

pożucie chaosu i zagubienia czy szamnu, czemu towarzystą rozmycie, rozproszenie i płynność⁶⁶. Jakby nie patrzeć, wychodzi kultura cargo.

Tak czy inaczej, jakkolwiek próba namysłu nad nowym modelem edukacji wymaga gruntowniejszych rozpoznań dotyczących współczesnego kontekstu kulturowego, a zwłaszcza tego, co dotyczy mediów cyfrowych. Do takich rozpoznań zapraszamy w dalszym ciągu tej książki.

NOWY PARADYGMAT KULTUROWY

Paweł Kasprzak, Zofia Agnieszka Krakówna, Adam Regiewicz

Prześledzimy teraz te elementy nowych mediów, które zdają się szczególnie wyraźnie kształtować i naznaczać dzisiejszą kulturę: jej nowe paradygmaty, ewolucję lub zmianę archetypicznych figur bohaterów, sposobów uczestniczenia, czy – jak się to coraz częściej ujmuje – konsumowania. Szybszym już pół wieku temu od Marshalla McLuhana, że w rzeczywistości „medium jest przekazem”¹ i wiadomo stąd, jak istotny może być wpływ technologicznych przemian na głębokie warstwy, w których funkcjonuje kultura. Trudno tu jednak o pewność, jaki kierunek przeważa w sieci wzajemnie splecionych relacji i zależności. Werner Heisenberg powiedział kiedyś o tego rodzaju sytuacjach, choć dotyczyły one dziwnactw kwantowej fizyki i trudnego do pojęcia wpływu obserwacji na przebieg zjawisk przyrody, że „nie da się oddzielić tańca od tancerza”. Jest to nieco inna definicja zjawiska, o którym pisał McLuhan: „rzeczywistość medium jest przekazen”.

Niezwycie łatwo jest przy tym, co było już we wstępnej części tej książki podkreślane, pomylić korelację ze związkiem przyczynowym. Z takim zastrzeżeniem proponujemy dalej przegląd zjawisk związanych z funkcjonowaniem nowych mediów w ich kulturowym i antropologicznym kontekście. W tym przeglądzie referowane będą prace medioznawców, którzy jednak, jak się wydaje, przede wszystkim czytają siebie nawzajem,

¹ M. McLuhan, *Understanding Media: The Extensions of Man*, 1964. Wypada zaznaczyć, że postawiona w tej pracy teza o tym, że Wielka Rewolucja Francuska i rewolucja amerykańska zostały spowodowane wynalazkiem i upowszechnieniem druku, wsparta obserwacją, że Anglia uniknęła tego losu dzięki obecnej tam silnej tradycji oralnej, jest tyleż odkrywcza i w tamtym czasie świeża, co bez wątpienia niepełna w wyjaśnieniu obu rewolucji. Arabskiej wiosny nie spowodował Facebook, choć jest jasne, że odegrał w niej sporą rolę. Paryski maj korzystał z francuskiego Minitelu i podobnie intensywnie, jak arabska wiosna z Facebooka. Rewolta młodzieży następowała jednak gdzie indziej i bez niego, a odpowiedź na pytanie o rzeczywiste przyczyny jej równoczesności w odległych geograficznie i kulturowo zakątkach świata pozostaje nadal w dużym stopniu niejasna. Zob. w związku z tym uwagi także na s. 94, 115, 124 tej książki.

⁶⁶ Nie da się oddzielić tańca od tancerza”

⁶⁶ B. Gromadzka, *Cyberuczeń, cyberstudent i cybernauczyciel w rzeczywistości edukacyjnej XXI wieku. Kontec ery pośredników?*, [w:] *Polonistyka dziś...*, s. 13–15.

maniej natomiast skupiają chyba uwagę na samej treści i mediów i na mechanizmach funkcjonowania tych treści. Nie dociekają tego, co powoduje odbiorcami, że wybierają z oferty mediów to, co wybierają. Z pewnością zbliżność charakterystycznych wzorców korzystania z mediów i postaw przez nie utrwalaanych z postmodernistycznymi diagnozami dotyczącymi kultury wymaga dzisiaj uwagi, ale nie przesądza ona, co wynika z czego. Sądzimy, że większość opisywanych tu zjawisk stanowi w istocie bardziej podstawę do pytań badawczych niż zweryfikowane fakty.

Opisy nie są wolne od wartościowania. Dotyczy to oczywiście również niniejszego. Nowe media działają, jak zobaczymy, w zgodzie z logiką płynnej (po)nowoczesności, więc np. wbrew ustalonym w tradycji kanonom wiedzy, uznanym autorytetom, jasnym lub chociażby jakimkolwiek kryteriom prawdy i fałszu, piękna i szpetoty czy wreszcie dobra i zła. Opisywane bywają, jak niegdyś komunizm w słynnym *Manifestie*,³ widmo walczące byłoby beznadziejnie i nierozważnie. Zmiana bywa więc czasem opisywana, ale czasem obiecwana i odróżnienie jednego od drugiego staje się trudne, co widać już w przywołanego tu McLuhana. Istnieją cechy nowych mediów i odpowiadające im elementy postmodernistycznej diagnozy, które rzeczywiście wydają się konieczne. Istnieją także, które się wydają obiecujące, oraz te, które należałoby uznać za groźne. Z zarysowanej przez nas perspektywy wynika raczej wyrażenie, że podziałając diagnozę płynności, dalecy jesteśmy od jej afirmowania, i to jest kolejne z istotnych zastrzeżeń, które tu należy sformułować.

Metafory przezroczyście i nieprzezroczyście

Z językoznawczych badań kognitywistów, George'a Lakoffa i Marka Johnsona, wiadomo, że kultura, w tym język codzienny, permanentnie posługują się metaforami i że nie są od nich w żadnym razie wolne, wbrew wyobrażeniom dawnych uczonych, nawet rozprawy naukowe.⁴ Więcej zresztą. Psychologowie utrzymują, że nawet u małych dzieci, które dopiero zaczynają mówić, *de facto* nie notuje się „zera metaforyczne-

go”, choć działa to u nich tak jak i u większości dorosłych zresztą, więc na wzór językowej sprawności i Malierowskiego pana Jourdain. Mówił gładko od dziesiątków lat, ale nie wiedział, że prozą. Ma się rozumieć, nie chodzi przy tym o wyrafinowane metafory poetyckie.

Metafory pozwalają określać nieznane, uchwycić jakiś znaczący element jego specyfiki, wystrzegają problem. Bez nich byłibyśmy bezradni wobec nowego i nieznanego. Czymże np., jeśli nie metaforą, jest choćby pojęcie Wielkiego Wybuchu? Równocześnie jednak metafory zawężają spojrzenie. Koncentrując uwagę na jakimś aspekcie zagadnienia, służą uogólnieniom, ale powodują też uproszczenia. Są to naturalnie ewidentne oczywistości.

Charakteryzowanie jednak znamiennych cech współczesnej kultury, równoznaczne z oswojeniem czy przy-swajaniem nowego, prowokuje do produkowania metafor. W odniesieniu do nowych mediów jest ich wyjątkowo dużo. W kolejnych partiach tego tekstu omawiane będą w ramach analizowanej problematyki najbardziej nośne z nich. Takie, które ciągle jeszcze podczas charakterystyki funkcjonowania nowych mediów są traktowane jako wyrażenia nieprzezroczyście, więc wymagające objaśnień: entropia, akwarium, globalna wioska, protezy, zaraza. Są i inne, jak państwo komputerowe, społeczeństwo sieciowe czy społeczeństwo informacyjne⁴, ale pomijamy je w tym akurat opisie. Będzie jednak dalej mowa o nawigowaniu, surfowaniu czy wręcz o nowym potopie. Marek Hendrykowski całą książkę poświęcił analizie metafor Internetu⁵. To wszystko próby przybliżenia, nastawione na wyeksponowanie specyficznych cech opisywanych zjawisk ciągle niedostatecznie rozpoznanych. W stosunku do dużej części tej metaforyki jej nieprzezroczyście dawno przestała stanowić problem. Mało kto przecież, mówiąc o komputerowych wirusach albo o surfowaniu czy nawigacji, pamięta o ich metaforycznym charakterze. Metafory są obrazowe, niezbędne, by nieznane uczynić

³ D. Kubicka, *Matężństwo kapusty i króla, czyli o psychologicznej naturze metafor*, „Nowa Poliszczyna” 1997, nr 2.

⁴ Zob. J. Bednarek, A. Andrzejewska, *Edukacyjno-prawne aspekty wykorzystania najnowszych mediów cyfrowych w zarządzaniu wiedzą i przeciwdziałaniu ich zagrożeniom*, [w:] *Edukacja – droga innowacyjnej przedsiębiorczości. Skrypt akademicki do wykładu międzywydziałowego „Przedsiębiorczość kreatywna”*, red. A. Rabczenko i in., Warszawa 2012. Na s. 188 zamieszczono np. tabelę, która ujmuje wiele synonimicznych określeń „globalnej wioski” stosowanych przez różnych badaczy mediów.

⁵ M. Hendrykowski, *Metafory Internetu*, Poznań 2005.

² G. Lakoff, M. Johnson, *Metafory w naszym życiu*, przeł. T.P. Krzeszowski, Warszawa 1988.

znany. Niektóre powodują zresztą u zdysytansowanych czytelników prace na te tematy wręcz ataki śmiechu, gdy wyobrażenia podsuwa w trakcie lektury obrazy i skojarzenia odpowiadające dosłownym znaczeniom metaforycznych wyrazów, jak w przypadku opisu, który operuje obrazem „mieszających się płynów” (zob. także s. 116 tej książki).

Metafory zwykle są też nieostateczne w opisie. Dobrze to ujawnia rozmowa pewnych bohaterów z powieści *Wyspa dnia poprzedniego* Umberta Eco. Próbowali oni przybliżyć sobie wzajemnie wyobrazenie zauważonej przez jednego z nich na sąsiedniej wyspie niezwykłej „Gołębiczy z Płomienia.” Zaczęli od metafory, gięli swój język, ćwicząc go do ostateczności, ale poza metaforę wyjść nie zdołali⁶. Trudno w wymiarach ludzkiego języka zmieścić wyobrażenie Ducha Świętego, ale jakoś się o tym rozmawia. Dość podobnie rozmawia się również i rozumuje w fizyce i matematyce, choćby o korpuskularno-falowym dualizmie, który namacalnego sensu mieć nie może i oczywiście nie rozstrzyga niczego wyczerpująco, albo o bryłach skonstruowanych w więcej niż trzech przestrzennych wymiarach. Metafora staje się w takich razach nie tylko językiem opisu, ale i narzędziem konstruowania bytów, a nawet samą ich materią, bywając również przedmiotem odkrywczych naukowych węglądów⁷.

Powinno więc być w ramach tego wywodu jasne, że analizowane dalej metafory współczesności, zdominowanej przez zasięg i sposób oddziaływania nowych mediów, wskazują na dzisiejsze kulturowe dominanty i ich skutki ekonomiczne, komunikacyjne, relacyjne, prawne, a także biologiczne i ontologiczne z perspektywy antropologicznych ujęć medioznawców. Ta wyrażna perspektywa może grozić, jak już zostało odnotowane, zawężającą jednostronnością rozpoznania, co przywodzi na myśl przykład zapewnien o końcu historii głoszonych przez Francisca Fukuyamę w 1989 r. z równie wyrazistych pozycji. Wizje te od razu wtedy wywołały, jak wiadomo, protesty innych uczonych i nie sprawdzają się do dziś, a wątpliwe, by spełniły się kiedykolwiek. Trzeba zatem brać pod uwagę możliwość, że globalna jednorodność kulturowa, którą rysują ujmowane metaforycznie myślowe koncepcje, konstruowane z punktu

Niezbadność
i nieostateczność
metafor

⁶ U. Eco, *Wyspa dnia poprzedniego*, przeł. A. Szymanowski, Warszawa 2007, s. 249–250.

⁷ Zob. R. Penrose, *Shadows of the Mind*, Oxford 1994 oraz G.R. Mulhauser, *Mind out of Matter, Topics in the Physical Foundations of Consciousness and Cognition*, Dordrecht–Boston–London 1998.

widzenia wiedzy o nowych mediach, należy z jednej strony do ujęć mityzujących świat, a z drugiej nabiera cech stereotypu. Puszka coca-coli w rękach dżihadystów i dostęp do Internetu nie niwelują różnorodności wyobrażeń i działań kulturowych. Metafory współczesności nie przekreślają wspomnianych wyżej „struktur długiego trwania”, o których pisał w swoim czasie Fernand Braudel⁸. Karol Modzelewski w książce o barbarskiej Europie wskazuje na nasz lokalny przykład. Śpiewając oto *Rotę ze słowami Konopnickiej*, zaadaptowaną z czasem jako pieśń kościelna, podkreślamy: „Polski my naród, polski lud, królewski szczerp Piasstowy”. Sygnalizowany jest w ten sposób związek z przekonaniem, że „wszystkich nas łączy pokrewieństwo z protoplastą polskiej dynastii. Jest to powielany bezwiednie archetyp więzi krwi, łączącej współplemięńców z królem i ze sobą nawzajem” – podkreśla Modzelewski⁹. Śpiewa się dziś u nas także: „Ojczyznę wolną racz nam wrócić, Panie”. Nie znosi tych konkurencyjnych wersji dzisiejsza nasza przynależność do globalnej wioski ani nie zależy ona też od wieku metrykalnego uczestników kultury.

Kulturowy tygiel w podskórnym nurcie przechowuje, bywa że przez wieki, struktury, figury, symbolikę, wydaje się, że także emocje, które naznaczają nas współczesnych niezależnie od zaawansowania wiekowego i od globalizacyjnych trendów. O tym m.in. mówią studia nad barbarską Europą. Tego dotyczą niedawno wydane książki Jana Sowy¹⁰ czy Andrzejka Ledera¹¹. O tym traktują uwagi Stanisława Obrka, gdy pisze o rozbieżności tendencji soborowego *aggiornamento* i naszego milenarizmu¹². Maria Janion przewidywała na początku lat 90. XX wieku zmierzch dominującego u nas przez dwieście prawie lat paradygmatu romantycznego¹³, ale nie wygląda na to, by się ta zapowiedź sprawdziła. Pouczające w takim kontekście wydaje się też odkrywanie świadectw długiego trwania, więc np. przeświadczeń, wyobrażeń i reakcji, które

⁸ F. Braudel, *Historia i trwanie*, dz. cyt.

⁹ K. Modzelewski, *Barbarska Europa...*, s. 463.

¹⁰ J. Sowa, *Fantomowe ciało króla. Peryferyjne zmagania z nowoczesną formą*, Kraków 2011.

¹¹ A. Leder, *Prześlona rewolucja. Ćwiczenia z logiki historycznej*, Warszawa 2013.

¹² S. Obrka, *Polak katolik?*, Warszawa 2015.

¹³ M. Janion, *Zmierzch paradygmatu*, [w:] Tejeż, „Czy będzieciez wiedział, co przeżył”, Warszawa 1996, s. 5–23.

wynikają z zestawienia naszych snów o sobie samych, kształtowanych na podstawie znajomości historycznych powieści Henryka Sienkiewicza, z obrazami, które przynoszą np. *Księgi Jakubowe* Olgi Tokarczuk, miłośnicie nie wspominając o aktualnych reakcjach na dzisiejsze problemy migracyjne. Okazuje się z reguły, że jeśli nawet dominujące paradygmaty kulturowe ustępują lub są zastępowane innymi, to przecież nie do końca ani nie na zawsze, że jako paralele albo w stanie hibernacji lub w nieuświadomianych formach, w przemieszaniu, ze zmienionymi lub spłyconymi znaczeniami, trwają. O trwaniu przejawów codzienności niezależnie od wielkich wydarzeń o charakterze przewrotów nie ma nawet co wspominać. Dokumentują je wyraziście książki, które opowiadają o historii jedzenia, czytania czy czego tam jeszcze.

Instytucją, która z zasady wręcz służy przenoszeniu i utrwalaniu wyobrażeń, przeświadczeń czy przesądów, zarówno merytorycznych, jak organizacyjnych, także na swój temat, jest szkoła. Oferując edukację charakteryzowaną jako obowiązkowa, publiczna i masowa, stwarza priorytet dla własnego długiego trwania oraz trwania przeświadczeń, które wdrukowuje uczestnikom swych edukacyjnych oddziaływań. Taka szkoła dostarcza przecież podobnych doświadczeń równocześnie jednostkom i zbiorowości, co uznawane jest zwykle za wartość. Trudno jednak o dogodniejszy punkt odniesienia oraz lepsze warunki przechowywania, odzwierciedlenia¹⁴ i powielania¹⁵ wiedzy o tym, jak powinna być organizowana i czego ma dotyczyć nauka szkolna, bez względu na to, jak się ją wartościuje w trakcie jej „pobierania” i *post factum*. Szkoła masowa tworzy wszelkich próbach jej reformowania. Szkolne programy, przeświadczenia o tym, czego każdy musi nauczyć się koniecznie i w jaki sposób, każdy fragment i niemal każdy przecinek w typowym szkolnym podręczniku są kolejnymi, uporczywie kłopotliwymi przykładami długiego trwania. Dziś trudności powodowane przez tego typu zjawiska się potęgują i wystrzaig ze względu na zderzenie edukacji tradycyjnej z sytuacją naznaczoną od- działywaniem mediów cyfrowych właśnie. To zderzenie określa kulturowe uwarunkowania, co do których, jak zostało powiedziane, proponujemy

¹⁴ B. Bernstein, *Odwierzanie kultury*, przeł. Z. Bokszanski, A. Piotrowski, Warszawa 1990.

¹⁵ P. Bourdieu, J.-C. Passeron, *Reprodukcja. Elementy teorii nauczania*, przeł. E. Neyman, Warszawa 2006.

rozważać problemy nowego modelu/nowych modeli edukacji, wychodząc z elementarnego założenia, że powrota do dawnych modeli nie ma i zresztą nie miałby on sensu, co nie wyklucza ambivalencji i ostrożności przy wartościowaniu opisywanych zjawisk.

Kulturowa entropia

Pojęciem z zakresu nowych mediów o doniosłych konsekwencjach dla sposobu obcowania z różnymi tekstami kultury jest hipertekst. Topologicznie można sobie wyobrazić rozmaite jego modele, z których dwa skrajnie przeciwstawne interesują nas tu jako wyznaczniki: model drzewa i model sieci.

Hipertekst w pierwszym modelu zmienia co prawda bardzo poważnie sposób czytania, nie musi jednak zmieniać paradygmatów tradycyjnego rozumienia tekstów kultury, więc poszanowania ich autoteliczności, integralności, dostrzegania kontekstów i umocowywania w ogólniejszych narracjach, z dopuszczeniem istnienia znaczeń jakos zamierzonych, ustalonych w jakimś stopniu – w każdym razie debatowalnych chociaż. Hipertekst tego rodzaju nawet sprzyja takiemu czytaniu (zob. także s. 103 i nast. tej książki).

Z siecią, opisywaną w medioznawczych ujęciach jako model reprezentujący bazę danych, a w edukacji jako encyklopedyczny¹⁶, rzecz się ma inaczej. Każdy jej węzeł jest równy, jak równe są rekordy najprostszych baz danych. Nie ma tu podstaw, korzeni, pnia, konarów, żadnych wyróżnionych kierunków. Każdy jest wart tyle samo. Nie da się ich ważyć i wartościować. Zerwanie sieci nie niszczy jej funkcjonalności ze szczegłem. Model drzewa jest nann, rzecz jasna, bliższy i dość oczywiste wydają się korzyści, jakie on oferuje edukacji. Model sieci jest za to bardziej spójny z postmodernistycznymi rozpoznaniem i – mierzadko – postulatami (zob. jednak s. 95 i nast. tej książki).

Możliwe, że z jakimś krążącym po Europie widmem mamy tu rzeczywiście do czynienia. Z opisywaną postmodernistycznie niepewnością zderzamy się przecież naprawdę. Jeśli więc sieć hipertekstowych powią-

¹⁶ P. Kowalski, *Encyklopedia i palimpsest*, [w:] *Poszukiwanie sensów. Lekcja z czytania kultury*, red. P. Kowalski, Z. Libera, Kraków 2006, s. 7–46.

zani ma ewoluować swobodnie, z aktywnym udziałem uczestników Web 2.0, i skoro żadnych kryteriów decyzji nie da się uczynić, nie tylko narzuć, ale nawet wskazać, gdy ogłosiliśmy śmierć autorzytelów i prawd w jakimkolwiek stopniu pewnych, to spontaniczna ewolucja w kierunku amorficznej w istocie sieci wydaje się jasna i przesądzona. Zgodnie ze wspomnianymi postmodernistycznymi rozpoznaniem i również postulacjami nie istnieje żaden wyróżniony i pożądanym kierunek ewolucji – skazani jesteśmy na zmiany w istocie losowe, a zatem czeka nas wzrost kulturowej entropii.

Sprzeciwiać się koniecznościom, zwłaszcza tak przemożnym, nie byłoby mądrze. Skoro jednak konieczność jest być może tak dramatycznie ostateczna, a myślimy tu o edukacyjnym systemie planowanym z rozmysłem, to uleganie koniecznościom byłoby bezsensownym składaniem broni. Teoria informacji zna pojęcie informacyjnej entropii i jeśli postuluje się taką z kolei analogią, to jej następstwem byłoby sposterzenie, że aby zredukować entropię, potrzeba energii¹⁷, a nie afirmacji zimnych praw natury, również tych, które rządzą chaosem informacji. I być może do tego potrzebny jest postulowany tu namysł nad świadomie i celowo organizowaną edukacją.

Patrząc w ten sposób na nowe media i na to, co mogą one obiecać szkole, która ich istnienie bierze pod uwagę, warto byłoby więc może rozważyć, które mechanizmy pozwalają utrzymać pierwszy z modeli hipertekstu, a które wymuszają drugi, jeśli pozostać przy tym aspekcie cyfrowej cywilizacji i tych dwóch jego modelach.

Zmiany wywoływane w kulturze przez nową sytuację technologiczną wpływają także na samego człowieka. W miejsce metafor takich jak zegar, fontanna czy maszyna fabryczna, stosowanych dotąd przy wyjaśnianiu sposobów funkcjonowania ludzkiego mózgu, pojawił się komputer¹⁸, a miejsce tradycyjnej inteligencji humanistycznej zajął *homo irretitus* – człowiek okablowany¹⁹.

¹⁷ Zob. L. Brillouin, *Science and Information Theory*, New York 1956.

¹⁸ N. Carr, *Płytki umysł. Jak Internet wpływa na nasz mózg*, przeł. K. Rojek, Gliwice 2013, s. 212.

¹⁹ Take rozpoznanie kulturoznawcze prezentowane jest we wprowadzeniu do monografii: B. Bodzioch-Bryła, G. Pietruszewska-Kobiela, A. Regiewicz, *Literatura – nowe media. Homo irretitus w komunikacji literackiej XX i XXI wieku*, Toruń 2015, s. 9–61.

Kultura jako akwarium

Marshall McLuhan, jeden z najbardziej przenikliwych komentatorów zjawisk medialnych, zbior refleksji nastawionych na wartościującą prezentację cech współczesnej kultury rozpoczął od wyeksponowania problemu przetrzeczności kulturowego otoczenia, w którym człowiek jest zanurzony. Pod hasłem „Niezaważalne środowisko” pisze: „Ryby nie wiedzą, że woda istnieje, póki nie zostaną wyrzuczone na brzeg”²⁰. Metafora kultury jako wody w akwarium, nawet niezależnie od jego rozmiarów, wydaje się dość banalna. Z pozorów jednak, bo oznacza przecież zasadniczy paradoks – poza akwarium dla ryb nie ma życia, wewnątrz zaś trudno o dystans do naturalnego otoczenia.

Jeszcze inaczej mówiąc, kultura tworzy ludzkie środowisko, zarówno w aspekcie cywilizacyjnym, odpowiednio do stanu technologii danego czasu, jak i w trybie symbolicznym. W jej obrębie człowiek buduje komunikację z innymi, korzystając z kulturowego dorobku dostępnego mu dzięki kulturowej pamięci zbiorowej o wymiarze zarówno materialnym, jak i wyrażającym się wspólnotą wyobraźni²¹. Z reguły jest dla zanurzonych w niej ludzi „niezaważalna”, podkreślał McLuhan. Poza nią to, co ludzkie, się nie rozwija, stwierdzał cytowany na wstępie Pasierb. Jeśli ją zatem wartościujemy, to zawsze w jakimś stopniu „ze środka”, przez pryzmat potocznych obserwacji lub z perspektywy reprezentowanej dyscypliny naukowej i metodologicznych paradygmatów przyjmowanych teorii. Nic nie jest aż tak proste i jednoznaczne, jakby się mogło wydawać, zwłaszcza gdy przestaje chodzić wyłącznie o opis i charakterystykę zjawisk, bo rozpoznania trzeba przelożyć na rozwiązania praktyczne, a one pociągają za sobą intelektualną odpowiedzialność, jak np. w przypadku tej książki właśnie. Sposób postrzegania [...] – zaś, jeśli przypomnieć cytowaną już formułę Karola Modzelewskiego – jest zarazem sposobem niedostrzegania”²².

²⁰ M. McLuhan, *Kultura jest naszym biznesem*, [w:] Tegoż, *Wybór tekstów*, przeł. E. Różalska, J.M. Stokłosa, Poznań 2001, s. 57.

²¹ Zob. J. Assmann, *Pamięć kulturowa. Pismo, zapamiętywanie i polityczna tożsamość w cywilizacjach starożytnych*, przeł. A. Kryczyńska-Phan, Warszawa 2008; *Pamięć zbiorowa i kultura. Współczesna perspektywa niemiecka*, red. M. Saryusz-Wojska, Kraków 2009.

²² K. Modzelewski, *Barbarzyńska Europa...*, s. 434.

„Ryby nie wiedzą, że woda istnieje, póki nie zostaną wyrzuczone na brzeg”

Kanadyjski teoretyk mediów eksponował w każdym razie także inną metaforę o znaczących konsekwencjach kulturowych, charakteryzując obecność nowych mediów i odnosząc ją bezpośrednio do naszej współczesności. Poprzez nowy etap rozwoju cywilizacji, erę mediów elektronicznych – zauważał – świat stał się „globalną wioską”. Z tego wniosek, że z rozmaitych i różnorodnych akwariów powstał jeden wielki akwen wypelniony taką samą dla wszystkich wodą. Media elektroniczne i audiowizualne nie tylko usuwają bowiem bariery czasowe i przestrzenne, ale przede wszystkim budują zależności komunikacyjne, technologiczne i kulturowe między poszczególnymi elementami świata, czyniąc go bardziej jednorodnym, mniejszym i mniej problematycznym, niż jest w rzeczywistości. I znowu raczej na pozór tylko, bo gdy patrzeć z tej wyznaczanej przez nowe media perspektywy, co wcale nie niweluje uwag o przezroczystości zuniwersalizowanego środowiska, to skutki tej niezaaważalności wręcz się potęgują.

Nowe media jako technologiczne protezy

Nowe media McLuhan określał ponadto jako technologiczne protezy człowieka, akcentując ich rolę w kształtowaniu przekazu, co prowadzi ku konstatacjom o zmianie dominującego paradygmatu kulturowego. Zmiana taka dokonuje się obecnie niejako na naszych oczach, właśnie ze względu na naturę mediów audiowizualnych i nowych, cyfrowych. Ich wpływ na życie codzienne wydaje się nie do przecenienia. Media zdają się kształtować niemal wszystkie dziedziny życia społecznego, kulturalnego i osobistego²³. Nowe media stają się wręcz realnym światem i mają wpływ na kształt obecnej rzeczywistości, formując ją na swój obraz i podobieństwo. Tym samym kontrolują rozmiar, zakres, formę ludzkich działań i międzyludzkich relacji oraz związków człowieka z kulturą. To właśnie światła przez media nie dotyczy tylko sfery technologicznej

niezaaważalność
barier
przestrzennych
i czasowych...
pozory
jednorodności

cywilizacyjnej, ale też kulturowej – w wymiarze społecznym, socjologicznym, ideologiczno-filozoficznym czy reprezentatywnym dla sztuk pięknych.

Można wręcz powiedzieć, że obecny moment cywilizacyjny wygłąda na punkt zwrotny w historii kultury i – podobnie jak do tej pory *Galaktyka Gutenberga* – wyznacza nowy kierunek myślenia, komunikowania, konstruowania tożsamości.

Przez pięć ostatnich wieków – odkąd prasa drukarska Gutenberga przyczyniła się do upowszechnienia czytania książek – w sztuce, w nauce i w społeczeństwie najważniejszą rolę odgrywa linearny umysł literacki. Jest to równie giętki co przenikliwy, pełen polotu umysł renesansu, racjonalny umysł oświecenia, nowatorski umysł rewolucji przemysłowej, a nawet wyrotowy umysł modernizmu. Wkrótce jednak umysł ten może należeć do przeszłości²⁴.

Nowe media jawią się bowiem nie tylko jako narzędzia komunikowania i uprawiania kultury, ale ingerują w nią, wyznaczając jej zakres, wpływając na treść, zmieniając styl życia użytkowników i wyznaczając wektory zmiany dominującego paradygmatu kulturowego.

Narastanie tych zjawisk można było obserwować przez cały wiek XX. Najpierw media audiowizualne, a potem także nowe media, warunkowane digitalizacją, zmieniły kulturę, korzystając z mechanizmów społecznych i przekształcając gospodarczych oraz geopolitycznych, budując nowy model świata oparty z początku na telerzeczywistości, a w końcu na rzeczywistości wirtualności.

W tej nowej sytuacji kulturowej człowiek za pomocą mediów tworzy rzeczywistości alternatywne, światy pośrednie, przejściowe między spotkań ludzi egzystujących równocześnie i równoległe w innych przestrzeniach społecznych, kulturowych czy medialnych. W efekcie kreowane przez media światy: telenarracje, symulacje czy wirtualności stają się doświadczeniami bliskimi, przeżywanymi. Nowe media nie tyle zatem zmieniają obraz rzeczywistości, ile konstruują nową *reality*, do-

²³ Szerzej pisze o tym w książce *Understanding Media. The Extensions of Man* (zob. M. McLuhan, *Zrozumieć media. Przedłużenia człowieka*, przeł. N. Szczucka, Warszawa 2004).

²⁴ N. Carr, *Phytki umysł...*, s. 21.

stępną dla uczestnika kultury poprzez zupełnie nowy interfejs: urządzeń, oprogramowań, kodów itd.²⁵.

Nowa sytuacja kulturowa przyjmuje w skrajnych wypadkach postać cyberkultury, w której rzeczywista się swoista syntopia sztuki, nauki i technologii, realnie wpływając zarówno na strukturę społeczne i komunikacyjne, jak i na przesiąknięte procesami technicznymi praktyki życia codziennego²⁶.

Cyberkultura definiowana jest ze względu na udział technologii i maszyn w konstruowaniu komunikacji kulturowej. Jawi się zatem jako doświadczenie życia w świecie zdominowanym przez technologie informacyjno-komunikacyjne, w których skład wchodzi: sieci telekomunikacyjne, programowanie i oprogramowanie, sztuczna inteligencja, wirtualna rzeczywistość, sztuczne życie i interfejs człowieka i maszyny.

Tym samym kształt obecnej kultury jest determinowany przez nowe technologie, które nie tylko stanowią oprzyrządowanie potrzebne do aktu twórczego, ale stają się nośnikami tekstów kultury, kanałem ich dystrybucji czy przestrzenia refleksji nad aktywnością kulturową.

Cyberkultura jest zatem wyrazem nowych rozwiązań technicznych, za pomocą których można kreować kulturę²⁷, ale staje się także podbudową ontologiczną dla fikcyjnych światów, które przedostają się z ekranu do rzeczywistości, stwarzając pozory realnego²⁸. Zacieranie się granic w cyberkulturze, jak z tego widać, dotyczy nie tylko techniki i kultury,

²⁵ Zob. I.E. Sutherland, *The Ultimate Display*, IFIP'65, International Federation for Information Processing, vol. 2, s. 506–508. Sutherland, jeden z czołowych pionierów wirtualnej rzeczywistości, postulował rozwiązania jawnie konsytuujące „ostatnią symulację”; tj. taką, której nie da się odróżnić od rzeczywistości.

²⁶ Cyberkultura może być rozumiana jako zbiór kultur i produktów kulturowych, które egzystują w Internecie (lub są przez niego udostępniane), jako połączenie wielu technologii (materialnych i intelektualnych), praktyk, postaw, sposobów myślenia i wartości rozwijanych wraz z powstaniem cyberprzestrzeni (P. Zawojski, *Cyberkultura. Syntopia sztuki, nauki i technologii*, Warszawa 2010, s. 95–116).

²⁷ W tym kontekście można rozumieć postulat determinizmu technologicznego McLuhana, który dowodził, że technika jako czynnik wywołujący zmiany społeczne kształtuje także kulturę (M. McLuhan, *Zrozumieć media*, [w:] Tegoż, *Wybór tekstów*, s. 209–258).

²⁸ Takie ujęcie pozwala zdefiniować się poprzez zjawisko *simulacrum*, które Jean Baudrillard nazywa „śmiercią realności”. Ten nowy rodzaj rzeczywistości już nie reprodukowanej, ale symulowanej, wygenerowanej cyfrowo, znosi opozycję prawdy i fałszu, w której człowiek nad rzeczywistość przedkłada tę symulowaną cyfrowo jako bardziej prawdziwą (J. Baudrillard, *Symulakry i symulacja*, przeł. S. Królak, Warszawa 2005).

ale także technologii i biologii, co się wyraża zarówno w nowej percepcji, w nowych doświadczeniach audiowizualnych, jak i w koncepcji sztucznej inteligencji, sztucznego życia, środowiska automatycznego, cyborgizacji ciała itp.²⁹. Technologie zatem, zmieniając ontologię, dehumanizują, a razem wyznaczają ludzkim możliwościom nowy zasięg, wykraczający poza granice ciała poprzez włączanie w ich doświadczenie protez – me-diów. Człowiek i jego środowisko stają się hybrydą przez połączenie tego, co wirtualne, z tym, co realne, maszyny i biologii, techniki i natury.

Cyfrowa zaraza

Cyberkultura rozprzestrzenia się dziś i upowszechnia, gdy chodzi o zasięg i skutki, w tempie wiązonym zwykle z zarazą. Aby określić grunt i od-kryć źródła tego zjawiska, które wyraża się w gwałtownym „zagarnianiu” świata, oraz opisać konsekwencje zmiany wywołanej wejściem mediów audiowizualnych i mediów cyfrowych w życie codzienne i kulturę, trzeba sięgnąć do opisu kilku procesów kulturowych, charakterystycznych dla ostatniego stulecia. Tworzą one wraz z ekspansją mediów sieć wzajem-nych powiązań i kreują warunki sprzyjające tej ekspansji. Należą do nich: umasowienie, popularyzacja, globalizacja, postmodernistyczna polisemia i hegemonia widzialności³⁰.

Niezwykle szybki rozwój mediów audiowizualnych w ostatnim stu-letciu sprzega się z pojawieniem się kultury masowej, która stanowiła odpowiedź na powstające na przełomie XIX i XX wieku społeczeństwo zurbanizowane i zindustrializowane. To właśnie media elektroniczne –

²⁹ Cyberkultura jawi się jako proces, poprzez który wypowiada się społeczeństwo informacyjne. Wyróżnić w niej można zinternalizowaną, tkwiącą w świadomości spo-łecznej warstwę nowo kształtujących się zasad i wartości oraz zespół pojęć i koncepcji składających się wspólnie na rozwijającą się świadomość post-biologiczną, warstwę działań (przede wszystkim komunikacyjnych), które stanowią zobiektywizowany wy-raz poprzednio wskazanej sfery, warstwę wytworów tych czynności [...] oraz warstwę instytucji podtrzymujących i regulujących funkcjonowanie całości bądz stanowiących jej przedłużenie i ekspresję (R. W. Kluszczyński, *Spółczesność informacyjna. Cyberkultura. Sztuka multimedialna*, Warszawa 2001, s. 80).

³⁰ Opis tych zjawisk w relacji do nowych mediów zob. A. Regiewicz, J. Waroń-ska, *Widowskowość i audiowizualność w dobie ponowoczesności*, Częstochowa 2012, s. 181–220.

pisze Antonina Kluskowska – zrealizowały w pełni założenie kultury masowej, aby przekazywać wielkim masom odbiorców identyczne lub analogiczne treści płynące z nielicznych źródeł³¹.

Rodząca się wówczas kultura, którą Edgar Morin określa mianem „produktu” wytwarzanego zgodnie z normami produkcji przemysłowej³², wiąże w bardzo jednoznaczny i konkretny sposób działalność symboliczną człowieka z przemysłem, techniką i rynkiem. Twórczość jako działanie w kulturze staje się częścią procesu produkcji, podlega procedurom technologii, czego efektem jest depersonalizacja aktu twórczego. Twórca zostaje *de facto* wyeliminowany z tego procesu na rzecz producenta. To samo dzieje się z samym aktem twórczym, który podlega zespołowym zasadom pracy, analogicznie do tego, jak to przebiega w zakładzie przemysłowym.

Przekaz kulturowy w kulturze masowej podlega standaryzacji. Niwelowany jest w nim prymat indywidualizmu i wyjątkowości na rzecz dostępności, a tym samym i reprodukcji. To oznacza kres auratyczności kultury, o której pisał Walter Benjamin. Pojęcie aury, wywiedzione z estetyki modernistycznej, wskazywało na powinowactwo przekazu kulturowego ze sztuką, z czymś oryginalnym, niepowtarzalnym, a zarazem silnie oddziałującym na odbiorców, mającym moc wzorotwórczą. Koniec auratyczności oznacza, że powstający oryginał jest już swoją własną, zwielokrotnioną kopią³³. Konsekwencją takiego podejścia do „produkcji” kulturowej jest nowy sposób uczestnictwa w tej kulturze. Przypomina on konsumpcję dóbr: masową i bierną, pozbawioną refleksji, nastawioną na przyjemność i doznania powierzchowne. Konsumeryzm i komercjalizacja towarzyszące przemysłowi kulturowemu nie tylko napędzają koniunkturę mediów i determinują ich rozwój, ale stają się dominującym wyrazem uczestnictwa w kulturze.

Prymat masowości powoduje, że kultura popularna często traktowana bywa synonimicznie z pojęciem kultury masowej, jakkolwiek rozróżnienia wartościujące są tu nie tylko możliwe, ale i konieczne.

³¹ A. Kluskowska, *Spoleczna sytuacja i środki komunikowania*, [w:] Tejże, *Socjologia kultury*, Warszawa 1983, s. 316–329.

³² E. Morin, *Przemysł kulturowy*, [w:] *Duch czasu*, przeł. A. Frybes, Kraków 1965, s. 63–72.

³³ W. Benjamin, *Dzieło sztuki w epoce możliwości jego technicznej reprodukcji*, przeł. K. Krzemieniowa, [w:] *Estetyka i film*, red. A. Helman, Warszawa 1972, s. 151–183.

Wskazuje na to choćby refleksja Martin Janion, gdy czytamy o roman-tycznej kulturze wysokiej z reprezentatywną dla niej twórczością narodowych wieszczów i o „piosenkowej” kulturze popularnej wyrażającej podobne idee³⁴.

Kulturę masową niemal od początku, co często stanowiło też powód krytyki, definiowały zjawiska nastawione głównie na przyjemność odbioru. Warunkiem popularności jest jednak dostarczenie odbiorcy takiego tekstu kultury, który – ze względu na swoją otwartość znaczeniową i estetyczną – będzie odpowiadał różnym potrzebom i gustom, wyrażając równocześnie tak społeczną, jak i indywidualną tożsamość, pozwalając doznawać unikatowości kontaktu i zarazem wpisując się w strukturę wspólnoty. John Fiske, analizując kulturę popularną, definiuje ją z tego powodu jako proces rozgrywający się między nieuporzędkowanymi zjawiskami kultury, odzwierciedlającymi współczesny chaos i brak norm, a modelem rozumianym jako wyraz scentralizowania i dominacji, nad którym kontrolę sprawuje komercja³⁵. Jest to – jak powie dalej Fiske – charakterystyczne napięcie pomiędzy biegiem życia codziennego – wielobarwnego, różnicowanego, wyrażającego się w indywidualnych doświadczeniach, a zasobami kulturowymi dostarczonymi przez kapitalizm. „Różnicowanie popularne jest zatem zupełnie inne niż różnicowanie estetyczne, tak wysoko cenione przez burżuazję i tak skutecznie zinstytucjonalizowane przez krytykę³⁶”. Jednorodny przekaz medialny trafia bowiem do niezwykle heterogenicznego środowiska odbiorczego i zostaje umieszczony w całkowicie różnym kontekście, w konsekwencji przyjmuje na siebie inną rolę. Każdy tekst, a szczególnie przekaz popularny, mający u swej podstawy założenie usuwania estetycznych barier komunikacyjnych, ma do zaoferowania wiele adekwatnych znaczeń, odwołujących się do wspomnianej styczności tekstu i życia codziennego.

Wspomniana otwartość znaczeniowa i estetyczna o tyle jest tu interesująca, że w żaden bezpośredni sposób nie wynika z technicznej natury mediów masowych. Przeciwnie, jeśli Fiske ma rację, trzeba by było (świadomie lub nie) szukać rozwiązań, które pozwoliłyby indywi-

³⁴ M. Janion, *Zmierzch paradigmatu...*, s. 10.

³⁵ J. Fiske, *Zrozumieć kulturę popularną*, przeł. K. Sawicka, Kraków 2010, s. 11–22.

³⁶ Tamże, s. 133.

dnalizować odbior w mediach wymuszających jednolitość przekazu. Z tej perspektywy nowe media, z ich możliwościami różnicowania odbioru, pojawiły się w odpowiedzi na kulturowy popyt.

Popularność danego tekstu medialnego zależy od zbudowania wokół niego swoistej kultury fanowskiej (zob. także s. 114 tej książki), a zatem włączenia go w dyskurs potoczny. Świetnie ilustruje to zjawisko remiksowania lub tworzenia mashupów muzycznych (tj. połączenia dwóch lub więcej piosenek w jedną). Wykorzystując narzędzia cyfrowe, użytkownicy nowych mediów przetwarzają utwory muzyczne, dokonując łączenia krótkich fragmentów piosenek, manipulując częściami jednej piosenki lub słowami mówionymi (z wywiadów, występów publicznych), nadając im nowy, ironiczny charakter lub zmieniając oryginalne brzmienie, rytm, odwracając lub kumulując bardzo krótkie fragmenty struktury nagrania, nadając mu nowy, dynamiczny charakter. Dzięki niestannemu przetwarzaniu oryginalnego tekstu staje się on bardziej żywotny, niestannie funkcjonuje w obiegu popularnym i potocznej świadomości. Podobnie dzieje się z rozwiązaniami literackimi, takimi jak fanfik czy tekstami audiowizualnymi.

Hedonizm

Tak silnie podkreślany przez teoretyków kultury popularnej rys konsumeryzmu ujawnia kluczową właściwość tego paradygmatu kulturowego. Jest nią przyjemność zaspokojenia i kategoria przyjemności związana z nasyceniem. Pierwsza wynika z takiej samej dostępności pewnych produktów (wytworów kultury), druga konotuje (raczej pozorne) pragnienia psychologiczno-emocjonalne.

Kategoria dostępu, silnie związana z nowymi mediami, umożliwia uczestniczenie w kulturze we wszystkich jej obszarach właśnie poprzez włączenie technologii w zakresy życia codziennego. Jeremy Rifkin zauważa w związku z tym, że obecna sytuacja kultury przesuwaa akcent z „mieć” na „używać”, zmieniając jednocześnie rozumienie partycypacji kulturowej. Dziś nie trzeba wśak „posiadać” w znaczeniu „być właścicielem” jakiegoś nośnika treści kulturowych (książki, płyty, program), aby mieć do niego dostęp³⁷.

Wejście mediów i nowych technologii w porządek życia codziennego powoduje w rezultacie zatarcie się granic pomiędzy czynnościami o cha-

„Używać”
zamiast „mieć”

³⁷ J. Rifkin, *Wiek dostępu. Nowa kultura hiperkapitalizmu, w której płaci się za każdą chwilę życia*, przeł. I. Kania, Wrocław 2003.

rakterze *stricte* kulturowym i praktykami społecznymi, zawodowymi, politycznymi czy doświadczeniem egzystencjalnym (emocjonalnym, psychicznym czy biologicznym). Na ten trend znoszenia granic pamiędzy porządkiem osobistym a społecznym, prywatnym a publicznym odpowiadają media chociażby poprzez poszerzanie przestrzeni komunikacyjnej: likwidowanie barier, nieograniczoną możliwość wyrażania siebie i komunikowania się z innymi.

Wśród innych właściwości kultury popularnej, silnie wspieranej przez przekaz medialny i nowe media, wymieniana się zjawisko kultury instant, czyli zasady „pigulki”, która w sposób natychmiastowy i szybki reaguje na określone potrzeby. Zjawisku temu odpowiada charakterystyczna metafora szybkiego życia: „fast food, fast sex i fast car”. Kryje się za nią hedonistyczna reguła użycia oraz chwilowości doznań, natychmiastowości, a zarazem powierzchowności kontaktów. Towarzystwu poczuć niestającej zmiany, swoistego wibrowania, fluktuacji, migotania (także znaczeń), co przekłada się na zainteresowanie sprawami drobnymi, momentami. Zanika natomiast głębsza refleksja nad życiem, nie podejmuje się trudnych tematów, w ich miejsce pojawia się kumulowanie atrakcji – im intensywniejszych, tym lepszych, doznań przeżywanych na powierzchni, delektowanie się drobiazgam. Do tych właśnie „cybersensualnych” atrakcji dostęp dają w sposób wręcz nieograniczony nowe media.

Głód nowości o cechach uzależnienia jest ważnym dla analizy funkcjonowania kultury, psychologicznym skutkiem mechanizmu, którego źródła są jednak, rzecz jasna, przede wszystkim rynkowe i wydają się podobne choćby do ujawniających się od niedawna trendów w przemyśle samochodowym: nie opłaca się już produkować niezawodnych modeli, przeciwnie – opłaca się zmuszać klientów do kupowania coraz to nowszych.

Niestanna pogoń za nowocześniejszymi rozwiązaniami technologicznymi, wyrażająca się w potrzebie nabywania wciąż nowych urządzeń, usług, produkcji medialnych, które jawią się jako wyznacznik postępu i sukces jednostek oraz wyraz nowoczesności społeczeństw, staje się podstawową właściwością tej kultury. Co ważniejsze dla psychologii funkcjonowania kultury, nowe media poprzez wieczną pogoń za coraz to nowocześniejszymi rozwiązaniami stają się w oczach odbiorców namiastką pełnego uczestniczenia w kulturze – obietnicą, która jednak

Kultura „instant”
„Fast food, fast
i fast car”

Pogoń
za nowością

w rzeczywistości i nigdy nie zostaje zrealizowana, wypełniają się bowiem w danym momencie, zawsze zapowiada coś, co nastąpi – kolejną nowinkę.

Konsekwencje globalnej powszechności mediów wydają się równie znaczące dla nowego paradygmatu kulturowego, jak omówione poprzednio mechanizmy masowości i popularności. Kultura globalna jest bowiem oderwana zarówno od kontekstu geograficznego, jak i historycznego, odrzuca napięcia, rodzące się na przecięciu dyskursów etnicznych, estetycznych, religijnych. Jeśli odwołuje się ona do poszczególnych tożsamości narodowych czy kulturowych, to tylko po to, by włączyć je w globalny obieg, tworząc mieszaninę różnorodności, swoiste *potpourri*. Co więcej:

Mass media kultury globalnej wykorzystują reprezentacje poszczególnych kultur i narodów, dodają efektownych przypraw (trochę „pop”, trochę marketingu, trochę sensacji, dużo egzotyki i „pocetyki konsumpcyj”) i przetwarzają je w ich własną reprezentację. Następnie reprezentacje te są ze sobą „mieszane” i przetwarzane w kolejnych procesach upozorowania. W efekcie powstaje *image* „globalnej świadomości”³⁸.

W ten sposób rodzi się „jedna światowa kultura”, w której w różnorodny sposób wiążą się struktury sensu i ekspresji³⁹. I tak, można zobaczyć złoty łuk McDonalda na placu Czerwonym w Moskwie, puszkę coca-coli w rękach fundamentalistów islamskich, adidasy na nogach anarchistów buntujących się przeciw konsumpcyjnemu stylowi życia, zjeść pizzę w chińskiej dzielnicy amerykańskiego miasta itd. (w tej sprawie zob. też s. 77, 124 tej książki)

Członkowie globalnej ekumeny wyobraźni stają się coraz bardziej do siebie podobni, wchodzą w te same praktyki, uprawiają te same rytuały przy jednocześnie nasilonej opcjonalności wyboru sposobów zachowań i działań. Współcześni antropododzy – James Clifford i Arjun Appadurai – zauważają, że uczestnicy kultury globalnej żyją uwikłani

³⁸ Tamże, s. 26.

³⁹ Ulf Hannerz definiuje to zjawisko jako „globalną ekumenę kulturową” (zob. Tegoż, *Powiązania transnarodowe. Kultura, ludzie, miejsca*, przeł. K. Franek, Kraków 2006).

w wielość struktur znaczeniowych i wyobraźniowych światów, między którymi nieustannie dokonuje się przepływ⁴⁰, unifikując to, co różnorodne, a zarazem unicemożliwiając określenie tego, co dominujące. Ów przepływ „inności” w kulturze globalnej wydaje się bowiem permanentny i stały. Jest zasilany przez media, co uniemożliwia ustalenie granic, jakkolwiek klasyfikowanie czy uchwylenie systemowe. Człowiek globalny żyje „wszędzie”, bez zakorzenienia w konkretnym doświadczeniu kulturowym, czego wyrazem są pielęgnowane przez media kosmopolityczne tendencje w kulturze.

Kultura postmodernizmu przyjmuje poza tym wizję wyczerpania europejskiej tożsamości jako dominującej. Wizji tej towarzyszy proces otwarcia się na różnorodność kulturową i szeroko pojętą etniczność, czego efektem jest zastąpienie „hierarchii” w kulturze „heterarchią”⁴¹.

Z drugiej strony, dominujący współcześnie paradygmat kultury, jak nigdy dotąd, akcentuje indywidualny sposób wyrazu i prawo do wolności. Taka postawa jest w jakiejś części niewątpliwie wynikiem demokracji życia społecznego, w której wyniku głos każdego obywatela jest tak samo istotny, o czym niemal codziennie przekonują nas przekazy kulturowe w mediach społecznościowych. W rynkowych mediach to prawo do wolności wyboru gustów popularnych w miejsce oferowanych dotąd przez samowładczą twórczą elitę intelektualną, bywa również zwyczajnie opłacalne, co jest innym wyjaśnieniem ewolucji niż sama tylko demokracja życia.

Zatomizowane myślenie, przejawiające się w różnorodności opinii, sądów, poglądów, ma swoją podbudowę także w ideologii postmodernistycznej. Kwestionowanie w ramach tej ideologii „wielkich narracji”, które dotychczas pełniły funkcję mechanizmów porządkujących poznanie rzeczywistości, wynika z utraty wiary w ideę ładu i spójnego świata. Za tym przekonaniem kryje się kryzys rozumienia, któremu odmówiono kompetencji do poznawania i obiektywnego opisywania świata.

⁴⁰ Zjawisko płynności, na które zwracają uwagę antropododzy, wiąże się ze zjawiskami przyspieszenia komunikacyjnego, kurczenia się czasu i przestrzeni, podrózowania, wymiany kulturowej, transnarodowych procesów, relacji i przepływów (zob. A. Appadurai, *Nowoczesność bez granic. Kulturowe wymiany globalizacji*, przeł. Z. Pucek, Kraków 2006; J. Clifford, *Kłopoty z kulturą. Dwudziestowieczna etnografia, literatura i sztuka*, przeł. E. Dźurak i in., Warszawa 2000).

⁴¹ Heterarchia rozumiana jest jako istnienie obok siebie bez wzajemnego uporządkowania różnych zorganizowanych systemów i wzorów kulturowych.

przekazu, a użytkownik komputera może sławać się twórcą przekazów i partnerem nadawcy, wchodząc z nim w dialog⁴³.

Modularność Modularność zatem jest jedną z kluczowych właściwości mediów cyfrowych, dzięki której zmienia się sama forma przekazu, przyjmująca charakter struktury otwartej, potencjalnej, nieustannie aktualizowanej, oraz rola użytkownika, który ze zwykłego odbiorcy czy interpretatora staje się współuczestnikiem wydarzenia, jakim jest formowanie się przekazu. A zatem *homo irretitus* jest przez nowe media przygotowywany do nieustannego konfigurowania swojego doświadczenia poprzez dokonywanie wyborów, selekcje modułów, ingerowanie w przekaz, komponowanie własnej jego formy.

Łatwo i szybko dostępny w internetowych przeglądarkach zbiór tekstów i multimediów uwalnia zawarte w nich informacje od powiązań z kontekstem, z którego się wywodzą. Wyrwane z tła i kontekstu fakty (dane) można w dowolny sposób opracowywać, zestawiać ze sobą, przekształcać. Najłatwiej dostępne zasoby mają w najlepszym razie encyklopedyczny charakter (jeśli odrzucimy informacyjne śmieci) i przypominają najprostszymi przekrój prymitywne sklecone encyklopedii, co stoi w opozycji do struktur narracyjnych⁴⁴, które wymagają określenia jakiegoś kierunku: czy to poprzez selekcję elementów do opowiadanej historii, czy to poprzez poszukiwanie linearności i spójności przy konstruowaniu opowieści. W konfrontacji z chaosem najłatwiej dostępnym fragmentarycznym informacji kulturowa, filozoficzna czy ideologiczna „metanarracja”, która spajałaby poszczególne ludzkie doświadczenia, traci na atrakcyjności i w efekcie znika z pola uwagi. Lukę tę wypełnia technologia, stając się nowym „językiem Babel”, któremu pozwala na wyrażanie subiektywnych prawd⁴⁵.

Digitalizacja zapisu formy danego obiektu sprawia, że każdy sposób wyrazu: od tekstu, poprzez obraz, do pliku audiowizualnego, można sprowadzić do kodu cyfrowego. W konsekwencji daje to nieograniczone

⁴³ L. Manovich, *Język nowych mediów...*, s. 103.

⁴⁴ P. Kowalski, *Encyklopedia i palimpsest*, [w:] *Poszukiwanie sensów...*, s. 7–46.

⁴⁵ Nowe technologie komunikacyjne działają uniformizująco, a poznanie zostaje sprowadzone jedynie do tego, co można przekazać za pomocą kwantów informacji. Ujednoczenie dokonuje się jednak na poziomie kodu, nie na poziomie treści czy środków wyrazu, nowe media korespondują bowiem z pluralistyczną orientacją społeczeństwa.

możliwość i przekładu technicznej formy nadająca, transfiguracji odmiennych, całkowicie nieprzekładalnych w sferę kulturze (poza sferą interpretacji) przekazów, jak obraz, dźwięk czy tekst językowy. Dzięki modularnej budowie obiektów nowych mediów mogą spoilować (zdradzać przedwcześnie) nie final zdarzeń, co niszczy niespodziankę), mikсовать czy krzyżować treści wywodzące się z odmiennej form źródłowych. Mogą tworzyć hybrydy.

Wyłaniająca się stąd tendencja do transgresji polega, po pierwsze, na przekraczaniu ustalonych, uznawanych i przestrzeganych dotąd podziałów, co oczywiście, po drugie zaś, na rozpoznawaniu nowych możliwości powiązań, połączeń, związków pomiędzy formami, po trzecie wreszcie, „na scalaniu w nową zintegrowaną całość odmiennych składników wyjściowych”⁴⁶. W transgresji nowych mediów nie chodzi bynajmniej tylko o zdolność do przekraczania granic poszczególnych mediów, ale o konstruowanie znaczenia przekazu na ich pograniczu. W ten sposób media cyfrowe stają się nie tylko multimedialne (wszak zjawisko multimedialności znane jest już od lat 70. XX wieku), ale transmedialne, czyli promujące asocjacyjny (przylączyeniowy, kontekstowy) model narracji kulturowej, w którym informacja nie ma jednego źródła, zbiór dostępnej wiedzy nigdy nie jest skończony, a jego fragmenty rozsiane są po różnych formach przekazu.

Opisywany tu mechanizm ukazuje dość jasno, że warstwy komputerowa i kulturowa są z sobą zintegrowane, trudno zatem rozdzielać kulturę od praktyk komunikacyjnych oferowanych przez media cyfrowe. Każda taka próba rozdzielenia musi zakończyć się fiaskiem, współczesny *homo irretitus* wyraża się bowiem poprzez technologię i włącza jej doświadczenie w przeżywanie kultury.

Jest to w istocie jedna z kluczowych cech mediów cyfrowych. Technologia komputerowa, posługując się wszelkimi środkami ekspresji znanymi w tradycji: rysunkiem, malarstwem, grafiką, filmem, dźwiękiem, słowem (mówionym i pisanym), muzyką itd., łączy je swobodnie w jeden przekaz dzięki cyfryzacji i usieciowieniu, tworząc spójną wielką opowieść. Prze-

⁴⁶ M. Hopfinger, *Doświadczenia audiowizualne: o mediach w kulturze współczesnej*, Warszawa 2003, s. 163–165.

nikanie się i łączenie mediów, technologii iin towarzyszących, urządzeń, rozwiązań i usług, a wreszcie zawartości, prowadzi do konwergencji⁴⁷.

Te same treści mogą być emitowane przez telewizję i Internet, przez radio i przekaz sieciowy, co jest efektem zarówno zmian technologicznych (łączenia różnych funkcji w obrębie jednego urządzenia lub integracji kanałów przesyłu, usług), jak i kulturowych (tworzenia przepływów treści rozproszonych po różnych środkach przekazu w jeden zbiór danych). Warto jednak pamiętać, że:

konwergencja mediów to więcej niż prosta zmiana technologiczna. Konwergencja zmienia relacje pomiędzy działającymi technologiami, przemysłami, rynkami, gatunkami i grupami odbiorców. Przekształca ona logikę działania przemysłów medialnych, wykorzystywaną przez konsumentów do przetwarzania informacji oraz rozrywki⁴⁸.

Członkowie społeczności sieciowej dzięki zbieranym, rozproszonym informacjom tworzą rzeczywistość na kształt „metaumysłu”, realizując tym samym opisaną przez Pierré’a Lévy’ego koncepcję zbiorowej inteligencji sieci⁴⁹. Zgodnie z nią, poszukujący informacji na wybrany temat dzielą się nią z innymi użytkownikami, budując tym samym nowy typ wspólnoty, nieograniczony ani przestrzenią, ani czasem. W konsekwencji, dzięki społecznym interakcjom pomiędzy użytkownikami, konwergencja zachodzi w umysłach pojedynczych konsumentów.

Budowa intermedialna (zob. także s. 15 tej książki) kultury konwergencji polega na rozproszeniu danej narracji pomiędzy różne media i instytucje. Przykładem jest wspomniany już *Matrix*. Zaplanowana przez pomysłodawców historia została rozłożona pomiędzy trylogię filmową,

⁴⁷ Kultura konwergencji to zjawisko przenikania się zależności pomiędzy treściami medialnymi, kulturowymi i komercyjnymi oraz ich twórcami i odbiorcami. Treści i praktyki przepływają w różnych koegzystujących systemach medialnych dzięki nowym technologiom swobodnie, a odbiorcy, poszukując nowych form uczestnictwa, biorą na siebie rolę współtwórców tych przekazów (zob. P. Celinski, *Interfejsy nowych mediów i refiguracje mediów i kultury*, [w:] *Nowe media a media tradycyjne*, red. M. Jezniński, Toruń 2009, s. 11–19).

⁴⁸ H. Jenkins, *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, przekł. M. Bernatowicz, M. Filiciak, Warszawa 2007, s. 21.

⁴⁹ P. Lévy, *Intelligence collective. La Découverte*, Paris, 1994.

grę komputerową, konkursy umiędzyzone w sieci, *anime* i inne. *Matrix* wymaga zatem kompetencji filmowych, literackich, ikonograficznych, nowomedialnych, bowiem treść tej opowieści pojawia się w różnych typach mediów. Sami autorzy przyznają, że odczytanie znaczeń jest niezwykle trudne i wymaga wysiłku integracji wiedzy oraz kanałów dystrybucji. Ponadto dochodzi jeszcze twórczość fanowska, która rozwija w sposób amatorski niektóre wątki, będące ślepyimi uliczkami lub sekretnymi przejściami w głównej narracji. Aby otrzymać całościowy obraz – co wydaje się mało prawdopodobne – trzeba odczytywać w sposób kontekstowy różne przekazy medialne i składać umiejscowione tam fragmenty w jedną spójną opowieść.

Innym skutkiem konwergencji jest opisany tu już z nieco innego punktu widzenia charakter budowy narracji – fragmentaryczny, multimedialny, ale zarazem w jakiejś mierze przeciwnie, bo również asocjacyjny. Najlepiej oddaje tę przeciwstawną tendencję opowieść transmedialna, czyli rodzaj narracji, na którą składają się obiekty i informacje o różnym pochodzeniu medialnym i zróżnicowanej treści, uporządkowane na swój sposób logicznie i czasowo, co pozwala dostrzec w nich integralną całość. Łączy ona zazwyczaj tradycyjne formy przekazu kulturowego (książkę, przekaz muzyczny, graficzny czy nawet audiowizualny) z obiektami nowych mediów (tj. grą komputerową, przekazem sieciowym). Budowana w ten sposób opowieść transmedialna jest udostępniana odbiorcom na różne sposoby i w różnych często hybrydycznych formach medialnych. Chodzi zatem o sytuację, w której użytkownik podejmuje starania w celu odnalezienia i poskładania w całość opowieści. Jej fragmenty, rozsiane po różnych kanałach i wyrażone za pomocą różnych form, są częścią wieloskładnikowej i poliseniotycznej narracji, którą odbiorca odczytuje. Funkcji czytelnika opowieści transmedialnej nie można sprowadzić do roli konstruktora narracji; jej mocodawcy, ale raczej do re-konstruktora, kogoś, kto układa puzzle, z tym jednak zastrzeżeniem, że nie wszystkie elementy układanki są mu dostępne, a obraz, jaki ma ułożyć, wciąż się rozrasta i kolejne elementy wciąż są dokładane. Kluczowa dla tego typu opowieści wydaje się rola odbiorcy, który przypomina zarówno myśliwego polującego na informacje, jak i kolekcjonera, zbierającego kolejne trofea w wirtualnym polowaniu bywają coraz skuteczniej podsuwane łowcy przez ukrytego przed nim organizatora. Aby jednak uchwycić

możliwie jak najwięcej wątków w opowieści i transmedialnej, użytkownik musi nie tylko poznać treść tekstu źródłowego (filmu, książki czy serialu), ale powinien też śledzić rozgałęzienia historii zamieszczone na stronach internetowych, blogach, amatorskich przekazach audiowizualnych, komiksach, poszukiwać informacji, które autorzy sami umieścili w sieci. Ten nowy rodzaj lektury wymaga od użytkownika myślenia asocjacyjnego, któremu towarzyszy ściganie fragmentów opowieści z różnych kanałów medialnych, porównywanie ze sobą notatek z sieciowych grup dyskusyjnych, a przede wszystkim współpraca pomiędzy użytkownikami, choć również ona bywa automatyzowana przez systemy, które nie tylko umożliwiają komunikację, ale również kojarzą użytkowników o zbliżonych preferencjach.

Interaktywność oprogramowania i interfejsu mediów, nawigacyjna struktura sieciowych zasobów, zatarcie podziału ról pomiędzy autorem, nadawcą i odbiorcą w ramach Web 2.0, wreszcie umożliwiająca indywidualne wybory logika hipertekstu przeciwstawianego linearnej narracji – wszystko to bywa, nie bez racji, opisywane jako cenne wyróżniki nowych mediów (zob. także s. 83 tej książki). Ich wartość w istocie nie jest w żadnym stopniu jednoznaczna. Promowanie postawy aktywnego poszukiwacza treści, które ma zapewnić wymuszający interakcję interfejs, bywa w rzeczywistości pozorem. Do kina, filharmonii, księgarni czy biblioteki trzeba jednak pójść i dokonać tam kilku podstawowych, a czasem złożonych wyborów. Wybór w Internecie bywa bez wątpienia bogatszy, w rzeczywistości jednak angażuje słabiej, a nie silniej, ponieważ jest łatwiejszy, a przede wszystkim coraz częściej jest tylko złudzeniem: zwykle oznacza po prostu wyrażenie zgody na podsuwaną przez automat (nadawcy) propozycję. Coraz częściej też użytkownik nie wie nawet, czy akceptuje właśnie propozycję automatu, czy może sugestię autora lub innych, podobnych do siebie ludzi. Dawno już złudzeniem okazały się demokratyczne korzyści równego i nieskrępowanego dostępu do informacji czy złamanie monopolu medialnych gigantów poprzez umożliwienie każdemu odgrywania roli nadawcy oraz modyfikacji i twórczej selekcji otrzymywanych treści. Niemniej faktem pozostają zarówno nowe sposoby konstruowania tekstów kultury we wszystkich możliwych w niej formach medialnych, jak i sposoby odczytywania i przeżywania kultury przez odbiorców, których aktywność, odmienna w tym względzie od tradycyjnego przeżywania kultury, pozostaje mimo wszystkich zastrzeżeń

faktem, choć często budzi to katalityczne komentarze i również w tym miejscu trudno ich się usztytwić.

Nieliniowa forma hipertekstu jest siecią powiązań węzłów, pomiędzy którymi ustanowione są relacje o charakterze technologicznym (linki) i kulturowym (konteksty). Często mają one dynamiczny charakter i bywają stale aktualizowane przez użytkowników lub informatyczną ewolucję oprogramowania systemu. Powiązania dotyczą elementów (słów, obrazów lub innych przekazów, np. multimedialnych), pomiędzy którymi autor, użytkownicy lub sterujące całością oprogramowanie znajdują relację kontekstową. Dzięki niej można zbudować spójną narrację w kluczu wybranej tożsamości.

Struktura hiperłączy przypomina rozrastające się drzewo⁵⁰ lub Deleuzowskie kłace z węzłami (zob. także s. 83 tej książki), przy których zatrzymuje się użytkownik w poszukiwaniu informacji (rozrywki). Ważna w konstrukcji węzła jest projektowana rola użytkownika, który ma mieć możliwość poruszania się w obszarze wiadomości, zarówno w szerzej, jak i w głębi, od ogółu do szczegółu i z powrotem. Wielkość węzła jest jednocześnie determinowana treścią informacji, która w danym węzle powinna się zamykać i stanowić oddzielne ogniwo wiadomości bez konieczności dodatkowego sięgania do informacji w innych węzłach.

Węzłowy charakter organizacji tekstu pozwala spojrzeć na system wiedzy w nowych mediach jako na model przestrzenny, który nie tylko zrywa z uporządkowaniem linearnym, ale także decentralizuje całą strukturę tekstu, czyniąc z każdego kolejnego odsyłacza (leksji) centrum opowieści. W efekcie zmienia się zarówno sposób myślenia o przekazie jako o zbiorze fragmentów, w którym każdy stanowi swoiste epicentrum, jak i mechanizm organizacji lektury dokonywanej bardziej powierzchownie, poprzez działanie (także na języku), nie zaś poprzez wglębianie się w tekst. Z drugiej strony, odczytywanie hipertekstu wymaga od użytkownika dynamicznej aktywności, prowadzi on bowiem grę z tekstem, z wielogłosowej i dialogicznej struktury buduje interesującą dla siebie narrację.

⁵⁰ L. Manovich, *Język nowych mediów...*, s. 109.

Nie należy wątpliwości, że wraz z hipertekstem zmienia się nie tylko organizacja wiedzy⁵¹, ale i sposób docierania do niej czy jej nabywania. Trudno nie zgodzić się z refleksją Teda Nelsona sprzed ćwierćwiecza:

Ta prosta funkcja – nazwijmy ją funkcją przeszkakowania – prowadzi bezpośrednio do wszelkiego rodzaju nowych form tekstowych: dla nauki, szkolnictwa, beletrystyki, poezji [...]⁵².

Pomijając opisaną już kontekstowość i asocjacyjność budowania wiedzy, trzeba zwrócić uwagę na rolę samego użytkownika w hipertekście: to odbiorca decyduje o sposobie lektury, podążając indywidualną ścieżką przez kolejne leksje, zatrzymując się przy interesujących go tematach, w niektóre wchodząc głębiej, a niektórych zupełnie nie biorąc pod uwagę. Co więcej, modularna budowa węzła daje użytkownikowi do ręki narzędzia współtworzenia treści, a zatem wprowadzania własnych notatek do funkcjonującego tekstu, włączania elementów piktorialnych, dźwiękowych czy audiowizualnych, zamieszczania odnośników do innych węzłów, które mogą być skojarzone z wybraną treścią.

Możliwość ingerowania w zawartość treści, a także tworzenie nowych połączeń między węzłami ma duże znaczenie dla przetworzenia standardowej wiedzy w wiedzę indywidualną, opartą na znaczeniu i kontekście wytworzonym u uczącego się, czyli na doświadczeniu⁵³.

W ten sposób tworzony jest układ znaczeniowy, który w zasadniczy sposób różni się od tego, który preferowany jest w szkole przy tradycyjnej transmisji wiedzy opartej na biernym odbiorze. Jeśli bowiem tradycyjny model „przekazu” wiedzy determinuje znaczenie, to hipertekst dzięki możliwości uzupełniania czyni z użytkownika arbitra – w stop-

⁵¹ Wiedza „przekazywana” w sposób hipertekstowy cechuje się nielinearnością, otwartością, intertekstualnością (w której ramach można wymienić: otwarcie, wywołanie ku tworzeniu i odbiorowi wzajemnych powiązań), polifonicznością i nawigacyjnością.

⁵² T. Nelson, *A New Home for the Mind*, [w:] *Computer Mediated Communications*, red. P. Mayer, Oxford 1999, cyt. za: M. Lister i in., *Nowe media. Wprowadzenie*, przeł. M. Lorek i in., Kraków 2009, s. 44.

⁵³ A. Regiewicz, *Audiowizualność wobec nowych mediów...*, s. 172.

niu, co prawda, zależnym od struktury hipertekstu (drzewo v. sieć), ale zawsze znaczącym. Nie dziwnego zatem, że ten typ działania w refleksji nad nowymi mediami określa się „rękawicą dla umysłu”. Przywołana tu metafora odwołuje się do amerykańskiej kultury sportowej łączącej proces rozumienia z chwytaniem sensu, podobnie jak „łapacz”, który dzięki rękawicy zatrzymuje lecącą w kierunku pałkarza piłkę baseballową. Aktywna postawa użytkownika hipertekstu, który czyta poprzez działanie, pozwala uczącemu się uchwycić istotę wiedzy podczas procesu uczenia się⁵⁴. Hipertekst – zwłaszcza w topologii drzewa – raczej sprzyja scalaniu przekazu i odnajdywaniu kontekstów. Dzieje się to w sposób odmienny niż w liniowych strukturach tradycyjnych narracji, ponieważ narrację w jakimś stopniu – różnym, ale zawsze znaczącym – tworzy tu sam odbiorca. Podległość narracji w sieciowym modelu znika. W obu przypadkach jednak użytkownik doświadcza podmiotowości, a choć ona znów jest w pewnej mierze pozorom, to jednak istotnie różni się od doświadczenia kontaktu z narracją linearną.

Warto przy tej okazji zaznaczyć, że sama sieć, więc np. Internet, jest w istocie hipertekstem. Użytkownik zastaje hipertekst i bez niego jest w nowych mediach w zasadzie bezsilny, co w rzadko dostrzegany sposób zasadniczo odróżnia jego sytuację od uczestnika dawnej kultury. Niemal nie da się w cyfrowej rzeczywistości eksplorować „dziewiczych obszarów”, jak to się dało zrobić, wchodząc np. między półki biblioteczne z pominięciem słowników bibliograficznych i rzeczowych katalogów, wyłącznie wybierając tytuły i samodzielnie odkrywając związki między nimi. Sieciowe zasoby nowych mediów albo są poideksowane, skojarzone z sobą i przerośnięte hipertekstową strukturą, albo są niedostępne – istnieją poza siecią.

Jedną z najczęściej przywoływanych grup metafor na określenie działań podejmowanych w mediach cyfrowych jest zbiór wyrażen że-glańskich, takich jak surfowanie czy nawigacja. W kontekście tym pojawia się także metafora oceanu informacji na określenie bezgranicznej wielkości bazy danych, rozumianej tu jako encyklopedia, jakimi dysponuje współczesna sieć powiązanych dysków pamięci, czy wreszcie określenie

⁵⁴ S. Draper, *Gloves for the Mind*, [w:] P.A.M. Kommers, D.H. Jonassen, J.T. Mayes, *Cognitive Tools for Learning*, NATO ASI Series, vol. 81, Berlin 1992. Informacja za: B. Siemientecki, *Komputer i hipermedia w edukacji dorosłych*, Toruń 1994.

piractwa w odniesieniu do zjawisk dystybulacji i związaných z nią praw autorskich⁵⁵. Szczególnie dwa pierwsze wyrażenia, określające nieustanne poruszanie się w cyfrowej rzeczywistości, wydają się dla dalszych rozważań interesujące⁵⁶.

Nawigacyjność jest najbardziej widocznym przejawem aktywności użytkownika mediów cyfrowych. Dzięki niej decyduje on nie tylko o okolicznościach pojawiania się informacji, ale i o jej treści, kolejności, zawartości (sam może wszak niektóre informacje powtarzać, inne zaś pomijać czy skracać). W tym kontekście mówi się o nawigacji eksplo-racyjnej, polegającej na odczytywaniu przez użytkownika komunikatu poprzez podejmowanie lekturowych decyzji zagłębiania się w kolejne odszytace, oraz nawigacji konstrukcyjnej, dającej użytkownikowi możliwość modyfikowania istniejącego tekstu poprzez dodawanie własnych segmentów, plików, linków. W obu przypadkach nawigowanie jest wyrazem indywidualnych zainteresowań. Nawigacja w nowych mediach od-powiada wreszcie sterowaniu, dzięki któremu dokonuje się wzajemna czy też wielostronna komunikacja: pomiędzy użytkownikiem a systemem, pomiędzy wieloma użytkownikami, wreszcie pomiędzy użytkownikami i programami.

Żeglowanie (czy bliższe samemu Internetowi surfowanie) w samej semantyce zwraca uwagę na bardzo płynne poruszanie się po oceanie informacji. Lektura leksji jest zawsze aktualizowana przez ludzi umysł: przeżycia, emocje, potrzeby psychiczne, ale także przez logikę systemu nowych mediów: nie da się dwukrotnie uzyskać tego samego wyniku przeszukania w przeglądarce. W konsekwencji użytkownik niezwykle rzadko jest w stanie odtworzyć (nie posilując się odpowiednimi narzędziami programowymi, np. historią przeglądarki) raz przebytą drogę lektury.

Często towarzyszy tej drodze wrażenie chaosu, brak ciągłości, wrażenie multuniwersum, czyli paralelnych narracji, z których ze względu

⁵⁵ M. Hendrykowski, *Metatery Internetu*, dz. cyt.

⁵⁶ Przywołując pojęcie nawigacyjności, Richard Rorty zauważa, że czytelnik, poruszając się po sieci lub pomiędzy powiązaniem tekstu, jest w nieustannym ruchu, a sam tekst (w tym przypadku hipertekst) generuje system nieskończonego recentrowany (R. Rorty, *Philosophy and the Mirror of Nature*, Princeton 1979).

na ich potencjalność. Każda jest własna i prawdziwa. Przywołania tym samym nieskończonej lubu ynt możliwości⁵⁷.

Zjawisko interaktywności, choć nie wiąże się bezpośrednio z nawigacją i hipertekstem, to znacząco wpływa zarówno na strukturę nowych mediów, jak i na sposób uczestniczenia w nich. Można by je zdefiniować jako współdziałanie użytkownika z mediami i w mediach poprzez bezpośrednie wpływanie na programy i przekazy medialne. Wymaga to od cyfrowego odbiorcy nowych kompetencji. Jest on bowiem poniekąd:

zmuszony do aktywnej ingerencji w przekaz medialny, do działania połączonego z oglądaniem lub czytaniem w celu wytworzenia znaczenia. Ingerencja w istocie polega na połączeniu różnych trybów działania, takich jak gra, eksperyment czy eksploracja w jednej idei interakcji⁵⁸.

W cytowanym passusie warto podkreślić dwa sformułowania rzucające światło na sposób budowania relacji pomiędzy nowymi mediami a ich użytkownikiem. Po pierwsze, wyrażenie „zmusza” oddaje istotę współdziałania mediów cyfrowych i ich odbiorców. Niemożliwy jest bowiem bierny odbiór przekazu bez wcześniejszego wydania polecenia dotyczącego czy to programu, czy samego przekazu. Podejmowanie działania jest jedną z elementarnych kompetencji umożliwiających komunikację: użytkownika z programem, obiektem mediów (przekazem) oraz pomiędzy użytkownikami. Część programów została skonstruowana

⁵⁷ Z tego powodu w niektórych opisach medioznawczych pojawia się skojarzenie nawigacyjności z tłaćką Odysusa, która w podobny sposób jest nieco przypadkowa, ulotna, nieukierunkowana, miotana namięnościami użytkownika i kapturami sieci. Dla niektórych przypomina ona nieskończony labirynt możliwości, po którego korytarzach kroczy nowy Robinson, próbujący odnaleźć się w nowym świecie i odnoszący to, co nowe, do znanych mu zdobyczy cywilizacyjnych (zob. L. Manovich, *Język nowych mediów...*, s. 395–400). Takie skojarzenia mogą być naturalnie łatwo zakwestionowane. Odysus, wprawdzie z kłopotami, ale powracał do punktu wyjścia, intencjonalnie zmierzał więc w dobrze znane miejsce. Robinson plnie i w pojedynkę też odwarzał znaną sobie cywilizację, choć co prawda w nowych okolicznościach. Obaj zaś podejmowali heroiczny trud, nierzadko szło w tym najdosłowniej o zachowanie życia. Współczesne żeglowanie w sieci jest raczej namiętną, a właściwie parodią tytanicznych zmagani wymiennych bohaterów. Przykład omawianej metaforyzacji uwypukla różnicę między dociekliwym zagłębieniem problemu i poprzedzaniem na jego powierzchni.

⁵⁸ M. Lister i in., *Nowe media...*, s. 34.

w oczekiwaniu na taką właśnie interakcję, która umożliwiałaby pełną realizację dopiero w momencie współdziałania.

Interaktywność nieprzypadkowo została więc skojarzona z grą, eksperymentem czy eksploracją. Wymienione tu formy kulturowego działania łączą wiedzę z elementami rozrywki, opierają się na praktykach konfiguracyjnych, oferują możliwości wpływania na system w pewnej charakterystycznej sekwencji: interwencja, obserwacja i reakcja, są wyrazem dynamicznego stosunku do rzeczywistości, którą się prze-grywa. Manipulacja bezpośrednimi elementami obiektów medialnych (prekazu, gier) ma wpływ na pojmowanie relacji społecznych, systemów politycznych, procesów cywilizacyjnych czy nawet ontologii.⁵⁹

Świadomość wpływania na rzeczywistość jest zatem bezpośrednio konsekwencją interaktywności konstrukcyjnej. Wynika z możliwości ingerowania w przekaz czy wręcz projektowania treści, a także kontroli nad jej dystrybucją. Jeśli w „starych” mediach projektowanie treści należało do zadań producentów, to w mediach cyfrowych użytkownicy przejmują odpowiedzialność za udostępnienie treści. Treścią są bowiem nie tyle same przekazy medialne, ile sposoby ich odczytywania, udostępniania, dystrybuowania, rekonstruowania przez użytkowników. Działanie w sieci, operacje wykonywane na przekazach, nawet sama tożsamość użytkowników wraz z ich wyborami, dokonywaną selekcją, stają się znaczeniowocze. Można zatem mówić o interaktywności jako przemyśle opartym na komunikacji ludzi i mediów.⁶⁰

Z interaktywności wynika więc poczucie bliskości między użytkownikiem a światem cyfrowym i subiektywne, czasem żłudne, wrażenie autentyczności doświadczenia. Wynika z niej także poczucie mocy i kreatywności. Użytkownik poprzez ingerowanie w formę, a zarazem w treść przekazu, dokonuje nowego stworzenia.

Wrażenie
autentyczności
doświadczeń
i poczucie
kreatywności

⁵⁹ S. Moulthrop, *First Person: New Media as Story, Performance and Game*, Cambridge–London 2004, podajemy za: M. Lister (in.), *Nowe media...*, s. 39. Pewnych przykładów do namysłu na temat omawianych kwestii dostarcza też raport: M. Filicak, *Allo! i media*, dz. cyt.

⁶⁰ Garabham Weinbren definiuje interaktywność jako interakcję między odbiorcą, nadawcą a siecią, składającą się z aparatury, oprogramowania i materiału wykorzystywanego w komunikacji (zob. R. W. Kluszczyński, *Przeobrażenia sztuki mediów [od filmu do sztuki interaktywnej]*, [w:] *Widok. 1. Od kina absolutnego do kina przyszłości*, red. P. Krukowski, V. Kutubasis–Krajewska, Wrocław 2009, s. 34–57).

Rzeczywistość cyfrowa bardzo szybko przestała być tylko w rozumieniu tradycyjnym reprezentacją czy imitacją świata analogowego (fizycznego), a stała się alternatywną formą istnienia – możliwości określaną mianem wirtualności. Ivan Sutherland pisał równocześnie z McLuhanem:

Żyjemy w świecie, którego własności dobrze poznaliśmy. Odczuwany te własności fizycznie, co daje nam zdolność przewidywania i rozumienia codziennych zjawisk tego świata. Możemy na przykład bez trudu odgadnąć, gdzie upadnie jakiś przedmiot, jak będzie wyglądała znana nam bryła, jeśli spojrzymy na nią z innej perspektywy, jakiej siły potrzeba, by przewyciężyć tarcie i coś popchnąć. Brakuje nam tego samego wyczuwania, kiedy chodzi o naładowane elektrycznie cząstki, działanie sił w nierównomiernych polach, niecodzienne przekształcenia geometryczne, ruch przy dużych bezwładnościach i małym oporze. Komputerowe ekrany dają nam szansę doświadczenia pojęć, których nie da się zrealizować w fizycznym świecie. To okna pozwalające zajrzeć do matematycznej Krainy Czarów.⁶¹

Za dzisiejszym pojęciem wirtualnej rzeczywistości ukrywa się przekonanie, że wirtualne *realis* istnieje nie „zamiast” rzeczywistości, ale „obok” niej. Tak miało być – bardzo dosłownie – w oryginalnej wizji „wyswietlacza doskonałego”, który:

będzie oczywiście po prostu miejscem, w którym komputer będzie kontrolował materię. Krzesło wyswietlane w takim miejscu będzie wystarczająco prawdziwe, by dało się na nim usiąść. Sztucznymi kajdankami da się naprawdę skuć prawdziwego człowieka, a wystrzelony pocisk będzie śmiertelny. Przy odpowiednim oprogramowaniu taki wyswietlacz będzie dosłownie taką Krainą Czarów, jak ta, do której kiedyś weszła Alicja.⁶²

⁶¹ I.E. Sutherland, *The Ultimate Display*, dz. cyt.

⁶² Tanne. Na wieść o tych wizjach Stanisław Lem pisał o fantomatyce (Tegoż, *Summa technologiae, Dzieła*, tom XXVIII, Warszawa 2010, s. 207), przestrzegając, że odwiedziny w takim sztucznym świecie mogłyby stać się podstępem w jedną stronę: nawet np. odpinając po „seansie” niezbędne dla wywołania żłudzeń elektrody, nie mogliśmy wiedzieć na

Tyle widać przed półwieczną (wciąż będącą ambientą inżynierów i przedmiotem prac), tymczasem jednak nawet ów nie tak doskonały technologicznie świat wyobrazony nie poddaje się ani ocenie prawdziwości, ani weryfikacji kompletności, stanowi bowiem zupełnie odmienną propozycję istnienia. Tym samym staje się narzędziem, które zmusza do zadania sobie pytania o naturę rzeczywistości, postrzegania, ucieleśnienia czy reprezentacji. Konotacje pojęcia symulacji wydają się dość negatywne, budzą skojarzenie z iluzorycznością, tymczasowością, czymś nieprawdziwym, a zarazem sztucznym⁶³. Pojęcie to przywołuje w pewnej mierze kategorię prawdy, która każe weryfikować świat wirtualny jako nieprawdziwy, nieautentyczny, sfabrykowany. Jednocześnie symulacja, rozumiana jako konkretny artefakt kulturowy w świecie cyfrowym, posiada swój status ontologiczny, rzeczywiście istnieje w wirtualnym świecie, a tym samym jest subiektywnie prawdziwa i autentyczna, a partząc kulturowo – po prostu prawdziwa.

W takiej realizacji, która jest umowna i niedosłowna, a jeśli sfabrykowana, to w sposób jawny, nie jest to wcale zjawisko nowe. Znałe ze świata fabuły filmowej pojęcie „zawieszania niewiary” ma zasadnicze znaczenie dla powodzenia filmowych dzieł. Filmowy świat – mimo uświadomianej przez widza umowności – jest odbierany jako realny. Jedną z paradoksalnych konsekwencji bywa w takich razach spadek poczucia realności świata fizycznego wraz z nasileniem obcowania ze światem filmowym. Podobne zjawiska dotyczą zresztą w jakimś stopniu również literatury. Nowe media oferują tu raczej głównie wzrost możliwości, a niekoniecznie różnice jakościowe.

Symulacja komputerowa okazuje się niezwykle znaczącym i różnym od filmu procesem kulturowym. Powołuje do istnienia cyfrowy świat, który jest wewnętrznie spójny i sprawdzalny, potrzebuje jednak użytkownika, który odkryje jego zasady i prawidła, eksplorując tę rzeczywistość. Użytkownik może wejść w symulowany świat i doświadczać go poprzez pewno, czy przypadkiem nie jest to kolejna wizja podana nam przez maszynę. Dosłowny obraz tego rodzajuu otrzymaliśmy w *Matrixie* braci Wachowskich, ale mniej dosłowna wersja realizuje się przecież obecnie w świecie wirtualnych informacji obejmujących dzisiaj choćby użytkowników Facebooka.

⁶³ Wśród najczęściej przywoływanych definicji symulacji pojawiają się opisy mówiące o budowaniu sfalszowanych wytworów rzeczywistości lub kreowania sztucznego świata zbliżonego do prawdziwego (zob. M. Lister i in., *Nowe media*, dz.cyt., s. 66).

dynamizmą interwencji – działając w nim i na nim. W grze komputerowej gracz poznaje własności i strukturalne światła, możliwości technologiczne systemu, odkrywa zasady panujące w świecie przedstawionym poprzez własne w nim uczestnictwo.

Cyfrowy świat daje wreszcie poczucie odrębności na tyle silne, że pozwala użytkownikowi wejść do swego wnętrza za pomocą urządzeń tworzących iluzję doświadczeń sensualnych. Począwszy od niezwykle sugestywnej produkcji obrazów oddziałujących na wzrok, rzeczywistość wirtualna angażuje pozostałe zmysły człowieka, wykorzystując je w większym stopniu niż normalnie słuch, dotyk, zapach. Możliwość wejścia w świat cyfrowy i przyjęcie na siebie pierwszoplanowej roli (także poprzez awatar) zwiększa iluzję autentyczności przeżycia, określanej mianem immersji (zob. także s. 15 tej książki). Gdyby szukać przykładu, wskazać można m.in. wspomniany już film Jamesa Camerona *Avatar*. Okaleczony przez działania wojenne żołnierz przenosi się do rzeczywistości wirtualnej, w której za pomocą rozwiązań technologicznych może zarówno odczuwać swoją cielesność, jak i prowadzić zleconą misję. Technologia staje się protezą, za pomocą której odczuwanie zmysłowe zostaje skorelowane ze światem wirtualnym. Podobnie dzieje się w grach wideo, w których gracz przenosi część swojej tożsamości na awatara będącego jego *alter ego* w narracji gry. Gracz przestaje być tylko widzem, staje się wykonawcą czynności, współdziała ze światem, który istnieje jedynie cyfrowo. Już samo „zapatrzanie się” jest pewnego rodzaju immersją, choć z owego stanu dość łatwo wyrwać uwagę. Jeśli jednak dodać do tego pozostałe zmysły, wrażenie autentyzmu przeżywania staje się bardziej realne.

Immersja jest więc doświadczeniem przekraczania granicy obserwatora, który zatrzymuje się na powierzchni wizji, ku przestrzeni przedstawionej na tym obrazie. Użytkownik staje się częścią narracji, w którą wchodzi, może współtworzyć jej wydarzenia, mieć realny wpływ, odczuwać emocje związane z przebiegiem zdarzeń. W konsekwencji możliwość namacalnego kontaktu z obiektem czy zjawiskiem wirtualnym powoduje, że siła oddziaływania (wzajemnej relacji) staje się większa.

Jakąkolwiek koncepcję immersji by zatem przyjęć (zmysłową, cieleśną czy mieszaną)⁶⁴, można zauważyć, że doświadczenie to łączy różne

⁶⁴ Zanurzenie zmysłowe, zasadnicze dla doświadczenia rzeczywistości wirtualnej, opiera się na podstawowych zmysłach uczestniczących w procesie konstruowania tego

własności mediów cyfrowych, jak interaktywność, multisensoryczność, komunikacyjność czy teleobecność. Nie chodzi tu jednak o sumę tych wszystkich elementów, ale raczej o efekt ich wzajemnych powiązań, które realizują się poprzez układ człowiek – maszyna. Dzięki temu powiązaniu użytkownik może w czasie realnym poruszać się cielesnie i mentalnie po rzeczywistości symulowanej, mając wpływ na jej elementy. Immersja, a co za nią idzie, poruszanie się w świecie wirtualnym pobudzają uwagę użytkownika, zwiększając koncentrację i głębiej angażując go w tę rzeczywistość. Niewątpliwym stymulatorem uwagi jest wreszcie osobiste doświadczenie, wykonanie określonej czynności, zadania, które zazwyczaj jest nagradzane przez program symulacji. Wirtualność jawi się jako miejsce samorealizacji, wolności i autentyczności⁶⁵.

Jeśli media audiowizualne łączyły doświadczenia wzrokowe i słuchowe, to nowe media zdecydowanie krzyżują oko z ręką, czego wyrazem są wszelkiego rodzaju ekrany dotykowe, pozwalające działać w obrazie. Dotykanie obrazu znosi dystans patrzącego, niweluje bowiem odległość, przybliżając obiekt wizualny użytkownikowi. Jedni widzą w tym akcie element agresji, która niszczy przyjęte zwyczaje patrzenia, wdzierając się w relację między podmiotem a obrazem, inni dostrzegają w nim rodzaj wyważonego, pełnego szacunku, a nawet pieszczotliwego kontaktu (czego wyrazem jest delikatne przykładanie opuszków palców do ekranu, nie zaś uderzanie z siłą)⁶⁶. W obu przypadkach można jednak mówić o sytuacji doświadczenia, autentycznego przeżycia. Ponieważ dotyk znosi

doświadczenia. Zanurzenie cielesne (*full body immersion*) opiera się na przeniesieniu świadomości ciała w rzeczywistość wirtualną za pomocą technologicznych protez. Umysł realny kieruje ciałem wirtualnym w wymiarze *full body control*. Technologia mieszana może przybrać postać rozszerzonej rzeczywistości bądź rozszerzonej wirtualności (Zob. R. W. Kluszczyński, *Światy możliwe – światy wirtualne – światy sztuki. Fragmenty teorii doświadczenia rzeczywistości wirtualnej*, [w:] *Estetyka wirtualności*, red. M. Ostrowski, Kraków 2005, s. 19).

⁶⁵ Zob. badania Wydziału Komunikacji Uniwersytetu Stanforda na temat reakcji społecznym w nowych mediach (B. Reeves, C. Nass, *Media i ludzkie*, przeł. H. Szczepkowska, Warszawa 2000).

⁶⁶ Analizując pierwszą z opinii, której wyraził ciętami są Walter Benjamin i Paul Virilio, Lev Manovich pisze: „dystans zagwarantowany przez wzrok zachowuje aurę obiektu i jego położenie w świecie, a pragnienie «przybliżenia rzeczy» niweczy związek między obiektami, prowadząc do unicestwienia materialnego porządku i nieważnienia pojęć «plochy i przestrzeni» (L. Manovich, *Język nowych mediów...*, s. 277).

dystans między obiektem a przedmiotem i staje się znakiem bezpośredniego zderzenia z rzeczywistością, nawet tą wirtualną.

Dotyk okazuje się niezwykle ważnym elementem kultury nowych mediów ze względu na doświadczenie immersji. Zanurzenie się w wygenerowanym przez media symulacyjnym świecie jest możliwe w dużej mierze dzięki dotykowi właśnie (czujniki sensoryczne ruchu i wrażenia taktylne są odbierane i przekazywane do telereczystości, dając poczucie cielesnego przeniesienia do świata alternatywnego). Użytkownik dzięki taktylności traktuje media jako rodzaj przedłużenia swego ciała, połączonego za pomocą czujników z maszyną i przenoszącego na ekran autentycznie doświadczane: temperaturę, potliwość, drżenie itp. W konsekwencji działanie powłoki cielesnej w realu, wizualizowane na ekranie w świecie wirtualnym, jest objawem taktylnej estetyki czy inaczej taktylnego designu.

Zwrot ku taktylności nowych mediów odpowiada sposobowi, w jaki mózg pojmuje rzeczywistość. Badania neurobiologiczne dowodzą, że człowiek nie tylko jest wzrokowcem, ale także kinestetykiem. Zresztą sam proces tworzenia obrazu oglądanej rzeczywistości w umyśle człowieka angażuje nie tylko optykę oka i neurony połączone bezpośrednio z receptorami siatkówki, ale również wszystkie inne zmysły, bogate zasoby pamięci, niezwykle rozległe i skomplikowane przetwarzanie informacji, do którego zrozumienia jest nam jeszcze bardzo daleko. Można zatem z jednej strony ocenić poddanie się nowym mediom jako ruch w złym kierunku, bo sprowadzający percepcję do pośredniczenia pomiędzy odbiorcą a rzeczywistością tekstu kultury za pomocą zmysłów, z drugiej zaś strony zauważać, że media te w przeciwieństwie do tradycyjnego modelu lektury dowartościowują ruch i dotyk w samym akcie odbioru tekstu kultury. Wiele ustaleń neurobiologów i psychologów kognitywistów sugeruje, że multisensoryczność, afektywne zaangażowanie i aktywizacja różnych zmysłów i również ośrodków ruchu wspomagają procesy pamięci, koncentrację i aktywność intelektualną.

Od czasu druku odbiorca kultury był poniekąd unieruchomiony czy to poprzez samotny akt czytania, czy oglądania na ekranie znajdującym się w jednym miejscu. W nowej rzeczywistości kulturowej odbiorca jest zapraszany do multisensorycznej percepcji, która wynika z nieprzerwanego strumienia bodźców atakujących korę wzrokową, somatosensoryczną i słuchową. Nieustannie zmieniające się teksty,

które docierają poprzez ręce, palce, dochodzą do uszu poprzez sygnały dźwiękowe czy bodźce wzrokowe – od koloru czcionki do reklam audiowizualnych – angażują uwagę odbiorcy w zupełnie inny, o wiele bardziej agresywny sposób. Można powiedzieć, że wraz z nowymi mediami zmienia się percepcja, w tym postrzeżeniowość oraz multisensoryczność jako uniejętność wydobycia wiedzy z różnych doświadczeń zmysłowych.

Interaktywny charakter nowych mediów wraz z towarzyszącym mu zjawiskiem konwergencji sprawia, że w kulturze cyfrowej każdy użytkownik jest fanem, czyli osobą biorącą aktywny udział w toczącej się komunikacji kulturowej, zaangażowaną emocjonalnie. To znaczy, że nie tylko ma on możliwość ingerowania w zawartość mediów, przekształcania ich przekazów, ale przede wszystkim jest częścią tej sieci, która decyduje o przepływie treści. Tworzenie przekazów, ich produkcja oraz dystrybucja pozostają w pewnej mierze poza wpływem korporacji tworzących przekaz medialny, choć oczywiście nie są od nich wolne. Użytkownik ze względu na swoje zaangażowanie nie zadawała się treściami konstruowanymi przez producentów, ale sam stawia pytania i poszukuje alternatywnych odpowiedzi, informacji z innych źródeł. W każdym razie ma takie szanse. W kulturze Web 2.0 działania producentkie przenikają się z inicjatywami konsumentckimi, działaniami fanowskimi, zanurzonymi w codzienności, lokalności. Tym samym aktywność użytkowników buduje czasem rynkową, a czasem pozarynkową, pozakomercyjną wymianę informacji i usług, która nie tyle jest konkurencją dla przemysłu medialnego, ile stanowi rozszerzenie jej oferty.

Zjawisko współuczestnictwa w rzeczywistości, nazywane przez medioznawców kulturą partycypacji, oferuje użytkownikowi nowych mediów o wiele więcej, wyposaża go w narzędzia do aktywności – kreowania obiektów cyfrowych, udostępniania ich w sieci, przekazywania, dystrybuowania itp. Towarzyszący temu proces przechodzenia od konsumenta dóbr kultury do producenta, który skupia w sobie jeszcze kilka innych funkcji, jak autor, projektant, dystrybutor, dowodzi, że dzisiejszy użytkownik mediów cyfrowych może mieć realny wpływ na treść i formę przekazu kulturowego, do czego jest nieustannie pobudzany przez coraz bardziej interaktywne i wymagające jego aktywności programy i urządzenia (zob. jednak także uwagi na s. 217 tej książki).

Wśród innych konsekwencji kultury Web 2.0 należałoby wymienić nowy typ społeczności, który można by nazwać modelem *socialnym share*. Opiera się on na komunikacji „wielu do wielu”. Jeśli dotychczasowe media konstruowały model komunikacyjny w oparciu o jedno źródło nadawcze i wielu odbiorców, to media społecznościowe w samej swej zasadzie są zdecentralizowane. W kulturze Web 2.0 każdy może być nadawcą i każdy może być odbiorcą. Zatem trudno nie zauważyć istotnej dla nowego paradygmatu komunikacyjnego zmiany polegającej na zerwaniu ze strategią typu *push* (pchaj), a przyjęciu strategii typu *pull* (ciągnij)⁶⁷. Dzięki społecznościowemu charakterowi mediów o wiele trudniej jest „przepychać” informacje nacechowane ideologicznie, co nie znaczy, że jest to niemożliwe. Jednak odbywa się według innej niż dotąd strategii, ujmującej działanie samego użytkownika, który przekonany do takiej czy innej idei, sam pobiera interesujący go komunikat, stając się bezwiednie częścią systemu komunikacyjnego, dzięki któremu dany przekaz jest udostępniany i przekazywany dalej. Ten nowy typ transmisji danych, rozproszonych informacji, zbieranych, zwielokrotnianych, uzupełnianych i rozsyłanych przez samych użytkowników, w sposób znaczący zaspokaja zapotrzebowanie na wiedzę – choć znów, jak zostało to już powiedziane, może chodzić o pozór wiedzy, o substytut.

Dobrym przykładem opisywanego tu zjawiska transmisyjności (zob. także s. 15, 77, 94, 124 tej książki) jest wzmiankowany poprzednio sposób przekazywania informacji w mediach społecznościowych. Przy okazji różnego rodzaju wydarzeń cywilizacyjnych, politycznych, kulturowych (jak choćby zamach terrorystyczny w Paryżu – listopad 2015) pojawia się obok informacji także komentarz budowany z wypowiedzi internatów, którzy zestawiają z tym wydarzeniem inne: podobne w treści, przesłaniu, ale i całkiem odmienne, polemiczne, kontrastujące, będące sposobem krytyki wobec dominant kulturowych. I tak, w kontekście przywołanego zamachu terrorystycznego pojawiły się nie tylko wypowiedzi samych uczestników zamachu, filmiki nagrywane przez świadków, ale i przypomnienia zamachów z Madrytu, Londynu, wątki dotyczące polityki imigracyjnej, polityki wobec Rosji, wojny w Syrii, demonstracje nacjonalistyczne itd. Te przepływające przez nowe media informacje zbud-

⁶⁷ D. Bollier, *When Push Comes to Pull. The New Economy and Culture of Networking Technology*, Washington 2006.

wane są zazwyczaj z powtarzających się elementów, konfigurowanych w odpowiedni do sytuacji sposób.

Kluczem do zrozumienia komunikacyjnego charakteru nowych mediów, a zarazem ich relacyjnej (dialogicznej, dyskursywnej) konstrukcji, jest ich zmienność i płynność. Chodzi nie tylko o opisaną już zmienność i czasem ulotność doświadczania nowych mediów, ale również o wynikającą z ciągłego i wielokierunkowego przesyłu danych zmienność samej ich zawartości. Pojawiające się często w odniesieniu do mediów cyfrowych określenia dotyczące natychmiastowości, prędkości, chwilowości wyrażają niestabilność i migotliwość danych, które pozostają w nieustannym ruchu, pomiędzy użytkownikami, zawieszane „w chmurze”, zawsze otwarte na uzupełnienia, dopełnienia, nadpisanie. Połączone z sobą urządzenia medialne tworzą bowiem system, który nigdy nie jest domknięty, zawsze pozostaje otwarty na wszelkiego rodzaju przyłąca: tak technologiczne, jak i treściowe.

Wyróżnikiem jest stała migracja treści. Dzięki portalom społecznościowym, programom mailingowym, messengerom, forum dyskusyjnym czy innym formom komunikacji między użytkownikami sieci informacja nieustannie krąży. Prawdą jest, że co raz wrzucone w ten obieg, nigdy nie znika, dane bowiem są łatwo przetwarzalne, replikowalne, w związku z tym tanie i niezniszczalne, pomimo faktu że każdy plik cyfrowy raczej łatwo usunąć z bazy danych. W efekcie krążenie, ruchliwość, migracja to najbardziej odpowiednio określenia towarzyszące opisowi danych w mediach cyfrowych.

W tym kontekście można by mówić o towarzyszącej transmisyjności społecznej postawie mobilnej, w której uwidoczniają się nowe cechy, tj. przypadkowość, ruchliwość, anonimowość (bezosobowość), brak poczucia czasu i lokalizacji. John Urry opisuje to zjawisko za pomocą metafory płynu, który przepływa, nie tworząc granic, nie wyznaczając barier (zob. także s. 80 tej książki). W ujęciu amerykańskiego socjologa cyfrowe dane kulturowe płyną szlakami poszczególnych terytorialnych przenośników (użytkowników) czy dróg tworzących koryta. Ów „płyn cyfrowy” (*nota bene* nieprzypadkowo Pierre Lévy nazywa erę cyfryzacji „drugim potopem”) porusza się w określonych kierunkach, lecz bez wyraźnego celu. Ma różne stopnie lepkości (nasylenia treścią), porusza się zgodnie z pewną czasowością historyczną i nie zawsze utrzymuje się między ścianami koryta (może wypływać, wyciekać), tworząc wrażenie

potopu (nadrznięt). „Płynną metatorę” swetinne ilustruje zjawisko sieci internetowej⁶⁸, czego wyrazem jest chociażby wspomniana wcześniej aktywność nawigowania czy surfowania. Internet obejmuje tysiące sieci, ludzi, maszyn, programów, tekstów, obrazów, w których quasi-podmioty i quasi-przedmioty wymieniają się informacjami, mieszają, krzyżują w nowe hybrydowe formy. Wciąż powstające na nowo sieci mogą się w niezaplanowany sposób, co uniemożliwia trwałe, stabilne i przewidywalne określenie ich tożsamości. Jednocześnie warto pamiętać, że sieć internetowa nie jest tak bezwolna i nieuregulowana, jak może się wydawać. Pozorna bezbrzeżność cyfrowego oceanu informacji i dowolność kierunku zasłania bardzo często prawdę o ścisłym kontrolowaniu przez odpowiednie programy śledzące (począwszy od plików *cookies*, a skończywszy na pozycjonowaniu stron) poczynania użytkowników w sieci i proponowanie im w związku z powyższym takich, a nie innych treści.

Kierunek obecnego rozwoju kultury wyznaczany jest też przez wspomniany już kult atrakcyjności, dziś jeden z kluczowych atrybutów przekazu kulturowego⁶⁹. Wszehobecny, mający przyciągnąć i wchłonąć spragnionego doświadczeń i emocji uczestnika praktyk medialnych swoim wirtualnym pseudorealizmem, a zarazem namacalnością, charakter owych „atrakcjonów” najsilniej przemawia przez elementy obrazowe, tym samym silnie wiążąc nowy paradygmat kulturowy z wizualnością.

Coraz częściej słowo jest dodatkiem do obrazu [...] Słowa uległy korozji wskutek fałszywych nadziei i kłamstw, jakim udzieliły głosu. Elektroniczny alfabet bezpośredniej globalnej komunikacji i wspólności nie jest starożytnym, dzielącym dziedzictwem wieży Babel, lecz ruchomym obrazem⁷⁰.

Intensywna obecność obrazu w przekazach kulturowych w wieku XX, spowodowana rozwojem technologii audiowizualnej: fotografii, kina, telewizji, które rozpoczęły ofensywę ikonyczną, ugruntowała przekonanie, że kultura współczesna jest podporządkowana hegemonii spojrzenia.

⁶⁸ J. Urry, *Socjologia mobilności*, przeł. J. Sawiński, Warszawa 2009, s. 65 i nast.

⁶⁹ M. Gołębiowska, *Demontaż atrakcji. O estetyce audiowizualności*, Gdańsk 2010.

⁷⁰ G. Steiner, *Na zanku Sinobrodego...*, s. 126 i nast.

Potwierdza to zarówno potencjalna ikonostera, wypełniona sztyldami, słupami, billboardami, ekranami multimedialnymi, jak i kultura medialna. Ta ostatnia potwierdziła hegemonię tego, co wizualne, przenikając zarówno w postaci tekstowej (filmu, zdjęć, reklamy), jak i technologicznej (ekrany, kamery, aparaty fotograficzne) do życia codziennego.

Wizualność spod znaku audiowizualności i nowych mediów oraz wszystko, co z nią związane, w bardzo konkretny sposób wpływa na rodzaj doświadczenia, myślenia i działania w kulturze. Po pierwsze, ustanawia relacje pomiędzy patrzącym a obiektem wizualnym w kategoriach wiedzy i władzy, o czym niejednokrotnie przypominał Michel Foucault⁷¹. Po drugie, wpływa na głębię doświadczenia tekstu wizualnego, sytuując uwagę patrzącego na powierzchni, skupiając się na bodźcach – owoych „atrakcjach”, które koncentrują wzrok, zatrzymują go na chwilę, ale nie zapraszają w głąb. Z takim podejściem koresponduje trzecia właściwość. Oznacza ona dystans, podkreślany zapośredniczeniem obecnym w przekazach medialnych. Człowiek żyjący w erze „transhoryzontalnej optyki”⁷² traktuje obraz jako rzeczywistość zastępczą, nie do końca przeżywaną, a jednocześnie jego doświadczenie życiowe przepełnione jest wszelkiego rodzaju wizualizacjami, odnoszącymi się nawet do informacji nieobrazowej, jak dane statystyczne, procesy fizjologiczne czy fale dźwiękowe. Ów nadmiar informacji obrazowych – wydaje się, że przede wszystkim chodzi właśnie o nadmiar umożliwiony przez technologię – rodzi poczucie obojętności, z którego wyrwać może tylko jeszcze silniejszy bodziec: w nowych mediach skorelowany z innymi doświadczeniami percepcji: audialnością, czy taktylnością.

Warto podkreślić, że wraz z nowym paradygmatem kultury konstruowanym na technologii cyfrowej zmienia się antropologia spojrzenia. Dzięki wszechobecnym ekranom i „maszynom widzenia” wzrok przestaje pełnić funkcje inspekcji i nadzoru⁷³, tę przejmuje bowiem „panoptyczna” technologia. Wypełnienie codzienności odbiornikami telewizyjnymi, ekranami, monitorami, kamerami związało rzeczywistość z syntetyczną wizualnością, a tym samym zwoleńczo człowieka z obowiązku patrzenia.

⁷¹ M. Foucault, *Nadzorować i karać*, przeł. T. Komendant, Warszawa 1993, s. 34 i nast.

⁷² P. Virilio, *Maszyny widzenia*, przeł. A. Gwóźdź, [w:] *Widzieć, myśleć, być. Technologiczne mediatywy*, red. A. Gwóźdź, Kraków 2001, s. 39–63.

⁷³ M. Foucault, *Nadzorować i karać*, dz. cyt.

Wzrok nie jest już potrzebny do ustalania obrazu, gdyż reproduktory techniczne obrazy istnieją poza spojrzeniem. W konsekwencji człowiek otoczony maszynami nowej widzialności zostaje uprzedmiotowiony, w procesie patrzenia prowadzony do jeszcze jednego biotechnicznego urządzenia, mogącego odczytać przekaz. Nawet więcej, technologiczne widzenia biorą górę nad patrzącym człowiekiem, gdyż ze względu na możliwość odpowiedniego oprogramowania są w stanie wygenerować obraz z informacji nieobrazowej.

Człowiek, odczytując obraz, dokonywał dotąd swoistego dekodowania na podstawie studium⁷⁴, czyli obserwacji nacechowanej semantycznie poprzez indywidualne doświadczenia: swoje i obrazu. Pod wpływem zawłaszczanego przez technologię uniwersum obrazów i ich wszechobecności ludzi dotyka teraz wtórna „ślepotą”. Ślepotą „oka wewnętrznego” jest traktowaniem obrazu w sposób techniczny, prowadzeniem go do zerowego poziomu reprezentacji, która nie odcyła w głąb. Człowiek nowej widzialności nie szuka już okiem głębi, znaczeń ukrytych, tego, co niewidzialne, ale ślizga się po powierzchni monitora, rozpraszając – a nie skupiając – wzrok na obrazie⁷⁵.

Wraz z popularnością doświadczenia audiowizualnego, w wieku XX wzrosła też rola i znaczenie percepcji słuchowej. Dzięki możliwościom zapisywania, a następnie przesyłania dźwięku na odległość, audialność staje się obok widzialności nie mniej ważnym sposobem doświadczenia kultury. Nie chodzi tu o dowodzenie równouprawnienia słuchu jako zmysłu równoznaczącego w doświadczeniu antropologicznym, wszak trzeba pamiętać o dominującej w ludzkiej percepcji funkcji wzroku, ale o pewnych właściwościach słyszenia, które dzięki medium cyfrowym zostały w nowej sytuacji komunikacyjnej uwydatnione. Nowe media właśnie uwypuklają rolę ucha – jego kulturową rolę – nie tylko ze względu na możliwość konwertowania dźwięku na dowolny typ zapisu

Słuchanie i słyszenie

⁷⁴ Roland Barthes napisał, że owo studium jest niczym naciągnięcie, planowanie, żądanie, czyli przenikanie do głębi obrazu (R. Barthes, *Światło obrazu. Uwagi o fotografii*, przeł. J. Trznadel, Warszawa 1985).

⁷⁵ Postawa rozproszenia wzroku jest konsekwencją obrazu technicznego, który pod spodem ukrywa jedynie procesy chemiczne bądź elektronowe (piksele), a nie, zakryte przed niewprawnym okiem, kody. Konieczny jest zatem dystans oglądającego do obrazu technicznego, gdyż aby odczytać przekaz, trzeba trzymać się powierzchni (V. Flusser, *Ku uniwersum obrazów technicznych*, przeł. A. Gwóźdź, [w:] *Po kinie?... Audiowizualność w epoce przekazników elektronicznych*, red. A. Gwóźdź, Kraków 1994, s. 55).

kulturowego, ale przede wszystkim z powodu jego olwartości na otaczające środowisko, łatwej przyswajalności bodźców, która nie wymaga skupienia. Przyglądając się zjawiskom nowej kultury, można powtórzyć za McLuhanem, że „ucho” staje się obecnie aparatem ważniejszym niż „oko”, kumuluje bowiem dostępną bodźce i doświadczenia kulturowe w sposób asynchroniczny⁷⁶. Kultura słyszenia, o której mówi się coraz częściej w odniesieniu do zjawisk nowych mediów⁷⁷, przejawia się poprzez charakterystyczną dla niej audytywność doświadczeń, które nakładają się na siebie, krzyżują, kontaminują itp. Zjawisku temu towarzyszy charakterystyczny nadmiar i wszechobecność dźwięków⁷⁸ (oraz innych bodźców zmysłowych, którymi atakuje kultura nowych mediów), czego efektem jest utrata uroczystego charakteru wydarzenia kulturowego na rzecz codziennego doświadczenia, nieauratycznego (zob. także s. 112 tej książki), bezceremonialnego, mieszającego to, co przypadkowe, z celowością przekazu⁷⁹. Co więcej, wszechobecność bodźców we współczesnej kulturze staje się problemem za sprawą emitujących je mobilnych urządzeń. Można mówić wręcz o dokonywaniu swoistego gwałtu na ludzkich zmysłach. „Ucho”, wystawione na działanie zewnątrznych bodźców, na ataki, wydaje się wręcz bezbronne. Otaczające i sączące się zewsząd akustyczne fajerwerki, wizualne podniety, bodźce zapachowe itp. prowadzą do kulturowej „głuchoty” lub przynajmniej do stępienia wrażliwości. Nadmiar bodźców powoduje, że współczesny odbiorca „nie słyszy” już konkretnego przekazu, wszystko, co go otacza, tworzy bowiem rodzaj szumu wypełniającego środowisko życia człowieka.

Praktyki czytania

Wrzaz z nowymi mediami zmienia się zarówno sama praktyka czytania, jak i medium książki, i to nie tylko ze względu na jej digitalizowanie, ale i skrzyżowanie z innymi przekazami kulturowymi, jak obraz, dźwięk

⁷⁶ M. McLuhan, *Słowo pisane, czyli oko zamiast ucha*. [w:] Tegoż, *Wybor pism...*, s. 85–92.

⁷⁷ W. Welsch, *Na drodze do kultury słyszenia*, przekł. K. Wilkoszewska. [w:] *Przemoc ikoniczna czy „nowa widzialność”*, Katowice 2001, s. 56–74.

⁷⁸ Ludwik Erhardt nazywa słuch zmysłem upośledzonym, który jest bezbronny wobec permanentnego ataku dźwiękiem (L. Erhardt, *Sztuka dźwięku*, Warszawa 1980, s. 64–70).

⁷⁹ W kontekście muzyki Raymond M. Schafer pisze, że powstaje w takiej sytuacji rodzaj schizofonii, w której mieszają się dźwięki, nie zważając ani na jednorodność czasu, ani przestrzeni (R. M. Schafer, *Muzyka środowiskowa*, przekł. D. Gwizdańska, „Res Facta” 1982, nr 9, s. 289–315).

czy tekst audiowizualny. Do lamusa zdaje się odchodzić „czytanie w ciemności”, podobnie jak lektura dłuższych tekstów, namysł nad nimi i analizowanie ich. Taki sposób odbioru staje się dziś czynnością niemal elitarną, zarezerwowaną dla hobbyistycznego czy klubowego odbioru w małych, zanikniętych społecznościach fanowskich lub kręgu fachowców – literaturoznawców. Współczesny człowiek nie ma cierpliwości do czytania tekstów długich, znacznie częściej przebiega je wzrokiem, niż skupia się na treści, choć oczywiście taka sytuacja jest nie tyle konsekwencją nowych mediów, ile predyspozycją do ich użytkowania.

W zamian kształtuje się nowy styl czytania, polegający na przesuwnianiu, tropieniu słów kluczowych, przeglądaniu, o czym już tu była mowa przy okazji hipertekstu z jednej strony, oraz w odniesieniu do problemów asocjacyjnego komponowania pozbawionych kulturowych kontekstów czasiek z drugiej. Jeśli dodać do tego dość powierzchowne traktowanie treści, otrzymamy istotę surfowania czy ślizgania, których konsekwencje można porównać z jednym ze „skrzydlatych cyratów” z Woody’ego Alena: „Po kursie szybkiego czytania przeczytałem *Wojnę i pokój* w 20 minut. To jest o Rosji”⁸⁰. Mimo iż hipertekstowy model lektury daje wiele możliwości, uwalniając od ograniczeń technologii druku, to badania nie pozostawiają wątpliwości, że czytanie w taki sposób wywołuje w czytelniku poczucie zagubienia i chaosu. Jeden z badanych użytkowników przekazu hipertekstowego wspomina:

Narracja wydała mi się nerwowa. Nie wiem, czy było to spowodowane hipertekstem, ale dokonywałem kolejnych rozstrzygnięć i nagle się okazało, że opowiadanie nie płynie tak, jak należy, ale jakby przeskakuje do coraz to nowych spraw, za którymi nie nadążałem⁸¹.

Z drugiej strony, porównanie zwykłego tekstu drukowanego z hipertekstem zwykle wypada na korzyść tego drugiego ze względu na silną kontekstowość, wyrwanie tekstu z izolacji i postawienie go w relacji

⁸⁰ Woody Allen once echoed Cunningham’s point but in predictably humorous fashion: *I look a speed-reading course and read War and Peace in twenty minutes. ... But yes, it does involve Russia*. Cyt. za: W. Paulk, R. J. Q. Owens, *How to study in College*, Boston 2014, s. 149.

⁸¹ N. Carr, *Płytki umysł...*, s. 159.

z innymi tekstami i doświadczeniami. Taka lektura otwiera tekst, także na czytelnika. Jest to uwaga, która ma w tle pamięć o tradycyjnym modelu edukacji. Można sobie bowiem wyobrazić, że internetowa sieć nie jest bezwzględnie konieczna, by sytuować teksty w kontekstach i otwierać lekturę na czytelnika.

Jeśli *homo irretitus* podejmuje analizę jakichś czynności, to nie po to, by przeniknąć je do głębi, wnikliwie poznać, po prostu wiedzieć, ale po to, by działać i osiągnąć założony cel. Jest w każdym calu pragmatykiem, który korzysta z rozwiązań już zdefiniowanych i z określonych reguł. Nie poszukuje na wzór idealistów lub marzycieli czegoś odległego, ukrytego czy głębokiego, ale zadawala się czystą *praxis*, dlatego też brak mu emocjonalnego zaangażowania swych poprzedników (zob. w tym kontekście rozpoznanie pod hasłem *O co się toczy edukacyjna gra* na s. 147–167 tej książki). Jednocześnie nie waha się przed programowaniem swoich możliwości i traktowaniem podejmowanego działania w sposób utility-tary, wręcz techniczny, by osiągnąć coraz lepsze efekty, wyniki, oceny, parametry, nie baczy na moralne czy społeczne konsekwencje takich rozwiązań (zob. w tym kontekście refleksje na s. 314–355 tej książki: *Katedra: jeszcze inna możliwość „myślenia o tej całości”*).

Oczywiście taki opis ma charakter mocno generalizujący i nie odpowiada wszystkim procesom poznawczym toczącym się w kulturze. Sama kultura zresztą wytwarza mechanizmy obronne, które można by nazwać ekologią umysłu. Mają one na celu zdystansowanie się do traktowania człowieka i jego otoczenia w sposób techniczny i ekonomiczny, co mogłoby prowadzić do całkowitego zdehumanizowania⁸². Robotami jeszcze nie jesteśmy.

Tym, co łączy różnorodne działania kulturowe charakterystyczne zwłaszcza dla nowych mediów, jest wciąż rynek rządzący się prawami ekonomii. Pozornie chaotyczny, nieograniczony w swej różnorodności, transgraniczny model kultury za pomocą mediów realizuje w rzeczywistości priorytety rynkowe. Gromadzi masową publiczność w inny sposób niż dotychczas. Powoduje powstawanie małych grup odbiorców, reprezentujących społeczności „fanowskie” lub chwilowe, efemeryczne

Pod dyktando
rynku

⁸² Na temat ten ostatnio wypowiedział się także papież Franciszek w encyklice *Laudato Si*, zwracając uwagę na zagrożenia wynikające z marażu technologii i ekonomii, które za pomocą mediów odzierają człowieka z jego duchowego wymiaru.

wspólnoty konsumpcyjnej. Pozwała również sygnalizowane już zjawisko kultury fanowskiej (zob. także s. 92, 114 tej książki), opartej na idei zhorowej inteligencji, summe wiedzy poszczególnych użytkowników mediów. Świetnie ilustrują to działania w sieci wokół programów telewizyjnych czy produkcji filmowych lub telewizyjnych. Henry Jenkins wspomina w tym kontekście programy *reality show* (Robinsonowie, w Polsce takim przykładem mógłby być *Agent*), filmy jak *Matrix* czy narracje kulturowe jak *Star Trek* czy *Gwiezdne wojny*. Widownia tych produkcji to grupa zaangażowana w przekaz, która aktywnie uczestniczy w konstruowaniu dalszego rozwoju akcji, poszukuje odpowiedzi na kwestie poboczne, jedynie zasygnalizowane w wątku głównym, stara się dociec prawdy i znaleźć rozwiązania, zanim zrobi to scenarzysta. To ludzie znający fabułę bardzo dokładnie, zdeterminowani, by odkryć to, co się wydarzy, zanim ujawni to sam program.

Efekty rynkowych mechanizmów są rozmaite, nierzadko głębokie i wiążą się z postawionym tu już pytaniem, czy rzeczywiście standardy masowej kultury wyznaczają przeciętny gust odbiorcy telewizyj, czy może media ten gust kształtują. Da się oczywiście podejrzewać wzajemność relacji. Istnienie seriali adresowanych np. do młodych dziewcząt na nowo definiuje wszystko, co dziewcząt dotyczy: wzorce trybu życia, sposobu ubierania się, zainteresowań. Raz uruchomiony proces wydaje się nie mieć końca, ponieważ oczywiście wszystkie stroje, rodzaje muzyki, sportowe i turystyczne hobby natychmiast stają się przedmiotem rynkowego obrotu, są zatem reklamowane i wobec tego znów adresowane do konkretnych grup odbiorców, tworząc nie tylko nowy segment rynku, ale również specyficzną subkulturę lub wręcz kategorię człowieka (zob. też uwagi na s. 52, 216, 228 i nast. tej książki).

Ten sam rynek kreuje również trendy ponieważ przeciwstawne. Nie wiadomo dobrze, jak finansować kreowanie bogactwa treści zindywidualizowanych i pośród wielu ujawniających się modeli ogólnie opisywanych jako Web 2.0 pojawia się np. pojęcie *user generated content*, co zwalnia z kosztów właścicieli medialnych biznesów i budzi gwałtowne protesty niedawnych entuzjastycznych guru nowych mediów. Jaron Lanier pisze o tym tak:

Z jednej strony sieć przedstawia się jako czynnik rozsadzający scentralizowaną władzę i oddający ją jednostkom. Klienci mogą

rzućcie na kolana wielkie korporacje, rozpowszechniając skargi i organizując bojkot. Małe organizacje w rodzaju Wikileaks mogą zagrozić gigantom władzy za pomocą prostych sztuczek hakerskich i dostępu do sieci. Młodzi Egipcjanie potrafili zorganizować rewolucję za pomocą telefonów podłączonych do Internetu. Ale jest też i odwrotny trend. [...] Pieniądże najbogatszego procenta populacji świata zdominowały politykę. [...] Jednostka okazuje się bezsilna. [...] Skąd wzięła się porażka idei wolnej wymiany informacji? Stał, że zignorowano naturę komputerowej sieci. Jeśli grupa ludzi dzieli wspólną sieć komputerową, jest najzupełniej pewne, że ktoś w tej grupie ma najmocniejszą maszynę. Ludzie są z natury równi, ale komputery – nie. Najsilniejszy z nich jest w stanie dać swemu właścicielowi nieograniczone bogactwa i wpływy, spychając wszystkich pozostałych w obszar niepewności, alienacji i bezrobocia⁸³.

Zarówno potrzeba generowania wpływów z funkcjonowania sieci nowych mediów, jak potrzeba użytkownika poszukującego mimo wszystko orientującego go w medialnym chaosie wskazówek, powodują powstawanie węzłów sieci, np. wielkich portali, sprzedających w rzeczywistości uznaną markę i w ten sposób upodabniających się do tradycyjnych mediów masowych i do medialnych monopolii.

Nie jest, jak o tym była już mowa, w żadnym stopniu jasne, na ile wymienione tu zjawiska wynikają z samej tylko rewolucji technologicznej, a na ile z natury ludzkich gustów i kulturowych oczekiwań oraz na ile są tym szczególnym popytem, który media świadomie lub nie, zawsze jednak intensywnie i ze sporym zaangażowaniem finansowym kreują. Media z całą pewnością nie są w tym względzie niewinne.

Warto wszakże zwrócić przy tej okazji uwagę, jak bardzo opis ten odpowiada rzeczywistości powszechnej edukacji. Szkoła pod żadnym

Zaraza w szkole

⁸³ J. Lanier, *Who Owns the Future*, New York 2014, s. XXIV-XXV. Lanier tworzy pojęcie *Siren Server* gromadzącego zarówno dzieła umieszczane tam darmowo, jak to się dzieje w przypadku YouTube, jak i inne informacje użyteczne dla korporacji w tworzeniu potężnych narzędzi *Big Data*, w tym choćby programów rozpoznawania mowy, autonomicznych translatorów czy handlowo użytecznych przeglądarek wykrywających preferencje klientów. *Siren Server* ludzi użytkowników korzyściami, podobnie jak syreny ludzkiej Odysseusza – w rzeczywistości jednak uzyskując od nich więcej, niż sam oferuje. W kontekście cytowanego Fragmentu zob. uwagi na s. 15, 77, 94, 115 tej książki.

względem nie nadąża za „cyfrową rewolucją” (zob. także s. 62 tej książki). Poza wspomnianymi wyjątkami w Prusach i – być może – w Finlandii bywała zresztą zawsze spóźniona wobec zmian w swoim otoczeniu. Nie ma w szkole kadri, które przewyższałyby uczniów „medialną biegłością”, i nie ma w niej technicznej infrastruktury, która obiecywałaby uczniom „cyfrowy awans”. Szkoła powoduje w tym zakresie raczej regres. A jednak wszystko to, co w powyższym opisie jawi się jako kulturowe następstwa cyfrowej zarazy, w szkole już się wydarzyło.

Szkoła dzisiejsza – z jej nastawieniem na standaryzację i uwypukleniem własnego „produkcyjnego” charakteru, z eliminacją indywidualizmu, zarówno nauczycieli, jak i uczniów, z proponowanymi w niej „atrakcjami”, z postępującą powierczowością w stosunku do treści i pragmatyczną orientacją – wydaje się do nowych czasów dobrze dopasowana, a nie niedopasowana. Te jej cechy są już niezłe rozpoznane.

Nieco bardziej interesujące wydać się może w takim razie pytanie, co tu z czego wynika i jak to się stało. To znaczy, w jakim stopniu przemysłowa przemiana przełomu XIX i XX wieku rzeczywście zdecydowała o aktualnym ustroju szkoły i dominujących w niej treściach. Przede wszystkim zaś, w jakiej mierze to szkoła ukształtowała kulturową rzeczywistość wokół, petryfikując kulturę w jej raczej przedmiotowych standardach „przemysłowych”, a nie jak ona sama jest przez tę kulturę ukształtowana. Znow można by powtórzyć towarzyszącą nam w tym tekście mantrę: nic nie jest tak proste, jak by się na pierwszy rzut oka wydawało.

Ludzie okablowani

Z medioznawczych prac wynika, że mamy dziś do czynienia z nowym typem osobowości. Takim, który kształtuje siebie na obraz i podobieństwo technologii i przypomina „człowieka Turinga” – człowieka-maszynę, który „swą duszę zawdzięcza maszynom”. Alan Turing dowodził w jednym z artykułów, że każdy może stać się taką hybrydą podjęcia humanistycznego i technologicznego, jeśli jego współpraca z komputerem ma charakter osobisty i trwa odpowiednio długo oraz jeśli zaczyna się myśleć i mówić w kategoriach sugerowanych przez maszynę. W tym

⁸⁴ J. D. Bolter, *Człowiek Turinga*, przeł. T. Goban-Klas, Warszawa 1990, s. 319.

kontekście można rozważać problem nowej ontologii, nowego typu człowieka.

Jeśli ta obserwacja jest trafna, to trzeba powiedzieć, że użytkownicy mediów kształtują się na podobieństwo technologii nieświadomie, co zresztą odróżnia obserwowane dzisiaj skutki od niegdyśiejszych prze-widywań Turinga, którego dałoby się obarczyć historyczną odpowiedzialnością za złowrogie następstwa jego wynalazków i koncepcji. Turing zakładał bowiem, że myślenie w kategoriach sugerowanych przez naszyję (uzgodnionych z nią) człowiek podejmie świadomie, podczas gdy faktycznie zrealizowany „człowiek Turinga” tej świadomości nie ma.

Człowiek zostaje zwolniony z funkcji pamiętania. Powierza ją maszynom. Zamiast zapamiętywać informacje czy wydarzenia, ogranicza się do indeksowania, czyli umiejętności szybkiego odnajdywania miejsca, w którym dana informacja została złożona. Zapamiętywanie wydaje się stratą czasu. Mózg skłania się raczej ku temu, by korzystać z rozwiązań szybkiego przeglądania danych na wzór działania nowych mediów. Zwolnienie z pamiętania jest naturalną ucieczką mózgu przed nadmiarem informacji, które atakują go przez nowe media każdego dnia, przy czym magia ery informacji jest pozorna, gdyż nie tyle pozwala człowiekowi wiedzieć więcej, co właśnie mniej.⁸⁵ Podsyła nam bowiem służących w postaci systemów pamięci, filtrów online, algorytmów uwzględniających nasze preferencje użytkownika, a także wiedzę zamieszczoną w sieci⁸⁶, które odciążają pamięć i zwalniają z obowiazku wiedzy.

Badania neurobiologów i psychologów z zakresu kognitywistyki dowodzą, że współczesny człowiek, przyswajając coraz większą ilość informacji, nie potrafi ich jednak selekcjonować, ma problem z określeniem wagi części z nich, nie potrafi podejmować nad nimi refleksji i problematyzować ich treści, ale w sposób charakterystyczny dla rozwiązywaczy krzyżówek doskonale porusza się w encyklopedycznie pojmowanej bazie danych⁸⁶. Człowiek okablowany przyswaja coraz więcej faktów o bestialstwach wojen, ale nie potrafi samodzielnie skonstruować

⁸⁵ D. Brooks, *The Outsourced Brain*, „New York Times” 26.10.2007, cyt. za: N. Carr, *Płytki umysł...*, s. 223.

⁸⁶ D. Wiener, *Jak przegrzewa się mózg, czyli Homo sapiens na zakręcie*. Z *Dawidem Wienerem rozmawia Krzysztof Włodarski*, „Gazeta Wyborcza” 16.08.2009, [http://wyborcza.pl/magazyn/1,133483,6925549,jak_przegrzewa_sie_mozg_czyli_Homo_sapiens_na_zakręcie.html#ixzz3dnOd14WA] – dostęp: 22.06.2015.

wnosku i własnej oceny dokonywanej ludobójstw. Ilość tego rodzaju informacji niejako zniczyła poza tym na ich rzeczywiste znaczenie.

Zwrot ku indeksowaniu śladów przeszłości, zamiast pamięci o nich, nświadania, że nowy człowiek zdaje się odzierać głębiej na rzecz powierzchni i formy. Śliczna inteligencja może czynić z człowieka powłokę, powierzchnię, pod którą nie kryje się nic tajemniczego, co nie mogłoby być poddane analizie operacyjnej. Wydaje się, że nie ma tu odieni ani stopniowania, wszystko jest zdefiniowane i możliwe do opisanja. Nowy typ człowieka jawi się jako nieczuły na historyczny i intelektualny kontekst swej pracy; przyjmuje przeszłość jako nieskończone przedłużenie technologicznej terażniejszości.

Ludzie, którzy systematycznie i bez przerwy korzystają z nowych mediów, tracą zdolność samokontroli: przestają się powściągać, powstrzymać, poskramiać i przyhamowywać. Wraz z technologią wspieraną przez system medialny kreują swoją podmiotowość zgodnie z libidalnymi pragnieniami⁸⁷, co w połączeniu z ofertą nowych mediów daje nieograniczone wręcz możliwości. W ten sposób rodzi się człowiek, dla którego miarą szczęścia i spełnienia jest realizacja pragnień kreowanych przez media. Można nawet mówić o awataryzacji człowieka. Jeśli bowiem awatar jest rodzajem fantazmatu pragnienia, użytkownik przyjmuje na siebie atrakcyjną tożsamość proponowaną mu przez nowe media i od niej uzależnia swoją rynkową wartość, rezygnując z tożsamości podmiotowej – swego osobistego doświadczenia. W konsekwencji podmiot i jego medialny odpowiednik (klon) zostają sprzężone.

Homo irretitus może dostosować się do każdego zdania, znaleźć drogę do każdego celu, wykształcając w sobie kompetencje miękkie na wzór oprogramowania komputerowego. Towarzyszy temu retoryczność, która służy budowaniu relacji z rzeczywistością postrzeganą jako zbiór elementów modalnych, plastycznych, podatnych na kształtowanie. Podobnie dzieje się z osobowością, poddaną medialnej obróbce. Osobiste doświadczenie w wyniku takiej obróbki ustępuje takiemu, które jest zapośredniczone i programowane przez media. W ten sposób dochodzi do awataryzacji podmiotu.

⁸⁷ W. Chyła, *Media jako biotechnosystem*. *Zarys filozofii mediów*, Poznań 2008, s. 39.

Tożsamość, jaką postrzega się w świecie wirtualnym użytkownik, opiera się przede wszystkim na atrakcyjności sieciowego wizerunku. To znaczy, że kreuje on swoją osobowość w oparciu o autoprezentację (zob. w tym kontekście projekt na s. 148–210 tej książki). Przypomina tym samym grę o podłożu ekshibicjonistycznym-woyerystycznym pomiędzy podmiotem a innymi użytkownikami: człowiek medialny kreuje siebie w taki sposób, w jaki chcą go oglądać inni. Podmiot nie podlega tu weryfikacji zewnętrznej, jednostka może być kimkolwiek i czymkolwiek zechce, w zależności od fantazji – fantazmatu pragnienia.

W rzeczywistości nowych mediów tożsamość nieustannie podlega autointerfejsowaniu, autoobrazowaniu, aby zwrócić uwagę innych. Tych, którzy wyznaczają rynkową wartość podmiotowi. Tym samym podmiot nigdy nie jest kimś „skonieczonym”, ale podlega niustającej fluktuacji, by spełnić oczekiwania innych użytkowników medialnie zorientowanego świata. Od tego zależy jego „wartość” rynkowa mierzona liczbą kliknięć, polubień itd.

Tożsamość medialna ma więc przede wszystkim charakter ekonomiczny, ale też popędowo-fikcyjno-ludyczny, w prowadzonej grze uwodzący współgraczy. Jest ludyczną fikcją powodowaną przez popędowe fluksy, podtrzymywane, bo „modulowane” i deteryorializowane przez tożsamość tę pośredniczącą i formującą ją media. Jest to tożsamość o tyle człowieka pracy, o ile on, a nie tylko jakiś „ktoś” na niej tylko zarabia, ale ta tożsamość jest właściwie tożsamością przybieraną w jakimś „zabawo-pracy”, a także w trakcie jakiejś „edukacji-rozrywki” (*edutainmentu*), najbardziej jednak jest tożsamością gracza gry rywalizacyjnej i eliminacyjnej, toczony za i na pieniądze, pod postacią telekomunikowania się z partnerami za pomocą medialno-informatycznych programów⁸⁸.

Tożsamość człowieka zmedializowanego rodzi się zatem na skrzyżowaniu produkcji przyjemności i finansowego zysku, sytuując się poza podmiotem – w świecie wirtualnym, w telereczystości.

⁸⁸ Tamże, s. 180.

Innym objawem tego zawrzenia jest tożsamość narracji medialnej, czyli taka, w której indywidualna świadomość, osobiste doświadczenie zostają zderzone z fabulami wykreowanymi przez programy telewizyjne, narracje medialne. Eklektem takiego połączenia jest nowy typ tożsamości: nasyconej hybrydowej, skończowanej, wyobrażonej, w której w podmiotowe przeżycie zostaje włączona lektura tekstu medialnego na poziomie przeżycia estetycznego lub emocjonalnego. Najbardziej widoczny proces kolazu widoczny jest dzięki zjawisku telereczystości.

Uczestniczący w niej człowiek zmedializowany (a ponieważ także *homo irretitus*) postrzega świat prowadzony do wizerunku wykreowanego za pomocą odpowiedniego medium. Tym samym to właśnie „obrażoświat”, a nie świat przeżywany realnie staje się punktem odniesienia dla poczucia rzeczywistości. Kształtują się w ten sposób nowe tożsamości, w których granica między przeżyciem osobistym a doświadczeniem medialnym zostaje zatarta. W ten sposób rodzi się teleobecność czy świadomość hybrydyczna, która łączy prywatne historie z narracjami opowiadanymi przez media.

Procesowi temu towarzyszy jednak wiele działań medialnych, takich jak niekontrolowana liczba „rozmażających się” obrazów, utrata realności przedstawianego świata, przekształcanie się świata w obraz, fragmentacja tego obrazu. Wywołują one w użytkownika mediów poczucie dezorientacji i zagubienia, defragmentują jego rzeczywistość i scalają na nowo, wykorzystując spoiwa z jego własnego, osobistego przeżycia.

Tożsamość człowieka zmedializowanego konstruuje się i przeobraża na styku światów rzeczywistego i telereczystości, tego, co lokalne, narodowe (wszak jest się zawsze obecnym w świecie poprzez konkretny język i głównie w taki sposób też się myśli⁸⁹) i tego, co globalne, uniwersalne, na pograniczach społeczeństw, które nieustannie podlegają przeobrażeniom kulturowym⁹⁰.

Wywoływany przez telewizję i prasę efekt kolazu nadaje szczególny charakter przemieszaniu sytuacji i potencjalnych stylów

⁸⁹ Zob. jednak: R. Arnhem, *Myślenie wzrokowe*, przeł. M. Chojnacki, Gdańsk 2011.

⁹⁰ E. Rewers, *Tożsamości translacyjne*, [w:] *Media, ciała, pamięć. O współczesnych tożsamościach kulturowych*, red. A. Gwóźdź, A. Nieracka-Cwikiel, Warszawa 2006, s. 9–23.

życia. Z drugiej strony, wpływ środków przekazu na pewno nie przyczynia się wyłącznie do różnicowania i rozdrobnienia. Media mogą dawać dostęp do środowisk, z jakimi jednostka prawdopodobnie nigdy się osobiście nie zetknie, ale jednocześnie znoszą granice między sytuacjami, które do tej pory były nieodwołalnie rozdzielone [...]. Podważa to tradycyjny związek między „otoczeniem fizycznym” i „sytuacją społeczną”. Zapóśredniczone sytuacje społeczne przyczyniają się do powstawania nowych podziałów – i różnic – między uprzednio istniejącymi formami doświadczenia społecznego⁹¹.

To, co Anthony Giddens odnosi do zjawisk mediów masowych, z o wiele większą siłą odpowiada zjawiskom nowych mediów, w których nie tylko kategoria przestrzeni, ale i czasu ulega zmianie ze względu na natychmiastowość czy wręcz równoczesność przekazu i odbioru wydarzenia odległego o tysiące kilometrów. W procesie tym zaciera się granica między doświadczeniem przeżytym a doświadczeniem medialnym.

Rzeczywistość staje się pojęciem niejednoznacznym. Przy udziale mediów i poprzez ich narzędzia człowiek prowadzi bowiem podwójną egzystencję, która rozgrywa się „tu i teraz” oraz „tam” – w świecie realnym i świecie wirtualnym. Taka tożsamość hybrydyczna oparta na teleobecności wykazuje strukturę schizofreniczną czy nawet multifreniczną, która – uwolniona od więzi społecznych – rekonstruuje w sobie świat w sposób ahistoryczny i indywidualistyczny, zdeterminowany chwilą obecną, podległą dyktatowi zmienności. Człowiek zmedializowany pod wpływem natłoku informacji, nadmiaru konsumpcyjnego obrazów medialnych staje się „koszem”, zbiornikiem różnorodnych, niezbornych i niepowiązanych językowo doświadczeń telezeczywistości, konstruującym tożsamość typu insert. Są to:

tożsamości zawsze otwarte na propozycje i gotowe włączyć wszelkie dostępne materiały, na równi pochodzące z doświadczeń

przeżytych, jak i medialnych, o ile tylko mogą one, na określony czas, „warunkowo”, stworzyć koherentną całość⁹².

Wobec takiej tożsamości społeczne afiliacje, tj. rasa, płeć, kulturowa, kraj, miejsce urodzenia, religia, wydają się drugorzędne. Dyskursy etniczne zostają zastąpione przez świadomość nowoplemienną, opartą na wspólnotowości medialnej: telewizyjnej, wirtualnej, sieciowej. Nie znaczy to bynajmniej, że znikają one z horyzontu. Wręcz przeciwnie, ze względu na duży stopień anonimowości ujawniają się kulturowe i religijne atawizmy, żeby wspomnieć ostatnie (końcowe miesiące roku 2015 – początek 2016) wypowiedzi medialne i społecznościowe w nowych mediach na temat muzulmanów czy emigrantów. Chodzi jednak o sytuację, w której pomimo radykalizowania się postaw na poziomie języka dochodzi do pewnego uzgadniania płaszczyzn porozumienia z powodu podobnych zainteresowań, wspólnych fascynacji, podejmowanych działań itp., a takie są możliwe dzięki nowym mediom.

Na płaszczyźnie aksjologii czy psychologii można natomiast mówić, choć z obawą przed nadmiernymi generalizacjami, o zaniku w „okablowanych ludziach” atrybutów humanistycznych, takich jak empatia, altruizm, tolerancja. W ich miejsce pojawiają się obojętność, powierzchowność, elementarne atawizmy warunkujące przetwarzanie.

Jako istota społeczna z powodu nowych mediów „człowiek okablowany” utracił wewnętrzne możliwości budowania codziennych bezpośrednich relacji z innymi. Są one bowiem w zasadniczym stopniu zapośredniczane przez media społecznościowe. Niejednokrotnie można zobaczyć scenę, w której młodzi ludzie siedzący obok siebie „rozmawiają” ze sobą za pomocą urządzenia mobilnego, a jednocześnie z innymi użytkownikami sieci. Społeczeństwo sieciowe sprzyja rozwojowi „cyfrowego autyzmu”, który przejawia się w ograniczaniu kontaktów z innymi, zamknięciu się w sobie, nieumiejętności wyrażania siebie, swoich emocji w obecności drugiego człowieka itp.

Więcej. Rozważania socjologów i filozofów ukazują człowieka Okablowanego jako konstrukcję ontologiczną o charakterze po-człowieka⁹³,

⁹¹ W.J. Burszta, *Tożsamość narracyjna w dobie ekranu*, [w:] *Narracja i tożsamość (I)*.

Narracje w kulturze, red. W. Bolecki, R. Nycz, Warszawa 2004, s. 37.

⁹³ W. Chyła, *Media jako biotechnosystem*, dz.cyt.

więc takiego, który rzeka się swej biologicznej i podmiotowej autonomii na rzecz technicznych protez swoich ludzkich i społecznych kompetencji⁹⁴. Rozumiana w ten sposób pseudopodmiotowość *homo irretitus* wpisuje się w ciało rozumiane jako „płątanie” kabli transmitujących dane, maszynę podtrzymującą różne funkcje fizjologiczne, co prowadzi do stechnicyzowania każdej formy aktywności czy obecności człowieka w świecie. W nieco innej perspektywie można sytuację po-człowieka opisać jako substancję płynną⁹⁵, zależną od dostępu do mediów i ich przekazu – nietrwałą, nieprzewidywalną, niestabilną, wciąż pomnażaną w niezaplanowany sposób poprzez nowe przekazy medialne.

Wizje dawnych proroków

Co się dzieje z tymi wizjami? Alan Turing, przeprowadzając narodziny prawdziwej inteligencji w maszynie, zaproponował wprawdzie swoją „grę w udawanie”, stanowiącą w istocie prymitywnie behavioralne spojrzenie na istotę rozumu i świadomości, nie twierdził jednak, że myślenie realizuje mechanicznie projektowany algorytm i daje się doń sprowadzić. Przeciwnie:

Próbując skonstruować takie [myślące] maszyny, nie uzurpujemy bezczelnie Jego [Boga] mocy tworenia dusz w żaden sposób inaczej, niż to robimy; płodząc obdarzone nimi dzieci. W obu przypadkach jesteśmy raczej instrumentami Jego woli, zapewniając owym душom siedliska⁹⁶.

Turing nie wierzył ani w Boga, ani w nieśmiertelną duszę, rozum jednak, o którym pisał, był dlań naprawdą, a nie tylko funkcjonalnie, nieodróżnialny od ludzkiego. Turing wierzył w matematykę i Uniwersalną Maszynę własnego pomysłu. Sądził, że wszystko, co „działa”, jest

⁹⁴ Zjawiska takie opisują autorzy zbiorowego tomu *Media, ciało, pamięć...*, dz.cyt.

⁹⁵ Tożsamość w dobie nowych mediów staje się tożsamością mobilną, o nieustannie przesuwanych granicach, horyzontach poznawczych, punktach odniesienia, wpisując się w koncepcję sociologii mobilności (zob. J. Urry, *Sociologia mobilności*, dz.cyt.).

⁹⁶ A.M. Turing, *Computing Machinery and Intelligence*, „Mind” 1950, t. (vol.) 59, nr 236, s. 443.

jej w matematycznym sensie równoważne. Także ludzki umysł ma swój matematyczny odpowiednik, choć jego naturę Turing widział jako całkowitą tajemniczą, może nawet niemożliwą do poznania emergentną własność sumy nieskończonej niemal wielu prostych skądinąd funkcji, które dzisiaj utosiarnialibyśmy może z działaniem pojedynczych neuronów. W żaden sposób nie da się sprowadzić wizji Turinga do koszarnej wizji technokratów – takie wizje pojawiały się raczej w pomurach czasem wizjach Lema (zob. np. *Powrót z gwiazd*) czy Gibsona. Dziś rozpoznawalne są w przywoływanej poprzednio powieści Houellebecq.

W *Bombie megabitowej* Lem – choć przecież pomysł, że maszyny mogą kiedyś myśleć prawdziwie, uznawał za w zasadzie pewny – dostrzegat równocześnie, że najwyraźniej nieodłączną cechą prawdziwej inteligencji są jej niedostatki. Nikt nigdy nie widział np. głupich mrówek albo mrówek szalonych, a od głupich ludzi i błędów przez nich popełnionych wprost się roi. Dlatego – zdaniem Lema – pierwszym efektem niewątpliwie długotrwałych i bardzo kosztownych wysiłków zmierzających do stworzenia sztucznego rozumu będzie skonstruowana wreszcie maszyna prawdziwie głupia. Turing zakładał zawsze, że myśląca maszyna musi się uczyć, musi popełniać błędy i nieomylną się raczej nie stanie. Jego słynnych testów – a polegały one na tym, że komputery udawały ludzi w rozmowie, jak w internetowym czacie – długo nie przechodził żaden z najmocniejszych komputerów, ale zaznaczyć należy, że zdarzało się je oblać wielu ludziom brany mmytkowo za nieudolnie zaprogramowane maszyny.

Śmiałe wizje przyszłości pojawiały się w każdym razie w różnych postaciach i różnych cyfrowych rzeczy dotyczyły. Były więc czarowne wirtualne światy Sutherlanda, był HAL 9000 z *Odysei kosmicznej* Stanleya Kubricka i Arthura C. Clarke’a, cyfrowa demokratyczna przemiana zwiastowana przez Laniera czy podobne, choć mniej śmiałe, wizje Nicholasa Negroponte, założyciela i pierwszego szefa słynnego Media Lab w MIT, które w znacznym stopniu nadało nowym mediom ich dzisiejszy kształt⁹⁷. Wszystko to tworzyli znajdujący się na rzeczy pionierzy nowych technologii, romantycznie wierzący w ich wyzwolenie i potencjał. Kontrastowały z tymi wizjami obrazy tworzone w literaturze.

Ciekawe i prawdopodobnie charakterystyczne wydaje się to, że – jak dotąd – trafniejsze okazały się raczej owe literackie, pomurze przed-

⁹⁷ N. Negroponte, *Being Digital*, New York 1995.

stawienia. Być może dlatego, że tworzyli je ludzie, którzy słabiej znali technologię, ale lepiej – ludzką naturę.

Rzeczywistość cyfrowych technologii, tego, co z nich się realizuje i w jaki sposób jest wykorzystywane, jest złożona. Na przykład „ubieralne komputery”, rozszerzające ludzką pamięć i oferujące rozszerzoną rzeczywistość (kategoria odmienna od rzeczywistości wirtualnej), istniały w prototypach od lat osiemdziesiątych lub dziewięćdziesiątych ubiegłego stulecia⁹⁸. Ale *Google glasses*, oferujące część ich funkcjonalności i zapowiedane z ekscytacją, zniknęły z rynku w atmosferze rozczarowania pomimo technicznej poprawności. Dla wielu rozwiązań, oczekiwanych z entuzjazmem i obiecujących wiele, nie znaleziono rynkowego zastosowania i po prostu zbytu. Przypomnieć należy rolę gier w rozwoju technologii komputerowych i faktu, że to właśnie gry wymusiły stworzenie interfejsu komputerowego z wszystkimi przyjaznymi dla użytkownika funkcjami, które wcześniej nie rozwijały się niemal wcale, mimo wysiłków wielu znanych pionierów, w tym cyfrowanego tu Sutherlanda. Podobnie jak nie udało się model dostępnej w mikropłatnościach publiczystyki, muzyki i innych, od dawna łatwo cyfrowo dystrybuowanych treści medialnych. A spodziewano się po tym cywilizacyjnego przełomu demokratycznego, upodmiotowiającego jednostkę. Nie widać też, jak miałyby rynkowo funkcjonować zapowiadana cyfrowa demokracja w mediach. Brak wciąż pomysłu na finansowanie tego rodzaju przedsięwzięć.

Brakuje również warsztatowych i artystycznych pomysłów wykorzystujących technologie pozornie oferujące wspaniałe możliwości. Da się dziś stworzyć fotorealistyczną wirtualną scenografię. Możliwi są wirtualni aktorzy nieodróżnialni od żywych. Da się tworzyć spektakle i filmy w światach, po których widz będzie się mógł swobodnie poruszać, mając pełne poczucie uczestnictwa bez konieczności „zawieszania niewiary”. Tyle że wtedy żaden reżyser nie będzie mógł krzyknąć „cięcie”, kończąc w ten sposób scenę. To widz będzie decydował, kiedy chce przestać oglądać. Nie będzie można pokazać widzowi emocjonalnego zbliżenia detalu twarzy aktora, bo to również widz zdecyduje, gdzie stanie i na co będzie patrzył oraz kogo będzie słuchał. Ani żaden reżyser nie umie poradzić sobie z takim zadaniem, ani nic nie wskazuje na to, że akurat takich doświadczeń naprawdę oczekują odbiorcy.

Jest więc również tak – i prawdopodobnie zawsze tak będzie – że nowe media trzeba od podstaw wymyślać. Zupełnie niezależnie od obserwowania podobnych do sytuacji, w której mamy już co prawda w rękach filmową kamerę, ale nie mamy jeszcze pojęcia o zawodzie operatora obrazu, reżysera i montażysty, pomysł ścieżki dźwiękowej zaledwie przychodzi nam do głowy, ale żadne kino, telewizja ani żadna sieć komputerów – nic z tych rzeczy jeszcze nie istnieje.

⁹⁸ Tamże.