

# Rozdział 3

## Internet – społeczne metamedium

Mirosław Filiciak

### 3.1. Wstęp – społeczeństwo sieci

Informacja stanowi podstawę współczesnej ekonomii, pełniąc rolę nadrzędną wobec towarów posiadających wymiar materialny. Stała się też kluczowym elementem wszystkich sfer ludzkiej aktywności: od kultury po politykę. Dlatego już w latach 60. XX wieku pojawiło się pojęcie „**społeczeństwa informacyjnego**”. Najpierw na łamach japońskiej prasy – jako pierwszy użył go w roku 1963 publicysta Tadao Umesao. Określenie, które odnosiło się do przemian w zasadach organizacji społecznej i produkcji, w których to obszarach coraz większą rolę zaczęły odgrywać nowe technologie komunikowania, szybko przeniknęło nie tylko do dyskursu akademickiego, ale i politycznego. Wokół idei „społeczeństwa informacyjnego” na początku lat 70. stworzono w Japonii rządowy projekt, który poprzez zmianę priorytetów inwestycyjnych i badawczych miał przygotować państwo na wyzwania Ery Informacji i przekształcić gospodarkę japońską w potęgę zorientowaną na rozwój nowych technologii. Równocześnie od początku lat 70. w Europie Zachodniej i Stanach Zjednoczonych myśliciele tacy jak Alvin Toffler zdiagnozowali wejście gospodarki w erę postprzemysłową, cechującą się dominacją sektora usług nad produkcją, a także nasileniem konsumpcji i rozwojem kultury wolnego czasu. Tradycyjnie najważniejszy przemysł ciężki, nadzorowany przez państwo, zaczął przegrywać konkurencję z coraz bardziej mobilnym kapitałem prywatnym. Zmienił się też charakter pracy – pracownicy niższego szczebla musieli pogodzić się z koniecznością wielokrotnego zmieniania specjalizacji (stąd słowem-kluczem stała się **elastyczność**), co przy okazji spowodowało obniżenie statusu pracy jako takiej: skoro przestała być ona czymś na całe życie, ludzie przestali myśleć o sobie w kategoriach wykonywanego zawodu, stawiając ponad nim swoje pasje i hobby, i to z nimi się identyfikując. Na zmianę sytuacji wpływ miały również ruchy kontestacyjne lat 60. i 70., które zakwestionowały pochodzącą z początku wieku wizję dobrobytu opartego na konsumpcji masowo wytwarzanych dóbr, przyczyniając się do wzrostu nacisku na indywidualność jednostki. Zmiany te pogłębiły się za sprawą komputerów, mieszkańcy krajów wysokorozwiniętych przenosili stopniowo kolejne sfery swojej

działalności ze „świata atomów” do „świata bitów”. Tych pierwszych nie można mnożyć w nieskończoność, te drugie – owszem. Ułatwiło to tak pożądaną personalizację produktów, ale postawiło też na głowie zasady funkcjonowania gospodarki. Zaczęły się rozmywać granice między produkcją i konsumpcją, między czasem pracy i czasem wolnym.

Wymienione zmiany osiągnęły apogeum, gdy pojawił się internet. Nie przypadkiem wybitny socjolog Manuel Castells określa współczesne społeczeństwo mianem społeczeństwa sieci – sieć internetowa staje się dziś bowiem nie tylko narzędziem komunikacji, ale też metaforą organizacji relacji społecznych, rządzących się logiką sieci. Nowy system społeczny wylaniający się z przemian technologicznych odrzuca nieefektywne, zhierarchizowane i oparte na pionowej integracji zarządzanie – opłatająca nasz świat sieć to internet, ale też sieć powiązań o zasięgu globalnym, które internet symbolizuje. Obecnie zaproponowany przez Castellsa termin wykorzystywany jest częściej, niż pojęcie społeczeństwa informacyjnego m.in. dlatego, że jest wolny od ideologicznego założenia, że upowszechnienie nowych technologii rozwiąże wszystkie problemy współczesnego świata. Sieć, złożona struktura, w której przecinają się aktywności i interesy różnych grup społecznych, okazała się być znacznie bardziej adekwatną figurą opisu.

**Dramatyczne przemiany pejzażu medialnego, których świadkami jesteśmy na przelomie XX i XXI wieku, choć swe źródło mają w zmianach technologii, dotyczą przede wszystkim społecznych praktyk odbioru.** Zmieniają się sposoby uczestnictwa w kulturze choć zapewne nie tak gwałtownie, jak wydawało się na początku lat 90., kiedy popularyzacja internetu miała być wstępem do rewolucji we wszystkich sferach ludzkiej aktywności. Pojawił się jednak szereg nowych zjawisk, związanych z dwukierunkową wymianą informacji. Ewolowały relacje między nadawcami i odbiorcami, otwierając zapośredniczoną przez środki przekazu sferę publiczną na oddolną aktywność internautów. Choć każde medium opiera się na społecznym kontekście swojego funkcjonowania, to internet jest medium społecznym w stopniu większym od swoich poprzedników. Coraz większa liczba internautów zabiera głos na forach dyskusyjnych, wymienia ze sobą pliki z muzyką i filmami, prowadzi blogi, komentuje i rekomenduje prace innych, czasem też sama tworzy filmy i muzykę lub remiksuje prace innych. Wspomniany już Manuel Castells nazywa te nowe, umożliwiające odbiorcom podejmowanie aktywności tekstualnej media indywidualnymi mass mediami (*mass-self communication*). Wizja kultury, w której każdy jest twórcą, wciąż pozostaje utopią, wydaje się jednak, że zmianie uległy fundamenty funkcjonowania środków przekazu. Stopniowo spada też znaczenie książek, filmów i prasy w postaci, w jakiej znaliśmy je dotąd – kolejne media zostają zawłaszczone przez metamedium internetu, oferujące natychmiastowy dostęp i możliwość personalizacji strumienia informacyjno-rozrywkowego. Internet można określić mianem metamedium, bo nie tylko stanowi odrębny środek przekazu, ale też częściowo zawłaszcza inne media, stając się kanałem przekazu treści z prasy, radia i telewizji. Dlatego przemiany świata mediów, w których internet odgrywa rolę kluczową, często opisuje się w kategoriach

konwergencji. **Konwergencja mediów** to proces ich łączenia się na różnych poziomach – od biznesowego (nasilająca się przez tworzenie wielkich koncernów koncentracji mediów) po technologiczny (pojedyncze urządzenia pozwalają nam korzystać z różnych środków przekazu, np. telefon komórkowy pozwala na słuchanie muzyki, oglądanie nagrań wideo, przeglądanie zdjęć itd.). Treści medialne krążą między różnymi kanałami przekazu, co ma podłoże ekonomiczne, bo raz wytworzona treść jest na różne sposoby udostępniana potencjalnym odbiorcom, żeby zwiększyć możliwości dotarcia do nich, ale przekłada się też na powstawanie nowych, hybrydalnych form, jak choćby udostępniane w internecie odpowiedniki seriali telewizyjnych, których akcja rozgrywa się także w sieciowych serwisach społecznościowych. Zaciera się też podział na media profesjonalne i amatorskie, bo – jak pisze Lev Manovich – „obecnie informacje pochodzą nie tylko z tradycyjnych źródeł, takich jak gazety, stacje telewizyjne czy kina, ale także z kanałów, których zawartość jest tworzona przez użytkowników: z blogów, kanałów RSS, notek na Facebooku, filmów na YouTube i tak dalej [...] Mamy do czynienia z nowymi rodzajami komunikacji, w których zazwyczaj trudno wyraźnie oddzielić od siebie treść, opinię i rozmowę” [Manovich 2008, s. 73, 77]. Co więcej, nadawcy nie są już w stanie kontrolować sposobów użycia raz udostępnionych treści – doskonale pokazuje to przypadek amerykańskich seriali telewizyjnych, które w kilka godzin po emisji w Stanach Zjednoczonych podróżują ponad granicami państw, ale i pomiędzy różnymi platformami odbioru, w postaci plików krążących w internecie lub w postaci transmisji strumieniowej w serwisach takich jak YouTube. „Telewidzami” – bo przecież oglądają treści wytworzone z myślą o telewizji – stają się w tym wypadku często osoby nie posiadające nawet telewizora, oglądające kolejne odcinki na ekranach komputerów, z użyciem konsol do gier, projektorów, telefonów komórkowych czy innych platform mobilnych. Każda nowa treść trafia do medialnego archiwum internetu rozumianego jako sieciowa baza danych, w której funkcjonuje w oderwaniu od oryginalnego kontekstu.

Okres, w którym się znajdujemy, jest zapewne okresem przejściowym, w którym tradycyjne modele tworzenia i dystrybucji kultury oraz zarabiania na niej stopniowo zostają zastąpione nowymi. Ten proces ma burzliwy, pełny napięć przebieg, czego dowodem są choćby debaty o piractwie muzycznym i filmowym, czy dyskusja o przyszłości branży prasowej, którą „uwolnienie” informacji w internecie wpędziło w poważne tarapaty finansowe (w Polsce ciekawym przykładem ataku „starych” mediów na internetowych dziennikarzy-amatorów był spór redakcji upadającego „Dziennika” z blogerką Katarzyną). To także okres wyzwania dla badaczy kultury, na oczach których zmieniają się dotychczasowe hierarchie, a czytelne niegdyś granice ulegają rozmyciu. Zwłaszcza że będący symbolem tych przemian internet nie jest jednolitą technologią – to raczej **internety**, zespół zróżnicowanych usług oraz praktyk społecznych i kulturowych, rozmaicie wykorzystywanych przez różne grupy społeczne. Ostatnie lata m.in. za sprawą wzrostu przepustowości łącz to przede wszystkim popularyzacja sieci *peer-to-peer* (model ten wykorzystywany jest zarówno do wymiany plików, np. w sieci BitTorrent, jak i innych usług, czego przykładem jest choćby komunikator Skype) oraz

Web 2.0, czyli rozwój usług, w ramach których firmy internetowe dostarczają platformę komunikacyjną, którą treściami zapełniają sami użytkownicy – od serwisów społecznościowych po mechanizmy wymiany multimediów, takie jak YouTube, Flickr i inne. Popularność serwisów społecznościowych pokazuje, że internauci są gotowi częściowo poświęcić swoją prywatność, skoro w zamian otrzymują wygodne narzędzie do zarządzania kontaktami ze znajomymi. W Polsce fenomenem jest popularność serwisu Nasza Klasa, któremu udało się pokonać różnice międzypokoleniowe i pozyskać przeszło 11 milionów użytkowników, którzy każdego dnia umieszczają w swoich profilach milion zdjęć (stan z grudnia 2008 roku).

Jak wynika z danych Internet World Stats na początku roku 2009 z internetu korzystało blisko 1,6 mld osób na całym świecie, internautą jest więc blisko co czwarty mieszkaniec globu. Według sporządzonego w tym samym okresie raportu *Portret internauty*, przygotowanego przez CBOS i Gazetę.pl, z internetu korzysta ponad połowa Polaków. Równocześnie w tej grupie widoczne są wyraźne dysproporcje, bo o ile z internetu korzysta 65 proc. mieszkańców polskich miast, to już tylko 35 proc. mieszkańców wsi. Jak pokazał choćby raport *Diagnoza społeczna*, te różnice nie dotyczą wyłącznie skali dostępu do internetu, ale także sposobów jego wykorzystania – dysponujący często niższym od mieszkańców miast kapitałem ekonomicznym, ale też kulturowym i społecznym, ludzie żyjący na wsi częściej wykorzystują komputery i internet przede wszystkim do rozrywki, rzadziej do pracy. Niższe są ich kompetencje korzystania z komputerów, ale i chęć wykorzystania nowych narzędzi technologicznych do samorozwoju; okazuje się, że wykształcenie i sytuacja społeczno-zawodowa mają większy od statusu materialnego wpływ na to, czy Polacy korzystają z internetu. Internet jawi się z tej perspektywy jako narzędzie komunikacyjne, które otwiera przed społeczeństwem nowe szanse, ale stwarza też ryzyko pogłębienia jego podziałów.

### 3.2. Historia – od przemysłu zbrojeniowego po zanurzenie w codzienności


Nie istnieje jedna prahistoria internetu – stworzenie teoretycznych podstaw przypisuje się dziesiątkom autorów. Każda epoka ma swoją utopię, do której realizacji ma się przyczynić technologia komunikacyjna. Zagorzały komunista Bertold Brecht jeszcze przed wybuchem II wojny światowej widział szansę na demokratyzację świata w rozwoju radia. Z kolei hipisi z powołanego po festiwalu Woodstock kolektywu Raindance narzędzie rewolucji widzieli w małych sieciach telewizji kablowych, które miałyby przeciwstawić się wielkim stacjom nadawczym i sprawić, że każdy będzie mógł kierować swój przekaz do innych. Skupmy się więc na wymiarze praktycznym, niemniej interesującym.

Do powstania globalnej sieci komputerowej w niezamierzony sposób przyczynili się inżynierowie ze Związku Radzieckiego. To dzięki ich wysiłkom 4 października 1957 roku na orbitę okołozemską trafił pierwszy zbudowany przez człowieka obiekt – Sputnik 1.

Radziecki satelita wywołał popłoch w amerykańskiej armii, demonstrując technologiczny potencjał Związku Radzieckiego (nie bez znaczenia był oczywiście fakt, że Sputnik został wyniesiony na orbitę przez raketę, która poddana modyfikacjom mogła przemienić się w międzykontynentalny pocisk balistyczny). Obawa przed przewagą uzyskiwaną przez Związek Radziecki w wyścigu technologicznym i jej potencjalnymi konsekwencjami dla zachwiania równowagi pomiędzy mocarstwami prowadzącymi zimną wojnę sprawiła, że w lutym 1958 Amerykanie założyli Advanced Research Projects Agency, agencję zajmującą się zaawansowanymi technologicznie projektami badawczymi. To w niej pod koniec lat 60. powstał ARPANet – pierwsza na świecie sieć komputerowa wykorzystująca tzw. komutację pakietów, czyli dzielenie danych na pakiety i przesyłanie ich do innych węzłów sieci różnymi trasami. Taki model komunikowania się z pominięciem centrali (każdy pakiet poszukuje trasy, którą może dotrzeć do celu – jeśli fragment sieci jest uszkodzony, próbuje go ominąć) i pozwalający na nawiązanie równoczesnej łączności między wieloma punktami miał oczywiście znaczenie militarne: celem było stworzenie sieci, która umożliwi zachowanie łączności także w wypadku zniszczenia dużej liczby węzłów komunikacyjnych, np. wskutek ataku jądrowego. Eksperymentalna sieć obejmowała stopniowo kolejne amerykańskie uczelnie. Na początku lat 70. amerykańska armia zdecydowała się na odstąpienie protokołu komunikacyjnego TCP/IP, który wykorzystywał ARPANet, a dziś – w udoskonalonej formie – także internet. Do sieci zaczęto włączać kolejne lokalne sieci akademickie. Symbioza sieci akademickich z naukowcami działającymi na rzecz amerykańskiej armii trwała do początku lat 80. Wtedy, ze względu na obawy przed hakerskimi atakami na wojskowe serwery, sieci te zostały rozdzielone, do sieci edukacyjnej zaczęły włączać się za to powstające w międzyczasie sieci z innych kontynentów. Pod koniec lat 80. sieć akademicka została połączona z sieciami komercyjnymi, a w Europejskiej Agencji Badań Jądrowych CERN brytyjski informatyk Timothy Berners-Lee opracował system World Wide Web – sposób dostępu do treści umieszczonych w sieci za pośrednictwem adresów URL i hiperłącz. Z perspektywy 20 lat trudno przecenić znaczenie tego wynalazku, bo strony WWW do dziś stanowią jedną z podstawowych usług internetu.

**Do Polski internet trafił na przełomie roku 1991 i 1992 – na początku dostępny był wyłącznie w kilku ośrodkach akademickich.** Stopniowo uruchamiano też komercyjne usługi dostępne, od połowy lat 90. dostępne także dla osób prywatnych. Wtedy też powstały pierwsze polskie portale internetowe i zaczęła się – początkowo powolna – popularyzacja internetu. Pod koniec roku 1996 liczbę polskich internautów szacowano na około pół miliona osób, z czego zaledwie 18 proc. stanowiły kobiety (wg badania Naukowej i Akademickiej Sieci Komputerowej). Z internetu wciąż korzystały przede wszystkim środowiska akademickie oraz firmy zorientowane na nowe technologie. Pewnym przełomem była możliwość nawiązywania wdzwanianych połączeń z internetem udostępniona wszystkim posiadaczom linii telefonicznych Telekomunikacji Polskiej w czerwcu 1996 (obecnie połączenia modemowe zostały wyparte przez regulowane stałym abonamentem łącza szerokopasmowe).

**Witamy!** **Polskie Zasoby Internetu**

Nasze Usługi   

**OPTIMUS 24**

Darmowe Konto

MSIE 4.0  
Wersja Internet Explorer z pełnego serwisu OptimusNet

**GALERIA ANTONIO ANDRZEJA MŁĘCZKI**

Kalendarz  
Serwis film  
Regiony  
Wyszukiwarki  
Tablica Opinii

**Sklepy Wirtualne**  
OPTIMUS S.A.  
OPTIMUS ESC  
VINSENT Sp z o.o.

**Katalogi**  
Katalog Mebliowy  
Katalog Firm  
Wirtualny Świat  
Sportu  
Giełdy  
Samochody  
Nieruchomości  
Praca  
Komputery  
Nasze usługi  
FTP / NEWS

**Aktualności**  
Serwis / Prognoza pogody / Sport

**Biznes i ekonomia**  
Giełda i kursy walut / Banki

**Ekologia**  
W Polsce / Na świecie

**Kultura i sztuka**  
Galeria / Muzea / Filmy

**Media**  
Na świecie / Radio / Telewizja

**Muzyka**  
Poważna / Rockowa / Inna

**Polonia w Internecie**  
Ameryka Płn. / Australia / Europa

**Gazety Elektroniczne**  
Dzienniki / Tygodniki / Miesięczniki

**Religia**  
Katolicyzm / Inne

**Rząd i polityka**  
Parlament / Politycy / Danie

**Turystyka**  
Parki / Baza noclegowa / Ciekawe miejsca

**Wielka Woda**  
aktualne informacje powodziowe

**Pierwsze zdjęcia z powierzchni Marsa**  
Odnośnik do stron CNN

**Wyszukiwki**

wyświetlenie:  tekstowe  przybliżone

**Bazy danych**  
Baza OptimusNet / Inne

**Edukacja**  
Uczelnie / Szkoły Średnie / Kurry

**Internet i komputery**  
Kluby i Kawiarnie / Prasa / Inne

**Ludzie**  
Aktorzy / Pisarze / Malarze

**Medycyna**  
Szpitale / Fundacje / Choroby

**Nauka i technika**  
Instytuty / Uczelnie / Targi

**Prawo**  
Kodeksy Karny / Podatki / Www o Prawie

**Regiony**  
Warszawa / Kraków / Łódź / Podhale

**Rozrywka**  
Humor / Gry / Inne

**Sport**  
Wiadomości / Dyscypliny / Piłka Nożna

**Strony prywatne**

**Nasze Usługi / Dodał URL / Nowości / Pomoc / Promocja**  
**Komunikaty techniczne OPTIMUS NET**

Napisz do nas

© OPTIMUS SA 1997

Webmaster: M. Maciejewski  
Opz. graf.: B. Prokocna

W tamtym okresie o internecie pisano – zarówno w prasie, jak i publikacjach akademickich – jako o swego rodzaju technologicznym cudzie, niezwyklej technologii, która umożliwi dynamicznym jednostkom niezwykle efektywne zarabianie pieniędzy, ale też pełniejszy udział w sferze publicznej. Zwłaszcza w Stanach Zjednoczonych eksploatowano analogie między podbojem cyberprzestrzeni a zdobywaniem Dzikiego Zachodu, wskazywano także na kontrkulturowe korzenie znacznej części środowiska twórców komputerów i programistów. Wyrazem tych nadziei była tzw. ideologia kalifornijska, promowana przez magazyn „Wired” mieszanka przekonania o emancypacyjnej mocy komputerów i neoliberalizmu ekonomicznego. Nową elitę stanowić mieli już nie przedstawiciele wielkiego biznesu, lecz młodzi specjaliści od komputerów, tacy jak Bill Gates, który dzięki swojej wiedzy błyskawicznie zbił fortunę. Ekscytujący wizerunek internetu podsycali publikacje prasowe pokazujące, jak odmiennymi od świata rzeczywistego regułami rządzi się cyberprzestrzeń – miały tego dowodzić m.in. reportaże z uniwersytetów gier sieciowych, w których gracze manipulowali swoim wizerunkiem, tworząc postaci różnych płci, ras itp. Tekst Andrzeja Łodyńskiego *Świat komputerowych miraży* z dodatku do „Gazety Wyborczej” otwierała taka zapowiedź: „Jeśli mamy wątpliwości co do własnej figury, płci czy urody, nic nie stoi na przeszkodzie, aby zaprezentować się jako animowany Arnold Schwarzenegger czy Madonna” [Łodyński 1993, s. 6]. W Polsce otaczający internet dyskurs modernizacyjny był dodatkowo wzmacniany przez nawiązania do technologicznego zapóźnienia krajów postkomunistycznych. W styczniu 1993 roku pismo komputerowe „Bajtek” pisało, że „w «bardziej cywilizowanych» krajach większość firm, nawet niewielkich, korzysta z sieci”. Te informacje były z jednej strony zgodne z prawdą, z drugiej – wpisywały się w budowę wizerunku internetu jako technologii, która radykalnie zmieni funkcjonowanie społeczeństw. Globalna sieć komputerowa miała ostatecznie unieważnić ograniczenia ciała i przestrzeni, sprawić, że ponowoczesny projekt płynnego „ja” stanie się codziennym doświadczeniem setek milionów internautów, którzy pod fałszywymi tożsamościami będą utrzymywać kontakty z dzielącymi ich zainteresowania ludźmi z całego globu. Takie sytuacje rzeczywiście miały miejsce na grupach dyskusyjnych czy w grach sieciowych. „Niektórzy eksperci posunęli się [jednak] zbyt daleko, uogólniając obserwacje z [...] wąskich i specyficznych środowisk na ogólne doświadczenie Internetu. Gdy sieć zyskała masową popularność stało się jasne, że jej użytkownicy chętniej niż z odległymi, tajemniczymi nieznanymi z wirtualnych światów będą komunikować się z ludźmi, z którymi związani są najsilniej: rodziną, znajomymi i kolegami z pracy” [Wellman, Hologan 2005, s. 40]. Dowodzą tego choćby badania wspomnianej już *Diagnozy społecznej* – z danych z roku 2007 wynika, że Polacy kontaktują się przez internet raczej ze znajomymi, współpracownikami i rodziną, niż z osobami poznanymi w sieci. Nie znaczy to jednak, że upowszechnienie internetu nie przyczyniło się do pewnej transformacji społecznej. Należy jednak pamiętać o osadzeniu jej w perspektywie historycznej – internet jest tyleż przyczyną nowych zjawisk, co ich efektem. Ponadto odkąd stał się częścią życia codziennego mieszkańców krajów uprzemysłowionych, stał się zaledwie jednym z wielu czynników wpływających na to, jak pracujemy, komunikujemy się i spędzamy czas wolny.

### 3.3. Internet i media cyfrowe – podstawowe właściwości

Znaczny wpływ na funkcjonowanie internetu wywiera jego **ahierarchiczna struktura** – spadek po militarnych korzeniach globalnej sieci. Określa się ją często skrótem E2E (*end-to-end*), oznaczającym swobodny, pozbawiony filtrowania przepływ treści pomiędzy wszystkimi punktami sieci, z jej jednego końca na drugi. Dzięki tej zasadzie możliwy był rozwój form dystrybucji P2P (*peer-to-peer*), zakładający równy, partnerski status komputerów wymieniających informacje w internecie (każda maszyna może być zarówno serwerem udostępniającym zasoby, jak i klientem serwera czyli dane pobieraczem). P2P to także brak pośrednictwa – komputery łączą się ze sobą bezpośrednio. Z perspektywy kulturowej i społecznej najbardziej interesującą konsekwencją tego braku hierarchii na poziomie technicznym był rozwój form komunikacji M2M (*many-to-many*), w których mogą porozumiewać się ze sobą całe grupy internautów. Ten poziom komunikacji, ucieleśniany choćby przez fora internetowe i serwisy społecznościowe, łączy w sobie zasięg tradycyjnych, jednokierunkowych mediów masowych (jak np. prasa czy telewizja, gdzie odbiorcą jest zbiorowość, ale nadawcą – jedna instytucja) z dialogicznością oferowaną wcześniej tylko na poziomie dialogu między pojedynczymi jednostkami (np. rozmowa przez telefon). To właśnie komunikacja całych społeczności miała być jedną z najważniejszych innowacji oferowanych przez internet, o czym pisał choćby Howard Rheingold w słynnej książce *The Virtual Community* z roku 1993 [<http://www.rheingold.com/vc/book/intro.html>]. Dyskusje prowadzone pomiędzy dużymi grupami internautów miały ułatwić dzielenie się wiedzą w zwykłych, codziennych sytuacjach, ale też zmienić funkcjonowanie społeczeństw w skali makro, wprowadzając choćby mechanizmy zbliżone do demokracji bezpośredniej. Rozważania na temat potencjału komunikacyjnego sieci dekadę później doprowadziły Rheingolda do sformułowania innego pojęcia – **smart mob**, czyli inteligentnego tłumu, samodzielnie koordynującego swoje działania nieformalnej wspólnoty, która nie mogłaby zaistnieć bez technologicznego wsparcia. Rheingold definiuje inteligentny tłum następująco: to „ludzie, którzy są zdolni do współpracy, nawet jeśli nie znają siebie nawzajem. Osoby tworzące inteligentne tłumy działają wspólnie na sposoby niemożliwe nigdy wcześniej, bo mogą posługiwać się urządzeniami posiadającymi zarówno możliwości komunikacji, jak i przetwarzania danych. Ich urządzenia przenośne łączą ich z innymi urządzeniami informacyjnymi z otoczenia, jak i z telefonami innych” [Rheingold 2002, s. Xii; wszystkie tłum. M.F.]. Inteligentny tłum to grupa, która nie potrzebuje wsparcia instytucji, by rozwiązywać swoje problemy, czego przykładem miały być choćby nielegalne imprezy taneczne organizowane na całym świecie przez młodych ludzi, którzy wymykają się kontroli policji, bo choć informacje o dacie i miejscu wydarzenia otrzymują tysiące osób, te wiadomości rozsyłane są w ostatniej chwili i z pominięciem otwartych kanałów komunikacji. Dawniej byłoby to niemożliwe ze względów logistycznych. Dziś nie stanowi problemu i pozwala oszukać organa nadzoru. Inteligentny tłum może też osiągać cele polityczne – jak np. na Filipinach, gdzie w roku 2001 demonstracje



organizowane za pośrednictwem SMS-ów doprowadziły do obalenia prezydenta Josepha Estrady.

Choć propozycja Rheingolda jest poddawana krytyce ze względu na waloryzowanie sposobów wykorzystania nowych mediów komunikacyjnych i powrót do przekłamanej, wyidealizowanej wizji ich wpływu na rzeczywistość [zob. Rafael 2003], to dotyka jednak istotnej kwestii – potencjału społecznej mobilizacji użytkowników medium. Odnosi się do niej również termin **networked publics** – usieciowiona publiczność, ale również usieciowiona sfera publiczna [zob. Varnelis 2008]. Chodzi o nowe cechy zbiorowości, która korzysta z mediów, ale nie tylko je konsumuje, lecz także komentuje, przetwarza i redystrybuuje w internecie. Za sprawą internetu odbiorcy stali się aktywni nie tylko na poziomie interpretacyjnym, ale otrzymali narzędzia do twórczości, współpracy, możliwe do wykorzystania na obszarze m.in. kultury i polityki. Opisywana przez Johna Fiske demokracja semiotyczna – wolność w tworzeniu znaczeń – została wzbogacona o demokrację tekstualną, a więc możliwość przetwarzania dzieł, obudowywania ich dziełami pochodnymi oraz komentarzami i co istotne – dystrybuowanie ich na masową skalę. Oczywiście ta możliwość aktywności to nie tylko zasługa sieci, ale i właściwości mediów cyfrowych. Jakie to właściwości?

Definiując media cyfrowe, Lev Manovich pisze, że obiekty nowych mediów mogą być opisane językiem matematycznym i poddane obróbce algorytmicznej (są programowalne). Mają też strukturę modułarną – pojedyncze obrazy i dźwięki mogą być rekonfigurowane w nowe obiekty – dlatego media cyfrowe są wariacyjne. Podlegają również automatyzacji, bo część czynności związanych z ich tworzeniem i obróbką można przekazać maszynie. Ostatnią zasadą nowych mediów jest **transkodowanie kulturowe**, wg Manovicha najważniejsze następstwo komputeryzacji mediów. Każdy obiekt nowych mediów stanowi część kultury, ale równocześnie jest plikiem komputerowym, bierze więc udział w dialogu zarówno z elementami kultury, jak i innymi informacjami tworzonymi, zapisywanymi i rozpowszechnianymi z użyciem komputerów. Fotografia cyfrowa jest fotografią, ale w odróżnieniu od jej analogowego odpowiednika może być też poddawana szeregowi operacji i przekształceń uwzględnionych w interfejsach komputerów – edycji, powiększaniu itp. Te dwa wymiary, kulturowy i techniczny, przenikają się i wzajemnie na siebie wpływają, jak pisze Manovich „powstaje nowa kultura komputerowa – mieszanka znaczeń ludzkich i komputerowych, tradycyjnych sposobów modelowania świata przez humanistyczną kulturę i właściwych komputerom środków przedstawiania tego świata” [Manovich 2006, s. 116]. Media zapośredniczone przez komputery z jednej strony tłumaczą „stare” treści na nowe formaty, z drugiej, same dostarczają sferze kultury nowych modeli tworzenia i definicji autorstwa, jak choćby opisany w dalszej części model Open Source i produkcji partnerskiej. Transkodowanie zakorzenia także cyfrowe formy medialne w historycznych przemianach środków przekazu i wskazuje na wzajemne przenikanie się starych i nowych elementów świata mediów. W interfejsach komputerów, animacjach cyfrowych czy grach wideo można znaleźć choćby rozwiązania znane z kina – kadrowanie, ruchomą kamerę, montaż – bo to kino ukształtowało w dużej mierze

doświadczenia XX-wiecznego konsumenta mediów. Dlatego „kultura wizualna ery komputerowej jest kinematograficzna na poziomie wyglądu, cyfrowa na poziomie tworzywa i komputerowa (to znaczy sterowana przez program) na poziomie mechanizmu działania” [Manovich 2006, s. 285]. Innym istotnym punktem odniesienia dla mediów cyfrowych jest oczywiście druk. Za sprawą internetu słowo pisane, choć w oderwaniu od fizycznego, papierowego nośnika, przeżywa renesans popularności. Zmianie ulega jednak sposób organizacji tekstu.

W kulturze epoki komputerów **uprzywilejowane są formy nieliniowe – model narracji zostaje wypierany przez model bazy danych**, w którym zbiory elementów są organizowane dopiero przez odbiorcę, a nie producenta. Tradycyjny tekst coraz częściej zostaje zastąpiony hipertekstem, który różni się od tekstu tym, że jest pewną otwartą strukturą, potencjalnością tekstu, a nie samym tekstem; nie obiektem, lecz procesem, w którym dopiero użytkownik dokonuje aktualizacji tekstu. Zadanie odbiorcy nie ogranicza się więc do interpretacji tekstu, lecz współuczestnictwa w procesie jego wytwarzania – książkę można odczytywać na różne sposoby, ale zbiór znaków, na podstawie których dokonujemy interpretacji, zawsze wygląda identycznie. Gdy zaczynamy nawigację po stronie internetowej w oparciu o możliwości oferowane przez jej twórcę, sami wybierając rozmaite hiperłącza, konfigurujemy swoje doświadczenie tej strony, budujemy tekst. Komputery w pewnym sensie ucieleśniły więc zaproponowany przez Rolanda Barthesa koncept śmierci autora i otwarcia na współautorstwo czytelnika.

Kolejną istotną zmianą, jaką do pejzażu audiowizualnego wprowadziło upowszechnienie komputerów, jest spopularyzowanie **remiksu**. Pojęcie remiksu wywodzi się z muzyki – pierwotnie odnosiło się do zabiegów amerykańskich DJ-ów i operatorów jamańskich soundsystemów, którzy niezależnie od siebie na przełomie lat 60. i 70. zaczęli łączyć elementy utworów odtwarzanych z różnych płyt w nową całość. Dziś remiks rozumiany jest znacznie szerzej – jako zespół praktyk twórczych opartych na rekonfigurowaniu gotowych elementów w różnych dziedzinach kultury. Można też pokusić się o stwierdzenie, że w dobie mediów cyfrowych remiks stał się podstawową formą twórczości – z tej perspektywy produkcja kulturowa jest w istocie reprodukcją, przetwarzaniem stworzonych wcześniej treści i rekonfiguracją gotowych elementów. Oczywiście całą historię kultury można postrzegać przez pryzmat kultury remiksu (zasadne jest np. stwierdzenie, że starożytni Rzymianie „remiksowali” kulturę Greków), jednak dziś – a wynika to z przywoływanych wcześniej właściwości mediów cyfrowych – ta praktyka stanowi podstawę logiki działania komputerów, a w efekcie staje się podstawowym sposobem kreacji na wszystkich jej poziomach. Żadna wersja nie jest ostateczna, wszystko można poddać remiksowi, o czym przekona nas choćby pobieżne przejście treści publikowanych w serwisach takich jak YouTube. Tworząc remiksy, ucieleśniamy paradygmat postmodernistyczny – szukając nowej jakości „przeklejamy” pojedyncze fragmenty tekstów, obrazy czy dźwięki pomiędzy różnymi kontekstami. Remiks przyczynił się do demokratyzacji twórczości medialnej, w której profesjonalne produkcje często stanowią punkt wyjścia dla przeróbek dokonywanych przez amatorów.

### 3.4. Nowe sposoby uczestnictwa w kulturze i prawo autorskie

Upowszechnienie internetu znacznie wpłynęło na praktyki uczestnictwa w kulturze. Amerykański kulturoznawca Henry Jenkins uważa, że w oparciu o możliwości komunikacyjne rozwija się kultura „w której fani i inni konsumenci są zapraszani do aktywnego uczestnictwa w tworzeniu i redystrybucji nowych treści” [Jenkins 2006, s. 257]. To optymistyczna wizja, w której odbiorcy stają się nie tylko klientami, ale i partnerami producentów. Idąc tym tropem, warto przyrzeć się koncepcjom Yochajaa Benklera, który drobiazgowo analizuje sposoby wytwarzania wiedzy – w tym treści kulturowych – w internecie.

We wprowadzeniu do swojej książki *Bogactwo sieci* Benkler pisze: „Dzięki zmianom, jakie zaszły w technologii produkcji, jej organizacji gospodarczej i działaniach społecznych w tym środowisku, otworzyły się przed nami nowe możliwości, jeśli chodzi o tworzenie i wymianę informacji, wiedzy i kultury. Zmiany te miały wpływ na zwiększenie znaczenia produkcji pozarynkowej i niewłasnościowej, podejmowanej zarówno indywidualnie, jak i w ramach współdziałania, w formie mniej lub bardziej ścisłych wspólnych przedsięwzięć” [Benkler 2008, s. 19]. Tytuł książki Benklera nawiązuje do *Bogactwa narodów* Adama Smitha – oświeceniowej publikacji, od której nie tylko zaczyna się historia współczesnej ekonomii, ale która położyła też fundamenty pod rozwój kapitalizmu i liberalizmu gospodarczego. Już to zestawienie sugeruje, że według Benklera zmiany, jakich jesteśmy świadkami, mają charakter fundamentalny i w dużej mierze rewolucyjny. Powstaje usieciowiona gospodarka informacyjna. Za sprawą tych nowych form amatorzy są w stanie nawiązać konkurencję z dużymi firmami – system operacyjny Linux konkuruje z komercyjnymi systemami operacyjnymi, a Wikipedia, pomimo wielu mitów na jej temat, skutecznie rywalizuje z encyklopediami takimi jak prestiżowa Britannica. Oczywiście nie chodzi o to, że wszyscy konsumenci stają się nagle wytwórcami, lecz o pozostającą bez precedensu łatwość wytwarzania i przetwarzania informacji – indywidualnie, jak i zespołowo – oraz ich dystrybucji. Źródłem najwartościowszych produktów i innowacji wciąż pozostają przede wszystkim wytwórcy komercyjni, ale – i na tym polega przełom – nie tylko oni. To możliwe za sprawą spadku cen komputerów; do niedawna, aby zaistnieć w dziedzinie komunikacji, informacji czy kultury, niezbędne były duże nakłady finansowe.

Benkler zwraca uwagę, że tam, gdzie produkowano informację – w sferach edukacji, nauki, polityki czy religii – od zawsze dominowały działania pozarynkowe, oparte na motywacjach innych niż chęć zarabiania pieniędzy. Internet wyniósł kooperację w dziedzinie wymiany informacji na nowy poziom, za sprawą globalnego zasięgu sieci efekty pracy jednostek, które nigdy wcześniej nie mogły tak łatwo udostępnić efektów swych działań, mogą ulegać kumulacji. Takie wspólnotowe działanie Benkler określa mianem produkcji partnerskiej. „Chodzi o produkcję radykalnie zdecentralizowaną, opartą na współpracy i niewłasnościową, w której rozproszone i luźno powiązane ze sobą jednostki dzielą się zasobami oraz wynikami produkcji, a współpracują, nie

polegając ani na sygnałach rynkowych, ani na poleceniach kierowników” [Benkler 2008, s. 76]. Mamy do czynienia z nowym trybem organizacji produkcji, odmiennym od dotychczasowych – rynku, regulowanego przez mechanizm cen, oraz firmy, regulowanej przez hierarchię. W ekonomii informacyjnej, w której niemal do zera spadają związane z zarządzaniem realizowanymi projektami koszty transakcyjne, ten model staje się nową regułą. Dlaczego? Jest po prostu najbardziej efektywny. Dlatego z takiego społecznego modelu produkcji coraz częściej korzysta także biznes.

Jednym z pierwszych przykładów wykorzystania takiego otwarcia komercyjnych produktów na społeczne współautorstwo była gra komputerowa „Doom”, strzelanina prezentowana z perspektywy pierwszej osoby, wyprodukowana przez studio id Software w roku 1993. Wczesne, niedopracowane i niepełne wersje gry były dystrybuowane bezpłatnie przez internet. Dzięki temu w udoskonaleniu „Dooma” pomagali informatycy-entuzjaści z całego świata. Rewolucyjny nie był jednak sposób dystrybucji, ale struktura gry. Engine, program sterujący gry oddzielono od plików WAD (pakietów z grafiką, mapami poziomów i innymi danymi dotyczącymi rozgrywki). Dzięki temu gracze nie posiadający wiedzy informatycznej mogli modyfikować grę, podmieniając pliki, a później korzystając z prostych w obsłudze edytorów. Takie produkcje, tzw. mody, zalały sieć i przedłużyły żywotność oryginalnej gry. „Doom” umożliwiał też nagrywanie filmów z rozgrywki – to przede wszystkim z nich wyłoniła się machinima, czyli popularne dziś filmy animowane tworzone przy użyciu gier. Dzięki otwarciu na współpracę z użytkownikami, „Doom” – bardziej system operacyjny do tworzenia gier, niż ukończony produkt – odniósł niebywały sukces: w dwa lata po premierze gra była zainstalowana na większej liczbie komputerów, niż system operacyjny Windows. Wszystko dlatego, że zamiast chronić produkt przed ingerencją użytkowników na poziomie informatycznym i prawnym, id Software dostrzegło kreatywny potencjał swoich klientów. Dziś w podobny sposób do kreatywnej części użytkowników „Dooma”, czyli korzystając z edytorów, gry tworzą zawodowcy (nie każda firma tworzy swój własny „engine”), a tworzenie modów jest podstawowym sposobem, by znaleźć zatrudnienie w profesjonalnym studiu developerskim. Nieco świeższym przykładem wykorzystania fanowskiego zaplecza w modelu biznesowym branży gier komputerowych jest sieciowy tytuł „Second Life”. Każdego dnia użytkownicy „Second Life” wykonują 22,5 tys. godzin pracy na rzecz uniwersum gry, umieszczając w nim samodzielnie tworzone budowle i przedmioty [za: <http://www.wired.com/wired/archive/14.06/look.html>]. Ich praca podnosi wartość produktu, jakim jest gra, oni sami nie otrzymują jednak za swoją pracę wynagrodzenia. Podobne przykłady oczywiście można mnożyć, wymieniając nazwy niemal dowolnych serwisów Web 2.0, od zapełnianego filmami przez użytkowników YouTube, po ludzi rozbudowujących swoje profile i zachęcających znajomych do założenia profili w Facebooku czy Naszej Klasie. To działania użytkowników prowadzą do zwiększenia liczby odsłon reklam, na czym zarabiają ich właściciele, co skłania niektórych badaczy, jak np. socjolożkę Tizianę Terranovę, do snucia mniej optymistycznych refleksji, niż te będące udziałem Jenkinsa czy Benklera. Terranova uważa, że niematerialna praca (rozumiana jako praca

przy komputerze, ale też produkcja nowych idei), która staje się dziś udziałem całego społeczeństwa, częściej niż do wyzwolenia jednostek i budowy partnerskich relacji na linii producenci-konsumenci stanowi zakamuflowaną formę wyzysku. Opisywane wcześniej praktyki, których wyłonienie się umożliwił internet, stanowią dla niej nie tyle nową formę produkcji, co nowy etap rozwoju kapitalizmu, wykorzystującego konsumentów jako darmową siłę roboczą. Spór o zasady współpracy pomiędzy producentami i użytkownikami ich produktów, którzy nie chcą być już tylko konsumentami, najwyraźniej uwidacznia się w sferze prawa autorskiego.



„Doom” – gra komputerowa otwarta na społeczne współautorstwo

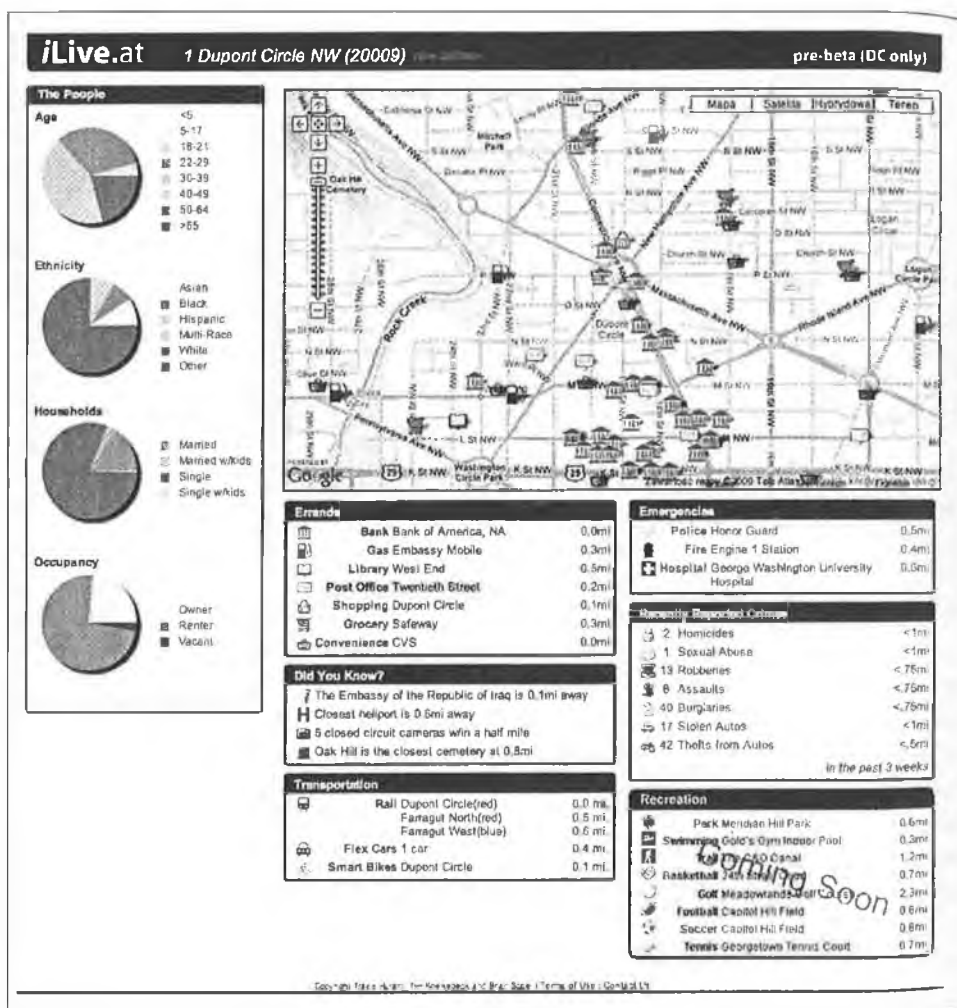
Upowszechnienie komputerów i internetu zaowocowało wzrostem swobody odbiorców, którzy łatwiej niż kiedykolwiek przedtem mogą tworzyć własne treści i – częściej – przetwarzać produkcje komercyjne. Wywołało to opór firm z branży medialnej, które domagają się zaostżenia prawa autorskiego. Dochodzi tu do niezwykle istotnego dla kultury początku XXI wieku konfliktu interesów: producenci zarabiający na tworzeniu dóbr kultury chcą je traktować jak każdy inny produkt; twórczy amatorzy argumentują z kolei, że kultura nie jest tylko towarem, lecz przestrzenią społecznej komunikacji, z której czerpią inspiracje także profesjonalni twórcy, nie mogą więc domagać się, by wymiana idei na linii nadawcy-odbiorcy przebiegała wyłącznie w jednym kierunku. Z tej perspektywy tradycyjne prawo własności intelektualnej jawi się

jako narzędzie ochrony interesów bardzo wąskiej grupy już nawet nie twórców, lecz ich spadkobierców i dysponentów praw autorskich. Próbuje też regulować to, co często jest nieuchwytnie – stopień inspiracji, odwołując się do romantycznego mitu twórcy-geniusza, który tworzy utwór wyjątkowy, oryginalny i wolny od zapożyczeń. Takie postrzeganie twórczości jest trudne do obrony, wobec czego współczesne prawo często pilnuje, by – jak obrazowo określił to amerykański prawnik Lawrence Lessig, autor książki *Wolna kultura* – nikt nie zrobił Disney Corporation tego, co Walt Disney zrobił braciom Grimm, wykorzystując i przetwarzając motywy ze spisanych przez nich baśni.

Sprawa jest o tyle poważna, że – jak pisze Lessig – we współczesnym świecie dostęp do technologii umożliwiających kopiowanie, remiksowanie i redystrybucję dowolnych utworów jest tak łatwy, że „rządzi raczej kod, nie prawo” [Lessig 2005, s. 175]. Prawo nie jest w stanie powstrzymać ludzi przed wykorzystywaniem dostępnej technologii. Zamiast je radykalizować, Lessig proponuje stosowanie otwartych licencji, promowanych przez organizację **Creative Commons**, której jest współzałożycielem. Licencje Creative Commons (CC) mają stanowić uzupełnienie dla tradycyjnego modelu ochrony interesów twórcy, który wyraża się w formule „wszelkie prawa zastrzeżone”. Stanowią ofertę dla tych autorów, którzy chcą dzielić się swoją pracą – nie tylko z pobudek idealistycznych, ale też wykorzystując je do promocji swych wytworów. W ramach licencji CC twórca opatruje dzieło zespołem zastrzeżeń, wyliczających, na jakie sposoby wykorzystania swojej pracy wyraża zgodę, np. czy zgadza się na jej użycie w celach komercyjnych, lub czy pozwala na modyfikowanie swoich prac. Licencje CC są inspirowane wywodzącymi się ze środowisk informatycznych licencją GNU i modelem Open Source, spopularyzowanym w dużej mierze za sprawą systemu operacyjnego Linux. Mają stworzyć prawny ekosystem dla wymiany wiedzy i idei w świecie, w którym znikają technologiczne bariery dla takiej wymiany. Ułatwianie autorom dzielenia się pracą i stymulowanie kreatywności przez powiększanie zasobów ze zgodą na przetwarzanie wypełnia lukę pomiędzy radykalną kontrolą autora a brakiem jakichkolwiek regulacji. Przykładem interesującego zastosowania licencji CC przez komercyjnego nadawcę może być internetowe repozytorium, które w styczniu 2009 roku, w okresie gwałtownych walk prowadzonych w Strefie Gazy przez izraelską armię i bojowników Hamasu, uruchomiła katarska stacja telewizyjna Al Jazeera. Na serwer stacji trafiło wiele godzin wysokiej jakości nagrań z objętego blokadą informacyjną terenu walk (Al Jazeera jako jedyna stacja miała swoją ekipę na miejscu). Materiały zostały opatrzone najmniej restrykcyjną licencją CC, nakazującą jedynie uznanie autorstwa, czyli w praktyce jedynym warunkiem ich użycia przez innych nadawców było nieusuwanie logo Al Jazeera z narożnika ekranu. Dzięki temu inne telewizje mogły nieodpłatnie wykorzystać materiały w swoich programach informacyjnych, a światowa opinia publiczna pogłębiła swoją wiedzę o konflikcie.

Potencjał otwierania zasobów na działania oddolne coraz częściej jest też dostrzegany przez instytucje państwowe. Przykładem może być uruchomiony przez brytyjskiego nadawcę publicznego, stację BBC, projekt Creative Archive, w ramach którego pilotażowo udostępniono w sieci część archiwów telewizyjnych stacji, zezwalając nie

tylko na ich bezpłatne pobieranie, ale i przetwarzanie (z wyjątkiem zastosowań komercyjnych). Podobne projekty zyskują też coraz większą popularność w świecie akademickim, gdzie rozwija się ruch Open Access, promujący otwarty dostęp do publikacji naukowych w sieci. Otwarcie archiwów na wielką skalę i tworzenie przyjaznych dla działań oddolnych platform zapowiadane jest również w Stanach Zjednoczonych. Prezydent Barack Obama wykorzystywał mechanizmy Web 2.0 w swej kampanii prezydenckiej i wiele wskazuje na to, że zechce przeszczepić część jej filozofii na grunt administracji publicznej. Takie eksperymenty miały już miejsce w wielu miejscach na świecie na poziomie metropolitalnym. Przykładem mogą być działania Viveka Kundry, głównego informatyka rządu Obamy, o których tak pisze Alek Tarkowski:



Serwis iLive.at – przykład promowania filozofii Web 2.0 przez administrację publiczną

Jako główny informatyk miasta Washington D.C. Kundra przerzucił administrację na aplikacje sieciowe, łamiąc regułę tworzenia wewnętrznych, bezpiecznych rozwiązań dla administracji. Kundra jest też zwolennikiem otwartości administracji – za jego rządów miasto Washington D.C. udostępniło online bazę danych zawierającą 274 różnych zbiorów, udostępnionych przez różne miejskie instytucje, i to w licznych otwartych formatach. Następnie miasto zorganizowało konkurs „Apps for democracy”, w ramach którego tworzono mash-upy wizualizujące dane publiczne. Peter Corbett z Firmy Strategy Labs, która współpracowała z miastem przy projekcie twierdzi, że razem z Kundrą uznali otwarty konkurs za potencjalnie dużo bardziej efektywny niż typowe kontraktowanie narzędzi u komercyjnych firm. Nie mylili się – w 30 dni, w ramach konkursu, powstało prawie 50 serwisów korzystających z miejskich danych, których wartość szacuje się na 2 miliony dolarów. Koszty poniesione przez miasto? 50 000 dolarów, w tym 20 000 na (skromne) nagrody dla uczestników. Jest to suma, którą bez kłopotu mogłoby ponieść np. miasto Warszawa. Dodatkowo szacuje się, że tradycyjny proces tworzenia takich narzędzi zająłby 1–2 lata. Zwycięski serwis, *ilive.at* prezentujący informacje o najbliższej okolicy podanego adresu, zostanie zintegrowany z oficjalnym serwisem miejskim [Tarkowski 2009].

### 3.5. Konsekwencje dla sfery publicznej

Jak pokazują wymienione przykłady, za sprawą opisywanych we wcześniejszej części rozdziału przemian, rozproszenia kanałów dystrybucji informacji i zwiększenia ich liczby **zmianie ulega kształt współczesnej sfery publicznej rozumianej jako miejsce wymiany informacji**, na podstawie których ludzie mogą podejmować racjonalne wybory związane m.in. z procesem politycznym, czyli – ogólniej – wspólnie negocjować zasady swojego funkcjonowania w społeczeństwie. Dzięki rozwojowi mediów o zasięgu międzynarodowym i ciągłemu dopływowi tematów dyskutowanych na całym świecie (od ataków terrorystycznych, przez kryzys finansowy, po efekt cieplarniany) ma ona charakter globalny. Według Briana McNaira (autora książki *Cultural Chaos. Journalism and Power in a Globalised World*) sfera publiczna powinna być dostępna (tzn. każdy obywatel powinien mieć możliwość odbioru informacji, ale też samodzielnego zabrania głosu), niezależna od wszelkich nacisków i wywierać realny wpływ na funkcjonowanie demokratycznych społeczeństw. W takim ujęciu internet urasta do rangi kluczowego środka przekazu, w którym spotykają się informacje generowane przez media lokalne, transnarodowe i globalne. Internet jest oczywiście również miejscem, w którym do głosu dopuszczone zostają pojedyncze osoby, nie dysponujące całym biznesowym i technologicznym zapleczem, które jeszcze kilkanaście lat temu było potrzebne, by zaistnieć w społecznej dyskusji. Ich głos oczywiście wciąż sporadycznie przebija się przez zalew informacji generowanych przez profesjonalistów, istnieją jednak przypadki, w których się to udaje.

Jednym z najbardziej spektakularnych było zainteresowanie światowych mediów anglojęzycznym blogiem *Where is Raed?* Salama Paxa (w rzeczywistości Salama al-Janabi), młodego architekta z Bagdadu, który uruchomił swoją stronę po ataku wojsk



amerykańskich na Irak. Blog umożliwił internautom z całego świata spojrzenie na konflikt oczami Irakijczyka, skutecznie pokonując oficjalne mechanizmy kontroli przekazu medialnego i zakłócając hegemoniczną wizję Innego. Szczególnie silne wrażenie mogły robić wpisy uświadamiające czytelnikom, że choć media często kreują powierzchowny, silnie zideologizowany obraz konfliktu, obywatele państw znajdujących się po jego różnych stronach korzystają z tych samych środków przekazu – i to nie tylko internetu. Doskonałym przykładem jest wpis z 23 marca 2003 roku: „23/3 20:30 (dzień 4) zaczynamy odliczać godziny po tym, jak jedna ze stacji telewizyjnych informuje, że z baz wystartowały bombowce B52. Do Iraku lecą 6 godzin. Pierwszego dnia nalotów te obliczenia sprawdziły się bardzo dobrze”.

Bombardujący i bombardowani oglądają te same newsy, choć tworzą na ich podstawie zupełnie różne znaczenia. Dopiero internet pozwolił je ze sobą skonfrontować. Dlatego narodziny blogosfery – pomimo zastrzeżeń pod jej adresem, o których dalej – wniosły do zglobalizowanej sfery publicznej istotną nową jakość, niemal całkowicie znosząc technologiczne ograniczenia dla ekspresji jednostek, a tym samym prowadząc do spotkania różnych perspektyw. Szczególnie ważne w tym kontekście wydaje się być zjawisko określane jako dziennikarstwo obywatelskie bądź dziennikarstwo oddolne. W dziennikarstwie oddolnym amatorzy nie są tylko konsumentami informacji – stają się dziennikarzami. Sami zbierają, selekcionują, analizują i rozpowszechniają informacje. Hasłem promującym uruchomiony w roku 2000 południowokoreański serwis OhmyNews, od którego rozpoczyna się internetowa historia dziennikarstwa oddolnego, jest „każdy obywatel jest reporterem”. Dziennikarstwo oddolne ma być z jednej strony lekarstwem na uzależnienie profesjonalnych mediów od nacisków rynku i polityki, z drugiej – ma poszerzyć liczbę perspektyw w debacie publicznej i wprowadzać do niej nowe tematy. Z usług dziennikarzy-amatorów korzystają dziś regularnie media profesjonalne, wykorzystując np. wykonane telefonami komórkowymi zdjęcia i filmy nadsyłane przez świadków opisywanych w mediach wydarzeń. Zdarza się również, że internauci pełnią rolę organu kontrolującego profesjonalne media – w Polsce takim przykładem była sprawa Elizy Michalik, publicystki m.in. „Gazety Polskiej” i „Wprost”, prowadzącej też blog w serwisie Salon24. To właśnie w komentarzach do jej wpisów na blogu zaczęły pojawiać się pierwsze oskarżenia o plagiat. Później powstały specjalne blogi, na których internauci umieszczali kolejne znalezione przez siebie splagiatowane przez Michalik fragmenty tekstów, co doprowadziło do usunięcia blogu Michalik z Salonu24 i na dłuższy czas zablokowało jej karierę dziennikarską. Amatorzy okazali się w tym wypadku pilniejszymi strażnikami standardów dziennikarskich, niż profesjonalne redakcje.

Nie oznacza to jednak, że blogi całkowicie spełniły pokładane w nich przez orędowników dziennikarstwa oddolnego nadzieje. Blogosfera jest silnie zhierarchizowana – choć każdy może założyć blog, to najpoczytniejsze są z reguły te prowadzone przez ekspertów, najczęściej afiliowane przy tradycyjnych redakcjach prasowych. Można też spierać się, na ile istotny jest wpływ blogów na opinię publiczną – np. z amerykańskiego raportu *The State of the News Media*, opublikowanego w roku 2008 przez

Pew Project for Excellence in Journalism wynika, że wkład internautów w debatę publiczną jest niewielki. Według autorów zamiast rozszerzenia perspektyw dziennikarzy, za sprawą internetu następuje proces odwrotny – maleje liczba źródeł informacji, ponieważ większość serwisów internetowych ogranicza się do cytowania newsów pochodzących z tradycyjnych redakcji. i tak np. w amerykańskich mediach w roku 2008 więcej niż co czwarta informacja poświęcona była wojnie w Iraku i kampanii prezydenckiej. Zamiast napływu wiadomości generowanych oddolnie i spodziewanego rozszerzenia spektrum zainteresowań mediów, można więc było zauważyć swoiste spłaszczenie sfery publicznej. Blogi okazują się także relatywnie hermetyczne i zamknięte na informacje płynące z zewnątrz. Wiadomo też, że globalna sfera publiczna również poddaje się naciskom ze strony reżimów politycznych czy biznesu. Jednak nawet uwzględniając te wszystkie zastrzeżenia trudno nie stwierdzić, że internet radykalnie odmienił funkcjonowanie sfery publicznej. Uczynił ją – jak uważa Brian McNair – bardziej otwartą, choć i chaotyczną. Wg McNaira zmiany można scharakteryzować następująco:

- kontrola → chaos
- niedobór informacji → nadwyżka informacji
- media szczelne (zamknięte) → media „dziurawe” (otwarte)
- media nieprzejrzyste → przejrzyste
- ekskluzywne → dostępne
- homogeniczne → heterogeniczne
- hierarchiczne → usieciowione
- odbiór pasywny → (inter)aktywny
- dominacja profesjonalistów → rywalizacja amatorów z profesjonalistami.

Wobec oddziaływania internetu na sferę publiczną, istotnym problemem, jaki staje dziś przed demokratycznymi społeczeństwami, jest **wykluczenie cyfrowe**, a więc wykluczenie z aktywności internetowej części obywateli. Skoro ważne debaty toczą się także w sieci, powinni być w niej obecni wszyscy obywatele. Problem dotyczy nie tylko infrastruktury technicznej, ale też umiejętności korzystania z internetu i platform komunikacyjnych oraz twórczych, które oferuje, jak również przekonania o potrzebie wykorzystania internetu do wymiany poglądów i wiedzy oraz samokształcenia.

### 3.6. Wybrane perspektywy teoretyczne

Przy badaniu internetu uprawnione jest korzystanie z paradygmatów badawczych wykorzystywanych przy analizie innych mediów, jednak niektóre podejścia wydają się być bardziej przydatne od innych. Można tu wymienić choćby traktowanie internetu nie jako tekst/obraz czy strukturę produkcji, ale jako **zespół społecznych praktyk**, zorganizowanych wokół globalnej sieci komputerowej (jak i innych praktyk społecznych, które uległy zmianie pod wpływem internetu). Mam tu na myśli promowane

przez Nicka Couldry'ego otwarcie badań nad mediami na socjologię praktyki i poszukiwanie odpowiedzi na takie pytania: Jak i co ludzie robią z internetem? Co w ogóle znaczy „korzystać z internetu”, skoro sieć oferuje tak wiele zróżnicowanych usług? Jakie różnice możemy dostrzec w użyciu internetu przez różne grupy społeczne, jak np. różni się korzystanie z internetu przez młodzież i ludzi starszych? Jak postrzegamy internet, na ile urefleksyjniamy jego użycia, jakim językiem o nim mówimy?



Analityka kulturowa – przenosi na obszar studiów nad kulturą wizualizację, jakie dotychczas wykorzystywano w ekonomii czy naukach ekonomicznych

Innym wątkiem w nowych próbach konceptualizacji jest zwrócenie uwagi na technologiczne uwarunkowania wspomnianych praktyk medialnych – tutaj na pierwszy plan wysuwa się propozycja Lwa Manovicha, jaką są studia nad oprogramowaniem. Większość sfer naszego życia w jakimś stopniu pozostaje pod wpływem oprogramowania. Dotyczy to zwłaszcza sfery produkcji medialnej. Manovich uważa np. że zatarcie wyraźnych różnic estetycznych pomiędzy różnymi dziedzinami projektowania graficznego wynika z uniformizacji oprogramowania i możliwości wymiany materiałów pomiędzy programami służącymi twórcom różnych specjalności. Kształt produkcji kulturowej wynika nie tylko z wyborów podejmowanych przez twórców, nie jest też determinowany wyłącznie przez uwarunkowania instytucjonalne i ekonomiczne. Istotne są również możliwości oferowane przez oprogramowanie. Kontrowersyjnym, choć zarazem interesującym konceptem dopełniającym wizję programoznawstwa jest analityka kulturowa. Traktuje ona kulturę jako zbiór danych i postuluje poddanie ich matematycznej obróbce i stworzeniu wizualizacji trendów, jak to się czyni np. w finansach. Ma być to odpowiedź na bezradność tradycyjnych narzędzi badawczych wobec ogromu (nad)produkcji kulturowej w internecie – komputery mają być sojusznikiem badaczy pozwalającym na poradzenie sobie ze skalą zjawiska. Funkcjonujemy bowiem w świecie, w którym zamknięta liczba dzieł składających się na kanon kultury zostaje przesłonięta przez zalew świeżych produkcji – w jednym tylko serwisie społecznościowym Facebook użytkownicy dodają 13 milionów zdjęć każdego dnia (dane z maja 2009). W serwisie, który powstał w roku 2004, zgromadzono już ponad 10 miliardów fotografii. Do uruchomionego rok później YouTube każdej minuty trafia 20 godzin nagrań wideo (dane z marca 2009). Stąd pomysł, by zautomatyzować proces analizy

tych kulturowych artefaktów. Ma być to tym łatwiejsze, że współczesna produkcja, zwłaszcza amatorska, stanowiąca ogromną część wytwarzanych dóbr kultury, jest dostępna w sieci, wystarczy więc stworzenie odpowiednich algorytmów automatycznie analizujących np. pliki umieszczane we wspomnianych serwisach.

## Pytania i tematy do przemyślenia

1. Jakie konsekwencje niesie ze sobą ahierarchiczna struktura internetu?
2. Czy wykorzystujesz internet do publikowania własnych treści?
3. Dlaczego media cyfrowe są szczególnie predestynowane do tworzenia remiksów?
4. Jakie konsekwencje rozwój mediów społecznych niesie dla ochrony prywatności?
5. Jak studia kulturowe próbują sobie radzić z nadprodukcją dzieł w internecie?

## Podstawowa literatura

- Benkler Yochai, 2008, *Bogactwo sieci. Jak produkcja społeczna zmienia rynek i wolność*, tłum. Rafał Próchnik, Warszawa.
- Jenkins Henry, 2006, *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, tłum. Małgorzata Bernatowicz, Mirosław Filiciak, Warszawa.
- Lessig Lawrence, 2005, *Wolna kultura*, tłum. zbiorowe, Warszawa.
- Manovich Lev, 2006, *Język nowych mediów*, tłum. Piotr Cypryański, Warszawa.
- Manovich Lev, 2008, *Praktyka (medialnego) życia codziennego*, „Kultura Popularna” 4 (22).
- Internetstats.pl – strona gromadząca statystyki związane z polskim internetem.

## Bibliografia prac cytowanych

- Benkler Yochai, 2008, *Bogactwo sieci. Jak produkcja społeczna zmienia rynek i wolność*, tłum. Rafał Próchnik, Warszawa.
- Couldry Nick, 2004, *Theorising Media as Practice*, „Social Semiotics”, 14 (2).
- Jenkins Henry, 2006, *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, tłum. Małgorzata Bernatowicz, Mirosław Filiciak, Warszawa.
- Lessig Lawrence, 2005, *Wolna kultura*, tłum. zbiorowe, Warszawa.
- Łodyński Andrzej, 1993, *Świat komputerowych mirażów*, „Gazeta Wyborcza” (dodatek „Magazyn”) nr 18.
- Manovich, Lev, 2006, *Język nowych mediów*, tłum. Piotr Cypryański, Warszawa.
- Manovich, Lev, 2008, *Praktyka (medialnego) życia codziennego*, „Kultura Popularna” 4 (22).
- McNair Brian, 2006, *Cultural Chaos. Journalism and Power in a Globalised World*, New York.
- Rafael Vicente L., 2003, *The Cell Phone and the Crowd: Messianic Politics in the Contemporary Philippines*, [http://communication.ucsd.edu/people/f\\_rafael\\_cellphonerev\\_files.htm](http://communication.ucsd.edu/people/f_rafael_cellphonerev_files.htm)

Rheingold Howard, 2002, *Smart Mobs: The Next Social Revolution*, Cambridge.

Rheingold Howard, 1993, *The Virtual Community*, <http://www.rheingold.com/vc/book/intro.html>

Tarkowski Alek, 2009, *Administracja publiczna 2.0 – pierwsze przykłady informatyzacji oddolnej*,  
<http://kultura20.blog.polityka.pl/?p=736>.

Varnelis Kazys (red.), 2008, *Networked Publics*, Cambridge.

Wellman Barry, Hogan Bernie, 2005, *Internet w życiu codziennym*, „Kultura Popularna” nr 2(12).

Rozdział jest dostępny na licencji Creative Commons Uznanie autorstwa 3.0 Polska.