako rzeczywisty reportaż, co dowodzi, że w odbiorze przekazów decydujące znaczenie ma tzw. dyspozytyw medium (oczekiwania słuchaczy i dostosowany do nich sposób słuchania) składający się na kontekst odbioru. Z kolei transmisję CNN z ataku na WTC 11 września 2001 wielu telewidzów odebrało jako fikcję, czyli zgodnie z dyspozytywem medium gorącego – pisma (książki).

miedziorytów czy stalorytów (druk wklęsły). Tak przecież drukowano w Chinach przed wynalezieniem ruchomych czcionek!

Epoka, która nadeszła po czasach ruchomych czcionek Gutenberga i inkunabułów, ale także czasach drukowanych w wielkich nakładach i pośpiesznie tanich książek (z równie tanią literaturą) i czasopism – słowem, po panowaniu „panteizmu-druku" – bywa nazywana także epoką „multimedialności", „polimedialności", „intermedialności", „transmedialności". Wszystkie te określenia wskazują, iż medialne przekazy powstające i krążące w komunikacyjnej przestrzeni wykorzystują j e d n o c z e ś n i e więcej niż jeden kanał, kod oraz sposób kształtowania komunikatu, a zatem nadawca i odbiorca uruchamiają w trakcie komunikacji mechanizmy i właściwości właściwe więcej niż jednemu medium. Oznacza to, że w odbiorze telewizji (medium audiowizualnego) nie wystarcza dyspozytyw odbiorczy właściwy np. filmowi; ta sama telewizja oglądana za pośrednictwem Internetu nie jest taka sama jak na ekranie telewizora (abstrahując od jakości przekazu, wciąż przecież nie najlepszej). Odmienny jest przede wszystkim kontekst odbiorczy: inne są okoliczności oglądania filmu w zaciemnionej sali kinowej, inne w salonie własnego mieszkania, inne wreszcie w pracowni, gdzie stoi nasz komputer. A przecież we wszystkich tych trzech przypadkach mamy do czynienia z przekazem spełniającym definicję multi-, poli- i intermedialności! Na dobitkę: przekazy multimedialne nie zaistniały, historycznie rzecz biorąc, jako następstwo „monomediów", tylko od dawna z nimi współegzystowały. Teatr, balet, opera (czyli przekazy jak najbardziej multimedialne) nie rywalizowały wcale z *bias* pisma drukowanego, bowiem żywa mowa również łączy kod języka naturalnego z kodem gestycznym, kanał audialny z obrazowym. Film zwany „niemym" kanał obrazowy musiał wiązać z filmowym kanałem dystrybucji przekazów pisemnych, w związku z czym pismo jeszcze mocniej uzewnętrzniało swoją obrazową naturę (plansze z napisami rejestrowano, a następnie „wyświetlano" tak samo jak poszczególne ujęcia filmu; projekcjom towarzyszyła muzyka „na żywo" wykonywana przez tzw. tapera lub mały zespół, a dobierana tak, by najlepiej ilustrować to, co dzieje się na ekranie[14]).

---

[14] Była to odmiana muzyki zwanej ilustracyjną lub programową – znana od dawna, jednak wcześniej pozbawiona „towarzystwa" obrazowego. Obrazy malowały się jedynie w wyobraźni słuchaczy, pobudzanej dźwiękami mającymi wywoływać stosowne nastroje. „Żywa" muzyka – podobnie jak żywa mowa – jest więc zimnym medium: w kinie „niemym" została wpisana w medium gorące – film. Obok wyświetlania plansz z napisami stosowano komentowanie pokazów filmowych przez specjalnych komentatorów (*bonimenteur*); por. M. Hendrykowska, *Technika – ruch – informacja. Wiek XIX: komunikacja społeczna na progu audiowizualności,* w: *Nowe media w komunikacji społecznej XX wieku. Antologia*, pod red. M. Hopfinger, Warszawa 2002, s. 37. W kulturze japońskiej długo obowiązywał zakaz wyświetlania plansz napisowych, w związku z tym zatrudniano specjalnych opowiadaczy filmów, jednak nie ograniczali się oni do beznamiętnego streszczania tego, co działo się na ekranie, lecz wręcz wcielali się w role aktorów – *benszi*. I *bonimenteurs*, i *benszi* byli dzieleni na mniej i bardziej popularnych, a niekiedy zyskiwali sławę tak wielką, że widzowie to dla

Można to nazwać „piktoralizacją" pisma – jednak zabieg taki w niczym nie zmienia *bias* medialnej dominującej w danym okresie[15].

Łączenie różnych kanałów i kodów w jednym przekazie nie jest jeszcze dostatecznie wyraźnym sygnałem, że nastąpiła zasadnicza zmiana i że po „epoce Gutenberga" przyszła kolejna. Jaka? Jak ją nazwać?

Z pomocą powinna przyjść jakaś zręczna metafora – w końcu „Galaktyka Gutenberga" to także określenie metaforyczne. Gdybyśmy nową epokę określili jako „Galaktykę McLuhana" – nie wyczerpalibyśmy wszystkich aspektów przemiany, na pierwszy plan wysuwając „telewizyjność" (czyli jedną z wielu odmian audiowizualności). Tymczasem pierwszym sygnałem, że z „Galaktyką Gutenberga" trzeba się pożegnać, był wynalazek słabo doceniany przez historyków mediów: telegraf[16]. Na usprawiedliwienie owych historyków można powiedzieć jedynie, że urządzenie to, które w coraz to doskonalszych postaciach przetrwać miało w służbie ludzkiej potrzebie komunikowania się blisko półtora wieku (dla porównania – prasa drukarska musiała przejść ponad cztery stulecia przemian i udoskonaleń, zanim stała się narzędziem mediów naprawdę masowych), dziś bywa jedynie eksponatem w muzeach techniki, budząc w zwiedzających uśmiechy rozczulenia. Tymczasem w latach 40. i 50. XIX wieku aparat wynaleziony przez skromnego syna pastora z Charleston i nie do końca spełnionego malarza portrecistę, Samuela Finleya Breese Morse'a, rozpoczął niebywały wręcz podbój świata. W 1852 roku, a więc zaledwie 15 lat po pierwszym pokazie telegrafu, w USA działa już sporo ponad 20 tysięcy mil linii przesyłowych; w 1866 kabel telegraficzny łączy ostatecznie (wcześniej zdarzały się poważne awarie) Nowy Świat ze Starym Kontynentem, a rok wcześniej stolicę Imperium Brytyjskiego z perłą jego korony – Indiami (część tego połączenia biegła przez ziemie polskie). Morse jeszcze zapewne nie ochłonął po wiwatach, jakie na cześć jego wynalazku zgotowano w Baltimore połączonym telegraficznie z Waszyngtonem (ok. 35 mil), a już skorzystała z niego lokalna gaze-

---

nich przede wszystkim udawali się na konkretny seans; por. A. Gwóźdź, *Technologie widzenia, czyli media w poszukiwaniu autora: Wim Wenders*, Kraków 2004, s. 25.

[15] M. Sandbothe w eseju *Transwersalne światy medialne. Filozoficzne rozważania o Internecie* zamieszczonym w antologii *Widzieć, myśleć, być. Technologie medialne* (pod red. A. Gwoździa, Kraków 2001, s. 205–31) mówi o „ikonizacji pisma i upiśmiennieniu obrazu" (s. 217). Termin „piktoralizacja" wydaje mi się trafniejszy w tym miejscu, gdyż odrywa samo zjawisko od zagadnień związanych głównie z właściwościami monitora komputerowego i interfejsu WWW – a te właśnie interesują Sandbothe'a. Autor *Transwersalnych światów* idzie tu tropem prac D.J. Boltera: *Writing Space: The Computer, Hypertext, and the History of Writing,* NY 1991, oraz rozszerzonej wersji tej książki *Writing Space: Computers, Hypertext, and the Remediation of Print*, NY 2001. Por. J. Bolter, *Eksplozja obrazów*, przeł. J. Mach, w: *Ekrany piśmienności. O przyjemnosciach tekstu w epoce nowych mediów*, pod red. A. Gwoździa, Warszawa 2008, s. 119 i n.

[16] J.W. Carey, *Technology and Ideology: The Case of the Telegraph. Communication As Culture*…, rozdz. 8.

ta, informując o decyzjach, jakie w sprawie Oregonu podjęto w Izbie Reprezentantów[17].

Powie ktoś – coś bardzo podobnego zdarzyło się z wynalazkiem Gutenberga: w pół wieku po jego pierwszym użyciu po Europie krążyło 8 milionów egzemplarzy wydrukowanych w ten sposób książek. Jeśli przyjmiemy, że ludność naszego kontynentu u progu XVI w. liczyła ok. 100 milionów, z czego być może ok. 10 proc. umiało czytać – łatwo obliczymy, że na jednego Europejczyka, umiejącego zrobić z drukowanego słowa użytek, wypadała prawie jedna książka. Ciekawe, że z badań czytelnictwa prowadzonych u progu XXI wieku wynika, iż osób deklarujących lekturę… jednej książki rocznie jest najwięcej. U schyłku średniowiecza europejskiego książkową wiedzę o świecie uzupełniały narracje ustne, niezliczone baśnie i mity w równie niezliczonych wersjach, z których wiele tworzyli ci, co z rozmaitych powodów podróżowali (żeglarze, kupcy, wędrowni scholarzy) do nieznanych ziem, których obszar poszerzył się znacznie od wyczynu Kolumba. Na początku trzeciego millennium wiedzę książkową uzupełniają gazety, a przede wszystkim media elektroniczne pozostające we władzy wielkich korporacji, i zatrudnieni w nich dziennikarze. To oni przejęli rolę dawnych wędrowców-mitotwórców, a przekazy medialne – rolę opowiadanych przez nich mitów. Do takiego wniosku, całkiem uprawnionego i potwierdzonego przez autorytety wybitnych medioznawców, można dojść zresztą nie tylko przez analizę przemiany słowa drukowanego.

Jednak „czegóż dokonał dobry Bóg”[18], dając ludziom, poprzez Samuela Morse'a, telegraf?

Jak wiadomo, każdy sukces ma wielu ojców, więc dziś wiemy, iż Morse nie był jedynym i pierwszym konstruktorem maszyny zdolnej „pisać na odległość” (przed nim próbowali tego dokonać m.in. C.F. Gauss i W. Weber, J. Henry, S. Soemmering, H. Dyar). Wszyscy oni w swoich konstrukcjach wykorzystywali prąd elektryczny i zjawisko elektromagnetyzmu, a więc coś, co było „eteryczne” i nie-

---

[17] Por. N. Postman, *Technopol…*, s. 87. Postman dostrzega epokowe znaczenie wynalazku telegrafu, powracając doń kilkakrotnie, m.in. w głośnej książce *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business* (1985); pol. wyd. *Zabawić się na śmierć. Dyskurs publiczny w epoce show-businessu*, tłum. L. Niedzielski, Warszawa 2002. Według niego za sprawą telegrafu „Wszystko zaczęło być sprawą wszystkich. Po raz pierwszy otrzymaliśmy informację, która nie odpowiadała na jakiekolwiek zadane przez nas pytanie i która, w każdym razie, nie dopuszczała do prawa repliki. […] Telegraf wprowadził rodzaj publicznej konwersacji, prowadzonej w sposób przerażający. Jej język był językiem tytułów – sensacyjny, urywkowy, bezosobowy. Wiadomości przybrały kształt sloganów, odnotowywanych z podnieceniem, a zapominanych z chwilą ich wysłania. Jedna wiadomość nie miała najmniejszego związku z poprzednią ani następną. Każdy tytuł trwał samotnie, stanowiąc swój własny kontekst” (s. 108, 109). Czy nie jest to diagnoza, wskazująca, iż to telegraf stał się pierwszym producentem baudrillardowskich symulakrów?

[18] „What hath God wrought” – to była treść pierwszej depeszy, jaką Morse przesłał z Waszyngtonu do Baltimore na ręce swego asystenta Alfreda Lewisa Vaila.

materialne – do tego wręcz stopnia, że stawało się nawet dowodem na istnienie sił nadprzyrodzonych i łączności człowieka z astralnym uniwersum[19]. Na marginesie: w historii mediów praktycznie nigdy nie spotykamy się z odkryciami – takimi, jakich w dziedzinie elektryczności dokonywali Volta, Galvani, Faraday, Ampère czy Gauss. Nazwiska Morse'a, Bella czy Edisona, Tesli czy Marconiego – a zatem ludzi, bez których nie sposób wyobrazić sobie postępu w ludzkim komunikowaniu i komunikowaniu się – wiązać trzeba raczej z wynalazkami, z umiejętnościami dostrzegania w tym, co wynajdują uczeni, praktycznych, inżynierskich po prostu, zastosowań. Potem potrzebny jest spryt menedżera i kupca. Gdyby o postępie technologicznym w jakiejś dziedzinie mieli decydować sami uczeni albo – co gorsza – politycy, nigdy ludzkość nie wykonałaby najmniejszego kroku naprzód. I jeszcze jedno: zastanawia, że wielu ludzi w tym samym czasie wpada na podobne lub wręcz takie same pomysły, co prowadzi do kolizji i sporów o pierwszeństwo i czasami wręcz godziny decydują, kogo uznamy za zwycięzcę w wyścigu po historyczną sławę (czyli do urzędu patentowego). Coś zatem musi istnieć *in nuce* w społeczeństwie, w „aurze" czasów, „klimacie historycznym" – coś, co skłania umysły jednostek do myślenia tak samo i o tym samym lub prawie tak samo i prawie o tym samym. Jeśli tak jest – to główna teza determinizmu technologicznego, iż to postęp techniki wpływa na przemiany społeczne, może ulec symetrycznemu odwróceniu. Do myśli tej powrócić przyjdzie mi nieco dalej.

■ NA KRAWĘDZI GALAKTYKI GUTENBERGA: FOTOGRAFIA, TELEGRAF, TELEFON

Wynalezienie telegrafu i następnie jego szybkie zastosowanie uświadomiły ludziom, że nośnikiem informacji może być właśnie coś niematerialnego, coś, co nie ma ciężaru (jak np. zadrukowany papier, a w zamierzchłych czasach papirus lub gliniana tablica), nie zajmuje przestrzeni, a zatem nie wymaga transportu (dróg, pojazdów, rozbudowanej infrastruktury portów, stacji dyliżansów i kolei, miejsc zaopatrzenia w pasze i paliwo, hoteli, tawern i wszystkiego, co umożliwia fizyczne przemieszczanie się ludzi wiozących informacje). Jeśli nawet telegraf wymagał budowy linii przesyłowych i aparatów nadawczo-odbiorczych, to przecież linie te i aparaty nie zużywały się natychmiast po przesłaniu nimi jakiejś informacji, podobnie jak nie zużywały się czcionki Gutenberga po wydrukowaniu Biblii i można ich było użyć do wytłoczenia pism bynajmniej nie świętych. Jeśli zatem nośnik informacji może być niematerialny – niematerialna staje się sama informacja. Skoro jest niematerialna – nie może się zużywać i wyczerpywać, jak np. nakład książ-

[19] Por. E. Davis, *TechGnoza. Mit, magia + mistycyzm w wieku informacji*, przeł. J. Kierul, Poznań 2002, s. 82–86.

ki czy gazety; skoro jest niematerialna – można ją powtarzać w nieskończoność, o ile… No właśnie! O ile jej pierwotny kształt zostanie na czymś utrwalony. Na papierowej taśmie – jak stało się to w przypadku telegrafów wynajdywanych przez Morse'a i jego następców. Wracamy tak do problemu pamięci, która dawno temu, w czasach przedpiśmiennych, osadzona była w ludzkim mózgu, a wraz z wynalezieniem pisma utożsamiła się z materialnym nośnikiem. Telegraf uświadomił bowiem ludziom – chyba po raz pierwszy z taką mocą – odmienność transmisji informacji od jej utrwalania. Odtąd obydwa te procesy były od siebie mentalnie oddzielone, choć sobie nawzajem potrzebne; poniekąd przeciwstawne, choć uzupełniające się jak czerń farby drukarskiej i biel papieru.

Pomysł, by nośnikiem informacji uczynić coś pozbawionego materialności, znany jest od dawna; sygnalizację dymną i świetlną wykorzystywano już w czasach antycznych, a także wśród plemion pierwotnych. W czasach nowożytnych – pomijając incydentalne próby stosowania sygnałów świetlnych w różnych operacjach militarnych (m.in. w bitwie wiedeńskiej 1683) – prawdziwie funkcjonalny system telegrafii optycznej powstał we Francji za sprawą inżyniera Claude'a Chappe'a i jego braci. Wynaleziony w 1794 roku i rozwijany przez następnych kilkanaście lat (używano go nie tylko we Francji, ogarniętej niepokojami rewolucji i potem wojnami napoleońskimi) system pokrył gęsto siecią wież sygnałowych pokaźny obszar i połączył wiele miast europejskich. Na potężnej linii (1200 km) między Warszawą a Moskwą, uruchomionej w 1833 roku, pracowało 1320 ludzi. Semafory przekazywały między sobą komunikaty w postaci serii liter lub całych symboli za pomocą odpowiednio ułożonych ramion; transmisja komunikatu składającego się z 36 symboli między Paryżem a Lille trwała około pół godziny. Ciekawe, że system telegrafu optycznego działał z powodzeniem w wielu krajach nawet wtedy, gdy rozwijała się już telegrafia pomysłu Morse'a; w Szwecji, mocno zaawansowanej w tej dziedzinie, ostatni swój przekaz nadał telegraf optyczny w 1880 roku.

Światło (a raczej obrazy semaforów, możliwe do transmitowania dzięki światłu) było medium doskonałym: obraz poruszał się w przestrzeni z szybkością 300 tysięcy km/godz., porównywalną zatem z tą, z jaką płynie impuls elektryczny w przewodzie. Wystarczała jednak niepogoda, by uczynić zbudowany i utrzymywany nakładem wielkich środków system całkowicie bezużytecznym; nie działał on również w nocy. Wszystkich tych niedogodności udawało się uniknąć w przypadku telegrafii elektrycznej.

Światło i prąd jako niematerialne nośniki informacji to był prawdziwy sygnał, że czasy „Galaktyki Gutenberga" się kończą. Telegrafia jednak – i optyczna, i elektryczna – nie wyzwoliła się spod dyktatu pisma i alfabetu. Alfabet ten jednak należało „przełożyć" na inny alfabet – taki, z którego można korzystać przy transmisji informacji na odległość. Warto zwrócić uwagę, że zanim Morse (niektórzy utrzymują, że jego asystent, Vail) wynalazł odpowiedni kod składający się z kropek i kresek, powstawały konstrukcje telegrafów, w których wykorzystywano tra-

dycyjny, znany Zachodowi od tysiącleci alfabet łaciński. Odpowiednie wskazówki – igły magnetyczne, pobudzane przez impuls elektryczny – kręciły się po tarczy, zatrzymując na odpowiedniej literze (telegraf igłowy), lub też trzeba było poprowadzić kilkadziesiąt przewodów, osobno do każdej litery (pomysł Ch. Morrisona z 1753 roku).

Chappe, a później Morse przywrócili pismu jego naturalną wizualność. Obydwaj stanęli przed ogromnie trudnym zadaniem: opracowania kodu komunikacji nie tylko człowieka z człowiekiem, ale człowieka z maszyną. Maszyna musiała dostawać ludzką mowę w postaci, która była dla niej zrozumiała: semafor Chappe'a jako serię obrazów z poprzedzającego semafora, telegraf Morse'a jako serię kropek i kresek odpowiadających dłuższemu lub krótszemu przytrzymywaniu klucza zamykającego lub otwierającego obwód elektryczny. Oto kolejny moment zwrotny: narzędzie nie tylko „służy", ale stawia warunki tej służby. „Podporządkuj się regułom mojego świata, jeśli chcesz mnie wykorzystać" – mówi telegraf do Morse'a i jego następców.

Odejście od tradycyjnego alfabetu (który wiązał się jeszcze mocno z pomysłami Chappe'a) nie było zupełne, bowiem sekwencje kropek i kresek w alfabecie Morse'a odsyłały, koniec końców, do starożytnego sposobu zapisywania ludzkiej mowy. Ale w sposobie konstruowania alfabetu Morse'a widzimy coś, co już za kilkadziesiąt lat stanie się podstawą nowoczesnego świata – techniki i świadomości: myślenie binarne (kropka/kreska). Dwadzieścia kilka liter łacińskiego alfabetu zostaje sprowadzonych do sekwencji kropek, kresek i pauz[20]. Niematerialność nośnika informacji, przekład pisma na obraz, konieczność zaakceptowania reguł „wewnętrznego świata" maszyn: tak szeroko omówiłem przygodę telegrafu, dlatego że skupia się w niej, jak w soczewce, „sytuacja graniczna", jaka powstała na styku dwóch galaktyk – Gutenberga i następnej, dla której stosowną nazwę staramy się wymyślić. W tej sytuacji granicznej uczestniczą inne wynalazki: aparat fotograficzny skonstruowany przez Louisa Jacques'a Daguerre'a (1839, 5 lat przed wynalazkiem Morse'a) i „maszyna analityczna" Charles'a P. Babagge'a wykonująca skomplikowane obliczenia m.in. przy wykorzystaniu perforowanych kart, stoso-

[20] O tym, jak nieufnie traktowano alfabet „maszynowy" Morse'a i jak bardzo chciano transmitować informacje zapisywane w tradycyjny sposób, świadczy wynalazek Anglika Davida E. Hughesa, który skonstruował w 1874 roku urządzenie wyposażone w tarczę ze znakami alfabetu po stronie nadajnika i młoteczkami z czcionkami po stronie odbiornika. Przekręcając tarczę i ustawiając ją na odpowiednim znaku, powodowało się uderzenie odpowiedniego młoteczka w papier i odbicie na nim litery. Była to, mówiąc inaczej, odmiana zdalnie sterowanej maszyny do pisania – urządzenia opatentowanego przez Ch.L. Scholesa i wdrożonego do produkcji w 1873 roku. Wynalazek Hughesa w powiązaniu z patentami Ch. Wheatstone'a (zapisywanie tekstów telegramu na taśmie perforowanej, 1858) i E. Baudota (nadajnik telegraficzny z klawiaturą alfanumeryczną, 1874) stał się początkiem urządzenia, dzięki któremu prasa i dziennikarstwo na świecie weszło w zupełnie nową epokę: dalekopisu (1910). Maszyny te odesłano ostatecznie do muzeów 9 lutego 2007 roku.

wanych przy programowaniu krosien tzw. żakardowskich (1832). Znów powtarza się znany nam kierunek myślenia: światło jako nośnik informacji zapisywanej na światłoczułej płycie i sterowanie maszyną za pomocą komunikatów wydawanych jej w języku, który ona potrafi pojąć – języku zer i jedynek zastępujących analogowe, „ludzkie" pismo. W 1850 roku matematyk angielski George Boole opracowuje nowy model algebry, pozwalającej wykonywać operacje na zbiorach; w połączeniu z genialnym pomysłem Gottfrieda Leibniza, by każdą liczbę zapisywać wyłącznie przy pomocy dwóch cyfr – zera i jedynki – stworzyło to podwaliny pod rozwój programowania komputerów i prawdziwy „język maszynowy". Nie minął wiek, a geniusz matematyczny, Alan Turing, opracowuje pomysł słynnej „maszyny" stanowiący model teoretyczny „prawdziwego komputera".

Zwróćmy jednak uwagę, że choć zmienia się kod informacji i sposób jej przesyłania – problem jej zapisywania wcale nie znika: jesteśmy wśród papierowych taśm (Morse, Turing), perforowanych kart (Babagge), płyt światłoczułych i papierowych odbitek (Daguerre). I choć zawartość tego wszystkiego można przesłać przez zdematerializowany nośnik – impulsy prądu elektrycznego – po stronie odbiorcy zawsze pojawia się specyficzny, histeryczny lęk przed utratą tego, co się przed chwilą otrzymało. Któż z nas nie odczuwał go w chwili, gdy „ściągnął" sobie z sieci Internet jakiś smakowity kąsek? Któż z nas oparł się pokusie, by wszystkie te informacje po prostu sobie… wydrukować? Lub też zapisać na innym materialnym nośniku: dysku komputera, przenośnej dyskietce, pendrivie, płycie CD lub DVD? Kto się nie bał, że wystarczy niewielka awaria prądu, by niezapisana wcześniej praca (z pewnością genialna, gdyż wszystko, co nagle znika, nabiera ogromnej wartości) przepadnie na zawsze? Kto się nie bał, że utraci cały komputer – wraz z twardym dyskiem i wszystkim, co się na nim zapisało, czasem przez lata?

Pisać, pisać. Tylko pismo może uchronić człowieka przed utratą tego, co najważniejsze – informacji. Tylko to, co informację pozwoli zmaterializować, zakrzepnąć jej na trwałym podłożu, sprawi, że ową informację będzie można wziąć w rękę, dotknąć jej – co oznacza znacznie więcej, niż tylko zobaczyć na ekranie telewizora lub monitora komputerowego albo wyłowić ze strumienia dźwięków wypływającego z odbiornika radiowego:

> Zapisywać, więcej zapisywać! I zaraz następna myśl: po co? tyle słów przetacza się przez świat na falach radiowych, w druku, rozmowach. Morza, oceany słów płynące w eterze, przez papier, maszerujące szpaltami, połyskujące na ekranach komputerów, to wszystko pojawia się i znika, znów pojawia się i znika – tak bez przerwy, bez chwili ciszy, bez sekundy wytchnienia. Gdzie tam znaleźć miejsce? poletko? szczelinę?
>
> A jednak źle jest poddać się tej myśli, zrezygnować, zarzucić pióro[21].

[21] R. Kapuściński, *Lapidarium III*, Warszawa 2007, s. 282.

■ POZA CZASEM, POZA PRZESTRZENIĄ

Ale „pisać" – oznacza zarazem: powrócić do ciężkiego, materialnego nośnika informacji, który trzeba przemieścić w przestrzeni, a zatem zużyć na to czas. A przecież – w chwili narodzin telegrafu (i po niej) zaczęła obowiązywać inna dyrektywa: „Szybciej, szybciej!":

> Przyspieszenie i spłycenie wiadomości (informacji) we współczesnych mediach jest przez to m.in. niebezpieczne, że upowszechnia stereotypy. Szybko! Szybko! Nie ma czasu na niuanse, szczegóły, wieloznaczności, różnice, odcienie. Coś jest białe albo czarne i tyle. Kropka. Miejsce bogactwa zajmuje tempo, wszystko jest powtarzaniem tego samego, byle prędko, byle utrzymać rytm[22].

Skoro do przenoszenia informacji zostały zaprzęgnięte prąd elektryczny i światło, poruszające się z najwyższą znaną człowiekowi prędkością, to odległości i czasy uległy poniekąd anihilacji. Znajdujemy się wszyscy w jakimś trudnym do określenia, niemniej niemal fizycznie odczuwalnym, tu i teraz. To, co wydarza się w odległym zakątku globu, możemy mieć obok siebie, na wyciągnięcie ręki. „Dalekie" i „bliskie" utraciły swoją magiczną moc oznaczającą przestrzeń, podobnie jak „kiedyś", „przed wiekami", „wczoraj", „przed chwilą" nie oznaczają już żadnego dystansu czasowego. Pisanie historii staje się coraz trudniejsze, gdyż zdarzenia sprzed stu lat mogą być tak samo abstrakcyjne jak te sprzed tysiąca lub przeciwnie – tysiące lat mogą dotyczyć czegoś, co traktujemy tak, jakby minęło zaledwie pół wieku lub pół godziny. Pisanie podróży – z którego m.in. wywodzi się dziennikarstwo – jest trudne lub wręcz niemożliwe z tych samych powodów. Zmieszaniu ulegają dwie tradycyjnie rozdzielne sfery: prywatna i publiczna. Od zewnętrznego świata nie ma ucieczki: on przypomina o sobie codzienną gazetą, dzwonkiem telefonu, radiowym i telewizyjnym dziennikiem; wciska się w domową codzienność, wchodząc z nią w zdumiewające nieraz interakcje. Walter Benjamin, wspominając swoje berlińskie dzieciństwo, mówi o telefonie znajdującym się w odległej, ciemnej części mieszkania, budzącej niepokój dlatego właśnie, że w każdej chwili mógł się odezwać stamtąd dźwięk dzwonka, zapowiadający nieproszoną wizytę Głosu, który przecież należał do Kogoś – znanego lub nie, niemniej naruszającego granice prywatnej, oswojonej przestrzeni, przez co doświadczyć można było aktu jej ponownego wyobcowania, otwarcia na Nieznane:

> Nieliczni, którzy używają telefonu dzisiaj, pamiętają, jakie spustoszenia spowodowało ongiś jego pojawienie się w ogniskach rodzinnych. […] byłem bezlitośnie wydany na pastwę głosu, który się odzywał. Nic nie łagodziło niesamowitej przemocy, z jaką

[22] Tamże, s. 283.

> na mnie napierał. Znosiłem to bezprzytomnie, kiedy pozbawiał mnie rozwagi, każąc zapomnieć o czasie, obowiązku i postanowieniach; kiedy unicestwiał moje namysły i tak jak medium idące za głosem, który zawładnął nim stamtąd, ulegałem pierwszej lepszej propozycji, jaka spływała ku mnie przez telefon[23].

Swoisty gwałt, jaki nowe medium zadaje człowiekowi, nie był znany „Galaktyce Gutenberga": słowo drukowane wydawało się zawsze przyjazne, zawsze przychodziło wtedy, gdy tego chcieliśmy, poddawało się formowaniu – mówiąc inaczej, służyło. Telefon, telegraf i fotografia były przekazami „atakującymi" odbiorcę niejako wbrew jego potrzebom, wprowadzając go w przestrzeń wypełnioną faktami „dysfunkcjonalnymi", niepozostającymi ze sobą w żadnych dających się uzasadnić związkach. A jednocześnie – tworzącymi dla siebie pseudokonteksty dzięki wyobraźniowej aktywności odbiorców[24].

Problem naruszania granic „publicznego" i „prywatnego", prowadzącego do ich zatarcia, tym silniej pojawił się w przypadku telewizji, której przekazy zawierały jeszcze wyraźniejsze odniesienia do „prawdziwego życia" – choć życie to toczyło się daleko od miejsca, gdzie telewizję oglądano. Joachim Peach pisze:

> Telewizja jako rzeczywistość równoległa stanowi fałdę nałożoną na powszedniość mieszkania (z czego nie wynika, że musi być tak prosta, jak gdyby była z jednego bytu); to pojęcie pofałdowania równoległej rzeczywistości na istniejącą sytuację uważam za bardziej adekwatne niż mówienie o implozji rzeczywistości w mediach. Program telewizyjny, dysponujący własną strukturą czasu, własnym ciągiem zdarzeń i własnymi strukturami wewnętrznymi, wprowadza też własny rytuał, który kształtuje powszedni rytuał mieszkańców, panując nad nim lub mu towarzysząc itp., zależnie od okoliczności. Telewizja nie konstruuje w mieszkaniu homogenicznej przestrzeni widzenia, jak czyni to perspektywa [np. w malarstwie iluzjonistycznym – przyp. Z.B.], nie mamy tu również do czynienia z symbolizacją magicznego przekroczenia, jak w kinie, lecz jedynie z interakcją rytuałów w symbolicznej formie pofałdowania dwóch równoległych rzeczywistości[25].

---

[23] W. Benjamin, *Berlińskie dzieciństwo około roku tysiąc dziewięćsetnego*, przeł. A. Kopacki, „Literatura na świecie" 8–9/2001, s. 77. Por. także S. Livingstone, *The Meaning of Domestic Technologies: A Personal Construct Analysis of Familial Gender Relations*, w: R. Silverstone, E. Hirsch (eds.), *Consuming Technologies: Media and Information in Domestic Spaces*, London 1992; I. Sola de Pool, *Foresight and Hindsight. The Case of the Telephone*, w tegoż: *Politics in Wired Nations*, NY 2002, s. 165. Jest to fragment studium *The Social Impact of the Telepohone* (1977).

[24] Tak pisze o tym zjawisku Postman w *Zabawić się na śmierć*…, s. 116–17.

[25] J. Peach, *Telewizja jako forma symboliczna*, przeł. K. Krzemieniowa, w: *Pejzaże audiowizualne. Telewizja-wideo-komputer*, pod red. A. Gwoździa, Kraków 1997, s. 146. Do ciekawych wniosków prowadzi obserwowanie kształtu bryły samego odbiornika telewizyjnego; początkowo formowano ją jako efektowny niewielki mebel, przypominający sekretarzyk, toaletkę lub niewielką komodę, starannie wykonany i mający upodobnić się jak najbardziej do innych, otaczających telewi-

Polski badacz mediów zaś dodaje:

> Na styku domowej przestrzeni widzenia, zakładającej bezwarunkowe „prawo do życia", i przestrzeni medialnej, sankcjonującej rozczłonkowanie odbioru objawiające się w sytuacji przelotnego spojrzenia „rozproszonego widza", dochodzi wszak nieustannie do interakcji rytuału rzeczywistości telewizyjnej i oboktelewizyjnej, których efektem jest wzajemne przenikanie się obydwu równoległych światów[26].

Media elektryczne, transmitujące przekazy z ogromną prędkością, otwierają zatem serię pytań o medialną ontologię czasu i przestrzeni. W gutenbergowskich czasach pytań podobnych prawie nie słyszano. Czas definiowano najczęściej w perspektywie historii, tradycji, przemijania i śmierci. Przestrzeń wyznaczały granice Znanego i Nieznanego, domu i agory, świątyni i jarmarku. Tekst pisany i drukowany do takich pytań nie prowokował już samym swoim zaistnieniem, chociaż nie jest również i tak, by masowo drukowana prasa, szczególnie od chwili, gdy weszła w mariaże z telegrafem, fotografią i telefonem, nie zmuszała do zastanowienia się nad problemem aktualności.

---

zor mebli. Stopniowo jednak telewizor nabierał coraz bardziej „technologicznych" kształtów, odcinając się od otoczenia. Najnowsze modele telewizorów mają bardzo wyrafinowany design, bowiem ich otoczenie w mieszkaniu jest coraz bardziej „technologiczne". Por. V. Flusser, *Für eine Phänomenologie des Fernsehens*, w tegoż: *Lob der Oberflächlichkeit. Für eine Phänomenologie der Medien*, Bensheim und Düsseldorf 1993; J.R. Höflich, *Technisch vermittelte interpersonale Kommunikation*, Opladen 1996.

[26] A. Gwóźdź, *Obrazy i rzeczy. Film między mediami*, wyd. II, Kraków 2003, s. 56. Nieco inaczej widzi ten problem W. Godzic: „Telewizja potwierdza domową izolację widza i zaprasza go do postrzegania świata z tej pozycji. Widz jest zatem utwierdzany w istnieniu podstawowego podziału świata na »wewnętrzny« (domowy, rodzinny, swojski) i »zewnętrzny« (pracy, polityki, życia publicznego, miasta, tłumu). […] Jeszcze inaczej: »wnętrze« jest miejscem szczęścia, stabilności, szacunku i równości – »zewnętrze« zaś miejscem nieszczęścia, kłopotów, nierówności i podległości". Zob. W. Godzic, *Telewizja jako kultura*, Kraków 2002, s. 46.