

MAŁGORZATA LASKOWSKA

**Nowe media w służbie człowieka.
Zarys problematyki w kontekście etyki i aksjologii mediów**

We współczesnej kulturze medialnej podstawowym zadaniem dla badaczy jest analiza nowych mediów. Dotychczas w tematyce medialnej dominowała telewizja. Media audiowizualne nadal mają ogromne oddziaływanie na człowieka, stąd też są i będą one przedmiotem licznych badań¹. W obliczu jednak pojawienia się nowych mediów istnieje pilna potrzeba podjęcia badań związanych z oddziaływaniem, znaczeniem oraz właściwościami nowych mediów. W poniższym opracowaniu skupiono się na mediach społecznościowych, cieszących się szczególnie dużą popularnością wśród użytkowników Internetu. Z perspektywy etyki oraz aksjologii mediów *social media* wydają się być ważną przestrzenią przekazywania wartości, ale także antywartości. Głosów krytycznych na temat nowych mediów nie brakuje. I są one w pełni uzasadnione, biorąc pod uwagę liczne patologie rozpowszechniane za ich pośrednictwem. W poniższej analizie zwrócono uwagę na pozytywny wkład mediów społecznościowych w osobowy, społeczny, a także moralny i duchowy rozwój człowieka. Autorka podjęła się analizy pozytywnych cech (możliwości) nowych mediów, wychodząc z założenia, iż szczególnie w edukacji medialnej, pedagogice mass mediów należy na ten aspekt zwrócić uwagę. Celem tej teoretycznej refleksji nad mediami społecznymi jest zachęta do praktycznego ich zastosowania dla rozpowszechniania wartości.

Ze względu na obszerny zakres tematyki ograniczono się jedynie do najważniejszych kwestii. Stąd też najpierw przedstawiono krótkie wprowadzenie do

Małgorzata L A S K O W S K A, dr, adiunkt w Instytucie Edukacji Medialnej i Dziennikarstwa na Wydziale Teologicznym Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie, e-mail: m.laskowska@uksw.edu.pl

¹ Nowe media obecne są niemalże w każdej ludzkiej dziedzinie życia ludzkiego, stąd też ta tematyka podejmowana przez specjalistów z różnych przestrzeni naukowych.

nowych mediów i mediów społecznościowych (czym one są, jakie są ich najważniejsze cechy). Następnie zostaną ukazane i scharakteryzowane nowomediálne przestrzenie rozwoju człowieka, a po ich krótkiej analizie przedstawic najważniejsze wnioski o charakterze pedagogicznym i wychowawczym.

I. Zrozumieć nowe media

Definicji nowych mediów jest wiele. Problem polega na tym, że są one różne, czego przyczyną jest ogromny zakres znaczeniowy tego pojęcia. Pozornie zagadnienie to dotyczy tylko mediów. W rzeczywistości ma charakter wybitnie interdyscyplinarny. Potwierdzeniem tego jest chociażby definicja J. Greeka, który podaje, iż *określenie nowe środki społecznego przekazu jest czasami stosowane jako synonim interaktywnych, cyfrowych multimediów. Używając tego terminu, mam na myśli wszystkie te przewidywalne hybrydowe narzędzia, możliwości i dzieła sztuki. Które codziennie tworzymy z bitów i bajtów nowego, cyfrowego wszechświata. Możliwość digitalizacji wszystkich komunikacyjnych środków przekazu uczyniła je bardziej plastycznymi i dynamicznymi oraz sprawiła, że łatwiej dostosowują się do naszych potrzeb i szybciej ulegają zmianom. Cyfrowe królestwo ma w sobie coś ze świata snów, gdzie na przykład kolor może być również zapachem albo dźwiękiem*². A zatem nowe media przynależą bowiem nie tylko do nauki o mediach, komunikacji społecznej, socjologii, ale także sztuki.

Źródłem problemów w zdefiniowaniu nowych mediów jest także ich dynamika oraz szybki rozwój. A mianowicie, co współcześnie zaliczymy do nowych mediów, jutro już nimi być nie muszą³. Dla M. McLuhana nowymi mediami była telewizja i radio, a obecnie już nimi nie są⁴. Kwestię tę także porusza M. Filiciak, pisząc *które media są już „nowe”, a które jeszcze „stare”?* *Nie ma wątpliwości, że do grupy nowych mediów nie zaliczamy literatury, ale jak zakwalifikować telewizję czy kino?*⁵ P. Levinson od 2007 r. używa terminu *nowe nowe media*⁶ na określenie Facebooka, YouTube, bloga, czyli tym pojęciem obejmuje przede wszystkim media społecznościowe. I to stanowi – zdaniem Levinsona – kluczowe znaczenie *nowych nowych mediów*⁷. Aczkolwiek – według niego – *nie może-*

² J. G r e e k: *Nowa era komunikacji*. Tłum. P. G ł o w a c k i. Warszawa 1999 s. 78.

³ Zob. L. M a n o v i c h: *New Media from Borges to HTML*, http://www.manovich.net/DOCS/manovich_new_media.doc [dostęp: 12.04.2012 r.].

⁴ M. M c L u h a n: *Zrozumieć media. Przedłużenia człowieka*. Tłum. N. S z c z u c k a. Warszawa 2004 s. 444.

⁵ M. F i l i c i a k: *Wirtualny plac zabaw. Gry sieciowe i przemiany kultury współczesnej*. Warszawa 2006 s. 33.

⁶ P. L e v i n s o n do nowych mediów zalicza te media, na bazie których powstały nowe nowe media, a zatem jest to Internet, poczta elektroniczna, grupy mailingowe, fora internetowe.

⁷ P. L e v i n s o n: *Nowe nowe media*. Tłum. M. Z a w a d z k a. Kraków 2010 s. 7–15.

my używać wymiennie terminów *nowe nowe media* i *media społecznościowe*, gdyż obejmują one *więcej niż jeden typ mediów*⁸.

Biorąc pod uwagę definicję Levinsona, współczesny podział mediów przedstawia się następująco:

„STARE” MEDIA (analogowe dawne, stare, tradycyjne)	NOWE MEDIA (cyfrowe)	NOWE NOWE MEDIA
Prasa Radio Film Telewizja Fotografia tradycyjna	Internet poczta elektroniczna fora internetowe telefonia internetowa telefon komórkowy (sms, mms) DVD, pendrive e-book, biblioteka cyfrowa telewizja cyfrowa gra komputerowa fotografia cyfrowa	Facebook YouTube Google+ Secondo Life Twitter Blog Podcast

Zródło: opracowanie własne

Najczęściej jednak terminu „nowe media” używa się dla określenia mediów wypisanych dwóch ostatnich kolumnach. W prezentowanym opracowaniu tak też będzie ta terminologia stosowana.

Internet zatem jest najbardziej charakterystycznym elementem nowych mediów, zwłaszcza jeśli chodzi o media społecznościowe. Media społecznościowe (ang. *social media*) rozumiane są przede wszystkim jako media dostępne za pośrednictwem Internetu lub też urządzeń mobilnych, które umożliwiają użytkownikom tworzenie społeczności na podstawie zawierania znajomości i bycia ze znajomymi w stałym kontakcie. Media te wpisują się w tzw. *social network* (sieć społeczną), oznaczającą strukturę skupiającą osoby fizyczne, bądź też prawne, łączone na zasadzie różnych zależności, np. pokrewieństwa, przyjaźni, wspólnych interesów, zainteresowań, relacji damsko-męskich, podobnych przekonań, wiedzy i prestiżu. W tym przypadku mówi się o komunikacji zapośredniczonej, komunikacji za pośrednictwem komputera (*computer-mediated communication – CMC*)⁹.

Media społecznościowe można klasyfikować według ich funkcji. Korzystne i trafne zestawienie przedstawia D. Kaznowski.

⁸ Tamże, s. 15.

⁹ Por. D.M. B o y d, N.B. E l l i s o n: *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*. „Journal of Computer-Mediated Communication”. Vol. 13: 2008 s. 211.

Tab. 1. Podział *social media* ze względu na funkcję



networkeddigital.com

Źródło: D. Kaznowski, networkeddigital.com

Już samo określenie *social media*, a także ich podział (jak widać na powyższym wykresie), wskazuje na personalistyczny element mediów społecznościowych. „Social” bowiem oznacza podstawowe założenie mediów, a zatem zrzeszanie, łączenie ludzi, tworzenie grup, opartej przede wszystkim na komunikacji. Autor powyższego podziału wymienił następujące funkcje *social media*: współdzielenie, publikację (prezentację opinii i poglądów), współtworzenie i kooperację, budowanie i podtrzymywanie relacji, komunikację, informowanie (a także komentowanie bieżących wydarzeń). Wszystkie te elementy wykazują ogromne możliwości rozwoju człowieka, przede wszystkim intelektualnego, społecznego, a także – w zależności od zastosowania – moralnego i duchowego.

By lepiej zrozumieć funkcję *social media*, a więc i ich możliwości, warto omówić je na konkretnym przykładzie, np. na Facebooku, który cieszy się naj-

większą popularnością wśród użytkowników. Ten serwis społecznościowy, założony został i uruchomiony w 2005 r. przez Marka Zuckerberga, początkowo dla zrzeszenia, podtrzymywania kontaktu studentów, a także absolwentów Uniwersytetu Harvarda. Z czasem jednak grupa docelowa zmieniła się, rozposzechniając swą działalność na cały świat. Aktualnie jest 800 mln kont. Facebook służy do podtrzymywania znajomości już zawartych wcześniej, najczęściej poza środowiskiem Internetu. Skupia więc przyjaciół, znajomych, rodzinę, a zatem jego założeniem nie jest zawieranie nowych znajomości z osobami obcymi użytkownikowi (choć takiej ewentualności nie wyklucza). Jest to więc jego zasadniczy wyróżnik spośród innych mediów społecznościowych czy innych serwisów, służących do komunikacji, np. grup dyskusyjnych¹⁰.

Jeśli zaś chodzi o funkcje Facebooka, wyłaniają się one już z powyższej charakterystyki. Dodatkowa informacja na ten temat znajduje się już w samej zapowiedzi na stronie głównej serwisu: *Facebook pomaga kontaktować się z innymi osobami i udostępniać im różne informacje i treści*¹¹. Skupia zatem znajomych, w tym także – co jest ogromną jego zaletą – osoby znane ze szkoły podstawowej, gimnazjalnej, średniej, które może już się słabo pamięta.

Facebook pełni także funkcję informacyjną, co oznacza, iż za pośrednictwem tego serwisu można uzyskać dane na temat znajomych (daty urodzenia, miejsca pracy, zamieszkania, statusu związku), a także te, dotyczące wydarzeń społecznych, kulturalnych, w zależności od zainteresowań znajomych i własnych. Często także Facebook służy w celach biznesowych, marketingowych w przypadku, gdy za pośrednictwem serwisu przekazywana jest opinia na temat jakiegoś produktu. Na profilach instytucji zamieszczane są także różnego rodzaju ogłoszenia, odnoszące się do wydarzeń zawodowych (zebrań, wyjazdów, szkoleń, konferencji itp.). W tym przypadku są to często grupy o charakterze zamkniętym, a więc niedostępnym dla ludzi spoza grupy zawodowej (lub studenckiej).

W kontekście informacyjnej roli Facebooka warto przytoczyć opinię P. Levinsona, który na ten temat pisze tak: *Kiedy stare media zawodzą, a starswieckie metody przeszukiwania w sieci nie przynoszą oczekiwanych rezultatów, z pomocą mogą nam czasem przyjść nowe nowe media, w myśl zasady, zgodnie z którą to czytelnicy stają się autorami oraz dostarczycielami informacji. W tym sensie Facebook i MySpace idą o krok dalej niż Wikipedia, przekształcając niezmierny świat nowych nowych mediów w jedną wielką encyklopedię, za pomo-*

¹⁰ Por. N. Ellison, C. Steinfield, C. Lampe: *The benefits of Facebook „friends”*: Exploring the relationship between college students use of online social networks and social capital. „Journal of Computer – Mediated Communication”. Vol. 12: 2007; <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/ellison.html> [dostęp: 12.04.2012].

¹¹ <http://pl-pl.facebook.com/>.

cają której każdy z internetowych znajomych może udzielić odpowiedzi na nasze pytanie¹². Facebook może więc służyć nie tylko przekazywaniu i zdobywaniu informacji, ale także pogłębianiu wiedzy. Przykładem tego jest aplikacja na Facebooku, służąca do przygotowania się do egzaminu maturalnego z matematyki¹³ (). Dostęp do niej jest darmowy. Polega ona na tym, że codziennie jest przedstawiane użytkownikowi konta na Facebooku zadanie do rozwiązania. Pomysłodawcy aplikacji wykorzystali w ten sposób to, że bardzo dużo młodych ludzi spędza czas w serwisie. W oparciu o możliwości Facebooka stworzyli program, służący do nauki, a jednocześnie zawierający elementy zabawy.

Facebook niewątpliwie pełni także funkcję rozrywkową. Pozwala wymienić się filmami, zdjęciami, a także wrażeniami po lekturze książki, obejrzeniu filmu. Za jego pośrednictwem można przede wszystkim komunikować się, stąd też można mówić o wspólnototwórczej funkcji mediów społecznościowych.

Już ta krótka charakterystyka mediów społecznościowych ukazuje cenne możliwości nowych mediów, które są przede wszystkim obszarami ludzkiego rozwoju. Po tym wprowadzeniu warto przeanalizować je dokładniej pod kątem aksjologicznym i etycznym.

II. Przestrzenie rozwoju człowieka w nowych mediach

Każdy z użytkowników nowych mediów ma inną wrażliwość etyczną czy aksjologiczną. Różnorodność preferencji aksjologicznych widoczna jest szczególnie w różnicach międzypokoleniowych. Ludzie w starszym wieku bardziej doceniają przeszłość – wieloletnie doświadczenie. Młodsze pokolenie zaś bardziej patrzy w przyszłość – planuje, zdobywa, tworzy, zaczyna itd.¹⁴. Ludzie starsi wolą raczej tradycyjne metody komunikowania – spotkania bezpośrednie, tradycyjną korespondencję. Podobnie też często podchodzą do zdobywania informacji. By się czegoś dowiedzieć, sięgają po gazetę lub książkę. Te formy komunikowania, pozyskiwania wiadomości i pogłębiania wiedzy niewątpliwie zawsze rozwijały człowieka. Przedstawicielom tzw. generacji Y (urodzonym po 1980 roku) to już nie wystarcza. Komunikują zatem często i chętnie za pomocą *social media*. Przez pryzmat nowych mediów poznają siebie i świat. Nie sposób zatem ignorować tego zjawiska, skoro media społecznościowe mają znaczący udział w dojrzewaniu młodych ludzi.

Warto na ten aspekt – aspekt dojrzewania ludzkiego – szczególnie zwrócić uwagę, ponieważ media, a zwłaszcza społecznościowe, stają się przestrzenią, w

¹² P. Levinson, dz. cyt., s. 193.

¹³ Zob. www.facebook.com/Kalkulatorypl

¹⁴ Por. J. S t y k: *Wartości młodzieży polskiej w społeczeństwie ponowoczesnym*. „Keryks”. T. 7: 2008 s. 149.

której coraz więcej jest ludzi (użytkowników), a co najważniejsze – coraz więcej człowieka. Dla zainteresowanych kwestiami etyki i aksjologii mediów, ale także pedagogiki i wychowania, to niezwykle cenna informacja.

Internet jest miejscem silnie nacechowanym aksjologicznie. Coraz częściej ludzie odważnie dyskutują w Internecie o wartościach. W celu odszukania odpowiedzi na nurtujące egzystencjalne pytania udzielają się na forach internetowych. Przykładem tego jest dyskusja, która wywiązała się na pewnym forum, a została ona sprowokowana następującymi pytaniami: *Czy jesteście w stanie udowodnić istnienie wartości takich, jak humanizm, rodzina itp.? Czy nie są one relatywne?*¹⁵ Pozostawić należy w tym momencie wątpliwości, czy dla takich dyskusji Internet to odpowiednie i kompetentne miejsce. Skoro tego typu debaty pojawiają się, warto przede wszystkim podjąć działanie praktyczne (poprzez udział w komunikacji internetowej, a tym samym towarzyszenie odpowiedzialne w poszukiwaniu prawdy) oraz teoretyczne poprzez prowadzenie badań naukowych nad tego rodzaju społecznymi i aksjologicznymi zjawiskami. W nurt tych badań wpisuje się również analiza tych przestrzeni nowych mediów, które służą rozwojowi człowieka. Jak bowiem zauważa M. Drożdż, *u podstaw etyki mediów tkwi podstawowa troska o człowieka i jego świat wartości, troska o tworzenie i zachowanie podstawowych uwarunkowań medialnych, umożliwiających integralny rozwój duchowy człowieka i kształtowanie się właściwych relacji osobowych, tworzących wspólnotę*¹⁶. Mając na uwadze te słowa, warto wymienić i przeanalizować wybrane przestrzenie nowych mediów, które mogą mieć znaczący udział w rozwoju człowieka.

III. Social media – przestrzenią wspólnoty i komunikacji

Przede wszystkim należałoby wymienić te media, które wydają się być bliskie człowiekowi „z natury”, a mianowicie media społecznościowe – *social media*. Już z definicji można odczytać ich społeczne „predyspozycje” i przeznaczenie.

Nie brakuje wciąż krytyków mediów, którzy uważają, iż media (zwłaszcza telewizja i Internet) stanowią poważne zagrożenie dla zawiązywania i podtrzymywania trwałych relacji w społeczeństwie. I trzeba im – jak najbardziej – przyznać rację, jeśli te środki społecznego przekazu są rzeczywiście nadużywane w odbiorze, bądź też obierane w sposób chaotyczny i nieumiejętny¹⁷. Warto jednak zaznaczyć, iż media, a w szczególności media społecznościowe, mogą przysłu-

¹⁵ <http://www.racionalista.pl/forum.php/s,51748> [dostęp: 12.04.2012].

¹⁶ M. Drożdż: *Medialna władza nad wartościami*. W: *Media – czwarta władza?* T. 2. Red. M. Gołda-Sobczak, W. Machura, J. Sobczak. Poznań – Opole 2011 s. 62.

¹⁷ Por. G. Łęcicki: *Integracyjna i dezintegrująca funkcja mediów w społeczeństwie informacyjnym*. „Kultura-Media-Teologia”. T. 4: 2011 s. 45–54.

żyć się do zawierania znajomości, budowania mniejszych, bądź większych społeczności. A ponieważ każda społeczność stwarza człowiekowi możliwości rozwoju, warto się zastanowić, na ile nowe media mogą służyć budowaniu wspólnoty.

Według definicji encyklopedycznej „wspólnota” rozumiana jest jako *typ grupy (zbiorowości) społecznej, w której istnieje silna więź psychiczna, powstała na gruncie nie tylko związków obiektywnych, ale także wspólnoty określonych przekonań, uczuć, akceptowanych wartości*¹⁸. Jak zatem przedstawia się wspólnota zawiązana za pośrednictwem nowych mediów? Co do tego, że zawiązuje się ona na zasadzie wspólnych przekonań, zainteresowań, nie ma wątpliwości. To element, na którym można budować dłuższą relację za pośrednictwem Internetu. Jest to ważne przede wszystkim w przypadku ludzi, którzy nigdy się nie widzieli, nie spotkali, bezpośrednio z sobą nie rozmawiali¹⁹. Pojawia się jednak poważna wątpliwość co do określenia „silna więź psychiczna” w odniesieniu do relacji wirtualnej. W tej sytuacji może się okazać czynnikiem degradacji i depersonifikacji. Jak zauważa M. Graszewicz oraz D. Lewiński, *większość z owych specyficznie internetowych komunikacji jest odprzęgnięta od swych macierzystych pól społecznych. Kiedy komunikujemy standardowo (nie internetowo), w proces komunikacji zaangażowane są potencjały symboliczne aktorów, regulująca zasoby komunikacyjne pozycja zajmowana w polu, systemowe zależności/ odpowiedzialności. W Internecie, choćby ze względu na możliwą anonimowość, komunikacje są tych systemowych odpowiedzialności pozbawione. Każdy może mówić każdemu właściwie co chce i jak chce. Komunikacja może ulec przerwaniu bez społecznych konsekwencji. Można nie komunikować, gdy – standardowo, w społecznych interakcjach, nie można nie komunikować. Internet jest miejscem społecznej nieodpowiedzialności. Dlatego też do twierdzeń o socjotwórczej roli komunikacji internetowych należy, naszym zdaniem, podchodzić ostrożnie. Dopiero wtedy, gdy internetowe więzi prowadzą do pozainternetowych spotkań, możemy mówić o socjalności*²⁰. A zatem, by zaistniała trwała wspólnota, konieczne są – oprócz kontaktów za pośrednictwem np. mediów społecznościowych – także te w *realu*. Gdy ich zabraknie, gdy internauta będzie dążył do zamknięcia się jedynie na wirtualne kontakty, zacznie się proces desocjalizacji.

Warto jednak wyraźnie zaznaczyć, iż nowe media mogą umacniać więzi, relacje już istniejące. Służy temu przede wszystkim komunikacja internetowa (tzw.

¹⁸ *Encyklopedia PWN*. T. 4. Warszawa 1976 s. 723.

¹⁹ Więcej na ten temat – O. Guedes Bailey, B. Cammaerts, N. Carpentier: *Media alternatywne*. Tłum. A. Gąsior-Niemiec. Kraków 2012 s. 10–12. M. Castells: *Rise of the Network Society*. Cambridge – Oxford 2007 s. 362.

²⁰ M. Graszewicz, D. Lewiński: *Wstęp do systemowej teorii Internetu*. W: *Nowe media we współczesnym społeczeństwie*. Red. M. Jeziński, A. Seklecka, Ł. Wojtkowski. Toruń 2011 s. 13–24.

komunikacja zapośredniczona), która umożliwia interaktywne komunikowanie się (...), szybki i łatwy kontakt z odbiorcą, (...) możliwość odpowiedzi zwrotnej, czyli »feedbacku« (...), a także prawdziwy dialog między organizacją a otoczeniem i to w sposób pomijający udział mediów tradycyjnych²¹. W tym miejscu warto przedstawić najistotniejsze różnice między komunikowaniem za pomocą „starych” oraz nowych mediów.

Dla potrzeb analizowanego tematu warto zwrócić tu uwagę na różnicę między komunikowaniem bezpośrednim (tradycyjnym – *face-to-face*) a tym, odbywającym się za pośrednictwem komputera (*computer networks*)²². Komunikacja „nowomedierna” charakteryzuje się np. bardzo dużym potencjałem magazynowania, przechowywania danych, treści (*storage capacity; storage potential*) w przeciwieństwie do komunikacji bezpośredniej. Zdolność ta – w przypadku tej ostatniej – ograniczona jest ludzką, ulotną pamięcią. Jeśli zaś chodzi o dokładność, precyzję przekazywania informacji, transmisji danych to znowu nowe media przodują. Nie chodzi tu o zawartość treściową informacji w Internecie (na ile są one rzetelne, poprawne merytorycznie), lecz o to, że o informacji zamieszczonej np. na serwisach społecznościowych można bardzo wiele powiedzieć – kiedy została zamieszczona, kto ją udostępnił, z komputera o jakim IP. W przypadku komunikacji bezpośredniej nie jest to zawsze możliwe, ze względu właśnie na ludzką pamięć. Ta właściwość – jak podkreśla J. von Dijk – szczególnie jest wykorzystywana przez policję, także władzę państwową²³. Rozmowa bezpośrednio (*face-to-face*) dominuje jednak nad komunikacją nowomedierną dzięki takim właściwościom, jak: interaktywność, bogactwo bodźców, emocji, gestykulacji

²¹ M. P r z y b y s z: *Kryzys medialny w netokracji*, „Kultura-Historia-Globalizacja”. R. 8: 2010 s. 150.

²² Por. Tab. Poziom zdolności komunikacyjnych „starych” i nowych mediów [J. von D i j k: *The network society: social aspects of new media*. London 2006 p. 15].

Communication capacity	Old Media				New Media	
	Face-to-face	Print	Broadcasting	Telephone	Computer networks	Multimedia
Speed	Low	Low/medium	High	High	High	High
Reach (geographical)	Low	Medium	High ¹	High ¹	High ¹	Low
Reach (social)	Low	Medium	High ¹	High ¹	Low	Low
Storage capacity	Low	Medium	Medium	Low	High	High
Accuracy	Low	High	Low/medium	Low	High	High
Selectivity	Low	Low	Low	High	High	High
Interactivity	High	Low	Low	Medium	Medium	Medium
Stimuli richness	High	Low	Medium	Low	Low	Medium
Complexity	High	High	Medium	Medium	Low	Medium
Privacy protection	High	Medium	High	Medium	Low	Medium

¹In developed countries only.

²³ Tamże.

(mowa ciała), ochronę prywatności. Jak wyraził to M. Buber, *podstawowym faktem ludzkiej egzystencji jest człowiek z człowiekiem. Szczególnie charakterystyczne dla świata jest przede wszystkim to, że coś ma miejsce pomiędzy jedną a drugą, coś, czego nie można znaleźć nigdzie indziej w przyrodzie (...), że jedna istota zwraca się do drugiej jako szczególnie innej (...) i wkracza w sferę, która jest im wspólna, ale sięga poza własną sferę każdego z osobna. (...) W momencie rzeczywistego spotkania to, co zasadnicze, nie zachodzi w jednym i w drugim, ani w obydwu uczestnikach, ani w neutralnym świecie (...), lecz to coś zachodzi między nimi, w najbardziej dokładnym znaczeniu, tak jakby to było w wymiarze, który jest dostępny tylko dla nich obydwu*²⁴. A zatem kontakty online spełniają dobrze swoją rolę, gdy współlistnieją z kontaktami offline (realnymi).

W „spotkaniach” internetowych są pewne udogodnienia, które jednocześnie stanowią pułapkę i poważne niebezpieczeństwo. Kontakty wirtualne zdecydowanie różnią się od tych realnych. Nie wymagają tak wysokiego zaangażowania osobistego, błyskawicznej interaktywności, odpowiedzi np. na zadane pytanie. Podczas internetowej rozmowy można także pozwolić sobie na podzielność uwagi. Osoby, które nie odpowiadają nam, można „wyrzucić” z listy dyskusyjnej lub je zablokować. Nie trzeba się tłumaczyć, unikając nieprzyjemnych, trudnych rozmów. Poza tym, warto dodać, iż *wspólnoty wirtualne opierają się – w przeciwieństwie do wspólnot zwanych tradycyjnymi albo po prostu wspólnotami właściwymi – na koegzystencji zawsze nieobecnych z zawsze nieobecnymi*²⁵.

Tematyczne fora internetowe, grona, telewspólnoty świadczą o tym, że społeczeństwo nasze nie przeżywa jeszcze całkowitego kryzysu spotkania. Ludzie gromadzą się, łączą na podstawie wspólnych zainteresowań. Są one jednak wyrazem tęsknoty za tradycyjną formą spotkań. Widać to wyraźnie na przykładzie ludzi, zmagających się z różnego rodzaju cierpieniem: chorobą nieuleczalną, bądź też z samotnością itp. Nie mają oni często możliwości komunikacji bezpośredniej, nie tylko ze względu na brak towarzystwa, osób zainteresowanych relacją, lecz często z powodu niedomagania fizycznego.

IV. Blogosfera – miejscem rozwoju logosfery

Kolejną przestrzenią nowych mediów, które mogą się przyczynić do rozwoju człowieka jest blogosfera. Blogosfera to przede wszystkim przestrzeń słowa. Jak zaznacza A. Karłowska, *wypowiadając słowa, odślaniam siebie. Inni mogą dowiedzieć się, co myślę, poznać moją opinię, ale przede wszystkim – mogą poznać mnie jako istotę niepowtarzalną. Poprzez słowo dają dostęp do siebie –*

²⁴ M. B u b e r: *Człowiek z człowiekiem*. Tłum. F. J ę c z. „Przystań”. Nr 15: 1981 s. 87. Por. G. Ł ę c i c k i: *Etyczne aspekty interkomunikatywności internetowej*. W: *Nowe media – możliwości i pułapki*. Red. A. A d a m s k i, M. L a s k o w s k a. Poznań – Opole 2011 s. 55–66.

²⁵ Tamże.

własnej historii życia, drogi rozwoju i dojrzewania myśli. W ten sposób razem z określoną informacją mówię (piszę) drugiemu: »zapraszam cię do współprzeżywania. Razem ze mną wejdź w to wydarzenie, w tę historię«. Nie chodzi tylko o przyjęcie komunikatu. Zaproszenie do współprzeżywania słowa oznacza: poznaj czas, miejsce, bohaterów²⁶.

Nowe media mogą więc sprzyjać budowaniu i rozwijaniu ludzkiej logosfery. Jej podstawowe właściwości to: prymat słowa, dialogiczność oraz charakter środowiskowy²⁷. Prymat słowa oznacza to, iż jego autor, nadawca stawia je jako pierwsze przed obrazem, dźwiękiem. Wiąże się z nim *poczucie jego niezbędności w środowisku człowieka oraz uczucie [jego] niedosytu*²⁸. Jak dalej autor zaznacza, taka sytuacja może stanowić idealne warunki do wychowania. W tym kontekście blogosfera przedstawia się jako przestrzeń powrotu człowieka do kultury słowa. Coraz to nowe raporty alarmują o problemie z czytelnictwem. Poprzez promowanie kultury słowa np. na blogach, można uwagę współczesnego odbiorcy skierować właśnie na słowo.

Wspomniany prymat słowa – jak zaznacza A. Lepa – *znajduje najpełniejszy wyraz w dialogu*²⁹. Tę właściwość można wyraźnie dostrzec także na przykładzie blogów, bądź też innych mediów społecznościowych. Często bowiem sama lektura nie wystarcza. Czytelnik bloga szuka kontaktu z jego autorem, lub też wyraża swoją potrzebę dialogu poprzez zostawienie wpisu, komentarza. Przy okazji dialogiczności logosfery w blogosferze pojawia się inna kwestia problematyczna, którą można wyrazić w pytaniu: na ile Internet jest środowiskiem komunikacyjnym? Według A. Adamskiego, *Internetu nie można raczej uznać za środek masowego przekazu. Jest on raczej pewnego rodzaju środowiskiem komunikacyjnym., w którym mogą funkcjonować zarówno sposoby komunikacji indywidualnej, jak i środki komunikowania masowego*³⁰.

Na ostatni zaś czynnik logosfery składa się jej charakter środowiskowy. Jak podaje A. Lepa, należy go rozumieć jako *środowisko wychowawcze oraz środowisko pedagogiczne*. W tym znaczeniu należałoby dostrzec wpływ blogosfery na rozwój człowieka. Szczególnie zaś, gdy dotyczy to blogów, będących przekąźnikiem wartości. Lecz także te inne, które zawierają opisy ludzkich przeżyć, zmagających się z codziennością, mogą przysłużyć się do rozwoju empatii i wrażliwości.

²⁶ A. K a r ł o w s k a: *Przestrzeń spotkania osób – słowo jako szansa, słowo jako zagrożenie*. W: *Wolność w mediach. Między poprawnością a odpowiedzialnością*. Red. M. D r o ź d z. Tarnów 2010 s. 50–51.

²⁷ A. L e p a: *Funkcja logosfery w wychowaniu do mediów*. Łódź 2006 s. 150–172.

²⁸ Tamże.

²⁹ Tamże.

³⁰ A. A d a m s k i: *Internet – medium, prasa czy środowisko komunikacyjne?* „Zeszyty Prawnicze”. R: 10: 2010 s. 252.

Blogosfera zatem, jak żadne inne spośród mediów społecznościowych, poświęca słowu dużo uwagi. Już po lekturze kilku spośród nich można zauważyć, iż każdy człowiek ma sobie właściwą logosferę. To, jak ona jest rozwinięta zależy od wielu czynników – wieku, wykształcenia, miejsca zamieszkania. Stąd też dostrzec można, iż niektórzy blogerzy wyróżniają się niezwykle bogatym, literacko dojrzałym, językowo poprawnym środowiskiem słowa, a inni wręcz przeciwnie. Blogi tych ostatnich są raczej nośnikiem chaosu niż ładu, braku przejrzystości językowej i merytorycznej. Dojrzałość logosfery blogerów zależna jest również od aktualnego stanu emocjonalnego. Blog – jako osobisty dziennik – może zawierać wiele wpisów chaotycznych, wynikłych z trudnych psychicznych przeżyć. W momencie przeżywania jakiegoś cierpienia bloger niekoniecznie zawsze dba o poprawny przekaz.

V. Blogosfera – przestrzenią dojrzewania do wartości

Nowe media są szczególnie ważną przestrzenią wartości. W związku z tym tematem, w obrębie etycznej analizy blogosfery, warto poruszyć kwestię odpowiedzialności, która dotyczy każdego, kto styka się z historią życia drugiego człowieka. Czytanie czyjegoś bloga, a tym bardziej, jeśli odbywa się ono regularnie, i gdy dotyczy czyjegoś cierpienia, będącego zawsze elementem intymności ludzkiej, zobowiązuje do reakcji. Może być ona jawna (kiedy czytelnik bloga pisze wiadomość do blogera, wkraczając w ten sposób w przestrzeń jego myśli, słowa, uczuć, bądź też ukryta, gdy jedynie emocjonalnie przejmując, porusza przeczytanym wpisem. Jak zaznacza A. Karłowska, *odpowiedzialność bowiem za słowo spoczywa na nadawcy, ale również na odbiorcy. Najogólniej rzecz ujmując, odpowiadają oni za to, co przekazują innym oraz w jaki sposób i dlaczego to robią. Nawet jeśli tylko przyjmują daną treść i nie prześlą jej dalej, zachowają ją dla siebie, nie pozostaje to bez wpływu na otaczającą mnie rzeczywistość. Z chwilą przyjęcia danego komunikatu staję się posiadaczem informacji, dysponuję pewną (kolejną) interpretacją, która rzuca światło na to, co wiedziałem wcześniej, a czasem odkrywa przede mną zupełnie nieznane horyzonty. Zatem uczestniczę w świecie ludzi bogatszy o jakąś treść, już nie jestem taki sam, nastąpiła we mnie zmiana: wiem więcej*³¹.

W przekonaniu autorki blogosfera jest jedynym miejscem w przestrzeni nowych mediów, które charakteryzuje się „wolniejszym” rytmem i funkcjonowaniem. Jak na pamiętnik internetowy przystało, czytelnik ma do czynienia z osobistymi historiami. A te z kolei wymagają czasu i zaangażowania. Zaangażowanie może mieć charakter intelektualny oraz emocjonalny, a z tym wiąże się – jak wyżej przytoczone słowa wykazują – z odpowiedzialnością. Nie każdy oczywiście na smutne, traumatyczne przeżycia blogera reaguje jawnie. Można spotkać

³¹ A. Karłowska, dz. cyt., s. 52–53.

się często z obojętnością lub też z unikaniem tego rodzaju wypowiedzi. Jest jednak ogromne grono internautów, którzy chętnie dzielą się z innymi swoimi przeżyciami, jak i podpatrują regularnie doświadczenia innych internautów, opisane na blogu.

Popularność internetowych pamiętników świadczy o pozytywach stronach nowych mediów, a także o zaletach współczesnego użytkownika Internetu. Blog może być bowiem nośnikiem wartości. Opisy codziennych zmagania z trudami życia mogą zachęcić innych do podobnych działań. Przykładem tego są blogi prowadzone przez tzw. Aniołkowe Mamy, czyli kobiety, które straciły dziecko (najczęściej w wyniku poronienia). Z wielkim bólem niekiedy, lecz chętnie piszą listy do zmarłych dzieci (są tu także relacje z życia samej autorki, bądź też całej rodziny). Ich lektura pozwala zauważyć ogromną siłę kobiet. Ta właściwość staje się dowodem, iż nowe media mogą być przestrzenią oddziaływania na innych, a przede wszystkim przestrzenią dojrzewania do wartości. Często bowiem osoby doświadczane przez śmierć bliskich, a tym bardziej długo wyczekiwane dziecko, nie mają siły i ochoty spotkać się na żywo, by poruszać bolesny temat w rozmowie bezpośredniej. Pisanie bloga zatem stanowi dla nich funkcję terapeutyczną – oczyszcza i wyzwala z emocji pozytywnych i negatywnych, by w ten sposób przygotować się do wyjścia na zewnątrz, do realnych, rzeczywistych spotkań.

VI. Blogi – miejsce autoterapii

Terapeutyczną funkcję mediów społecznościowych widać doskonale na przykładzie blogów. Niektórzy zakładają bloga, by się „wypisać”, by wyrazić swoje przeżycia. Ta właściwość dowodzi, iż słowo ma właściwość terapeutyczną. Poprzez pisanie wycisza człowiek swoje emocje i myśli. Oto jeden z wpisów, świadczący o terapeutycznej roli pisania: *Dokładnie rok temu założyłam sobie bloga. Miałam depresję z pełnym wyposażeniem: całodziennie ponuractwo, czarne myśli i ataki panicznego strachu o poranku. Nie widywałam się z ludźmi i pomyślałam, że pisanie bloga może zadziałać terapeutycznie...*³². Tego typu wypowiedzią rozpoczyna się wiele blogów. Kolejnym tego przykładem jest blog dwudziestoletniej Kamili, zmagającej się z depresją³³. Jej aktywność na blogu wzrasta wraz z narastaniem trudności w życiu. Podobnie jest w przypadku Kasi, zmagającej się ze wspomnieniami z dzieciństwa, kojarzone głównie z molestowaniem przez ojca³⁴.

³² A. Jankó: *Jak trwoga, to do bloga?*, <http://zwierciadlo.pl/felieton/jak-trwoga-to-do-bloga> [dostęp: 10.04.2012].

³³ Zob. www.to-jest-zycie-to-jest-smierc.blog.onet.pl

³⁴ Zob. <http://kaszianz89.blog.onet.pl>

Powyżej zasygnalizowana funkcja blogów pozwala wyłonić kolejną. Blog od gutenbergońskiego pamiętnika różni się tym, że jest upubliczniony, dostępny dla niezliczonej liczby użytkowników Internetu. To z kolei sprawia, iż blog może pełnić rolę także wychowawczą. Lektura tego typu blogów rozwija w czytelniku takie cechy, jak wrażliwość, empatia. Czerpie również inspiracje do rozwijania pasji na wzór innych. Opisy trudnych przeżyć, rozstań, doświadczenia śmierci bliskich osób pomagają w przeżyciu własnych traumatycznych chwil.

Nowe media – jeśli umiejętnie wykorzystane – mogą towarzyszyć człowiekowi w rozwoju duchowym, psychicznym, także moralnym i intelektualnym. Niemniej jednak trzeba wyraźnie zaznaczyć, iż mogą one jedynie stanowić uzupełnienie realnych przestrzeni dojrzewania człowieka. Konieczne bowiem i niezastąpione są bezpośrednie rozmowy, spotkania, zmaganie się z realnym problemami i cierpieniem, typu śmierć, choroba, a także zdobywanie informacji i pogłębianie wiedzy poza przestrzenią Internetu – w zaciszu pokoju, czy biblioteki. Warto jednak przy możliwych okazjach wskazywać na pozytywne strony nowych mediów, ich możliwości towarzyszenia i uzupełniania tradycyjnych, niezastąpionych metod samowychowania i kształcenia.

Wiek XXI przez wielu określany jest wiekiem antywartości. Taki wniosek pojawia się na podstawie demoralizacji społeczeństwa, umasowienia kultury, komercjalizacji mediów, technopolizacji życia, czyli szeroko pojętego kryzysu humanizmu. Ma to ogromny wpływ na współczesne oblicze oświaty, kultury, a więc także i na wychowanie młodych. Przyczyn wspomnianego kulturowego i społecznego kryzysu upatruje się między innymi w silnym oddziaływaniu środków społecznego przekazu. Jest to jak najbardziej uzasadniony pogląd. W tym kontekście, dla celów wychowawczych i pedagogicznych należy zwrócić większą uwagę na sam fakt oddziaływania mediów. Tę ich właściwość można bowiem mądrze wykorzystać. W starożytności ręcznie przepisywano księgi, urozmaicając je dodatkowo ilustracjami, by w ten sposób wzbogacić przekaz, by dzięki obrazkom miały większy wpływ na czytelnika. Słusznie zatem zauważa Ł. Tomczyk podkreślając, iż *nowe media można uznać za (...) idealny wytwór, pozwalający oddziaływać na odbiorcę za pomocą różnych kanałów przekazu informacji zintegrowanych w jednym urządzeniu. Wielobodźcowość rzutuje na procesy przyswajania informacji w różnorodny sposób – poprzez wzmacnianie komunikatu bądź w niektórych przypadkach jego osłabianie*³⁵. W tym kontekście warto zastanowić się, jak wykorzystać siłę oddziaływania, a także wspomnianą wielo-

³⁵ Ł. Tomczyk: *Seniorzy w świecie nowych mediów*. „e-mentor”. R: 4: 2010), <http://www.e-mentor.edu.pl/artukul/index/numer/36/id/776> [dostęp: 12.04.2012].

bodźcowość nowych mediów do rozwoju młodych ludzi – wychowywania i kształtowania ich postaw. Fakt, że – jak wszelkie badania potwierdzają – to właśnie oni spędzają w Internecie najwięcej czasu, powinien być wykorzystany przez rodziców, wychowawców oraz nauczycieli.

Nowe media są ciekawym i ważnym miejscem analizy człowieka dla humanistów – medioznawców, kulturoznawców, także pedagogów i teologów. W ich kontekście warto stawiać egzystencjalne pytania o sens życia, o miejsce i znaczenie wartości, gdyż okazuje się, że wraz z postępem technologicznym i cyfrowym zmienia się system aksjologiczny i etyczny człowieka. W poniższym opracowaniu zostało poddane analizie zagadnienie służebnego charakteru nowych mediów. Pierwotnym bowiem zamysłem powstawania, udoskonalania mediów kierunku nowych mediów było stworzenie przestrzeni większych możliwości, a także wolności. Jak podaje M. Filiciak, *»odtrutką« na taki system mediów miało być utworzenie nowych, »demokratycznych« środków przekazu, które nie byłyby centralnie sterowane, w których każdy odbiorca byłby potencjalnym nadawcą i które pozwalałyby na interakcję użytkowników oraz ich zaangażowanie w wymianę informacji*³⁶. A zatem u podstaw nowych mediów znajdują się pozytywne przestrzenie, służące dobru internauty. Mając świadomość i wiedzę na temat ich możliwości i właściwości etycznych i aksjologicznych, można je wykorzystywać dla rozwoju duchowego, psychicznego, a także moralnego i intelektualnego człowieka.

³⁶ M. Filiciak, dz. cyt., s. 35.