

**Ks. Michał Drożdż**

*Papieska Akademia Teologiczna w Krakowie*

## **RÓŻNE WYMIARY KONWERGENCJI TECHNOLOGICZNEJ**

### **I. WSTĘP**

Dynamiczny rozwój technologii informatycznych i telekomunikacyjnych, a także rozwój tzw. cywilizacji informacyjnej, generują nowe zjawiska o charakterze uniwersalnym. Jednym z nich jest zjawisko konwergencji. Zjawisko to pojawia się w różnych obszarach ludzkiego poznania i działania, dlatego też jest ono wieloaspektowe i różnorodne. Pojęcie „konwergencji” ma bardzo szeroki zakres semantyczny. W obszarze nowych technologii oznacza ono cały kompleks zjawisk wieloaspektowego upodobniania się urządzeń medialnych i komunikacyjnych, które zaczynają pełnić podobne funkcje, choć pierwotnie nie były ze sobą technicznie spokrewnione. Konwergencja jest zatem rezultatem cyfrowej rewolucji i przenikania się różnych sektorów informacji i komunikacji: sektora telekomunikacyjnego, przestrzeni mediów i obszaru technologii informatycznej.<sup>1</sup> Zjawisko konwergencji, definiowane pierwotnie jako zbieżność (przenikanie się) pewnych trendów rozwojowych w dziedzinie teleinformatyki, jest postrzegane jako zrastanie się funkcji i technologii sieci komunikacyjnych i medialnych o różnych rodowodach, wśród których dominują stosowane do tej pory sieci korporacyjne bazujące na technologii komputerowej (transport danych) i sieci telekomunikacyjne (przekaz głosu, obrazu), umożliwiające interaktywność komunikacyjną oraz różnego typu media dostarczające szeroko rozumianej informacji. Mamy tutaj do czynienia z tendencją do uniformizacji i integracji różnych technik oraz środków przekazu. Zjawisko to ma nie tylko w nowych mediach swój żywotny fundament, ale także rodzi wiele konsekwencji o bardzo różnym charakterze, również filozoficznym. Staje się ono

---

<sup>1</sup> Por. T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie społeczne*, Kraków 1999, s. 27; F. Kamiński, *Konwergencja w obszarze komunikacji elektronicznej*, *Przegląd Telekomunikacyjny*, 1 (2000), s. 23; por. M. Matuzik, *Konwergencja mediów*, [online], dostęp: 3.03.2004, <http://matysoss.w.interia.pl/konwergencja.htm>.

przedmiotem analiz wielu dyscyplin naukowych, badań interdyscyplinarnych, a także ważnym elementem teorii czy quasi-teorii medialnych.<sup>2</sup>

Celem naszych analiz jest pokazanie różnych wymiarów konwergencji technologicznej w obszarze mediów oraz prezentacja niektórych antropologicznych konsekwencji tego zjawiska. Ukażemy najpierw podstawowe modele konwergencji mediów oraz niektóre płaszczyzny konwergencyjnej integracji mediów. W drugiej części niniejszej prezentacji próbujemy wskazać konsekwencje technologicznej konwergencji w wymiarze kulturowym i antropologicznym. Podstawą do tego będzie, po pierwsze, analiza nowych artefaktów medialno-kulturowych, odślanianych przez zjawisko konwergencji mediów oraz, po drugie, krytyczna analiza trzech koncepcji medialnych, ukazujących w oryginalny sposób niektóre konsekwencje antropologiczne omawianego zjawiska. Nasza odpowiedź na pytanie o konsekwencje konwergencji technologicznej, ma charakter sondujący wymiary tego zjawiska w oparciu o empiryczną wiedzę o procesach zmian technologicznych w świecie mediów, oraz o teoretyczno-filozoficzne koncepcje współczesnej mediasfery.

## II. MODELE KONWERGENCJI MEDIÓW

Pojęcie interaktywności, intermedialności czy konwergencji pojawia się coraz częściej zarówno w literaturze fachowej dotyczącej badań nad komunikowaniem, jak i w dyskursie teoretycznym dotyczącym problemów i zjawisk współczesnej kultury medialnej oraz symptomów cywilizacji informacyjnej. W mediasferze kształtowanej przez nowe media, funkcjonują wielorakie zależności: funkcjonalne, strukturalne, kulturowo-ideowe, zarówno na płaszczyźnie technologii środków przekazu, jak i na poziomie organizacji struktur i instytucji medialnych oraz w sferze oferowanych i komunikowanych treści i wartości. Te unifikujące tendencje określane są najczęściej ogólnym pojęciem „konwergencji mediów” Według Kamińskiego siłami napędowymi konwergencji mediów są: Internet, biznes elektroniczny (e-business), szybki rozwój aplikacji informatycznych i multimedialnych oraz wzrost mocy obliczeniowej komputerów wraz ze spadkiem ich cen.<sup>3</sup>

Dynamikę rozwoju mediów można opisać przy pomocy następującego modelu integracyjnego. Pierwsza integracja polega na przejściu starych mediów w nowe. Nowe technologicznie media opierają się w początkowej fazie na formach przekazu przejętych od mediów tradycyjnych, np. w pionierskiej fazie rozwoju Internet przejmował wzorce tradycyjnych mediów pisma drukowanego. Drugą płaszczyzną integracji jest proces odwrotny do poprzedniego: mianowicie akomodacja nowych mediów do starych. Tradycyjne media przejmują i adaptują określone struktury nowych mediów, np. z chwilą pojawienia się telewizji kolorowej, również czasopisma rozpoczęły

<sup>2</sup> Zob. szerzej: M. Drożdż, *Logos i ethos mediów. Dyskurs paradygmatyczny filozofii mediów*, Tarnów 2005, s. 82-91.

<sup>3</sup> F. Kamiński, *Konwergencja w obszarze komunikacji elektronicznej*, art. cyt., s. 23.

bardzo intensywnie wykorzystywać możliwości kolorowego druku. Integracja na trzecim poziomie polega na substytucji starych mediów przez nowe. Jeśli nowe media dają możliwość zastąpienia wszystkich możliwości starego medium i wykazują jeszcze dodatkowe nowe możliwości, to może dojść do całkowitej substytucji starego medium przez nowe. Takich sytuacji jest niewiele, ale przykładem może być zastąpienie tradycyjnych płyt analogowych przez płyty CD, a CD przez DVD. Czwartą, najszerszą płaszczyzną integracji, jest komplementarność starych i nowych mediów. Przestrzeń medialna jest coraz bardziej ubogacana nowymi możliwościami przekazu, które funkcjonują w tym obszarze komplementarnie, poszerzając możliwości tworzenia, przekazu i odbioru treści medialnych.<sup>4</sup> Ten ewolucyjny model integracji wskazuje na wielorakie wzajemne zależności mediów, na zjawisko konwergencji medialnej.

Konwergencja jest płaszczyzną integracji mediów, którą umożliwia współczesny postęp technologii elektronicznych. Nie dotyczy ona jedynie płaszczyzny technologicznej. Podobnie jak w tzw. procesach hybrydowych w naukach przyrodniczych (np. biotechnologii), procesy konwergencji w mediach otwierają nowe perspektywy ich rozwoju. Możemy wyróżnić kilka rodzajów konwergencji: techniczną, transmisyjną, rynkową, produktów i usług medialnych.<sup>5</sup> Konwergencja techniczna polega na wytwarzaniu i udostępnianiu produktów medialnych o zbliżonych cechach użytkowych oraz wykorzystywanie tych samych technologii w różnych kategoriach urządzeń medialnych.<sup>6</sup> Konwergencja transmisyjna polega na świadczeniu podobnych usług za pomocą odmiennych środków realizacji, przynależnych do różnych sektorów przekazów medialnych. Konwergencja rynkowa polega natomiast na wzajemnym przenikaniu i zacieraniu granic pomiędzy różnymi sektorami rynku mediów oraz tworzeniu się potężnych koncernów medialnych koncentrujących w ramach potężnego holdingu różne formy przekazu: radio, telewizję, portale internetowe, prasę i czasopisma, wydawnictwa itd. Konwergencja produktów i usług medialnych polega na uniformizacji i homogenizacji treści medialnych oraz na równoczesnym przekazie tych samych treści informacyjnych czy medialnych form różnymi kanałami przekazu,

---

<sup>4</sup> Por. M. Löffelholz, *Perspektiven politischer Öffentlichkeiten. Zur Modellierung einer system- und evolutionstheoretischen Analyse*, w: *Elektronische Demokratie. Perspektiven politischer Partizipation*, K. Kamps (red.), Opladen-Wiesbaden 1999, s. 263-279; M. Löffelholz, T. Quandt, *Kommunikationswissenschaft im Wandel. Orientierung in einer dynamischen, integrativen und unüberschaubaren Disziplin*, w: *Die neue Kommunikationswissenschaft. Theorien, Themen und Berufsfelder im Internet-Zeitalter. Eine Einführung*, M. Löffelholz, T. Quandt (red.), Wiesbaden 2003, s. 26n.

<sup>5</sup> F. Kamiński, *Konwergencja w obszarze komunikacji elektronicznej*, art. cyt., s. 23.

<sup>6</sup> Największe możliwości konwergencji technicznej daje technologia komputerowa. Obszarem najsilniejszego występowania zjawiska konwergencji jest upodobnianie się funkcji pełnionych przez multimedialny komputer, dysponujący internetem i tradycyjnymi mediami. Na temat zagadnień konwergencji technicznej zob. artykuły i informacje: [online], dostęp: 3.03.2004, <http://www.networld.pl>; A. Urbanek, *Czas konwergencji*, [online], dostęp: 3.03.2005, <http://www.networld.pl/artykuly/5710.html>.

różnymi mediami, najczęściej w ramach jednego koncernu medialnego. Konwergencja produktów sprawia, że zamiast wielu niezależnych infrastruktur informatycznych, komunikacyjnych i medialnych pojawiają się globalne usługi multimedialne na bazie technologii komputerowej. Konwergencja mediów i struktur informatyczno-komunikacyjnych powoduje wiele zmian w przestrzeni medialnej, np.: powstanie usług medialnych ukierunkowanych na specyficzne, indywidualne potrzeby użytkowników; zmianę charakteru komunikacji interpersonalnej (przekaz głosu wraz z obrazem); zmianę charakteru interaktywności komunikacyjnej (komunikacja teleinformatyczna dominująca nad komunikacją telefoniczną), zmianę formatów przekazów medialnych itp. Zmiany w przestrzeni medialnej, będące również wynikiem konwergencji mediów, przebiegają na wielu płaszczyznach i mają wieloaspektowy charakter: technologiczno-komunikacyjny, socjologiczny, ekonomiczny, aksjologiczny, prawny itd. Dobek-Ostrowska podkreśla, że dopiero na obecnym etapie rozwoju technologicznego (wprowadzenie technologii cyfrowej) pojawia się zjawisko konwergencji „różnych urządzeń i systemów technicznych tworzących rozwiązania, które nie były możliwe do zastosowania jeszcze kilka lat temu”<sup>7</sup> Konwergencja mediów umożliwia interaktywność komunikowania, dzięki daleko idącemu sprzężeniu i komplementarności mediów elektronicznych, informatyki i telekomunikacji.

Konwergencja mediów na różnych wspomnianych wyżej poziomach powoduje również konieczność uporządkowania różnego typu regulacji (prawnych, ekonomicznych, technologicznych) dotyczących poszczególnych sektorów medialnych. Kamiński nazywa upodabnianie się prawa dotyczącego różnych wymiarów społecznych „konwergencją regulacyjną”<sup>8</sup> Konwergencja mediów, na różnych jej poziomach, ma również swoje konsekwencje aksjologiczne. Problemy etyczne, jakie pojawiają się wraz ze zjawiskiem integracji i konwergencji mediów, domagają się spójnych i uniwersalnych kryteriów ocen, których personalistyczny fundament będzie przedmiotem naszych dalszych analiz.

### III. KONWERCENCYJNA INTEGRACJA MEDIÓW

Konwergencja mediów bywa określana jako metaproces o różnych stopniach dynamizmu na kilku płaszczyznach integracji.<sup>9</sup> Dynamizm ten ma charakter dialektyczny: przejawia zarówno tendencje unifikujące, jak i różnicujące (unifikacja technologiczna czy ekonomiczna oraz dyferencja struktur i produktów medialnych). Syntezą tych tendencji jest proces integracji mediów, który można ukazać z kilku perspektyw. Pierwszą z nich jest płasz-

<sup>7</sup> B. Dobek-Ostrowska, *Podstawy komunikowania społecznego*, Wrocław 2002, s. 151.

<sup>8</sup> F. Kamiński, *Konwergencja w obszarze komunikacji elektronicznej*, art. cyt., s. 23.

<sup>9</sup> Por. K. Beck, *Neue Medien – neue Theorien?*, w: *Die neue Kommunikationswissenschaft. Theorien, Themen und Berufsfelder im Internet-Zeitalter. Eine Einführung*, M. Löffelholz, T. Quandt (red.), dz. cyt., s. 76.

czynna technologiczna. Rozwój nowych technologii medialnych wydaje się być koniecznym, ale niewystarczającym warunkiem zarówno różnicowania się, jak i integracji mediów. Technika cyfrowa oraz digitalizacja umożliwiają standaryzację różnych pierwotnie form przekazu, dostosowując je do zunifikowanego przekazu cyfrowego, możliwego do odbioru w różnych urządzeniach odbiorczych. Digitalizacja umożliwia również multifunkcjonalność odbiorników medialnych oraz poszerzenie możliwości magazynowania informacji na coraz bardziej pojemnych nośnikach pamięci kodowanej czy kompresowanej cyfrowo. Inną techniczną innowacją jest wprowadzenie tzw. kanału zwrotnego, umożliwiającego selektywność i interaktywność dla odbiorcy. Digitalizacja, multifunkcjonalność i zwrotność przekazu medialnego stanowią technologiczną płaszczyznę integracji medialnej.

Drugą płaszczyznę integracji mediów jest płaszczyzna semiotyczna. Klasyczne systemy znaków, systemy kodów przekazu medialnego, takie jak np.: pismo, obraz, dźwięk, ruchomy obraz, zostały na platformie cyfrowej połączone w nowe, równoległe systemy kodów wielofunkcyjnych, tworząc płaszczyznę intermedialności, umożliwiającą integralny i równoczesny przekaz wieloma systemami znaków. W obszarze mediów interaktywnych, bazujących na systemie znaków tekstowych, rozwinęły się nowe systemy znaków i prążyków, które ogólnie określa się systemem oraliteralnym.<sup>10</sup> Należą do niego m.in. tzw. emotikony i akronimy.<sup>11</sup> Innymi systemami są hiperstruktury i hipermediasystemy. Tymi pierwszymi określamy zróżnicowane systemy znaków i struktur semiotycznych, natomiast systemy hipermedialne łączą w jeden system medialnego przekazu różne kanały komunikacji, np. tekst połączony z elementami audio i video. Hiperteksty i hipermedia integrują selektywnie różne systemy znaków i płaszczyzn semantycznych, tak iż odbiorca mediów posiada, w zależności od ilości i wielkości zastosowanych w systemie sposobów przekazu, dużą skalę wyboru możliwości dekodowania semantycznego przekazywanych treści i informacji.

Trzecią płaszczyznę integracyjną mediów staje się płaszczyzna prawa medialnego oraz przestrzeń polityki medialnej określonych struktur instytucjonalno-politycznych, zarówno lokalnych i państwowych, jak i globalnych i międzynarodowych. Konsekwencją różnicowania się systemów medialnych jest różnorodność regulacji prawnych poszczególnych mediów: różnorodność strukturalna kategorii medialnych, normatywności etyczno-prawnej czy terytorialności. Różne rodzaje mediów podlegały innym regulacjom prawnym w zależności od terytorium przekazu. Dla przykładu, te same kanały

---

<sup>10</sup> K. Beck, *Neue Medien – neue Theorien?*, dz. cyt., s. 78

<sup>11</sup> Emotikony są to znaki ułożone z liter oraz znaków interpunkcyjnych, służące do wyrażania nastrojów, uczuć i emocji w zwykłych dokumentach tekstowych, natomiast akronimy są to zestawienia literowe będące skrótami anglojęzycznych potocznych i utartych wyrażen, często używane w slangu komputerowym (por. R. Chmura, *Internetowe akronimy i emotikony*, w: *Internet. Fenomen społeczeństwa informacyjnego*, T. Zasępa, R. Chmura (red.), Częstochowa 2001, s. 105-110).

telewizyjne nadające z różnych krajów podlegały nie tylko innym systemom prawnym, ale czasem także innej ocenie etycznej przekazywanych treści. Regulacje prawne nie zawsze nadążają za rozwojem możliwości technicznych mediów. Technologiczna konwergencja mediów oraz procesy integracyjne na poziomie funkcjonalności mediów stanowią wyzwanie do poszukiwań płaszczyzn integracji medialnej na poziomie prawa i etyki mediów. Istnieją różnego typu problemy i zagadnienia związane z mediami, domagające się jednoznacznych i integralnych regulacji prawnych i etycznych, np.: koncentracja i dekoncentracja rynku medialnego, ochrona dzieci i młodzieży przed treściami demoralizacyjnymi, ochrona prywatności, zabezpieczenie praw autorskich i własności intelektualnej itp.<sup>12</sup> W obszarze tym pojawiają się tendencje integracyjne wypływające bardziej z doraźnych, pragmatycznych rozwiązań dostrzeganych problemów, niż oparte na jasnej koncepcji zintegrowanej wielopoziomowej regulacji mediów. Warto podkreślić tutaj rolę dwóch ważnych czynników samoregulujących i integrujących media, mianowicie wolnego rynku mediów oraz płaszczyznę etyczną. Stanowią one naturalny fundament regulacji prawnych, integrujących systemy medialne w wymiarze międzynarodowym i globalnym. Płaszczyzna etyczna o jednoznacznym i uniwersalnym charakterze może i powinna stanowić podstawową płaszczyznę integracji medialnej. Jednoznaczność, uniwersalność i naturalność takiej etyki mediów może zagwarantować paradygmat personalistyczny, który czyni osobę ludzką, z jej wartością i godnością, podstawowym kryterium wartościowania etycznego.

Największe znaczenie dla integracji medialnej posiada i będzie posiadać płaszczyzna ekonomiczna, którą najczęściej postrzega się jako element integracyjno-globalizacyjny współczesnych mediów. Niektórzy teoretycy mediów, np. Klaus Beck czy Werner Megier, uważają, że zjawisk: konwergencji mediów, intermedialności oraz integracji medialnej dotyczą przede wszystkim samych mediów, ich treści i kanałów przekazu. Konwergencja receptywna na poziomie odbiorców mediów jest tendencją, która dopiero się rozpoczyna i to ona będzie w przyszłości główną cechą konstytuującą charakter społeczeństwa informacyjnego.<sup>13</sup> Ciekawym fenomenem w przestrzeni mediów jest tendencja integracyjna, która kryje się za trendami i procesami, pozornie czy faktycznie, różnicującymi media. Mimo narastającej różnorodności ofert programowych, powiększania się liczby nadawców, poszerzania się możliwości interakcyjności komunikacyjnej, mimo coraz bogatszych i różnorodnych technologii przekazu, narastają procesy globalizacyjne i integrujące media, widoczne szczególnie poprzez cele, strategie i mechanizmy ekonomiczne. Szczegółowa analiza tych strategii i mechani-

---

<sup>12</sup> Por. A.W. Meier, *Was macht die Publizistik- und Kommunikationswissenschaft mit der Konvergenz*, w: *Die Zukunft der Kommunikation. Phänomene und Trends in der Informationsgesellschaft*, M. Latzer i inni (red.), Innsbruck-Wien 1999, s. 29n.

<sup>13</sup> Por. A.W. Meier, *Was macht die Publizistik- und Kommunikationswissenschaft mit der Konvergenz*, dz. cyt., s. 36; K. Beck, *Neue Medien – neue Theorien?*, dz. cyt., s. 79n.

zmów warta jest badawczego wysiłku, ponieważ stanowią one ważny faktor procesów medialnych, współtworzących przyszłościowe społeczeństwo medialno-informacyjne.

Warto tutaj wymienić przykładowo kilka strategii ekonomicznych integrujących media. „Crossmedialność” to mechanizm marketingowy integrujący media poprzez podobną lub taką samą strategię reklamową (równoczesne oddziaływanie na odbiorcę takimi samymi lub podobnymi elementami audiowizualnymi w różnych środkach i kanałach przekazu). Innym mechanizmem integracyjnym jest koncentracja różnego typu mediów wokół jednej marki medialnej, stanowiącej bazę identyfikacyjną różnych kanałów przekazu oraz będącej ośrodkiem sterującym treściami przekazu. Interaktywność mediów wzmacnia procesy integracyjne, zacierając jednocześnie granice pomiędzy producentem i nadawcą a „konsumentem” mediów. Odbiorcy mediów sami dostarczają inspiracji do tworzenia treści medialnych, które następnie sami konsumują. „User-generated Content”<sup>14</sup> zamienia nadawcę i odbiorcę, producenta i konsumenta w tzw. prosumenta.<sup>15</sup> Prosument jest epifenomenem procesów integracji medialnej i ich interaktywności. Różnego rodzaju aktywność odbiorcy współtworzy w dużej mierze zawartość oferowanej przez nadawcę treści medialnej.

Kolejny mechanizm integrujący media wypływa ze struktury funkcjonalności mediów. Pakiety produktów medialnych dostępne są dla odbiorcy w jednym, atrakcyjnym, zintegrowanym produkcie systemowym, realizującym różne funkcje przekazu medialnego i zaspokajającym różne potrzeby odbiorcy, poprzez jeden, ale wielofunkcyjny system przekazu (multimedia, hipermedia).

Kolejną płaszczyzną integracji medialnej staje się płaszczyzna komunikacji społecznej. Pełniejsze zrozumienie i wyjaśnienie mechanizmów i procesów integracji medialnej możliwe jest przy uwzględnieniu perspektywy procesów zachodzących w przestrzeni komunikacji społecznej, kulturowej i interpersonalnej.<sup>16</sup> Komunikacja medialna stanowi tylko część przestrzeni komunikacji społecznej, w której zachodzą zarówno procesy różnicujące, jak i integrujące wszystkie elementy współtworzące przestrzeń komunikowania. Można mówić o procesach integrujących czy różnicujących w perspektywie czasowej i przestrzennej, w aspekcie treści przekazu czy charakteru komunikacji społecznej. Czas trybów interakcyjnych, konwersacyjnych, symultanicznych w przekazach medialnych oraz w cyberprzestrzeni zmienia charakter czasowości komunikacji medialnej wprowadzając poprzez mechanizację czasu, symultaniczność przekazu, komutację łączy komunikowania, nowe horyzonty czasu, w których nawet „człowiek współczesny, od mędrca

---

<sup>14</sup> K. Beck, *Neue Medien – neue Theorien?*, dz. cyt., s. 80.

<sup>15</sup> Tamże. Por. także: A. Toffler, *Trzecia fala*, Warszawa 1997, s. 406-439 (rozdział XX: *Prosument – klient nowego typu*).

<sup>16</sup> Por. D. McQuail, *The Future of Communication Theory*, w: *Die Zukunft der Kommunikation. Phänomene und Trends in der Informationsgesellschaft*, M. Latzer i inni (red.), dz. cyt., s. 11-24.

po robotnika, zostaje wprawiony w ruch w pozaczasowości”<sup>17</sup> Nowe technologie komunikowania wzmacniają autonomiczność komunikowania pod względem czasowym, sprawiając, że struktura procesów medialnych staje się niezależna od uwarunkowań czasowych. Integracja medialna widoczna jest również w perspektywie przestrzennej. Wszechobecność mediów prowadzi do swoistej medializacji czy mediatyzacji przestrzeni.<sup>18</sup> Nie można tego procesu rozumieć – jak pisze Beck – jako wirtualizację czy w ogóle dekonstrukcję wymiarów przestrzennych poprzez nowe technologie komunikacji medialnej. Chodzi raczej o proces kompresji przestrzeni przez media do wymiarów „globalnej wioski”<sup>19</sup> ze słynnej już metafory Marshalla McLuhana, „globalnego miasta” w myśli Sassena<sup>20</sup>, czy też zmediatyzowanego miasta w wizji Barbary Kity<sup>21</sup> jako przestrzeni zdeterminowanej „przez nowe techniki transportu, komunikacji i praktyk audiowizualnych”<sup>22</sup> Symbolem współczesnej kompresji przestrzeni i jej globalizacji staje się internet, jako medium tworzące nowy rodzaj zintegrowanej przestrzeni, tzw. cyberprzestrzeń czy przestrzeń wirtualną.

Nową platformą integracji mediów staje się płaszczyzna tematów i treści przekazów medialnych. Pojawienie się konkretnego, a bardzo atrakcyjnego i aktualnego tematu w jednym z mediów wywołuje lawinowy wręcz proces powielania tego tematu, powtarzania tych samych treści, często w sposób spontaniczny i niezależny od siebie. Integracja tego typu możliwa jest również dlatego, że w przestrzeni instytucji medialnych występuje często daleko idąca konsolidacja i monopolizacja mediów wokół wielkich koncernów i grup medialnych. Homogenizacja treści przekazu jest zatem prostą konsekwencją procesów globalizacyjnych we współczesnej przestrzeni medialnej na poziomie instytucjonalnym i organizacyjnym. Tego typu integracja ma duży wpływ na dynamikę procesów globalizacyjnych współczesnych społeczeństw informacyjnych. Tworzy się bowiem nowy system medialny o wysokim stopniu zintegrowania wewnętrznego, mający coraz większy wpływ nie tylko na procesy społecznego komunikowania, ale również na wszystkie procesy społeczne.

Media nie pozostawiają żadnego procesu społecznego na marginesie swojego zainteresowania i oddziaływania. Ten nowy system medialny charakteryzuje się otwartością i dynamiką rozwoju, kartelizacją organizacyjną i instytucjonalną, prywatyzacją, której poddawane są media publiczne, ko-

---

<sup>17</sup> J. Lohisse, *Przyszłość kultury z informatyzowanej*, w: *Antropologia słowa. Zagadnienia i wybór tekstów*, G. Godlewski, A. Mencwel, R. Sulima (opr.), Warszawa 2003, s. 660.

<sup>18</sup> K. Beck, *Neue Medien – neue Theorien?*, dz. cyt., s. 82.

<sup>19</sup> Określenie to znalazło się po raz pierwszy w książce McLuhana *The Gutenberg Galaxy* jako tytuł jednego z rozdziałów. McLuhan analizując wpływ mediów na rozwój cywilizacji, twierdzi, że media elektroniczne zmieniają świat w „globalną wioskę” (por. M. McLuhan, *The Gutenberg Galaxy*, New York 1962, s. 43).

<sup>20</sup> Por. S. Sassen, *The Global City*, New York, London, Tokyo 1991.

<sup>21</sup> Por. B. Kita, *Między przestrzeniami. O kulturze nowych mediów*, Kraków 2003, s. 45-52.

<sup>22</sup> Tamże, s. 45.

mercjalizacją funkcjonowania, dyfuzją nowych technologii informacyjnych i komunikacyjnych, chłonnością nowoczesnych technik przekazu, konwergencją mediów elektronicznych z informatyką i telekomunikacją, kompresją czasowo-przestrzenną treści przekazu, rozwojem rynku medialnego w skali globalnej i lokalnej.<sup>23</sup> System medialny wzmacnia społeczną integrację, stwarzając nową społeczną przestrzeń, w której „tworzą się nowe kontakty międzyludzkie, umacniają się dotychczasowe relacje interpersonalne, powstają możliwości przeżywania własnej tożsamości”<sup>24</sup> Społeczna integracja nie odbywa się oczywiście tylko dzięki obecności i oddziaływaniu mediów w przestrzeni społecznej, ale jest skutkiem wielopłaszczyznowych procesów społecznego komunikowania. Toffler określa te procesy „trzecią falą” rozwoju cywilizacyjnego, twierdząc, że ludzkość stanęła na przełomie wieków „u progu nowej cywilizacji” Uważa on, że przebudowie ulega całe życie społeczne, w którym zmieniają się zarówno nasze związki rodzinne i przyjaźnie, jak i stosunki panujące w szkole i w zakładzie pracy. „Wraz z technologią i infosferą – pisze Toffler – stworzymy więc jednocześnie zupełnie nową socjosferę trzeciej fali”<sup>25</sup>

Integracja mediów na różnych wyżej wymienionych poziomach umożliwia specyficzną zamianę ról w procesie komunikowania. Odbiorcy zintegrowanych systemów medialnych nie dają się jednoznacznie zdefiniować jako zróżnicowana społeczność odbiorcza, ponieważ status i rola nadawcy i odbiorcy ulegają dyfuzji czy wręcz zamianie. Proces taki widoczny jest szczególnie w przestrzeni komunikacji elektronicznej, w sieciach komputerowych. Niektórzy autorzy proponują nowe określenie zacierające granice między nadawcą i odbiorcą w tradycyjnym znaczeniu, mówiąc o „uczestnikach” czy „zorganizowanych uczestnikach”<sup>26</sup> procesów medialnej komunikacji. Można tutaj wymienić kilka typów tego rodzaju uczestników w oryginalnym angielskim brzmieniu: *Moderators, Webmasters, Providers, Gate-keepers*. Zorganizowani uczestnicy komunikacji medialnej posiadają większą niż pozostali uczestnicy możliwość kształtowania procesu komunikacji we wszystkich jego wymiarach. W zintegrowanym systemie medialnym umożliwiają oni innym selektywne uczestnictwo i interaktywność według stosowanych przez siebie kryteriów. Zintegrowany system medialny daje więc większą możliwość manipulacji procesami komunikacji, zwłaszcza wtedy, gdy jego zorganizowani uczestnicy odrzucają jednoznaczne kryteria etyczne.

---

<sup>23</sup> Por. B. Dobek-Ostrowska, *Podstawy komunikowania społecznego*, dz. cyt., s. 150.

<sup>24</sup> K. Beck, *Neue Medien – neue Theorien?*, dz. cyt., s. 83.

<sup>25</sup> A. Toffler, *Trzecia fala*, dz. cyt., s. 320.

<sup>26</sup> Por. I. Goertz, *Wie interaktiv sind Medien? Auf dem Weg zu einer Definition von Interaktivität*, *Rundfunk und Fernsehen*, 43 (1995), s. 477-493.

#### IV NOWE ARTEFAKTY MEDIALNE JAKO KONSEKWENCJA KONWERGENCJI

Nowe konwergencyjne media, ujmowane całościowo tworzą nowy rodzaj artefaktów medialnych.<sup>27</sup> Artefakty medialne, będące swoistym rodzajem artefaktów kulturowych społeczeństwa informacyjnego, łączą w sobie cechy tradycyjnych artefaktów fizycznych (media traktowane jako materialny wytwór kultury informacji i komunikacji), artefaktów behawioralnych (media wytwarzają nowe sposoby zachowań, reakcji itp.) oraz artefaktów językowych (język mediów jako nowy sposób komunikacji społecznej). Artefakty medialne w pełni wyrażają treść definicji artefaktu jako celowo wytworzonego lub przetworzonego obiektu, któremu człowiek nadał kulturowo określoną i ustaloną formę oraz przeznaczenie. Media, może bardziej niż wszystkie inne obszary kulturowe, poddane są wpływom technologicznym, historycznym, ekonomicznym, politycznym i kulturowym. Wszystkie te ograniczenia, uwarunkowania i wpływy tworzą nowy rodzaj artefaktów medialnych.<sup>28</sup> Proces ten wydaje się być najbardziej widoczny na etapie tworzenia się i pierwszego zafascynowania się nowym rodzajem mediów, kiedy to społeczność i człowiek starają się dopasować nowe media do istniejących już starych konwencji artefaktualnych, bądź też tworzą świadomie czy nieświadomie nowe artefakty. Zjawisko to w przypadku mediów tradycyjnych było mało doceniane i w związku z tym niemalże niewidoczne w analizach medialnych, gdzie media nie były doceniane jako ważny element artefaktów kulturowych. Dynamika rozwoju i wpływu nowych mediów na kulturę komunikacji interpersonalnej, na strukturę i dynamikę zmian procesów społecznych postawiła, naszym zdaniem, na nowo to zagadnienie w świetle współczesnych interdyscyplinarnych analiz medialnych. Nie wszyscy zdają się jednak dostrzegać i doceniać pojawienie się wraz z nowymi mediami nowych artefaktów medialnych i próbują nadal analizować nowe media przez pryzmat tradycyjnych konwencji i artefaktów kulturowych. W analizach tych pojawia się często krytyczny stosunek do nowych mediów, które rzekomo mają burzyć tradycyjne, często wyidealizowane konwencje i formy komunikacji międzyludzkiej.<sup>29</sup> Przykładem takich analiz jest często formułowana krytyka nowych mediów, zarzucająca im brak elementów „interpersonalności” Krytyka taka jest w dużej mierze bezzasadna, gdyż wynika z braku elementarnej znajomości funkcjonowania i potencjalnych możli-

<sup>27</sup> Zob. szerzej: M. Drożdż, *Logos i ethos mediów. Dyskurs paradygmatyczny filozofii mediów*, dz. cyt., s. 57-61.

<sup>28</sup> Zob. R.E. Rice, *Computer-mediated communication and organizational innovation*, *Journal of Communication*, 37 (1987), s. 65-94; R.E. Rice, *Contexts of research on organizational computer-mediated communication: a recursive review*, w: *Contexts of Computer-Mediated Communication*, M. Lea (red.), New York 1992, s. 113-144; R.E. Rice, U. Gattiker, *New media and organizational structuring of meanings and relations*, w: *New Handbook of Organizational Communication*, F. Jablin and L. Putnam (red.), Newbury Park 1999.

<sup>29</sup> Por. R.E. Rice, *Artifacts and Paradoxes in New Media*, art. cyt., s. 127.

wości nowych mediów. Nowe media dają więcej możliwości interpersonalnej komunikacji, interaktywności niż tradycyjne media masowe. Stwarzają też większą możliwość personalizacji procesów komunikacji. Kiedy odbiorca staje się jednocześnie nadawcą, pojawia się więcej możliwości interaktywności i interpersonalności niż w tradycyjnych formach komunikacji masowej. Nie można oceniać nowych mediów i ich cech tylko binarnie, dychotomicznie (medium „to ma” lub „tego nie ma”), z perspektywy wyidealizowanych artefaktów komunikacji interpersonalnej. Ponieważ ta sama treść, która wcześniej istniała w tradycyjnych formach zapisu, zapisana teraz w formie cyfrowej, może zostać przekazana poprzez wiele różnych mediów lub przez jedno medium o charakterze konwergencyjnym. Konwencje społeczne, nadające większe przywileje niektórym z tradycyjnych mediów i przypisujące im większą rolę jako czynnikom artefaktualnym, należy raczej potraktować jako formę przyzwyczajień, mody i gustów, niż faktycznej roli i możliwości nowych mediów w komunikacji społecznej.

Rice uważa, że artefakty łączone z tradycyjnymi środkami przekazu zostały już tak dalece wyidealizowane, że nie odpowiadają nowym zjawiskom i procesom komunikacji medialnej i nie wystarczają do ich adekwatnego opisu. Z biegiem czasu artefakt nieustannie używany ulega – według Rice’a – strukturyzacji, w wyniku czego jest on idealizowany, tak że pozytywne aspekty socjalne są kojarzone z dobrze znanymi środkami przekazu, a w szczególności z komunikacją interpersonalną, natomiast nowe media zdają się konkurować z komunikacją interpersonalną i są kojarzone z negatywnymi aspektami komunikacji społecznej.<sup>30</sup>

Jensen wysuwa podobny wniosek, ukazując, że nowe media są często analizowane na podstawie kilku wyidealizowanych metafor (sztuka, informacja, edukacja), zamiast na podstawie ich pełnego zakresu możliwości i zastosowań.<sup>31</sup> Krytyka nowych mediów z perspektywy wyidealizowanych artefaktów wydaje się być przesadzona i obojętna na pozytywny ich wpływ na komunikację interpersonalną. Zgadza się z tezą Rice’a, że nowe media są często porównywane i krytykowane z tej właśnie uprzywilejowanej, artefaktualnej, wyidealizowanej wizji komunikacji interpersonalnej.<sup>32</sup> Uważa on, że ważnym aspektem badań nad nowymi mediami i społeczeństwem powinna być próba lepszego zrozumienia charakteru artefaktualnego środków przekazu, aby uniknąć uprzedzeń w rozumieniu i krytyce nowych mediów. Przykładem takich analiz są prace Griffitha i Northcrafta<sup>33</sup>, Nassa i Maso-

---

<sup>30</sup> Tamże, s. 128n.

<sup>31</sup> Por. J. Jensen, *Redeeming Modernity: Contradictions in Media Criticism*, Newbury Park 1990.

<sup>32</sup> Por. R.E. Rice, *Artifacts and Paradoxes in New Media*, art. cyt., s. 127-128.

<sup>33</sup> Zob. T. Griffith, G. Northcraft, *Distinguishing between the forest and the trees: media, features, and methodology in electronic communication research*, *Organization Science*, 5 (1994), s. 272-285.

na<sup>34</sup>, Meyrowitza<sup>35</sup>, w których wyraźnie oddzielając cechy poszczególnych mediów od samych mediów<sup>36</sup>, tworzą nową typologię mediów, pozwalającą na lepsze rozumienie roli i funkcji nowych mediów w tworzeniu nowych artefaktów komunikacji medialnej i interpersonalnej. Nass i Mason stworzyli bardzo generalną typologię zmiennych środków przekazu, w których ważnym kryterium podziału są stałe cechy komunikacji społecznej, niezmiennie wobec zmieniających się zewnętrznych form przekazu. Meyrowitz opiera swoją typologię mediów na trzech zasadach korzystania z nich: na wykorzystaniu treści, na znajomości gramatyki mediów oraz na umiejętności posługiwania się środkami przekazu. Podstawę artefaktów medialnych stanowią zatem nie same zmieniające się media, ale cechy mediów. Nowe media posiadają cechy tradycyjnych środków przekazu. Zawierają podstawowe cechy komunikacji społecznej i interpersonalnej, dlatego też artefakty medialne w przestrzeni medialnej nowych mediów nie stanowią zagrożenia dla komunikacji interpersonalnej, ale są, jak każda nowa struktura kulturowo-społeczna, nowym wyzwaniem dla indywidualnego człowieka i społeczności, pozwalającym na odkrywanie i rozróżnianie pozytywnych i negatywnych aspektów rozwoju cywilizacyjnego. Krytyka artefaktualnych cech nowych mediów musi umiejętnie odróżniać zagrożenia od wyzwań. Podstawowym wyzwaniem nowych mediów jest sfera etyczna, która domaga się klarownych, uniwersalnych i personalistycznych kryteriów ocen.

Analizy dotyczące natury i funkcjonowania nowych mediów pokazują zarówno ogromną rolę mediów w kształtowaniu wzorców społecznych i indywidualnych zachowań, wyborów, ocen i działań, jak też odślaniają różnorodność paradoksów w korzystaniu i używaniu mediów, paradoksów w ocenach i w krytycznych podejściach zarówno do tradycyjnych, jak i nowych mediów. Próby takich analiz znajdziemy w wielu pracach współczesnych badaczy mediów. De Sola Pool pisze o paradoksach związanych z „podwójnym życiem” mediów, o ich pozytywnych i negatywnych konsekwencjach dla życia człowieka.<sup>37</sup> Orlikowski mówi o paradoksach uwarunkowanych technologią medialną, o dualizmie technologii i kultury.<sup>38</sup> De Sanctis i Poole piszą o paradoksach związanych z ograniczeniami w używa-

---

<sup>34</sup> Zob. C. Nass, L. Mason, *On the study of technology and task: a variable-based approach*, w: *Organizations and Communication Technology*, J. Fulk, C. Steinfield (red.), Newbury Park 1990, s. 46-67.

<sup>35</sup> Zob. J. Meyrowitz, *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior*, New York 1986.

<sup>36</sup> Por. inne opinie na temat konceptualnego rozróżnienia mediów od ich cech: R.E. Rice, *Computer-mediated communication and organizational innovation*, art. cyt., s. 80-91; R.E. Rice, *Contexts of research on organizational computer-mediated communication: a recursive review*, art. cyt., s. 123-138.

<sup>37</sup> Por. I. de Sola Pool, *Technologies of Freedom*, Cambridge 1983.

<sup>38</sup> Por. W. Orlikowski, *The duality of technology: rethinking the concept of technology in organizations*, *Organization Science*, 3 (1992), s. 397-427.

niu mediów.<sup>39</sup> Sproull i Kiesler analizują różnorodność poziomów funkcjonowania mediów i paradoksy kompresji czasowej i przestrzennej przekazów medialnych.<sup>40</sup> Wszystkie te analizy prowadzą do etycznych wniosków. Pokazują one potencjalne możliwości nowych mediów w tworzeniu dobra w wymiarach indywidualnych i wspólnotowych. Interaktywność, dywergencja i konwergencja mediów, interkonektywność treści, formy i przekazu pozwalają, wbrew potocznym krytycznym opiniom, na większą personalizację komunikacji medialnej, na otwarty dialog, poczucie więzi, współzależność, na większą różnorodność idei, doświadczeń. Jednocześnie analizy paradoksów związanych z nowymi mediami pokazują potencjalne zagrożenia mediów dla człowieka i wspólnoty.

## V. ANTROPOLOGICZNE KONSEKWENCJE KONWERGENCJI MEDIÓW

Istnieje wiele teoretycznych prób analizy miejsca i roli człowieka w świecie nowych konwergentnych mediów. Próby te mają charakter teorii medialnych, quasi-teoretycznych konstrukcji lub filozoficznych refleksji. Większość z tych ujęć ukazuje nie tylko nową jakość mediosfery tworzonej przez konwergentne media, ale pokazują przede wszystkim nową płaszczyzną konwergencji: związek człowieka z przedmiotowym światem mediów i maszyn. Jako przykład takich czytelnych i oryginalnych ujęć chcemy krytycznie zaprezentować koncepcje Marshalla McLuhana, Norberta Bolza oraz Michela Serresa. Wybór tych koncepcji nie oznacza naszej akceptacji tych poglądów, ale ma na celu pokazać na przykładzie tych koncepcji realny wpływ procesów konwergencji mediów na człowieka oraz potrzebę ciągłego konfrontowania antropologicznych ujęć z nowymi wyzwaniem postępu technologicznego.

### 1. Nowa jakość konwergencji: Media przedłużeniem człowieka

W koncepcji Marshalla McLuhana media pozostają nie tylko ważnym elementem świata, w którym żyje i działa człowiek, ale stanowią konieczną perspektywę analiz kulturowej i egzystencjalnej kondycji człowieka oraz ludzkiej cywilizacji.<sup>41</sup> W ten sposób McLuhan ukształtował podstawowe ramy antropologicznej przestrzeni analiz medialnych.<sup>42</sup> Jego teorię mediów

<sup>39</sup> Por. G. DeSanctis, M.S. Poole, *Capturing the complexity in advanced technology use: adaptive structuration theory*, *Organization Science*, 5 (1994), s. 121-147.

<sup>40</sup> Por. T. Sproull, S. Kiesler, *Connections: New Ways of Working in the Networked Organization*, Cambridge 1991.

<sup>41</sup> Zob. szerzej: M. Drożdż, *Medialne struktury hybrydowe. Człowiek w przestrzeni medialnego determinizmu*, *TST XXIV/1* (2005), s. 127-138.

<sup>42</sup> „I think of [medial] technologies as highly identifiable objects made by our own bodies (...). In the sense that these media are extensions of ourselves – of man – then my interest in them is utterly humanistic. All these technologies and the mechanisms they create

można uznać za poszerzenie antropologicznej perspektywy medialnej, która nie redukuje medialnych artefaktów do poziomu relacji narzędziowych, ale czyni z nich element poznawczej natury człowieka. Zadania, jakie stawia McLuhan teorii mediów, polegają na analizie medialnych uwarunkowań cywilizacji informatyczno-technicznej w oparciu o poszerzone pojęcie mediów. Analiza procesów kulturowo-społecznego oddziaływania mediów, badanie procesów konwergencji i hybrydyzacji mediów, analiza formalnych aspektów mediów, stwarza nową sytuację poznawczą. Oznacza nie tylko ekstensyfikację lub intensyfikację dotychczasowych perspektyw poznawczych, ale przede wszystkim pokazuje ich kwalitatywną transformację. McLuhan pokazuje całe spektrum zmian będących skutkiem postępu technologicznego i konwergencji mediów, na tym etapie ich rozwoju, który był dostępny jego wiedzy. Są to zmiany o charakterze społeczno-kulturowym, epistemologicznym, antropologicznym itp. W ich opisie media traktowane są równocześnie przedmiotowo-materialnie jako narzędzia komunikacji oraz kulturowo-formalnie jako artefakty medialne poszerzające przestrzeń działania i postrzegania człowieka. Teoria mediów, w jego rozumieniu, ma na celu badanie mediów w tych dwóch perspektywach, a szczególnie analizę skutków oddziaływania wszelkich form technicznych jako artefaktów medialnych, na ludzkie zmysły i ludzką świadomość.<sup>43</sup>

McLuhan analizuje człowieka i jego egzystencjalną kondycję z perspektywy mediów, chcąc w ten sposób dotrzeć do podstaw każdej ludzkiej aktywności. Traktuje on przestrzeń życia człowieka jako technosferę czy mediosferę, stanowiącą podstawową infrastrukturę wszelkiej jego aktywności. W przestrzeni tej człowiek poddany jest, często w sposób nieuświadomiony, oddziaływaniom mediów. Próba obiektywnego, transcendentnego opisu człowieka, jego wewnętrznej i zewnętrznej przestrzeni racjonalności, zdana jest na niepowodzenie bez uwzględnienia zmieniających się uwarunkowań medialnych. Człowiek jest istotą uwarunkowaną przez kulturę medialną i podlega ciągłym zmianom pod wpływem kulturowych oraz technicznych elementów i struktur jego komunikacyjnych interakcji. Jeśli media stanowią „przedłużenie człowieka”, to wszelkie zmiany i rewolucje medialne dotyczą wprost ludzkiej natury. Media stanowią przedłużenie ludzkich zmysłów i świadomości, warunkują – mimo pozytywno-optimistycznych wizji koncepcji McLuhana – ludzką aktywność i ograniczając tym samym autonomię człowieka. Media nie tylko determinują ludzkie działanie a formy medialne nie tylko wyznaczają sposoby komunikowania się ludzi i warun-

---

are profoundly human” (M. McLuhan, Q. Fiore, *Even Hercules Had to Clean out the Augean Stables but Once*, w: G. Stearn, (red.), *McLuhan, Hot and Cool – a Critical Symposium*, New York 1967, s. 280. 294 (cyt. za: O.L. Schultz, *Marshall McLuhan – Medien als Infrastrukturen und Archetypen*, w: A. Laagay, D. Lauer, *Medientheorien. Eine philosophische Einführung*, Frankfurt-New York 2004, s. 55).

<sup>43</sup> M. McLuhan, *Die magischen Kanäle. Understanding Media*, Düsseldorf, Wien 1995, s. 39 (jest to niemieckie tłumaczenie dzieła: M. McLuhan, *Understanding Media: The Extensions of Man*, New York 1964).

kują procesy kulturowych przemian. Media, stanowiąc przedłużenie ludzkich zmysłów, determinują jego postrzeganie świata, a wpływając na ludzką świadomość, ograniczają możliwości etycznych ocen i wyborów. W epoce mediów elektronicznych ludzie przestają być w pełni świadomymi i wolnymi indywidualnymi osobami. Człowiek nie kształtuje sam, w sposób wolny, swojej przyszłości, ale zostaje włączony w procesy generowane i kształtowane przez media.

McLuhan zasadniczo pozytywnie ocenia kierunki tych przemian, nie doceniając jednak wagi konsekwencji swojej deterministycznej wizji wpływu mediów na ludzką osobę. Jeśli do tego uwzględnimy – czego McLuhan w swoim formalizmie medialnym nie czyni – negatywną zawartość przekazywanych treści, to skutki determinizmu medialnego mogą się okazać dla człowieka bardzo destrukcyjne. Formułując i aprobując w pełni tezę, iż media kształtują, a także kontrolują rozmiar i formę ludzkich związków i działań<sup>44</sup>, McLuhan nie dostrzega wystarczająco negatywnych konsekwencji takiej determinacji. Wątpliwa wydaje się być w tym kontekście pociecha płynąca z nadziei lepszej przyszłości, będącej pełnym urzeczywistnieniem potencjalnych możliwości mediów elektronicznych. „Żyjemy w przejściowej erze dotkliwego bólu i tragicznego poszukiwania własnej tożsamości, lecz agonია naszej epoki jest jednocześnie bólem ponownego narodzenia”<sup>45</sup>

## 2. Konwergencja człowieka i maszyny

Jeszcze bardziej radykalne konsekwencje antropologiczne nowych mediów ukazuje koncepcja Norberta Bolza.<sup>46</sup> Koncepcja elektronicznych mediów Norberta Bolza odwołuje się do cybernetycznego modelu człowieka Norberta Wienera<sup>47</sup> oraz opiera się bezpośrednio na poglądach determinizmu technologicznego McLuhana, uznających media m.in. za „przedłużenie” człowieka, wzmacniające i poszerzające jego możliwości poznawcze. Media i maszyny są również, według Bolza, „technologicznym przedłużeniem centralnego systemu nerwowego”<sup>48</sup>, technicznym przedłużeniem ludzkich zmysłów, sztuczną protezą wzmacniającą funkcje ciała, zmysłów i rozumu. „Wobec komputera McLuhanowska definicja mediów jako «przedłużenia człowieka» zyskuje nowy wyraz”<sup>49</sup> Bolz rozszerza tezę McLuhana, twier-

<sup>44</sup> Por. M. McLuhan, *Wybór tekstów*, dz. cyt., s. 389.

<sup>45</sup> Tamże, s. 385.

<sup>46</sup> Zob. szerzej: M. Drożdż, *Filozoficzne aspekty synergii człowieka i maszyny. Polemika z synergetyką medialną Norberta Bolza*, TST, XXIV/2 (2005), s. 39-52.

<sup>47</sup> „Superszybka maszyna obliczeniowa, zależna w swym działaniu od nieprzerwanego przełączania mechanizmów, musi przedstawiać prawie idealny model pojawiania się problemów w systemie nerwowym” (por. N. Wiener, *Cybernetics*, New York-London 1948, s. 14 [cyt. za: N. Bolz, *Estetyka cyfrowa*, w: *Pejzaże audiowizualne. Telewizja, wideo, komputer*, A. Gwóźdź (red.), Kraków 1997, s. 349]).

<sup>48</sup> N. Bolz, *Theorie der neuen Medien*, München 1990, s. 113 (wszystkie tłum. własne).

<sup>49</sup> Tenże, *Estetyka cyfrowa*, dz. cyt., s. 353.

dząc, że cała „elektronika jest globalnym przedłużeniem naszego centralnego systemu nerwowego, który sam może być rozumiany jako elektroniczna sieć koordynująca nasze zmysły”<sup>50</sup> Same media stanowią również organiczną strukturę obejmującą całego człowieka. „W przestrzeni uwarunkowań nowych mediów człowiek staje się nie tyle użytkownikiem narzędzi i aparatów, ale integralnym elementem, organiczną częścią medialnej struktury”<sup>51</sup>

Takie rozumienie mediów i elektroniki implikuje mechanistyczno-deterministyczne rozumienie człowieka. Człowiek nie dysponuje możliwością skutecznego oddziaływania na media i pełnego sterowania tym systemem, podobnie jak dysponuje możliwością jedynie ograniczonego wpływu na swój system nerwowy, który jest również systemem zamkniętym. Metaforyczny język Bolza pozwala dostrzec wyraźne odniesienia jego koncepcji do nowożytnego materializmu mechanicystycznego La Mettrie, czy też do mechanicyzmu o proveniencji kartezjańskiej, gdzie *res cogitans* zostało zastąpione przez „mechanikę asocjacji ducha”<sup>52</sup> Ten mechanistyczny obraz człowieka przenosi Bolz do współczesności jako epoki immaterialnej digitalizacji, umieszczając go w świecie elektronicznego „chaosu i symulacji”<sup>53</sup> W ten sposób tworzy podstawy swojej koncepcji synergetyki człowiek-maszyna na bazie materialistyczno-mechanicystycznej antropologii, behawioryzmu i postmodernistycznego antyracjonalizmu. Człowiek traci swoją podmiotowość, funkcjonując w przedmiotowej przestrzeni maszyn, poddając się ich deterministycznym oddziaływaniom. Postępująca, coraz powszechniejsza technicyzacja życia, postęp technologiczny w dziedzinie komunikacji i mediów wywołują i wzmacniają proces coraz większej identyfikacji człowieka z maszyną, wyzwalając przy tym szereg efektów synergetycznych.<sup>54</sup> Media, wzmacniając możliwości poznawcze człowieka, jednocześnie określają jego stosunek do rzeczywistości, determinują kształt jego życia i działania.

Media nie tylko rozszerzają nasz zasięg i zwiększają skuteczność, lecz także działają jako filtr, który pozwala zorganizować i zinterpretować naszą społeczną egzystencję. Działanie człowieka jest definiowane i wyjaśniane poprzez analogie do funkcjonowania maszyn, np. myślenie człowieka można wyjaśnić, według Bolza, procesami symulacji komputerowych. Bolz nawiązuje tutaj wyraźnie do słynnego testu Turinga, gry symulacji, rozstrzygając jednoznacznie spór i dyskusję na ten temat apodyktyczną tezą, że istnieje

<sup>50</sup> Tenże, *Theorie der neuen Medien*, dz. cyt., s. 116.

<sup>51</sup> Tenże, *Die Welt als Chaos und Simulation*, München 1992, s. 134.

<sup>52</sup> Tenże, *Theorie der neuen Medien*, dz. cyt., s. 22.

<sup>53</sup> Tenże, *Die Welt als Chaos und Simulation*, dz. cyt.

<sup>54</sup> Efekty synergetyczne są efektami wzajemnego wzmocnienia. Jeżeli poszczególne elementy wzmacniają się nawzajem w swoim działaniu, to mówimy o zjawisku synergii. Synergia objawia się więc w trakcie zsynchronizowanego, harmonijnego działania elementów wchodzących w skład danego systemu, co daje globalny efekt większy niż wynikałoby to z sumy działania dawanego przez każdy element z osobna. W koncepcji synergetyki Bolza maszyna wzmacnia możliwości człowieka, który jest w stanie konstruować i programować coraz lepsze maszyny.

możliwość technicznej symulacji ludzkiego myślenia. Człowiek jednak przegrywa konkurencję z maszyną. „Wobec doskonałości nowych technologii medialnych i komputerowych humanistyczna wizja człowieka zawstydzająco, że traktuje go jako istotę niedoskonałą. Każde porównanie indywiduum ludzkiego z sieciami elektronicznymi ukazuje człowieka jako kiepską, nie dbale zrobioną sieć z zawodnym układem przełączającym i niestabilnymi sprzężeniami zwrotnymi”<sup>55</sup> W tym kontekście konieczna jest, według Bolza, synergia człowieka i maszyny, by wzmocnić możliwości poznawcze człowieka. Człowiek i maszyna funkcjonują również analogicznie na poziomie uwarunkowań poznawczych, tzn. zarówno człowiek jak i program komputerowy mają charakter transcendentalny, ponieważ umożliwiają doświadczenie. Media elektroniczne w społeczeństwie informacyjnym są dla przykładu warunkiem a priori naszego poznania świata i działania.<sup>56</sup>

Media depersonalizują procesy komunikacji. Komunikacja przestaje tu być relacją podmiotów i zaczyna pełnić funkcję łącznika między „umaszynowanymi konceptami” W tej sytuacji człowiek mówiący staje się nadajnikiem, a człowiek słuchający odbiornikiem, natomiast treść przekazu czerpie realność już tylko z własnej struktury – te dwa aspekty są znaczącymi elementami zachodzącej zmiany. Ten proces widoczny jest chociażby w powszechnie akceptowanej terminologii, w której język nauk technicznych kontynuuje podbój codzienności.<sup>57</sup> Komunikacja medialna nie jest już tylko rozumiana w tradycyjnym ujęciu semantycznym jako komunika, wymiana, transmisja czy dyfuzja, ale coraz bardziej w terminologii technicznej, jako komutacja.<sup>58</sup>

Synergia człowieka i maszyny eliminuje różnicę między podmiotem a przedmiotem, znosi konieczność, potrzebę i sensowność takiej relacji, ponieważ człowiek został zredukowany do poziomu funkcjonowania przedmiotowego. W konsekwencji, pomiędzy człowiekiem a mediami nie funkcjonuje relacja podmiotowo-przedmiotowa, ponieważ media nie funkcjonują poza człowiekiem. Dlatego też człowiek pozbawiony jest możliwości jakiegokolwiek krytycznego spojrzenia na media, gdyż media funkcjonują w nim i przez niego.

### 3. Konwergencja sieci parazytologicznych

Oryginalną koncepcję relacji człowieka do świata nowych konwergentnych mediów zaprezentował Michel Serres.<sup>59</sup> Michela Serresa, wykładowcę epistemologii i historii nauki na paryskiej Sorbonie, członka francuskiej Akademii Nauk, z jego prowokującą parazytologią medialną możemy zali-

<sup>55</sup> Tenże, *Estetyka cyfrowa*, dz. cyt., s. 350.

<sup>56</sup> Tenże, *Am Ende der Gutenberg-Galaxis. Die neuen Kommunikationsverhältnisse*, München 1993, s. 33.

<sup>57</sup> Por. J. Lohisse, *Przyszłość kultury z informatyzowanej*, dz. cyt., s. 659.

<sup>58</sup> J. Lohisse, *Przyszłość kultury z informatyzowanej*, dz. cyt., s. 659n.

<sup>59</sup> Zob. szerzej: M. Drożdż, *Media. Teorie i fikcje*, Kielce 2005, s. 143-148.

czyć do grupy superwizjonerów<sup>60</sup> współczesnego świata mediów. Serres zainspirowany matematyczną teorią mediów i eksperymentami Shannona (matematyczno-techniczna teoria komunikacji), Turinga (sztuczna inteligencja), Weavera (teoria komunikacji), Wienera (cybernetyka) czy Hartleya (teoria informacji) próbuje stworzyć całościową, trochę eklektyczną wizję komunikacji medialnej. Serres nawiązuje przy tym, w swoich głównych epistemologicznych i filozoficznych tezach, do tradycji Bachelardowskich,<sup>61</sup> idąc jednak znacznie dalej niż on w wykorzystywaniu mitów jako archetypów symboli.

Wychodzi on z założenia, iż istotną cechą tego świata jest komunikacja zakłócana nieustannie przez szum, który próbuje się na różne sposoby usuwać. Operacja ta byłaby jedynie możliwa w świecie czystych platońskich idei, a nie w świecie konkretnego doświadczenia. By usunąć szum, pisze Serres, trzeba wyeliminować doświadczenie.<sup>62</sup> Świat jest według niego zespołem przedmiotów wymieniających informacje. W każdym procesie komunikacji pojawiają się elementy szumów i zakłóceń, które w duchu myśli Serresa można traktować jako elementy pasożytnicze komunikacji. Tworzą one wraz z innymi elementami procesów komunikacji nieskończony ciąg, sieć wzajemnych powiązań, w których zatracą się różnica między nadawcą, odbiorcą, „pasożytem”, gdzie ten ostatni również staje się koniecznym faktorem komunikacji.

Serres traktuje wszystkie elementy komunikacji jako równoważne.<sup>63</sup> Poprzez metaforyczną figurę parazyta dokonał parazytologicznej rekonstrukcji modelu komunikacji jako linearnej transmisji medialnej, włączając w proces komunikacji element tak zwanego „Trzeciego”, „parazyta”, określając tym pojęciem całokształt szumów, zakłóceń, interferencji, łańcucha pośredników i innych „pasożytów” podłączonych do procesu komunikowania się. Relacje parazytologiczne tworzą strukturę wzajemnych powiązań w kształcie kaskad, węzłów i sieci. Im bardziej skomplikowana jest ta struktura sieci i kaskad parazytów, tym bardziej ze sobą interferują i wzajemnie się zakłócają. Każda komunikacja ma charakter parazytologiczny, to znaczy, że ostateczny

<sup>60</sup> Teksty i myśl Serresa są prowokujące i fantazyjne. Niech następujący tekst zobrazuje jego styl wyrażania myśli: „I znów szczury są tutaj. One są tutaj, jak to się mówi, zawsze. One należą do budowy. Błąd, niepewność, zamieszanie i ciemność należą do poznania, szmery należą do komunikacji, szczur należy do domu. Tak, jeszcze więcej, szczur jest domem” (M. Serres, *Der Parasit*, Frankfurt am Main 1987, s. 26 [cyt. za: A. Kümmel, *Mathematische Medientheorie*, w: D. Kloock, A. Spahr, *Medientheorien. Eine Einführung*, München 2000, s. 233]).

<sup>61</sup> Gaston Bachelard (1884-1962), francuski filozof i historyk nauki, który mimo niskiego pochodzenia i samouctwa osiągnął największe zaszczyty w Akademii Francuskiej. W latach 1940-45 jako pierwszy zajmował katedrę filozofii i historii nauki na Sorbonie. Z perspektywy współczesnej filozofii nauki psychologizująca koncepcja historii nauki przedstawiona przez Bachelarda nie jest dobrze przyjmowana. Odbiera się ją często jako raczej mieszaninę rozważań o takich tematach jak poezja, sny, psychoanaliza, wyobraźnia niż jako zwyczajną epistemologię i filozofię nauki.

<sup>62</sup> Por. B. Skarga, *Omówienie dzieła „Hermès”*, w: *Przewodnik po literaturze filozoficznej XX wieku*, B. Skarga (red.), t. 5, Warszawa 1997, s. 404.

<sup>63</sup> A. Kümmel, *Mathematische Medientheorie*, art. cyt., s. 235.

kształt przekazywanej w procesach komunikacji informacji i jej skutek są nieprzewidywalne.<sup>64</sup> Komunikacja ma także charakter emergentny, ponieważ pod wpływem oddziaływań parazytologicznych pojawiają się ciągle nowe, nieoczekiwane i nieprzewidywalne efekty komunikowania.

Model przedstawiony przez Serresa znosi również dystans i różnice pomiędzy duchem a materią, człowiekiem i techniką. Wszelkie kategorie antynomiczne i dualistyczne tracą swoją rację bytu w przestrzeni interferencyjnych, zacierających wszelkie granice, oddziaływań. Również człowiek jest produktem komunikacji, pozostającym w systemie nieustających interferencji materii i ducha, techniki i kultury, stając się, co najwyżej, „potencjalną możliwością wyboru, selekcji w tej intersubiektywnej wymianie myśli”<sup>65</sup>

Próbując ocenić koncepcję Serresa, można dostrzec, iż jest ona próbą modyfikacji klasycznego, matematycznego modelu komunikacji Shannona z perspektywy kulturowej. Serres koncentruje się na analizie roli źródeł zakłóceń i szumów w procesach komunikacji, identyfikując je ze społeczno-kulturowymi elementami struktur społecznej komunikacji. Analizy te abstrahują od jakichkolwiek odniesień empirycznych, stając się raczej heurystycznym impulsem dostrzegającym procesy zakłóceń w komunikacji medialnej i ich wpływ na ostateczny kształt odbieranych przekazów.

## ZAKOŃCZENIE

Wielopłaszczyznowa integracja mediów łączy w sobie zarówno procesy integrujące, jak i różnicujące, które pozostają wobec siebie w dialektycznym sprzężeniu. Sprzężenie to generuje zmiany przestrzeni medialnej w kierunku nowej integracji. Zmiany te określane bywają jako eksplozje czy implozje medialne<sup>66</sup>, ale zasadniczo chodzi o postępujący proces restrukturyzacji przestrzeni medialnej, charakteryzujący się przede wszystkim wyżej opisanymi konsekwencjami konwergencji technologicznej mediów.

Wydaje się, że poszukiwanie i analizowanie płaszczyzn konwergencyjnej integracji mediów pozwala lepiej odkrywać i rozwiązywać problemy oraz pytania rodzące się w kontekście nowych mediów, również problematykę antropologiczno-kulturową oraz aksjologiczną, w szerszej perspektywie teoretycznej, pokazując ich wieloaspektowość i interdyscyplinarny charakter.<sup>67</sup> Procesy konwergencji technologicznej mediów z jednej strony będą coraz bardziej ułatwiać procesy komunikacyjnej, informacyjnej, edukacyjnej itp., ale z drugiej strony stawiają i będą stawiać człowieka wobec wielu pozytywnych i negatywnych wyzwań, które nie mogą pozostać obojętne dla wielu dziedzin nauki, a szczególnie dla filozofii przyrody, antropologii i etyki. Re-

---

<sup>64</sup> Por. M. Serres, *Der Parasit*, dz. cyt., s. 11n. 31n.

<sup>65</sup> Por. B. Skarga, *Omówienie dzieła „Hermès”*, art. cyt., s. 406.

<sup>66</sup> Określenia te pojawiają się często w literaturze z obszaru medialnego paradygmatu technicznego (por. M. McLuhan).

<sup>67</sup> K. Beck, *Neue Medien – neue Theorien?*, dz. cyt., s. 73.

fleksja teoretyczna, a szczególnie antropologiczno-etyczna, musi nadać za dynamicznym postępowaniem technologicznym i dynamicznym rozwojem współczesnych nauk przyrodniczych i technicznych, dostarczając cywilizacji informacyjnej klarownych i uniwersalnych fundamentów wartościowania, gdyż w przeciwnym razie postęp techniczny, pozbawiony takiego fundamentu i ram wartości może stać się zagrożeniem dla człowieka i cywilizacji.

## VERSCHIEDENE DIMENSIONEN DER TECHNOLOGISCHEN KONVERGENZ

### Zusammenfassung

Die vorliegende Arbeit stellt sich zum Ziel verschiedene Modelle der technologischen Konvergenz im Medienbereich kurz darzustellen und einige Konsequenzen der Medienkonvergenz kritisch zu überprüfen. Als Medienkonvergenz bezeichnet man in der Medien- und Kommunikationswissenschaft die Annäherung verschiedener Einzelmedien entweder in Bezug auf technische, inhaltliche oder wirtschaftliche Aspekte.

Die Präsentation der verschiedenen Ebenen der Medienkonvergenz dient uns als Ausgangspunkt zur Vorstellung der anthropologischen und kulturellen Konsequenzen der technologischen Konvergenzprozessen. Wir sehen in der Konvergenz die Chance, die Kommunikations-, Informations- und Bildungsprozessen zu verbessern, aber auch weisen wir auf die Herausforderungen und potentielle Bedrohungen auf, die von diesen Prozessen ausgehen. Die Medienkonvergenz wird positiv für die Menschen auswirken, wenn man die Tatsache nicht vergisst, dass die Würde der Person in jeder Phase der Konvergenzprozessen unveräußerlich ist.

Unsere Analyse zeigt sich als eine Auseinandersetzung mit den theoretischen und praktischen Fragen um die heutige Mediosphäre und die Medienpraxis im Zusammenhang mit der Konvergenz der Medien und ihren Konsequenzen für den Menschen. Wir hoffen, dass es uns diese Konsequenzen im erhofften Umfang darzustellen gelungen hat.