

Spis treści

Wstęp	13
1. Internet i komputery – historia, funkcjonowanie, oddziaływanie	28
1.1. Od liczydła do Globalnej Sieci. Historia i funkcjonowanie komputerów i Internetu	30
1.2. Przesyłanie bitów zamiast transportu atomów. Digitalizacja, cyberprzestrzeń i rzeczywistość wirtualna	40
1.2.1. Rzeczpospolita zerojedynkowa, czyli meandry cyfryzacji.....	40
1.2.2. Cyberprzestrzeń i rzeczywistość wirtualna, czyli o metageografii nowego świata	43
1.3. Różne aspekty funkcjonowania i regulacji Internetu	48
1.3.1. Kontrolerzy i <i>gatekeeperzy</i> Internetu	49
1.3.1.1. Władcy domen, czyli kto rządzi Internetem?	49
1.3.1.2. Filtrowanie Internetu, czyli potęga wyszukiwarek.....	52
1.3.2. Internet a prawo – pytania i wyzwania.....	58
1.3.2.1. Romantyczni kowboje kontra nudni prawnicy – czy w Internecie obowiązuje prawo?.....	59
1.3.2.2. Własność i prywatność – spór o ACTA.....	64
1.3.3. (Nie)trwałość internetowych publikacji, czyli archiwizacja zasobów Sieci	70
2. Internet jako nowa forma komunikacji: szanse i niebezpieczeństwa	78
2.1. Internet – tradycyjne medium czy interaktywne metamedium?	78
2.1.1. „Internet” czy „internet”?.....	79
2.1.2. Czy Internet to „medium”?	80
2.1.3. Interaktywność komunikacji internetowej	87
2.2. Zmieniające się oblicze mediów i dziennikarstwa: nowe media, Web 2.0, social media, dziennikarstwo obywatelskie	92
2.2.1. Nowe media. Nowe, czyli jakie?	92
2.2.2. Web 2.0 i social media, czyli wszyscy o wszystkim ze wszystkimi.....	101
2.2.2.1. Web 2.0 – rzeczywistość czy kolejny mit?	101

2.2.2.2. Informacja to podstawa, czyli o mediach społecznościowych	110
2.2.2.3. Przyszłość mediów społecznościowych	121
2.2.3. Blogi i dziennikarstwo obywatelskie: nowe formy dziennikarstwa	127
2.3. Blaski i cienie Internetu i nowych mediów, czyli o konieczności etycznej i aksjologicznej refleksji nad techniką	136
2.3.1. Technika – czy na pewno neutralna etycznie?	137
2.3.2. Refleksja aksjologiczno-etyczno-moralna nad techniką i postępowaniem – propozycja Kościoła katolickiego	140
2.3.3. Ciemne strony Internetu	143
3. Konwergencja mediów i jej konsekwencje	155
3.1. Konwergencja mediów i jej konteksty	155
3.2. Obszary konwergencji mediów	161
3.2.1. Płaszczyzna technologiczna	162
3.2.1.1. Konwergencja urzędów	162
3.2.1.2. Konwergencja rozwiązań	168
3.2.1.3. Konwergencja sieciowa	171
3.2.2. Konwergencja ekonomiczna	173
3.2.2.1. Konwergencja rynkowa i regulacyjna	173
3.2.2.2. Konwergencja korporacyjna	176
3.2.3. Konwergencja zawartości	183
3.3. Konwergencja a społeczeństwo informacyjne i globalizacja	192
3.3.1. Informacja i sieciowość a zmiany społeczne	192
3.3.2. Świat skompresowany, czyli o globalizacji	200
4. Prasa drukowana w obliczu wielkich przemian	204
4.1. Prasa – historia, pojęcie, rodzaje i funkcje	204
4.1.1. Krótka historia rozwoju prasy drukowanej	205
4.1.2. Natura, cechy i podziały prasy	208
4.1.3. Funkcje prasy	210
4.2. Prasa: śmierć czy nowe życie? Wielka wędrówka z papieru na ekran	217
4.2.1. Prasa w Sieci	218
4.2.1.1. Historia prasy internetowej na świecie i w Polsce	219
4.2.1.2. Strona WWW czy e-wydanie?	223
4.2.1.3. Artykuł prasowy a artykuł internetowy	229
4.2.2. Tablety i e-czytniki szansą na przetrwanie prasy?	233

4.3. Przyszłość prasy	246
4.3.1. Spór o śmierć druku	247
4.3.2. Czy zbliża się koniec darmowych treści w Internecie?	253
5. Radio i telewizja w świecie analogowym	262
5.1. Radio i jego historia.....	263
5.2. Historia telewizji	269
5.3. Radiofonia i telewizja – trudności z definicją i cechy wspólne.....	273
5.4. Radio: jak zmieniło świat? Natura radia i sposób przekazu	278
5.5. Od paleotelewizji do hipertelewizji. Natura telewizji i jej przemiany	286
5.5.1. Podstawowe cechy telewizji i jej języka.....	286
5.5.2. Od zimnej paleotelewizji do gorącej hipertelewizji.....	296
5.5.3. Telewizja jako źródło informacji i rozrywki oraz nośnik reklamy	300
6. Radio i telewizja: w obliczu konwergencji i digitalizacji	308
6.1. Telewizja w cyfrowym świecie.....	308
6.1.1. Nowe środowisko, nowe możliwości	309
6.1.2. Cyfryzacja telewizji naziemnej.....	314
6.1.3. Telewizja w Internecie	322
6.2. Radio w cyfrowym świecie	332
6.2.1. Cyfryzacja radia: pytania, wątpliwości, możliwe scenariusze.....	332
6.2.2. Radio tradycyjne a radio internetowe	334
6.2.3. Cyfryzacja naziemnych stacji radiowych.....	341
Zakończenie	346
Bibliografia	356
Źródła (akty prawne, orzeczenia sądów i dokumenty urzędowe).....	356
Materiały drukowane	357
Opracowania	357
Artykuły prasowe	377
Publikacje internetowe (netografia)	378
Opracowania	378
Informacje, artykuły publicystyczne, wpisy na blogach i inne publikacje	383
O Autorze	346

Zastrzeżonych nazw firm i produktów użyto wyłącznie w celu identyfikacji

Media in the analog and digital world. The impact of the digital revolution on reconfiguration in the social communication

Table of content

Abstract	11
Introduction	13
1. The Internet and computers – history, function, interaction	28
1.1. From the abacus to the Global Network. History and function of computers and the Internet	30
1.2. Transmission of bits instead of atoms. Digitalization, cyberspace and virtual reality	40
1.2.1. The Republic of zeros and ones, i.e., meanders of digitization	40
1.2.2. Cyberspace and Virtual Reality, i.e., metageography of a new world	43
1.3. Various aspects of the functioning and regulations of the Internet	48
1.3.1. Controllers and gatekeepers of the Internet	49
1.3.1.1. The rulers of domains, i.e., who rules the Internet?	49
1.3.1.2. The Internet filtering, i.e., the power of search engines	52
1.3.2. The Internet and the law – questions and challenges	58
1.3.2.1. Romantic cowboys vs. boring lawyers – whether the Internet is under the law?	59
1.3.2.2. Ownership and privacy – a dispute over ACTA	64
1.3.3. (Un) sustainability of online publications, i.e., the archiving of Web resources	70
2. The Internet as a new form of communication: opportunities and risks	78
2.1. The Internet – a traditional medium or an interactive metamedium?	78
2.1.1. ‘The Internet’ or ‘the internet’?	79
2.1.2. Is the Internet a ‘medium’?	80
2.1.3. Interactivity of the Internet communication	87
2.2. The changing face of the media and journalism: the new media, Web 2.0, the social media, citizen journalism	92
2.2.1. The new media. New, meaning what?	92

2.2.2. Web 2.0 and the social media, that is everyone about everything with all	101
2.2.2.1. Web 2.0 – reality or another myth?	101
2.2.2.2. Information is the key, i.e., about the social media	110
2.2.2.3. The future of the social media	121
2.2.3. Blogs and citizen journalism: new forms of journalism	127
2.3. Pros and cons of the Internet and the new media, i.e., the need for ethical and axiological reflection on the technique	136
2.3.1. Technique – is it truly ethically neutral?	137
2.3.2. Axiological-ethical-moral reflection on technology and progress – the proposal of the Catholic Church	140
2.3.3. The dark side of the Internet	143
3. Media convergence and its implications	155
3.1. Media convergence and its contexts	155
3.2. Areas of media convergence	161
3.2.1. The technological sphere	162
3.2.1.1. Convergence of devices	162
3.2.1.2. Convergence of solutions	168
3.2.1.3. Network convergence	171
3.2.2. Economic convergence	173
3.2.2.1. Market and regulatory convergence	173
3.2.2.2. Corporate convergence	176
3.2.3. Convergence of content	183
3.3. Convergence vs. the information society and globalization	192
3.3.1. Information and webbyness vs. the social changes	192
3.3.2. World compressed, i.e., about globalization	200
4. Printed press in the face of great transformations	204
4.1. Press – history, concept, types and features	204
4.1.1. A brief history of the development of the printed press	205
4.1.2. Nature, features and press divisions	208
4.1.3. Press features	210
4.2. Press: death or life? Great journey from paper to screen	217
4.2.1. Newspapers on the Net	218
4.2.1.1. History of web press in the world and in Poland	219
4.2.1.2. A website or an e-edition?	223
4.2.1.3. The printed article vs. the online article	229
4.2.2. Tablets and e-readers as a chance for survival of the press?	233

4.3. The future of the press	246
4.3.1. The dispute over the death of print	247
4.3.2. Is it the end of free content on the Internet?	253
5. Radio and television in the analog world	262
5.1. Radio and its history	263
5.2. The history of television	269
5.3. Radio and television broadcasting – difficulties with the definition and the common characteristics	273
5.4. Radio: How it changed the world? Nature of radio and the method of communication	278
5.5. From paleotelevision to hipertelevision. Nature of television and its transformations	286
5.5.1. Basic features of television and its language	286
5.5.2. From cold paleotelevision to hot hipertelevision	296
5.5.3. Television as a source of information and entertainment and the advertising medium	300
6. Radio and television: in the face of convergence and digitalization	308
6.1. Television in the digital world	308
6.1.1. The new environment, new opportunities	309
6.1.2. Digitization of terrestrial television	314
6.1.3. TV on the Internet	322
6.2. Radio in the digital world	332
6.2.1. Digitization of radio: questions, concerns, possible scenarios	332
6.2.2. Traditional radio vs. the Internet radio	334
6.2.3. Digitization of terrestrial radio stations	341
Conclusion	346
References	356
Sources (legal acts, court decisions and official documents)	356
Printed materials	357
Studies	357
Press Releases	377
Internet publications (netography)	378
Studies	378
Information, journalistic articles, blog entries and other publications	383

Abstract

The aim of the present monograph is to take a comprehensive, multifaceted reflection on the changes in the mass and individual communication and to create a synthesis demonstrating the overall transformation in the functioning of the media under the influence of the digital technology revolution and the arising implications for human life as individuals and entire societies. The author searches the answer to the following questions: How the functioning of the media changes under the influence of the digital technology revolution? How the development of the Internet influences the media transformations and thus, affects the man, a society, the world? Are we really, and to what extent, the witnesses of the digital reconfiguration of the social communication? What if the future of the media in the face of digitalization and the social transformations related to it? To what extent are the technical inventions just interesting gadgets, and how much they actually changed our life, mentality and understanding of the world?

The daily monitoring of media reports and daily life allows to place the thesis that we are currently witnessing fundamental changes taking place in the process of interpersonal communication. They are the result of digitization, miniaturization, the dynamic growth of the Internet and services associated with it and other communication networks.

However, it seems reasonable to say that the sphere of changes does not affect exclusively the sphere of human communication, but it has an impact on our perception of the world, behaviors, attitudes, consumer habits, and later contributes to economics, entertainment, politics and other spheres of life that are subject to the multidimensional and multifaceted convergence processes.

As for the technical aspect of devices used for communication, they are clearly becoming more mobile and multifunctional. They cease to be exclusively receivers of media messages, but they also enable easy creating and sharing. This means that the receiver of the media is both a sender and a consumer – prosumer. The penetration of the virtual and the real world is more visible and although it is a process ongoing for a long time, it has significantly accelerated particularly in recent years.

This monograph consists of six chapters. The first is devoted to the broadly understood aspects of the Internet, both in terms of its history and changes, as well as the institutions that control it. It was impossible to ignore the issue of the rights on the Internet, including – how current! – the case of ACTA. It also raises the – rarely invoked – case of the Internet archiving.

The second chapter, in turn, refers to the analysis of the characteristics of the Internet communication and relations of the Internet to the traditional media (newspapers, radio and television). Then, it discusses phenomena such as Web 2.0, the new media and the social media, as well as the issue of their impact on the shape of journalism. The questions about the future of the Internet and the social media were also raised. The chapter ends with the axiological-ethical-moral reflections over technology and the technical progress.

The third chapter is entirely devoted to the reflection on diverse spheres and dimensions of the phenomenon of convergence, with a simultaneous reference to the themes of the information society and globalization. The next three chapters concern the functioning of the traditional media (newspapers, radio and television) in the analog and digital world, and the observation of changes and the consequences that arise to these media from the transition to the new digital environment. The question of how the functioning of the media will look like in the future was also raised. The press was discussed in chapter four, whereas chapters five and six refer to radio and television. Due to some common features of radio and television, both media are discussed together: in chapter five we look at the history of their origin, evolution and functioning in the analog world, while chapter six discusses their functioning in the digital environment.

Wstęp

„Rozwój nowego systemu produkcji kryje w sobie zarodki tak olbrzymiej rewolucji społecznej, że tylko niewielu spośród nas odważyło się ocenić jej znaczenie. Jesteśmy bowiem o krok od rewolucyjnej zmiany w naszych własnych domach”¹ – pisał w 1980 r. Alvin Toffler. Istotnie, ludzkość stała wtedy u progu zmian cywilizacyjnych, związanych z gwałtownym rozwojem Internetu i technologii cyfrowej, które zrewolucjonizowały komunikację między ludźmi, zmieniając także sposób funkcjonowania tradycyjnych środków przekazu: prasy, radia i telewizji. „Przed trzystu laty, widząc całe rzesze kosiarzy na polach, tylko wariat mógłby marzyć o tym, że wkrótce nadejdą czasy, kiedy pola opustoszeją, a ludzie będą pracować na chleb stłoczeni w miejskich fabrykach”² – to znów słowa Tofflera. Nie sposób zastanowić się w tym momencie nad rewolucją, jaka w ciągu tych ostatnich 300 lat się dokonała, także w sferze komunikacji. Powstanie i rozwój prasy masowej, wynalazek filmu, telefonu, radia, telewizji, łączności satelitarnej, komputerów i wreszcie Internetu to ciąg wydarzeń, który sprawił, że współcześnie informacja,

¹ A. Toffler, *Elektroniczna wioska*, w: M. Hopfinger (red.), *Nowe media w komunikacji społecznej XX wieku. Antologia*, Warszawa 2002, tł. E. Woydyłło, s. 614.

² Tamże. Do opisu przemian cywilizacji, które były spowodowane rozwojem technologii, Toffler posłużył się metaforą fal. Pierwsza z nich związana była z dominacją rolnictwa, druga ze stopniowym odchodzeniem od niego na rzecz przemysłu, natomiast trzecia pojawiła się z upowszechnieniem gospodarki informacyjnej, a jej przełomowym narzędziem stał się komputer. Z czasem trzecia fala ukształtowała nową, odmienną strukturę głównych sfer życia człowieka. Toffler wymienia wśród nich biosferę, technosferę, infosferę, sferę władzy i socjosferę. Biosfera określa zależności między człowiekiem a zasobami naturalnymi, technosfera dotyczy sposobu pozyskiwania energii, wpływającej na sposób produkcji i dystrybucji, infosfera określa kanały informacyjne i komunikacyjne, sfera władzy związana jest z polityką, socjosfera natomiast charakteryzuje warstwę społeczną, ideologię oraz sposób postrzegania rzeczywistości. Sfery te wzajemnie się przenikają, współtworząc pełny obraz cyfrowej rewolucji. Por. K. Sitkowska, *Współczesna rewolucja cyfrowa w świetle przewidywań Alvina Tofflera*, w: A. Adamski, A. Gralczyk, K. Kwasik, M. Laskowska (red.), *Media audiowizualne i cyfrowe wobec wyzwań współczesnego społeczeństwa*, Warszawa 2012, s. 188–189. Częściowo do intuicji Tofflera wydaje się nawiązywać M. Saylor, który pisze o „mobilnej fali” oraz „mobilnej inteligencji, która zmienia wszystko” – pod takim tytułem ukazała się w roku 2012 jego najnowsza książka. Por. M. Saylor, *The Mobile Wave: How Mobile Intelligence Will Change Everything*, Vanguard Press 2012.

słowo, są w stanie okrążyć kulę ziemską w ciągu ułamka sekundy, zaś świat stał się, według słynnego określenia Marshalla McLuhana, globalną wioską.

Co ciekawe, te zmiany na razie w stosunkowo niewielkim stopniu odbiły się na życiu codziennym (nadal bowiem jeździmy samochodami, a nie bolidami o napędzie raketowym i spożywamy „normalne” jedzenie, a nie syntetyczne pigułki, które je zastępuje), jednak stopniowo widać w naszym życiu efekty komputeryzacji, miniaturyzacji i digitalizacji. Dotyka to najpierw sfery komunikacji, powoli jednak zaczyna być widoczne także w innych sferach życia. Najbardziej widoczne zmiany można odnotować w sferze zachowań społecznych³.

Ostatnie kilkadziesiąt lat dla obserwatora, który stara się wytłumaczyć zjawiska społeczne na drodze poszukiwania dominant rozwojowych i głównych czynników postępujących przeobrażeń, jawi się w sposób szczególnie jako epoka informacji (jednak nie informacji jako takiej, co raczej stale rosnących możliwości jej przekazywania i przetwarzania)⁴. Dzieje się tak, ponieważ „techniki wytwarzania, przetwarzania, przechowywania i przekazywania informacji stają się podstawowymi mechanizmami funkcjonowania współczesnego społeczeństwa. Coraz częściej władza jest utożsamiona z dostępem bądź z kontrolą nad informacją. Dotyczy to praktycznie wszystkich dziedzin życia”⁵. Trudno dziś wyobrazić sobie życie bez prasy, radia i telewizji. Jeszcze trudniej bez Internetu, który – choć istnieje najkrócej – zmienia świat na naszych oczach. Pokolenie urodzone po 1983 r. określa się mianem „cyfrowych tubylców”: jest to „najmłodsza generacja, dla której komputer i Internet to naturalne systemy społecznego komunikowania, budowania

³ Por. P. Gawrysiak, *Cyfrowa rewolucja. Rozwój cywilizacji informacyjnej – wstęp*, dokument elektroniczny (brak daty opubl.), [online] <http://www.gawrysiak.org/cyfrowarewolucja/cyfrowarewolucja-wstep.pdf> (dostęp 25 lutego 2012 r.). M. Saylor odnotowuje w historii ludzkości trzy rewolucje: rolniczą, przemysłową i informacyjną. Każda z nich, jego zdaniem, powodowała zakłócenie w sferze społecznej, polityce i ekonomii. W rewolucji rolniczej przejście od nomadycznego stylu życia do życia w bardziej trwałych, osiadłych skupiskach, spowodowało konieczność współpracy ekonomicznej. W rewolucji przemysłowej ludzie opuszczali farmy i przeprowadzali się do miast, co przyczyniło się do zmiany stosunków ekonomicznych, a pośrednio – do przemian ustroju politycznego w stronę demokracji. Owo wspomniane zakłócenie jest również częścią rewolucji informacyjnej, która się dokonuje – choć jest jeszcze nieco za wcześnie, by z całkowitą pewnością określić, jaką postać przyjmie. Wydaje się, że decydującą rolę odegrają tu kwestie prywatności oraz tworzenie różnego rodzaju sieci społecznościowych. Saylor jest ponadto przekonany, że kluczowym słowem dla opisu skutków trzeciej rewolucji będzie „mobilność”. Por. M. Saylor, *The Mobile Wave...*, dz. cyt., s. 16–18.

⁴ Por. J.R. Beniger, *The Control Revolution: Technological and Economic Origins of the Information Society*, Harvard 1986, s. 8–13.

⁵ R. Kluszczyński, *Spółczesność informacyjna. Cyberkultura. Sztuka multimediów*, [online], http://www.kubafr.nspace.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=113:ryszard-wkluszczyki-spoeczestwo-informacyjne-cyberkultura-sztuka-multimediow&catid=53:wartopreczyta&Itemid=79 (dostęp 17 listopada 2011 r.).

tożsamości, zabawy i pracy”⁶. Zdaniem G. Smalla, „nazywamy ich cyfrowymi tubylcami, ponieważ żaden z nich nie zna świata, w którym nie byłoby komputerów, 24-godzinnych wiadomości, łatwo i wszędzie dostępnego Internetu oraz telefonów komórkowych”⁷. Cyfrowym tubylcom przeciwstawia się cyfrowych imigrantów: pokolenie, które nie ma (w odróżnieniu od cyfrowych tubylców) problemów ze zrozumieniem długiego, linearnego tekstu w książce, ale język mediów cyfrowych jest dla nich nowym językiem, którego muszą się (z różnym skutkiem) uczyć⁸.

Jak zauważają H. Seweryniak i K. Sitkowska, „na naszych oczach rodzi się kultura medialna, której w próbach opisu filozoficzno-historycznego przyznaje się niebywale ważne miejsce. Mówi się na przykład: o rewolucjach (rewolucja naukowo-techniczna, przemysłowa, komputerowa, informacyjna, cyfrowa), o erach (era maszyn, komputerów, era cyfrowa), epokach (epoka obrazu), wiekach. Ich skutkiem miałyby być: „samotny tłum” (D. Riesman), „człowiek posthistoryczny” (R. Seidenberg), „społeczeństwo postkapitalistyczne” (R. Dahrendorf), „globalna wioska” (M. McLuhan), „człowiek jednowymiarowy” (H. Marcuse), „społeczeństwo informacyjne” (T. Umesao), „społeczeństwo postmodernistyczne” (A. Etzioni), „świat bez granic” (H. Brown). Żaden z tych terminów, nadmiernie skoncentrowany na jednym obszarze lub zagadnieniu, nie oddaje jednak w pełni charakteru dokonujących się w świecie przemian”⁹. Zawsze jednak wspólnym mia-

⁶ M. Wilkowski, *Digital natives? Jaki jest społeczny potencjał cyfrowych tubylców?*, „Historia i Media” z 25 marca 2010 r., [online] <http://historiaimedia.org/2010/03/25/digital-naives-jaki-jest-spoeczny-potencjal-cyfrowych-tubylcow/> (dostęp 31 marca 2012 r.).

⁷ Cyt. za: M. Polak, *Cyfrowi imigranci i tubylcy, czyli spróbujmy zintegrować dwa światy w polskiej szkole*, prezentacja multimedialna, [online] <http://www.slideshare.net/edunews/cyfrowi-tubylcy-i-imigranci> (dostęp 31 marca 2012 r.).

⁸ Por. tamże. E. Mistewicz zauważa: „Nasze pokolenie dostało do dyspozycji twórczość kilkudziesięciu milionów autorów tekstów, czasami bardzo aktywnych, coraz częściej uzupełniających swą twórczość materiałami wideo i audio oraz zdjęciami. 350 milionów ludzi zostawia swoje informacje na Facebooku, na serwisie Flickr znajduje się już 4 miliardy zdjęć, a na Twitterze ponad 6 miliardów wpisów. Każdej minuty na YouTube zamieszczane jest 10 godzin zapisów wideo. Przed rokiem przecięła się krzywa czerpania wiedzy o otaczającym nas świecie z mediów klasycznych – szczególnie telewizji – i Internetu. Dla pokolenia od 17 do 34 lat to ekran komputera, a nie telewizora, jest pierwszym ekranem. Za chwilę będzie to ekran tabletu, smartfona, komórki”. E. Mistewicz, *Media tradycyjne czeka tabletoizacja*, „Rzeczpospolita” z 11 lutego 2010 r., [online] http://www.rp.pl/artykul/19423,432422_Media_tradycyjne_czeka_tabletoizacja_.html?p=1 (dostęp 31 marca 2012 r.). Więcej na temat generacji cyfrowych tubylców zob. J. Palfrey, U. Gasser, *Born Digital: Understanding the First Generation of Digital Natives*, New York 2010; D. Tapscott, *Grown Up Digital: How the Net Generation Is Changing Your World*, McGraw-Hill Professional 2009.

⁹ H. Seweryniak, K. Sitkowska, *Współczesne konteksty kultury medialnej*, Warszawa 2012, mps w posiadaniu autora, s. 6. Przytaczany tekst stanowi jeden z rozdziałów przygotowywanego aktualnie do druku podręcznika pod roboczo sformułowanym tytułem „Media w duszpasterstwie”, którego wydanie przez Wydawnictwo UKSW w Warszawie planowane jest na koniec 2012 r.

nownikami opisywanych zmian są media i ich rola w zmieniającym się gwałtownie społeczeństwie.

Można powiedzieć, że współczesne społeczeństwo i ludzkie życie są tak silnie zależne od mediów i nasycone udziałem mediów, iż można już mówić o społeczeństwie zmediatyzowanym¹⁰ (używa się też określeń „społeczeństwo informacyjne” lub „sieciowe”, choć nie są to do końca synonimy)¹¹. Proces mediatyzacji wpływa obecnie na niemal wszystkie dziedziny życia społecznego i kulturalnego. Można obecnie mówić o „nasyceciu mediami” współczesnych wysoko rozwiniętych społeczeństw. Nowe media i technologie komunikacyjne są dosłownie wszędzie¹². Sama koncepcja mediatyzacji jawi się nam obecnie, jak chce F. Krotz, jako kluczowa do zrozumienia zmian we współczesnym społeczeństwie i mediach. Mediatyzacja jawi się jako historyczny, aktualnie trwający, długofalowy proces, w którym coraz więcej mediów pojawia się i podlega instytucjonalizacji. Słowo „mediatyzacja” opisuje proces, w którym komunikacja coraz bardziej odnosi się do mediów i wykorzystuje media. W dłuższej perspektywie stają się one coraz bardziej istotne w społecznej konstrukcji codziennego życia, społeczeństwa i kultury jako całości¹³. W społeczeństwie zmediatyzowanym kontakty międzyludzkie mają charakter zapośredniczony, medialny. „Podobnie jak – wedle McLuhana – ryba

¹⁰ Koncepcja mediatyzacji jest ostatnio bardzo modna. Wśród głównych badaczy, rozwijających ją, należy wymienić m.in. Johna B. Thompsona, który w 1995 r. używał słowa „mediatization” na opisanie procesów, dziś określanych mianem „mediatization”; ponadto nie bez znaczenia dla rozwoju tej idei pozostawały prace J. Habermasa, R. Silverstone’a oraz J. Martin-Barbero. Współcześnie teorię tę rozwijają m.in. S. Hjarvard, F. Krotz, W. Schulz, A. Hepp, K. Lundby. Warto też odnotować istnienie tymczasowej grupy roboczej „Mediatization”, działającej przy ECREA – *European Communication Research and Education Association*. Strona internetowa grupy dostępna jest pod adresem <http://www.mediatization.eu/>, zaś na jej czele stoją wspomniani już A. Hepp i S. Hjarvard. Więcej zob. S. Hjarvard, *The Mediatization of Society. A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change*, „Nordicom Review” 29 (2008), 2, s. 105–134; K. Lundby (ed.), *Mediatization: Concept, Changes, Consequences*, Peter Lang 2009; A. Hepp, *Cultures of Mediatization*, Wiley 2012. Nie oznacza to, że teoria mediatyzacji ma wyłącznie samych zwolenników – krytyczne ujęcie zob. M. Ampuja, *Theorizing Globalization: A Critique of the Mediatization of Social Theory*, BRILL 2012.

¹¹ Por. T. Goban-Klas, *Media i medioznawstwo*, w: E. Chudziński (red.), *Słownik wiedzy o mediach*, Warszawa–Bielsko Biała 2007, s. 17.

¹² Por. K. Lundby, *Introduction: Mediatization as Key*, w: K. Lundby (ed.), *Mediatization: Concept, Changes, Consequences*, Peter Lang 2009, s. 1–2.

¹³ Por. F. Krotz, *Mediatization: A Concept With Which to Grasp media and Societal Change*, w: K. Lundby (ed.), *Mediatization: Concept, Changes, Consequences*, Peter Lang 2009, s. 24. Krotz zwraca też uwagę na różnicę między angielskimi wyrażeniami „mediated” i „mediatized” (gra słów nie do końca możliwa do oddania w języku polskim, gdzie słowo „mediated” jest tłumaczone jako „zapośredniczony”, zaś „mediatized” jako „zmediatyzowany”. Zdaniem Krotza, komunikacja zapośredniczona ma trzy główne odmiany, zależne od tego, z kim dana osoba się komunikuje: zapośredniczona (*mediated*) komunikacja interpersonalna, komunikacja interaktywna oraz komunikacja masowa, rozumiana jako nadawanie i odbiór przekazów o ujednocionej treści. Natomiast w wypadku zmediatyzowanych form życia społecznego i kulturalnego mówimy przede wszystkim

nie dostrzega wody, tak człowiek dzisiejszy nie zdaje sobie sprawy, w jakim stopniu zależy od immersji w środowisku medialnym¹⁴. Media, które są współcześnie obecne w każdym obszarze ludzkiego życia, stają się jednocześnie nośnikiem obecności człowieka w świecie. Niewątpliwie technologiczny postęp w dziedzinie komunikacji, informatyki i rozwoju środków masowego przekazu, który dokonał się w ostatniej dekadzie XX wieku, zmienił przestrzeń ludzkiego życia w wymiarze tak indywidualnym, jak i społecznym, współtworząc przy tym struktury cywilizacji informacyjnej. Wszystkie (lub prawie wszystkie) procesy społeczne są uwarunkowane lub częściowo zdeterminowane przez komunikację medialną. Człowiek coraz bardziej doświadcza świata i siebie samego, a także kształtuje siebie i świat w kontekście mediów, przy pomocy mediów, przez media, w przestrzeni życiowej, w której media są wszechobecne¹⁵. „Miejsce *Face-to-Face* zajmuje kontakt *Inter-face-to-Interface*”¹⁶.

Ponadto, w społeczeństwie zmediatyzowanym infrastruktura medialna jest podstawą sieci i obiegów informacyjnych o różnej skali, a przemysł medialny stanowi istotny element gospodarki i zatrudnienia, zaś niemal wszystkie działania ludzkie są wspomagane przez techniki medialno-informacyjne¹⁷. Media stają się jednym z ważnych warunków możliwości urzeczywistniania się człowieka w społeczeństwie. Ich działaniu jest poddawany niemal każdy obszar ludzkiego życia. Media „stają się dla większości obszarów życia ludzkiego nie tylko kontyngencyjnymi uwarunkowaniami, ale także w wielu przypadkach koniecznymi uwarunkowaniami”¹⁸. Prasa, która zwiastowała początek ery komunikowania masowego, była jednokanałowa i jednomedialna, zwłaszcza w swych początkach, gdy posługiwała się niemal wyłącznie typografią. Media współczesne są wielokanałowe. Operują one słowem, pismem, muzyką, obrazem. Można przypuszczać, że rodzaj ludzki już wkrótce wytworzy media, które będą także odwoływać się bezpośrednio do zmysłów smaku, węchu i dotyku¹⁹.

o istotnym znaczeniu mediów w codziennym życiu, pracy i rozrywce, w relacjach społecznych, polityce, ekonomii etc. Por. tamże.

¹⁴ Por. T. Goban-Klas, *Media i...*, art. cyt., s. 18.

¹⁵ Por. M. Drożdż, *Mediatyzacja życia – media masowe wobec procesów konwergencji*, w: M. Niezgoda, M. Świątkiewicz-Mośna, A. Wagner, *com.unikowanie się w zmieniającym się społeczeństwie*, Kraków 2010, s. 33. Zob. także podobnie: M. Laskowska, *Wartości realne i wirtualne. Studium aksjologicznoetyczne*, w: A. Adamski, M. Laskowska (red.), *Nowe media – zagrożenia i pułapki*, Poznań–Opole 2011, s. 21–33.

¹⁶ T. Goban-Klas, *Cywilizacja medialna. Geneza, ewolucja, eksplozja*, Warszawa 2005, s. 41.

¹⁷ Por. tenże, *Media i medioznawstwo*, art. cyt., s. 18.

¹⁸ M. Drożdż, *Mediatyzacja życia – media masowe wobec...*, art. cyt., s. 33.

¹⁹ Por. T. Goban-Klas, *Pochwała medioznawstwa czyli renesans McLuhana*, „*Studia Medioznawcze*” 2000, nr 1, s. 20. Pod koniec 2010 r. w Tokio zaprezentowano urządzenie o nazwie TagCandy. Ma ono wygląd lizaka, a dzięki różnym częstotliwościom drgań jest w stanie (po włożeniu go do ust) trans-

Ze względu jednak na szybkość i gwałtowność zachodzących zmian, należy tu mówić bardziej o rewolucji, niż ewolucji. Wiąże się to również z radykalną zmianą doświadczenia i przeżywania czasu (natychmiastowość) i przestrzeni (globalizacja i glocalizacja). Wzrasta znaczenie nowych technologii, mediów elektronicznych i sektora usług. Odbija się również na relacjach społecznych oraz na zmianach w mentalności ludzkiej, która staje się coraz bardziej pragmatystyczna i biotechnicystyczna. Towarzyszy temu przeobrażenie całego otoczenia człowieka – świata jego wewnętrznych wartości i przekonań oraz relacji z innymi ludźmi. Bezpośrednie, trwałe i autentyczne relacje społeczne stają się bardziej płynne, interaktywne i syntetyczne²⁰. Wszechobecnym staje się zjawisko konwergencji, które odnosi się nie tylko do świata techniki (ze szczególnym uwzględnieniem mediów), ale widoczne jest również na płaszczyźnie społecznej i ekonomicznej. Dokonująca się w dzisiejszym świecie transformacja sfery komunikowania społecznego zasługuje zatem w pełni na miano rewolucji, w etymologicznym sensie tego słowa: rewolucji, pojmowanej jako zmiana radykalna, gruntowna przemiana²¹, przy czym trzeba podkreślić, że rewolucyjne zmiany w kulturze, rozumianej jako sposób komunikowania się, nie dotyczą tylko sfery technologicznej – należy je rozpatrywać także w aspekcie społecznym²².

Zjawiska te należałoby dostrzec w szerszym kontekście. Pomocne do ich zrozumienia będzie – jak się wydaje – odwołanie się do pojęcia „mediamorfozy”. Stworzenie koncepcji mediamorfozy (które to słowo jest połączeniem wyrazów „media” i „metamorfoza”) przypisuje się Rogerowi Fidlerowi, który w opublikowanej w 1997 r. publikacji „Mediamorphosis. Understanding New Media”²³ zdefiniował

mitować smak. Zatem być może już wkrótce Internet stanie się także narzędziem przesyłania innym naszych wrażeń smakowych... Por. S. Toto, *TagCandy: Augmented Reality-Powered Candy Sucking System*, wpis na blogu „Techcrunch.com” z 1 grudnia 2010 r., [online] <http://techcrunch.com/2010/12/01/tagcandy-augmented-reality-powered-candy-sucking-system-video/> (dostęp 2 kwietnia 2012 r.); *Digitalizacja smaku*, „F5” z 19 stycznia 2011 r., [online] <http://www.xn--fpi-spa3g.pl/post/2011/01/19/digitalizacja-smaku> (dostęp 2 kwietnia 2012 r.).

²⁰ Por. H. Seweryniak, K. Sitkowska, *Współczesne konteksty...*, art. cyt., s. 8–17.

²¹ T. Goban-Klas, P. Sienkiewicz, *Spoleczeństwo informacyjne: szanse, zagrożenia, wyzwania*, Kraków 1999, s. 99. Trzeba wszakże odnotować toczącą się dyskusję nad doprecyzowaniem, na ile ta zachodząca w sferze komunikowania społecznego zmiana jest rzeczywiście rewolucją (gwałtowną zmianą), a na ile ma charakter przyrostowy. Por. B. Wessels, *Inside the Digital Revolution: Policing and Changing Communication With the Public*, Aldershot–Burlington 2007, s. 1.

²² Por. T. Białobłocki, J. Moroz, *Nowoczesne techniki informacji i komunikacji – ich rozwój i zastosowania*, w: T. Białobłocki i in., *Spoleczeństwo inform@cyjne. Istota, rozwój, wyzwania*, Warszawa 2006, s. 129.

²³ R. Fidler, *Mediamorphosis. Understanding Mew Media*, Thousand Oaks–London–New Delhi 1997. Jako ciekawostkę można jednak podać fakt, że terminu „mediamorphosis” używał już w latach 80. XX w. austriacki muzyk Kurt Blaukopf – choć on używał go dla określenia globalnych zmian, jakie zaszły w kulturze muzycznej pod wpływem mediów elektronicznych. Por. J. Lexmann, *Audiovisual Media and Music Culture*, tł. B. Patočková, Frankfurt am Main 2009, s. 39.

mediamorfozę jako „transformację mediów służących do komunikowania, wywołaną przede wszystkim skomplikowaną grą ludzkich potrzeb i oczekiwań, presji politycznej, presji konkurencji oraz społecznych i technologicznych innowacji”²⁴. Kolejne mediamorfozy, zgodnie z jego teorią, bardzo mocno determinują rozwój kultury. Fidler wyróżnił w historii ludzkości trzy wielkie mediamorfozy, ukształtowane przez trzy języki: mówiony, pisany i cyfrowy. Wyróżnił też trzy etapy w rozwoju komunikacji: epokę przewodową (telegraf, telefon), bezprzewodową (radio, film, telewizja), wreszcie trwającą do dziś epokę multimedialnej sieci globalnej. Fidler dowodzi, że wszystkie media i praktyki komunikacyjne są elementami jednego systemu. Nie rozpatruje mediów każdego z osobna, lecz widzi je jako system przenikających się, wchodzących w różne relacje i wykazujących wiele wspólnych cech części. Zauważa, że nowe media nie pojawiają się spontanicznie i „znikąd” – lecz są wynikiem metamorfozy wcześniejszych mediów. Gdy pojawiają się nowe formy mediów, dawne nie giną, lecz ewoluują i dostosowują się do nowych realiów. Jedną z podstaw procesu mediamorfozy jest konwergencja, rozumiana jako zbieżność, przenikanie różnych mediów i form komunikacji; oprócz niej do podstawowych reguł mediamorfozy można zaliczyć współrój (*coevolution*) oraz złożoność (*complexity*)²⁵. Jako sześć głównych cech procesu mediamorfozy Fidler wymienia: współewolucję i współistnienie (*coevolution and coexistence*), metamorfozę (*metamorphosis*), propagację cech dominujących (*propagation of dominant traits*), przetrwanie (*survival*), możliwości i potrzeby (*opportunity and need*) oraz opóźnione przyjęcie (*delayed adoption*) – czyli czas, potrzebny na wejście nowej technologii do powszechnego użytku²⁶.

W podobnym duchu wypowiada się również prof. Maryla Hopfinger, której zdaniem współcześnie mamy do czynienia z drugą w historii kultury rekonfiguracją całej komunikacji społecznej (i do tego właśnie określenia odwołuje się podtytuł niniejszej pracy). Pierwszą było przekształcenie kultury opartej na oralności w kulturę posługującą się pismem; miało to miejsce w starożytności, a druga faza tejże rekonfiguracji – po wynalezieniu druku w Europie²⁷. Było to przejście od komunikacji osadzonej w przestrzeni i czasie do komunikacji obejmującej większe odcinki przestrzeni i czasu. Powstanie pisma odegrało w tym względzie najważniejszą rolę – umożliwiło bowiem pokonanie ograniczeń tak przestrzennych, jak i czasowych²⁸.

²⁴ T. Miczka, *Raport o stanie kultury filmowej w województwie śląskim*, Katowice 2010, s. 2.

²⁵ Por. tamże, s. 2–3.

²⁶ Por. R. Fidler, *Mediamorphosis...*, dz. cyt., s. 29.

²⁷ Por. M. Hopfinger, *Rekonfiguracja komunikacji społecznej*, w: K. Wolny-Zmorzyński, W. Furman, *Internetowe gatunki dziennikarskie*, Warszawa 2010, s. 11.

²⁸ Por. J. van Dijk, *Społeczne aspekty nowych mediów*, tł. J. Konieczny, Warszawa 2010, s. 14.

Obecnie jesteśmy świadkami drugiej rekonfiguracji, mającej swe korzenie w XIX stuleciu, kiedy to wynalezienie fotografii, fonografu i filmu, a w następnych latach radia i telewizji, doprowadziło do przeobrażania komunikacji opartej na piśmie i druku w dobitnie odmienną analogową komunikację audiowizualną, która polegała na nobilitacji obrazu, dowartościowaniu niewerbalnych wymiarów porozumiewania się i ukształtowania zupełnie nowych znaków, które różnią się od abstrakcyjnego i arbitralnego charakteru pisma – są analogowe i umotywowane. Ta nowa artykulacja przekształca nasze doświadczanie świata. Działa na rzecz percepcji audiowizualnej, dzięki której uczestnik współczesności mógł po raz pierwszy zobaczyć siebie w utrwalonych kadrach i sekwencjach, a przez to zyskał dystans do własnego wizerunku. Ten nowy rodzaj przekazów poszerzył repertuar form komunikacji pośredniej, zmienił naszą percepcję, zwiększył skalę i rodzaj doznawanych wrażeń, przeobraził nasze rozumienie świata²⁹. Obserwujemy przejście od języka werbalnego, opartego na słowie, do języka ikonicznego, opartego na obrazie³⁰. Ta rewolucja komunikacyjna ma charakter przede wszystkim strukturalny: zwiastuje koniec podziału na media osadzone w konkretnym czasie lub przestrzeni oraz media pozwalające na komunikację na dużych dystansach czasowych i przestrzennych. Właściwości nowych mediów strukturalnie wynikają z połączenia zastosowań *offline* i *online*³¹.

Analogowa faza audiowizualności jest, zdaniem prof. Hopfinger, wstępną fazą drugiej rekonfiguracji komunikacji społecznej. Faza druga – to faza digitalna, w której techniki cyfrowe tworzą fundament do przekodowania wszystkich dotąd znanych sposobów i form komunikacji. Następuje – według słów Nicholasa Negroponte – przejście od transportu atomów do przesyłania bitów³². Poprzez procesy digitalizacji, każdy przekaz, niezależnie od swojej materii semiotycznej, może uzyskać postać cyfrową. Wywołane tym zmiany określane są mianem hybrydyzacji (choć mogą być również uznane za jeden z przejawów bądź poziomów konwergencji mediów). Hybrydyzacji na wielu poziomach sprzyja sieć (nie tylko Internet, lecz również sieci telefonii mobilnej i inne sieci, tworzące razem wir-

²⁹ Por. M. Hopfinger, *Rekonfiguracja komunikacji...*, art. cyt., s. 11–17.

³⁰ Por. T. Zasepa, *Communication in Information Society*, w: T. Zasepa et al., *Media, Man and Society in the Process of Globalization*, Verlag – Germany 2011, s. 117.

³¹ Por. J. van Dijk, *Spoleczne aspekty...*, dz. cyt., s. 14. Jak zauważa Gevisa La Rocca, owo przejście od alfabetu do sieci Web wywiera swój wpływ także na nasze pojmowanie czasu, przestrzeni i myśli – więcej zob. G. La Rocca, *From the Alphabet to the Web How Time, Space, and Thought Have Changed*, „Sage Open” 2012, nr 4, [online] <http://sgo.sagepub.com/content/early/2012/03/29/2158244012441940.full> (dostęp 14 kwietnia 2012 r.). Zob. także: P. Tsatsou, *Reconceptualising 'Time' And 'Space' In The Era Of Electronic Media And Communications*, „Platform. Journal of Media and Communication” 2009, vol. 1, [online] http://journals.culture-communication.unimelb.edu.au/platform/v1_tsatsou.html (dostęp 14 kwietnia 2012 r.).

³² Por. T. Goban-Klas, P. Sienkiewicz, *Spoleczeństwo informacyjne...*, dz. cyt., s. 32.

tualną przestrzeń komunikacyjną i kształtującą w nowy sposób składniki sytuacji komunikacyjnej). Poza multimedialnością do głosu dochodzi interaktywność. Hipertekst otwiera przekaz na wielorakie przekształcenia, budowanie zmiennych kontekstów, stałą zmianę zasobów informacyjnych i treściowych. Digitalna faza rekonfiguracji audiowizualnej błyskawicznie pokonuje przestrzeń i czas. Wzmacnia pośredni charakter form komunikowania, a zarazem niezwykle je intensyfikuje. Digitalizacja jest dla obecnej zmiany komunikacyjnej tym, czym alfabet fonetyczny był dla przekształcenia oralności w kulturę pisma i druku³³. Komputer przestaje być tylko narzędziem dokonującym skomplikowanych obliczeń i służącym do edycji tekstu, lecz „staje się także procesorem plików audialnych, obrazowych i audiowizualnych. Digitalny wspólny mianownik pozwala na zapis w nowym systemie tekstów wszelkiego rodzaju. Obejmuje cały repertuar społecznej komunikacji, pełne spektrum naszych doświadczeń. Na tym polega rewolucyjność tej innowacji, która wyzwala daleko idące następstwa i ma zasadnicze znaczenie dla dokonującej się współcześnie rekonfiguracji”³⁴.

Przedstawione wyżej problemy są niezwykle palące i aktualne, stąd też należy zauważyć wielość inicjatyw badawczych i opracowań, nawiązujących do wymienionych tematów. Oprócz publikacji wcześniej przywołanych autorów, na pewno należy zauważyć prace ks. prof. T. Zasepy³⁵, które z całą pewnością wykraczają poza polskie środowisko naukowe. Na polskim rynku zakresowo najbliższe niniejszej pracy będą pozycje, autorstwa prof. T. Gobana-Klasa³⁶, prof. K. Krzysztofka³⁷, K. Jakubowicza³⁸ czy Z. Bauera³⁹; częściowo również prof. W. Gogołka i (odnośzące się do wąskiego wycinka radia) prace S. Jędrzejewskiego⁴⁰ oraz analizujące

³³ Por. M. Hopfinger, *Rekonfiguracja komunikacji...*, art. cyt., s. 18–19. Trzeba wszakże pamiętać o niebezpieczeństwach, które digitalizacja, oprócz dobrodziejstw, niesie ze sobą dla kultury. Szczególnie znaczące wydają się tu przestrogi J. Baudrillarda, który mówi m.in. o precesji symulaków, śmierci rzeczywistości i kresie realności. Syntetyczne ujęcie tez Baudrillarda w tej materii zob.: K. Machtyl, *Digitalizacja kultury. Jeana Baudrillarda diagnoza współczesności*, „Kultura i Historia” 2012, nr 21, [online] <http://www.kulturaihistoria.umcs.lublin.pl/archives/3336> (dostęp 9 marca 2012 r.).

³⁴ Por. M. Hopfinger, *Rekonfiguracja komunikacji...*, art. cyt., s. 17–18.

³⁵ Patrz bibliografia.

³⁶ Ciekawą i cenną inicjatywą było wydanie pism prof. Gobana-Klasa w formie monografii. Por. T. Goban-Klasa, *Wartki nurt mediów. Ku nowym formom społecznego życia informacji*, Kraków 2011. Więcej pozycji tegoż autora – patrz bibliografia.

³⁷ Patrz bibliografia.

³⁸ Na uwagę zasługuje zwłaszcza jego najnowsza pozycja: K. Jakubowicz, *Nowa ekologia mediów. Konwergencja a metamorfoza*, Warszawa 2011.

³⁹ Z. Bauer, *Dziennikarstwo wobec nowych mediów. Historia, teoria, praktyka*, Kraków 2009. Pozycja ta nawiązuje do podejmowanych w niniejszej monografii zagadnień, ujmując je jednak bardziej w kontekście wpływu zmian w mediach na dziennikarstwo.

⁴⁰ Patrz bibliografia.

zagadnienia związane z telewizją prace prof. W. Godzica. Tematyką konwergencji mediów zajmuje się K. Kopecka-Piech⁴¹. W obszarze etycznej refleksji nad techniką należy zwrócić uwagę m.in. na publikacje prof. A. Kiepasa i W. Bobera. Dużą liczbę artykułów o nachyleniu socjologicznym na temat nowych mediów, Internetu, mediów społecznościowych opublikowała M. Szpunar. Jeśli idzie o prognozowanie przyszłości nowych mediów – ciekawe, choć nieraz kontrowersyjne tezy wyraża E. Mistewicz. Wśród autorów zagranicznych, nie sposób pominąć idei M. Castellsa, L. Manovicha, N. Negropontego, H. Jenkinsa, P. Levinsona, C.A. Scolarięgo, S. Turkle, M. Saylora i wielu, wielu innych.

Mimo wielości literatury, należy odnotować pozycję, która ujmowałaby wspomniane zjawiska w sposób całościowy i interdyscyplinarny, uwzględniając najbardziej aktualne konteksty przemian, a przy tym byłaby świadectwem i zapisem pewnego etapu obecnie dokonującej się rekonfiguracji komunikacji społecznej. W zamyśle tę lukę ma wypełnić niniejsza monografia. Jej celem jest podjęcie wszechstronnej, wieloaspektowej refleksji nad przemianami w komunikacji masowej i indywidualnej oraz stworzenie syntezy, ukazującej całokształt przemian w funkcjonowaniu mediów pod wpływem cyfrowej rewolucji technologicznej i wypływających stąd implikacji dla życia człowieka jako jednostki i całych społeczeństw. Autor poszukuje odpowiedzi na następujące pytania: W jaki sposób zmienia się funkcjonowanie mediów pod wpływem cyfrowej rewolucji technologicznej? Jak rozwój Internetu wpływa na przemiany mediów, a przez to zmienia człowieka, społeczeństwo, świat? Czy rzeczywiście i w jakim stopniu jesteśmy świadkami dokonującej się w zawrotnym tempie cyfrowej rekonfiguracji komunikacji społecznej? Jaka jest przyszłość mediów w obliczu digitalizacji i związanych z nią przemian społecznych? Na ile techniczne wynalazki są tylko ciekawymi gadżetami, a na ile rzeczywiście zmieniają nasze życie, mentalność i pojmowanie świata?

Codzienna obserwacja doniesień medialnych i życia codziennego pozwala na postawienie tezy, że jesteśmy obecnie świadkami fundamentalnych zmian, dokonujących się w sposobie komunikowania międzyludzkiego. Są one wynikiem digitalizacji, miniaturyzacji, dynamicznego rozwoju sieci Internet i związanych z nią usług, a także innych sieci komunikacyjnych. Jednak wydaje się zasadnym stwierdzenie, że sfera przemian nie dotyka wyłącznie sfery ludzkiej komunikacji, ale ma wpływ na nasze postrzeganie świata, zachowania, postawy, zwyczaje konsumencie, a w dalszej kolejności przekłada się na ekonomię, rozrywkę, politykę i inne

⁴¹ Za sztandarową pozycję tej autorki (poza licznymi artykułami) należy chyba uznać wydaną w języku angielskim monografię, poświęconą strategiom konwergencyjnym polskich nadawców medialnych. Por. K. Kopecka-Piech, *Media Convergence Strategies. Polish Examples*, Wrocław 2012. Zob. także bibliografia niniejszej pracy.

sfery życia, które podlegają procesom wielopłaszczyznowej i wieloaspektowej konwergencji. Jeśli chodzi o aspekt techniczny urządzeń, służących do komunikowania się, to wyraźnie stają się coraz bardziej mobilne i multifunkcjonalne. Przestają być wyłącznie odbiornikami komunikatów medialnych, lecz także umożliwiają bardzo proste ich tworzenie i udostępnianie. To oznacza, że odbiorca mediów staje się jednocześnie nadawcą, konsument – prosumentem. W zawrotnym tempie narasta przenikanie świata wirtualnego i realnego. Choć jest to proces, toczący się od dłuższego czasu, to zwłaszcza w ostatnich latach uległ on znaczącemu przyspieszeniu.

Aby jednak doprowadzić do syntetycznego ujęcia opisywanych zjawisk i procesów, które pozwoli zrozumieć ich naturę i głębsze mechanizmy oraz udzieli odpowiedzi na pytanie o prawdziwość postawionych hipotez (lub ich bezzasadność), konieczna jest w pierwszej kolejności gruntowna analiza. Stąd też metodę pracy należy określić jako analityczno-syntetyczną. Przedmiotem analizy są w pierwszym rzędzie oficjalne dokumenty (urzędowe dokumenty różnych instytucji, akty prawne etc.), dalej opracowania naukowe (artykuły i monografie) i artykuły prasowe, ze szczególnym uwzględnieniem prasy branżowej z dziedziny mediów (np. miesięcznik „Press”). Autor uznał przy tym za celowe oddzielenie źródeł drukowanych od internetowych; znaczną część bibliografii stanowią właśnie zaczerpnięte z Internetu informacje, artykuły z internetowych wydań opiniotwórczych dzienników, wpisy na blogach, a czasem nawet polemiki na forach. Wszystkie te źródła przynoszą jakiegoś rodzaju fragmenty prawdy o dokonujących się przemianach. Autor podjął się próby ich dogłębnej analizy, a następnie stworzenia spójnego obrazu i próby prognozowania dalszych kierunków zachodzących przemian.

Bijąc się w piersi, autor przyznaje się także do cytowania tu i ówdzie Wikipedii, która (skądinąd słusznie) nie cieszy się najlepszą opinią jako wiarygodne źródło naukowe. Decyzja ta jednak jest usprawiedliwiona – zdaniem autora – dwoma czynnikami: po pierwsze, w niektórych miejscach to właśnie Wikipedia podawała potrzebne informacje w najbardziej syntetycznej i klarownej formie. Po drugie, aby uniknąć wprowadzenia w błąd przez ewentualną nierzetelność autora hasła, wszystkie informacje zawarte w przytaczanych fragmentach były skrupulatnie weryfikowane w innych źródłach; tam, gdzie weryfikacja wypadła na niekorzyść Wikipedii, przeprowadzono stosowną krytykę.

Naukowa refleksja nad opisanymi wyżej zjawiskami napotyka jednak na pewne trudności. Analityczna warstwa niniejszej pracy jest próbą zarejestrowania – na kształt reporterskiego zdjęcia – mediów w momencie wielkiej migracji, która dokonuje się na naszych oczach: migracji ze świata analogowego w świat cyfrowy. Jednak namalowanie panoramy mediów podczas tej podróży nie jest zadaniem łatwym – przede wszystkim dlatego, że obszar badań jest bardzo szeroki. Panorama w zamyśle ma ukazywać pewną całość. Jednak nie wszystkie jej elementy mogą być namalowane z jednakową precyzją i ostrością. Elementy pierwszoplanowe od-

tworzone są bardziej starannie, zaś te, które znajdują się na dalszym planie lub w tle – czasem ledwie zasygnalizowane w formie szkicu. Po drugie, owa migracja nie ma w sobie nic ze zorganizowanego przemarszu kolumny wojska podczas defilady. Jeśli już szukać komunikacyjnych porównań, jest to raczej kolarski peleton, w którym uczestnicy nieustannie przemieszczają się, próbując zająć jak najlepsze miejsca przed metą. To niewątpliwie utrudnia ogarnięcie całości. Kolejną trudnością jest – jak już słusznie zauważył R. Filas (i co widzi każda osoba interesująca się zmianami na rynkach medialnych) – wielka dynamika zmian, zachodząca zarówno na rynku polskim, jak i światowych rynkach medialnych, powodująca u osób opisujących zachodzące na nich zjawiska wrażenie „gonitwy za niedoścignionym”⁴².

Kolejna trudność wynika z faktu, że procesy konwergencji powodują, iż podział na tradycyjne media – prasę, radio, telewizję – coraz bardziej zanika i staje się coraz mniej aktualny. Można odnieść wrażenie, że współczesny świat mediów przypomina porządnie zmieszaną miksturę, w której trudno wyodrębnić jej składniki. Dodatkowo pewną komplikacją sytuacji badawczej jest próba ukazania obrazu świata mediów jako zjawiska globalnego, przy jednoczesnym usytuowaniu na tym tle procesów charakterystycznych dla Polski (autor jednak świadomie rezygnuje ze zbyt szczegółowego opisywania sytuacji w Polsce, gdyż, jego zdaniem, jest ona na tyle specyficzna, że zaburzałoby to nieco tok pracy oraz utrudniało uchwycenie całościowego, w skali globalnej, obrazu dokonujących się przemian). W pracy autor odwołuje się nie tylko do doświadczeń polskich, lecz stara się ujmować omawiane zjawiska w skali bardziej globalnej, nawiązując do sytuacji i działań także w innych krajach, zwłaszcza USA i krajów europejskich (m.in. Wielkiej Brytanii, Słowacji i innych). Również świadomą decyzją autora była redukcja do niezbędnego minimum tła historycznego i kontekstów opisywanych przemian.

Z celu, założeń, wieloaspektowości oraz mnogości źródeł pracy wynika jej interdyscyplinarność. Wydaje się, że niniejszej monografii zakresowo najbliższej do nowo powołanej w Polsce w 2011 r. dyscypliny naukowej „nauki o mediach” (*media studies*)⁴³, choć mogłaby ona odnaleźć się również w dyscyplinie nauk o poznaniu i komunika-

⁴² Por. R. Filas, *Dwadzieścia lat przemian polskich mediów w ujęciu periodycznym*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2010(LIHI), nr 3–4(203–204), s. 28. W trakcie pisania niniejszej pracy sytuacja w niektórych opisywanych obszarach zmieniała się dość dynamicznie, co powodowało konieczność śledzenia na bieżąco zachodzących zjawisk i tendencji oraz wracania po kilka razy do tego samego tematu.

⁴³ Por. E. Kulczycki, *Będzie można zrobić doktorat z „nauki o mediach”*. Nowa dyscyplina naukowa, wpis na blogu „Warsztat badacza komunikacji” z 29 sierpnia 2011 r., [online] http://ekulczycki.pl/teoria_komunikacji/bedzie-mozna-zrobic-doktorat-z-nauki-o-mediach-nowa-dyscyplina-naukowa/ (dostęp 7 lipca 2012 r.). Więcej na temat nowej dyscypliny naukowej zob. T. Goban-Klas, *Emergencja nowej dyscypliny: nauki o mediach i komunikacji społecznej*, dokument elektroniczny na stronach Katedry Komunikowania i Mediów Społecznych UJ (brak daty opubl.), [online] <http://usgoban.w.interia.pl/files/emergencjanaukiomediach.pdf> (dostęp 7 lipca 2012 r.); tenże, *Nauki*

cji społecznej⁴⁴ oraz nauk o polityce (w obrębie tej ostatniej dyscypliny dotychczas chętnie umieszczano medioznawstwo, jako część badań nad opinią publiczną, której media stanowią ważny element, jednocześnie wyrażając ją i kształtując)⁴⁵.

Według podziału, zaproponowanego przez polskie Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego, dyscyplina „nauki o mediach” mieści się w obszarze i dziedzinie nauk społecznych. Jednak, mimo tego przypisania, nauki o mediach tak naprawdę leżą gdzieś na styku trzech obszarów nauk: społecznych, humanistycznych i technicznych i trudno arbitralnie przyporządkować je wyłącznie do jednego z nich. Jest to zatem dyscyplina eklektyczna i interdyscyplinarna. Łączy ona w sobie wiele aspektów różnych dziedzin nauki – tak w swoim przedmiotowym, jak i podmiotowym charakterze. Korzysta bowiem z metod i narzędzi innych dyscyplin naukowych, zwłaszcza socjologii, kulturoznawstwa, ale także ekonomii, filozofii, antropologii, politologii (choć ma – jak słusznie zauważa prof. Goban-Klas – również własne metody badawcze oraz osiągnięcia teoretyczne i metodologiczne⁴⁶). Swoje oddziaływanie na nauki o mediach zwiększa niewątpliwie również obszar sztuki. Proporcjonalnie do postępującej technicyzacji i komputeryzacji świata rośnie wpływ, jaki na nauki o mediach wywiera obszar nauk technicznych, zwłaszcza takie dyscypliny, jak informatyka, cybernetyka, elektronika, elektrotechnika, tele-

o mediach i komunikacji społecznej jako nowa dyscyplina nauk humanistycznych, „Studia Medioznawcze” 2008, nr 2(33).

⁴⁴ Uprawnienia do nadawania tytułów naukowych z tej dyscypliny często w Polsce mają wydziały filozoficzne, co sugerowałoby jej umiejscowienie na styku filozofii oraz wiedzy o mediach, polityce i kulturze. Potwierdza to także wykaz 11 subdyscyplin nauk o poznaniu i komunikacji społecznej, zamieszczony na stronach internetowych Dolnośląskiej Szkoły Wyższej. Są to: cyberkultura, edukacja medialna, epistemologia społeczna, kognitywistyka, kognitywna teoria kultury, komunikacja intra- i interkulturowa, komunikacja polityczna, komunikacja społeczna, medioznawstwo, retoryka, pragmatyka i teoria argumentacji, teoria poznania. Por. *Egzamin doktorski – dyscyplina podstawowa: nauki o poznaniu i komunikacji społecznej*, informacja na stronach DSW we Wrocławiu (brak daty opubl.), [online] <http://www.dladoktoranta.dsw.edu.pl/doktorat-z-nauk-o-poznaniu-i-komunikacji/przewody-doktorskie-wnsid/przewody-doktorskie-wnsid-egzamin-doktorski/egzamin-doktorski-dyscyplina-podstawowa-nauki-o-poznaniu-i-komunikacji-spoecznej/> (dostęp 10 września 2012 r.). O narodzinach tej dyscypliny szerzej zob. T. Goban-Klas, *Emergencja...*, art. cyt., s. 4. Tam również o niewystarczalności założeń i zakresu tej dyscypliny w badaniach nad współczesnymi środkami społecznego przekazu. Z kolei procesem konstytuowania komunikacji (bez przymiotnika „społeczna”) jako dyscypliny naukowej zajął się ostatnio w Polsce E. Kulczycki z UAM w Poznaniu. Por. E. Kulczycki, *Teoretyzowanie komunikacji*, Poznań 2012.

⁴⁵ Studia nad opinią publiczną znalazły się wśród głównych zagadnień, będących przedmiotem zainteresowania politologii, w ustaleniach, będących wynikiem spotkania ekspertów w tej dziedzinie, które odbyło się w 1948 r. w Paryżu pod egidą UNESCO. Por. *History – Prologue: Political Science, a Postwar Product (1947–1949)*, strony internetowe IPSA i AISP (brak daty opubl.), [online] <http://www.ipsa.org/history/prologue> (dostęp 10 września 2012 r.); A. Brodersen, *Social Scientists Study International Tensions*, „Unesco Courier” 1948, vol. 1, no. 1, s. 7, [online] <http://unesdoc.unesco.org/images/0007/000736/073649eo.pdf> (dostęp 10 września 2012 r.).

⁴⁶ Por. T. Goban-Klas, *Emergencja...*, art. cyt., s. 3.

komunikacja⁴⁷. Swoj akces do grona nauk o mediach zgłasza także usilnie teologia mediów⁴⁸. Z tego względu „medioznawstwo jawi się obecnie jako nauka rozdroży, pogranicza, skrzyżowania różnych perspektyw teoretycznych i badawczych, których korzenie sięgają wielu okrzepłych dyscyplin naukowych”⁴⁹.

Na ile to było konieczne dla zrozumienia pewnego kontekstu zachodzących przemian, w pracy poruszono również aspekty techniczne urządzeń i rozwiązań.

W sytuacji, gdy media i cała sfera ludzkiego życia podlegają procesom konwergencji i stają się jednym gigantycznym metamedium, którego podstawą funkcjonowania jest Internet i inne sieci, powstaje pytanie o strukturę wywodu i analizy. Monografia naukowa (a do tego miana pretenduje niniejsza praca) zdecydowanie nie powinna pod względem kompozycji przypominać powieści Jamesa Joyce’a. Konieczna jest jakaś systematyka, przyjęcie pewnego klucza. Stąd też podział na rozdziały, zasadniczo nawiązujący do podziału na media tradycyjne – prasę, radio i telewizję oraz Internet (który jednak nie do końca można potraktować jako osobne medium obok wyżej wymienionych, gdyż jest on raczej metamedium, hipermedium lub środowiskiem medialnym – w literaturze spotyka się różne określenia). Stąd też – mimo iż chronologicznie jest znacznie młodszy niż prasa, radio i telewizja, zostanie omówiony jako pierwszy. Media konwergują, mieszają się ze sobą, ale wspólnym mianownikiem tych procesów jest właśnie Internet oraz procesy konwergencji (którym poświęcono osobny rozdział) i cyfryzacji. Taki podział, zdaniem autora, podkreśla również charakter pracy, która jest jednoczesnym spojrzeniem w przeszłość, na dotychczasowe procesy ewolucji kultury medialnej; na teraźniejszość – dynamiczną, podlegającą nieustannym przemianom, zmienną i każdego dnia inną oraz w przyszłość: aby przewidzieć, dokąd – w dalszej perspektywie – doprowadzą nas zmiany, których jesteśmy świadkami.

Niniejsza monografia składa się zatem z sześciu rozdziałów. Pierwszy poświęcony jest szeroko pojmowanemu aspektowi funkcjonowania Internetu, zarówno pod kątem jego historii i przemian, jak i kontrolujących go instytucji. Nie sposób było również pominąć kwestii obowiązywania prawa w Internecie, w tym również – jak-

⁴⁷ Por. M. Jabłonowski, T. Gackowski, *Tożsamość nauk o mediach. Obszary, perspektywy, postulaty*, „Studia Medioznawcze” 2012, nr 2(49), s. 17–19.

⁴⁸ Szerokie uzasadnienie tej tezy zob. A. Lewek, *Podstawy edukacji medialnej i dziennikarskiej*, Warszawa 2003, s. 51–55; H. Seweryniak, *Teologie na „progu domu”*, „Kultura – Media – Teologia” 2010, nr 1, s. 9–22.

⁴⁹ M. Jabłonowski, T. Gackowski, *Tożsamość nauk...*, art. cyt., s. 17. Dokładną analizę założeń, metod badawczych, teorii i specjalności nowej dyscypliny zob. [Dokument elektroniczny z prac zespołu na stronach CK] (brak daty opubl.), [online] http://www.ck.gov.pl/images/PDF/praca_zespołu.pdf (dostęp 10 września 2012 r.). Zob. także: T. Goban-Klas, *Nauki o mediach – baza czy nadbudowa nowych teorii nauk społecznych?*, referat podczas 22. Ogólnopolskiego Sympozjum Naukowego „Człowiek – Media – Edukacja”, Kraków, 28–29 września 2012 r., [online] http://www.up.krakow.pl/ktme/symp2012/referaty_2012_10/goban.pdf (dostęp 11 października 2012 r.).

że aktualnej! – sprawy ACTA. Poruszono także – rzadko przywoływaną – sprawę archiwizacji zasobów Internetu.

Rozdział drugi poświęcony jest z kolei analizie cech komunikacji internetowej i relacjom Internetu w odniesieniu do tradycyjnych mediów (prasy, radia i telewizji). Następnie podjęto tematykę zjawisk takich jak Web 2.0, nowe media i media społecznościowe, a także kwestię ich wpływu na kształt dziennikarstwa. Nie zabrakło także poszukiwania odpowiedzi na pytania o przyszłość Internetu i mediów społecznościowych. Rozdział kończy się refleksją etyczno-aksjologiczno-moralną nad techniką i zjawiskiem postępu technicznego.

Rozdział trzeci w całości poświęcono refleksji nad różnymi płaszczyznami i wymiarami zjawiska konwergencji, z jednoczesnym nawiązaniem do tematyki społeczeństwa informacyjnego i globalizacji. Kolejne trzy rozdziały poświęcone są funkcjonowaniu tradycyjnych mediów (prasy, radia i telewizji) w świecie analogowym i cyfrowym oraz obserwacji zmian i konsekwencji, jakie wynikają dla tychże mediów z przejścia w nowe, cyfrowe środowisko. Podjęto także próbę odgadnięcia, jak będzie wyglądać ich funkcjonowanie w przyszłości, przy czym prasie w całości poświęcono rozdział czwarty, zaś rozdziały piąty i szósty – radiu i telewizji. Ze względu na pewne cechy wspólne radiofonii i telewizji oba te media są omawiane łącznie: w rozdziale piątym możemy przyjrzeć się historii ich powstania oraz ewolucji i funkcjonowaniu w świecie analogowym, zaś rozdział szósty omawia ich funkcjonowanie w środowisku cyfrowym.

Cyfrowa rewolucja trwa. Kultura medialna i kształt otaczającego nas świata zmienia się każdego dnia. Oby niniejsza praca mogła stać się obecnie przyczynkiem i okazją do refleksji nad kierunkiem zachodzących zmian, a w przyszłości – świadectwem pytań, wątpliwości i przewidywań, które towarzyszyły nam w roku 2012.