

Magdalena Szpunar

Nowe-stare medium

Internet między tworzeniem nowych modeli komunikacyjnych a reprodukowaniem schematów komunikowania masowego

Wydawnictwo IFiS PAN, Warszawa 2012, 235 s., ISBN 987-83-7683-061-2

Komunikacja międzyludzka ewoluuje od ponad 400 tysięcy lat. Początkowa gestykulacja wraz z rozwojem cywilizacyjnym została wyposażona w przekazy dźwiękowe, które z kolei przekształciły się w poszczególne słowa. Z upływem czasu to, co słyszalne otrzymało swój widzialny odpowiednik. Oprócz słowa mówionego pojawiło się słowo pisane. Możliwość komunikacji za pośrednictwem systemu znaków znacznie usprawniła przekaz informacji. Pomimo wynalezienia języka czy pisma ludzie nie zaprzestali ani oralnej komunikacji, ani pierwotnej gestykulacji. Podobnie – wynalezienie druku, które nie stało się przyczynkiem do śmierci słowa pisanego odręcznie. Radio nie wyparło telefonu, telewizja nie pogrążyła radia ani kina, internet nie wyeliminował starych mediów. Jak pokazuje historia, starsze generacje narzędzi komunikacyjnych nie zawsze zostają całkowicie zastąpione innymi, ale poddają się procesowi konwergencji, czerpią z siebie nawzajem i kooperują. Proces mediotwórczy ma zatem charakter cykliczny, samopowielający – media rodzą media.

Krakowski medioznawca Magdalena Szpunar, doktor habilitowany nauk społecznych, już na początku książki wyraża swój pogląd na temat miejsca internetu w obliczu starych mediów: „Internet traktuję jako nowe-stare medium, gdyż zawiera w sobie cechy zarówno nowych jak i starych mediów” (s. 7). Następnie popiera swoje hipotezy wieloma argumentami, powołując się na światowej sławy badaczy. We wstępie zwraca uwagę na nadzieje, jakie wiązano z internetem w początkowej fazie jego rozwoju. Uważano na przykład, że może stać

się lekarstwem zwalczającym chorobę, na którą zapadali użytkownicy starych mediów, czyli ciągłe uczucie głodu informacji i konsumpcję wszelkich medialnych treści. Przewidywano, że przyniesie wyzwolenie staromedialnych jeńców spod jarzma nadawców serwujących informacyjne papki. Jednostronny model przepływu informacji miał zostać pokonany dzięki sprzężeniu zwrotnemu, które umożliwiło konfrontację własnych poglądów z przekazami płynącymi od nadawców medialnych. Ale przewidywania nie sprawdziły się i to, co nieznane okazało się znany w nowej odsłonie.

W pierwszym rozdziale autorka porównuje internet do religii. Wykazuje, że przez wielu uczonych jest on gloryfikowany, przedstawiany jako mistyczna technologia. Biorąc pod uwagę fakt, że powstaje coraz więcej wspólnot sieciowych, których członkowie (wyznawcy) składają w ofierze internetowym bóstwom swój cenny czas, sformułowanie „wyznawca internetu” jest jak najbardziej trafne. Podobnie przecież tworzyły się wspólnoty religijne, z tym, że przedstawiciele dzisiejszych oddają cześć wirtualnym światom na ekranach komputerów, laptopów, smartfonów. Internet, dając pozory nowości, przyciągnął do siebie więcej użytkowników niż jakiegokolwiek inne medium. Dlaczego? Bo odpowiada na ulokowaną w jednostkach pogoń za odkrywaniem tego, co nieznane. Jednak to, co na pierwszy rzut oka wydaje się nowe, po dokładniejszej analizie zaczyna wyglądać znajomo. Autorka wskazuje, że internet nie powstał z niczego, lecz stanowi kolejną generację, nowe wcielenie poprzedniej technologii. Bazując na koncepcji Sama Lehmana-Wilziga i Avigdora

Cohena, opisuje siedem stadiów rozwojowych, przez które przechodzi każde medium, udowadniając tym samym, że historia rozwoju nowych mediów stanowi naturalny etap ewolucji starych mediów. Oprócz koncepcji izraelskich badaczy Szpunar wymienia także koncepcję mediamorfozy autorstwa Rogera Fidlera i postuluje, żeby konkretne medium postrzegać jako element większego systemu mediów, jako swoisty ekosystem mediów. Finalną częścią pierwszego rozdziału jest przedstawienie stojących ze sobą w opozycji dwóch modeli konstruktywizmu oraz determinizmu technologicznego. Autorka wyjaśnia w tym miejscu powody, które sprawiły, że internet jako nowe medium jest użytkowany w sposób tożsamy z użytkowaniem starych. Jednostki zakorzenione w znajomych im praktykach odbioru nie potrafią się ich wyzbyć na rzecz możliwości, które stwarza im internet. Dodatkowo, leniwe poznawczo jednostki stosują zasadę minimalizacji własnego wkładu na rzecz maksymalizacji korzyści i w momencie styczności z nowym medium stosują znane im nawyki jego użytkowania.

W rozdziale drugim Szpunar przedstawia proces ewolucji internetu z medium elitarnego w kierunku medium masowego. Swoje rozważania rozpoczyna od zapoznania czytelnika z genezą powstania nowego medium. Następnie kieruje uwagę w stronę jego pierwszych użytkowników, nazywając ich, za Erickiem Raymondem, samotnymi czarodziejami i dostojnymi magami pracującymi w odosobnieniu. Przedstawia sposób postrzegania pionierów internetu, dając możliwość skonstrastowania ich wizerunku z obrazem współczesnego internauty. Internet, początkowo przeznaczony dla elitarnego grona odbiorców, poddał się procesom komercjalizacji i umasowienia, zamieniając swój charakter – z elitarnego na powszechny. Autorka przywołuje scenariusz komercjalizacji medium Colina Blakmana, akcentując kwestię wolności. Zauważa, że prawo wyboru treści internetowych jest ograniczone przez wyszukiwarki, które tylko pozornie dają możliwość

selekcji informacji, a w rzeczywistości kierują uwagę użytkowników na konkretne przekazy.

W dalszej części rozdziału autorka podejmuje problem umasowienia internetu i najpierw przedstawia zdanie takich teoretyków, jak Niklas Luhmann, Denis McQuile, Tomasz Goban-Klas, a następnie stwierdza, że internet można traktować jako medium masowe, ale jedynie ze względu na zasięg jego upowszechnienia. Natomiast, biorąc pod uwagę charakter komunikacji, takie stanowisko, jej zdaniem, jest błędne. Bardzo istotną kwestią poruszoną przez Szpunar jest model komunikacji Web 2.0 pozwalający użytkownikom na aktywne korzystanie z zasobów sieciowych oraz idąca za nim ekonomia długiego ogona związana ze sprzedażą dóbr i usług w sieci. Jako jedna z niewielu badaczy podejmuje tematykę reguły jednego procenta, według której 90 procent internautów tylko przegląda treści, 9 procent je modyfikuje, a znikomy jeden procent – tworzy. Tę koncepcję wiąże z potencjałem aktywizacji internetu i trafnie zauważa, że pomimo możliwości jakie daje to medium, bardzo niewielki odsetek użytkowników w pełni je wykorzystuje.

Rozdział trzeci to bardzo rozległy opis topologii sieci. Autorka przedstawia w nim między innymi koncepcję małych światów Stanleya Milgrama dowodzącą istnienia globalnej wioski. Koncepcja, nazywana inaczej hipotezą sześciu stopni separacji, dotyczy sieci znajomych, w obrębie których są ze sobą połączeni członkowie każdej zbiorowości. Szpunar wskazuje na silne powiązanie koncepcji małych światów z liczbą Robina Dunbara. Brytyjski antropolog, badając relacje międzyludzkie, zauważył, że maksymalną liczbą znajomych z jaką dana jednostka jest w stanie utrzymywać kontakty jest liczba 150 osób. Powyżej tej wartości są już osoby, z którymi jednostka nie wchodzi w bliższe relacje. W obu koncepcjach istotnym aspektem są więzi społeczne. Autorka zwraca uwagę na kwestię ważności słabych więzi społecznych. Powołując się na prace Marka Granovettera, zauważa, że jednostki otaczają

ce się jedynie kręgiem najbliższych znajomych stwarzają dla siebie homogeniczne środowisko, które blokuje ich rozwój. Zamknięcie się w kręgu skupiającym osoby podobne do siebie pod względem wieku, płci, zawodu czy zainteresowań powoduje niechęć do wszelkiej zmiany, a przede wszystkim staje się przyczyną deficytu informacyjnego. Zwiększenie liczby znajomych pod wieloma względami różnych od jednostki powoduje napływ zróżnicowanych informacji, sprzyja integracji społecznej, wzbogaca kompetencje komunikacyjne jednostki oraz uczy ją dostosowywania się do nowych sytuacji.

Krakowska badaczka przedstawia dwie teorie związane z architekturą internetu. Dominującą w latach 90. ub. wieku teorię sieci jako emanacji małych światów, autorstwa Alberta Babarabsiego i Reka Alberta, oraz najnowszą zakładającą jego podobieństwo do muszki smokingowej. Porównanie zaczerpnięte z książki Yochai Benklera trafnie wskazuje na istnienie swoistego centrum internetowego (środka muszki) wokół którego skupiają się najczęściej odwiedzane strony WWW. Wyszukiwarki prowadzą między sobą zawziętą batalię o zdobycie jak największej liczby użytkowników, a co za tym idzie – otrzymanie największych profitów finansowych. Aby zwyciężyć konkurencję, firma Google postanowiła stworzyć wirtualną bibliotekę i wykorzystać wiedzę pochodzącą z książek do celów komercyjnych, aby nieustannie powiększać swoje algorytmy. Jeżeli wyszukiwarka staje się skarbnicą informacji, ludzie będą z niej korzystali, a firma zarobi na reklamach. Szpunar trafnie opisuje ją jako „porządkowarkę” (s. 118), zwracając uwagę na ewolucję algorytmów w stronę komercyjnego porządku ustalanego przez Google’a.

Informacje związane z koncentrowaniem się treści w internecie zostały szerzej opisane w rozdziale czwartym. Szpunar zauważa pojawienie się sytuacji zagrażającej pluralizmowi opinii z racji kontroli sprawowanej przez spółki dominujące na rynku, które utrudniają mniejszym firmom możliwość prezentowania swo-

ich treści. Oferta medialna ulega tym samym ograniczeniu, a użytkownicy sieci mają mniejszą możliwość poznawania różnych punktów widzenia. Dynamiczny przyrost ilości stron internetowych powoduje, że jednostki mają utrudniony dostęp do poszukiwanej informacji – jej znalezienie jest, zdaniem autorki, bardzo problematyczne, a czasem nawet niemożliwe.

W ostatnim rozdziale zostały przedstawione mechanizmy odbiorcze treści internetowych. Autorka bardzo wyraźnie wskazuje na reprodukcję sposobów odbierania informacji, które są charakterystyczne dla starych mediów. Swoje spostrzeżenia wiąże z teorią habitusu Pierre’a Bourdieu, wnioskując, że człowiek w procesie poznania posługuje się wyuczonymi nawykami i mimo pojawienia się nowych możliwości rezygnuje z nich na rzecz tego, co dobrze zna, z czego od dawna korzysta. Media reprodukcją mechanizmy odbiorcze właściwe dla swoich poprzedników. „Większość odbiorców odwołuje się do swoich doświadczeń medialnych, konstruktów myślowych, które cechowały ich wcześniejsze zachowania medialne. Jedynie niewielu jest gotowych wejść w otwarty dyskurs z medium, nie ograniczając swych zachowań do biernego konsumowania narzuconych przez medialnego gatekeepera treści” (s. 175).

Oprócz charakterystyki sposobów odbioru przekazów oferowanych w internecie Szpunar zapoznaje czytelnika także z ich kreatorami. Na początku dokonuje rozróżnienia dwóch pojęć: *activity* – definiowane jako działanie związane z wyborem danego medium zgodnie z preferencjami odbiorcy – oraz *activeness*, czyli aktywność przejawiana w twórczości podejmowanej w styczności z danym medium. Następnie zwraca uwagę na fakt związany z teorią użytkownika i korzyści, a mianowicie na gratyfikacje, jakie może otrzymać jednostka aktywna w wirtualnej przestrzeni. Wśród nagród wymienia takie profity, jak zdobycie szacunku i prestiżu, spełnienie potrzeby samorealizacji, czy możliwość pozyskania lepszej pracy. Zaznacza, że dawniej mianem twórcy określano jedynie

wąski krąg profesjonalistów wykazujących się wiedzą i umiejętnościami w danej dziedzinie. Nowe media dokonały redefinicji pojęcia kreatora. W rzeczywistości sieciowej twórcą może być każdy, kto ma ochotę na aktywne uczestnictwo w internetowym świecie. Twórczość nie ogranicza się więc jedynie do mistrzów w danej dziedzinie, ale przejawia się w działalności hobbystów, czy animatorów.

Technika idzie nieustannie do przodu i ewoluuje, dając człowiekowi coraz większe możliwości komunikacyjne. To, co dawniej jawiło się jako swoiste science fiction, dzieje się na naszych oczach tu i teraz. Rozkręcona do maksimum machina postępu zaskakuje nas z dnia na dzień coraz nowszymi rozwiązaniami. Jak dowodzi Szpunar, to co nowe nie jest nam w żadnym wypadku obce, lecz jest tym, co dobrze znamy. Nowy nie znaczy pierwszy, ale nowszy. Każda nowinka technologiczna jest jedynie transformacją, udoskonaleniem pierwotnego wzoru. Internet, jawiący się początkowo jako nowe medium, po głębszej analizie jego genety

i rozwoju okazuje się ulepszoną rekonstrukcją swoich poprzedników. Jak pisze o nim sama autorka, jest „nowym winem w starych bukłakach”. „Johannes Gutenberg – Johann Fust – Petrus Schoeffer” – to pierwsze słowa napisane dzięki ruchomym czcionkom Gutenberga. „Co uczynił Bóg” – to pierwsza sentencja przesłana telegrafem Morse’a. „Panie Watson proszę przyjść, potrzebuję Pana” – to pierwsze zdanie wypowiedziane przez telefon. „Lo” – to część wyrazu login, która 29 października 1969 roku została przesłana w ramach sieci ARPANET. Wysyłanie wiadomości i plików za pomocą sieci kablowej i radiowej stanowi obecnie najszybszy i najdoskonalszy system wymiany danych. Czy internet ewoluuje lub zostanie zastąpiony przez inne medium? Na odpowiedź zapewne przyjdzie nam jeszcze trochę poczekać, ale warto zaznaczyć, że przesłane w 2014 roku za pomocą lasera „hello world” może dać początek kolejnej generacji mediów.

Ewelina Dziwak



Lechosław Gawlikowski

Pracownicy Radia Wolna Europa. Biografie zwykłe i niezwykłe

Instytut Studiów Politycznych PAN, Naczelna Dyrekcja Archiwów Państwowych
Warszawa 2015, 918 s.

ISBN 978-83-64091-49-0; ISBN 978-83-64806-57-5

Radio Głos Wolnej Polski rozpoczęło emisję programu z Monachium 3 maja 1952 r., stając się dwa lata później najchętniej słuchaną w kraju rozgłośnią zachodnią. Miarą jego znaczenia i sukcesu było audytorium (ok. 10 mln słuchaczy), akcja zagłuszania prowadzona z terenu Polski (do 1956 r. i od 1971 r.), Czechosłowacji i Związku Sowieckiego oraz uporeczywa, choć bezskuteczna kampania dyskredytująca mająca dowiedzieć, że RWE kłamie, służąc obcym interesom.

Rozgłośnia docierała do ogółu społeczeństwa audycjami adresowanymi do poszczególnych grup odbiorców, robotników, rolników i inteligencji. Oferowała programy poświęcone sytuacji w Polsce i na świecie, poruszała zagadnienia gospodarcze, analizowała światowy ruch komunistyczny, mówiła o kulturze i literaturze. Była, jeśli wolno posłużyć się wytarłą metaforą, „oknem na świat”, odnosząc się do tego wszystkiego, co było nieobecne lub