

Ewa Kozłowska
Śląska Wyższa Szkoła Informatyczno-Medyczna
w Katowicach

Pomiędzy medialnością a fotografią. Próba nowego zdefiniowania

Between media attention and photography. An attempt to redefine

Streszczenie

Bycie „medialnym” to już nie tylko pojawianie się w mediach, na przykład publicznych. Współcześnie należy raczej definiować to pojęcie szerzej, jako indywidualne podejście człowieka do mediów i jego postawa wobec środowiska medialnego w którym żyjemy i komunikujemy się, jesteśmy odbiorcami i kreatorami. Jeśli „medialnością” nazwać pewien rodzaj inteligencji, to jest to raczej zdolność przystosowania się do współczesnego świata mediów. Nie zawsze poparta wiedzą czy umiejętnościami, staje się swego rodzaju kompetencją życiową.

Słowa kluczowe: nowe media, fotografia, media, socjologia wizualna

Przywołując, praktycznie codziennie, hasło – „media”, mówiąc o kimś – „medialny”, lub o czymś – „medialne”, szukając wyjaśnienia dla pojęcia „medialny”, zaczynamy sobie zdawać sprawę, że wszystkie dotychczasowe definicje w większości leksykonów okazują się być niekompletne. Zanurzeni w mediach, ulegający ich immersyjności czujemy,

że „bycie medialnym” odzwierciedla współcześnie całkowicie inny stan „kompetencyjności” człowieka, niż do tej pory się opisywało.

Media – czym są i czym mogą być

To, co oznaczało bycie medialnym i to, co w efekcie odsyłało nas do pojęć związanych ze środkami masowego przekazu¹, które stały się głównym źródłem informacji, wiedzy i rozrywki dla społeczeństw – za pośrednictwem choćby prasy, radia czy telewizji – musi zostać współcześnie poddane dyskusji. A to za sprawą jeszcze jednego czynnika – globalnego dostępu do informacji i obrazów tworzonych, modulowanych, przetwarzanych i przesyłanych przez dowolnego użytkownika, do dowolnego odbiorcy w Sieci. Terry Flew wprowadza trojaki sposób rozumienia terminu „media”, odnosząc się po pierwsze, (...) *do technicznych środków komunikacji. (gdzie) Słowo „media” jest liczbą mnogą od rzeczownika „medium”, czyli technicznego środka, za pomocą którego przekazywane i odbierane są informacje. Proces komunikowania międzyludzkiego w czasie i przestrzeni zawsze wymagał technicznych środków umożliwiających przekazanie wiadomości innym*². Jak się domyślamy chodzi tu o druk (ruchomą czcionką), radio, telewizję, telefonię czy Internet. Ma tu także na myśli proces komunikowania masowego, tworzącego infrastrukturę technicznych środków komunikowania, które to z kolei mogą być rozpatrywane jako techniczne, inżynierskie „medium” będące zapleczem o infrastrukturalnym, globalnym charakterze. Nośnik jakimi są komunikacyjne media techniczne i całe rozbudowane środowisko, łączące się w strukturę międzynarodową, umożliwiają zatem bezkolizyjny, ciągły i wielowymiarowy przepływ informacji w postaci tekstów, obrazów, w tym fotografii i obrazowania ruchomego oraz artefaktów. Definiują na nowo zależności społeczne, polityczne czy handlowe. Globalizują wymianę myśli, idei i ideologii, prowokują konflikty i rewolucje.

Po drugie Flew rozpatruje pojęcie „media” w kontekście (...) *insty-*

1 Por. *Media. Leksykon PWN*, red. Edyta Banaszkiewicz-Zygmunt, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2000, s. 117, 215.

2 T. Flew, *Media globalne*, WUJ, Kraków 2010, s.13. (1.) – zapis numeracji stron w cytowanej pozycji wynika z błędnego układu paginacji w książce (powinno, jest)

*tucjonalnych i organizacyjnych form, w ramach których tworzona i dystrybuowana jest zawartość mediów.(...) w znaczeniu tym media oznaczają przemysł medialny*³. Podkreśla, co ciekawe, korporacyjność formy zarządzania instytucjami zajmującymi się produkcją i dystrybucją w mediach w XX wieku, uznając iż cykl produkcji, dystrybucji i odbioru uwarunkowany jest generowaniem przez pracujących tam ludzi – rodzaju treści, mniej lub bardziej kompetentnych i odkrywczych. Wymienia także podmioty dostarczające w tym przypadku treści i które zalicza do wspomagających „podstawowy” przemysł medialny. Według niego są: (...) (*np. twórcami treści cyfrowych*), *podmiotami zajmującymi się pozyskiwaniem publiczności (np. agencjami marketingowymi, analitykami prowadzącymi badania publiczności) oraz przemysłami, z którymi media pozostają w stosunku symbiotycznej zależności, jako dostarczycielami stałych treści (np. zarządami głównych dyscyplin sportowych) oraz dochodów (np. spółkami korzystającymi z mediów w celach reklamowych)*⁴.

W trzecim przypadku autor skłania się ku pojmowaniu terminu „media” przez kontekst definicji potocznej: (...) *odnosi się do treści informacyjnych i symbolicznych odbieranych i konsumowanych przez czytelników, widzów, słuchaczy i użytkowników*⁵, przez co rozumie rzeczywistość szeroko pojętych mass mediów, a więc komputerów osobistych, telefonów komórkowych, radia, telewizji, gazet i pozostałych urządzeń komunikacyjnych. Potoczne rozumienie tego terminu skłania go jednak do wysunięcia ważnego dla nas wniosku, o związku między powszechnością dostępu do tworzonych przez tak rozumiane media komunikatu społecznego, a ich wpływu na kulturę (przyjmując wielorakość opisu zjawiska kultury)⁶.

Dlaczego „nowe”?

Media, ich historia, kwestie definicji, nazewnictwa, wyodrębniane podziałów i ich kategorii, a także próba rozgraniczenia pod względem zasięgu

3 Tamże, s. 15. (3.)

4 Tamże, s. 15. (3.)

5 Tamże, s. 15. (3.)

6 T. Flew odwołuje się do: Thomson J. B., *Ideology and Modern Culture*, Cambridge 1991 (tegoż autora także *Media i nowoczesność: społeczna teoria mediów*, Wrocław 2006) oraz Williams R., *Keywords: A Vocabulary of Culture and Society*, Londyn 1976.

i rodzaju wpływu na społeczeństwa, w momencie pojawienia się rzeczywistości wirtualnej i cyfrowej możliwości tworzenia, kodowania, zapisywania, przesyłania i archiwizowania informacji, wymogły na badaczach zastosowania pojęcia „nowych mediów”. *Termin ten, pisze Leah A. Lievrouw, stał się czymś w rodzaju definicji zastępczej – wiele osób często go używa, choć nie każdy wie, co tak naprawdę on oznacza. Pojęcie „nowych mediów” jest powszechnie używane, ale nie sposób określić, jak dokładnie jest rozumiane. Czy termin ten odnosi się do najnowszych gadżetów technicznych, nowych form rozrywki, wymyślnych sposobów poszukiwania informacji, czy może (najczęstsze znaczenie) do wszystkiego, co dotyczy Internetu?*⁷ Autorka, podobnie jak wspomniany już Terry Flew i wymieniani przez niego samego badacze, przychylają się ogólnie do zdefiniowanych powyżej podziałów dla zjawiska „mediów”, ale Lievrouw idzie dalej, wprowadzając definicję dla mediów współczesnych: (...) *jedną z najwyraźniejszych cech nowych mediów – dzięki której możemy je nazwać „nowymi” mediami – jest to, że są produktem stale przeplatających się nawzajem innowacyjnych działań, usług, systemów i sposobów ich wykorzystania, które łączą lub nawet eliminują dotychczasowe podziały na kategorie, takie jak np. rozmowa telefoniczna, film, list, gazeta, telewizja, fotografia czy muzyka. (...) tak więc definiujemy nowe media jako ujęte w kontekście społecznym technologie informacyjne i komunikacyjne, które obejmują trzy główne elementy:*

fizyczne przedmioty (artefakty) lub urządzenia, które tworzą i poszerzają możliwość komunikowania znaczeń i dzielenia się nimi;

działania lub praktyki komunikacyjne realizowane podczas opracowywania tych urządzeń i korzystania z nich oraz

*szersze ustalenia społeczne oraz formy organizacyjne, tworzone i rozbudowywane w odniesieniu do tych przedmiotów i praktyk*⁸.

Musimy przyjąć, że liniowa i bezpośrednia natura przepływu informacji (nadawca – komunikat – medium – odbiorca) to cecha przynależna bardziej mass mediom czy mediom „starym” i przypomina swoją

7 L. A. Lievrouw, *Media alternatywne i zaangażowanie społeczne*, PWN, Warszawa 2012, s. 15.

8 Tamże, s. 17.

architekturą proces wydawniczy czy działanie telefonu stacjonarnego. Nowe media są „nowe” bo cechuje je inny sposób konfigurowania przepływu informacji. Tu proces komunikacji, ze względu na skomplikowany, wielowymiarowy, ulegający stałej reorganizacji – także przez możliwość rekonfigurowania sieci przesyłu – przypomina bardziej funkcjonowanie neuronu. System takich połączeń daje możliwość stałej rozbudowy, przyjmując wymiar „sieci złożonej z sieci” z możliwością zmiany i rozwoju całej architektury przekazu informacji, poprzez także zmiany w modelu połączeń, wymuszone przez rozwój technologii czy zmiany w organizacji społecznej użytkowników.

Dlaczego historyczne?

We wprowadzeniu⁹ do swojej „Teorii mediów” Dieter Mersch bardzo pięknie określa „media”. *Media istnieją, ponieważ istnieje odmiennosc. Pod pojęciem odmiennosci rozumiemy niedostępną „inność”, dla zrozumienia której konieczne jest przyjęcie jakiegoś trzeciego punktu odniesienia, pozwalającego na jej przyswojenie, symbolizację, zapamiętanie, przekazanie czy komunikację. Coś, co nie jest ani znakiem, ani doświadczeniem, ani spostrzeżeniem, ani reprezentacją, musi najpierw zostać przedstawione i wyrażone bądź zinterpretowane. w ten sposób media wkraczają w przestrzeń leżącą „pomiędzy”, tworząc instancje przekazywania, przedstawiania, rozpowszechniania, wymiany i powtórzenia¹⁰.*

To „pomiędzy” staje się przyczynkiem do tego by sięgnąć do genealogii słowa „medium”. w łacinie odnajdziemy słowo *medium* – środek, *medius* – będący pomiędzy. Nie jest to zatem konkretny, namacalny środek za pomocą którego coś otrzymujemy, ale coś, co pośredniczy, umożliwia „stanie się” przez pośredniczenie, zawiera się pomiędzy. Mersch powołuje się już na Arystotelesa, który twierdził, że *metaxu* (łacińskie tłumaczenie słowa to *medium*) stanowi „coś trzeciego”, co pośredniczy między okiem a przedmiotem w jego postrzeganiu, a zatem możemy to zinterpretować jako próba opisu aktu komunikacji. U Platona pojawia się pojęcie *chora* jako „miejsce nieokreślone”. Jak

⁹ D. Mersch, *Teorie mediów*, Wydawnictwo Sic!, Warszawa 2010, s. 7.

¹⁰ Tamże, s. 7.

twierdzi Mersch¹¹, to właśnie jest źródło linii genealogicznej pojęcia mediów w czasach nowożytnych.

Potem pojawiają się takie pojęcia jak medium, fluid, eter, fantom którymi zajmował się Izaak Newton i czego istnienia XVII i XVIII wiek, ani poziom ówczesnej nauki (fizyki), nie potwierdzał ani nie był w stanie obalić. Między innymi za sprawą badań prowadzonych nad optyką czy akustyką (techniki) w XVII wieku, coraz częściej pojawia się pojęcie mediów i jest ono utożsamiane z sensem funkcjonalnym, co poprzez połączenie z techniką wprowadza do języka francuskiego, niemieckiego czy angielskiego „medium” jako pojęcie słownikowe o zróżnicowanych konotacjach.

Nie czujemy się umocowani w filozofii, dlatego podążając za wywodami autora, przytoczmy tu kilka faktów z dziedziny „teorii mediów”. Romantyzm przynosi włączenie mediów w rozważania o sztuce. *Media przedstawiające funkcjonują (...) jako media symbolizacji, jak media prawdy; ponieważ jednak ze względu na rodzaj ich materialności przypisuje się im niejednoznaczne cechy, prawda staje się częścią pozoru, a symbolizacja częścią omyłki. Niejednoznaczność jest cechą charakterystyczną wszystkich estetycznych pojęć mediów; wszystkie one operują dychotomią zawartą w pojęciach „simulatio” i „dissimulatio”, będąc tym samym źródłem „mimesis” i „złudzenia”, które od czasów Platona są częścią zachodniego stylu myślenia i nadają ton filozofii sztuki¹².*

Poczynając od XVIII wieku, media rozumiane w kontekście estetycznym, zyskują negatywne zabarwienie, w czym utwierdza nas heglowska *Estetyka*, przypisująca temu pojęciu rolę katalizatora, który sam się nie objawia ale wywołuje skutek. Ideały romantyzmu rozgraniczyły media w kontekście nauki o optyce, z jednej strony przypisując im cechy związane z widzeniem (światła), odbijania się i załamania promieni, z drugiej przypisywano im naturę magiczną, oszukiwania, iluzji, ukrywania w cieniu czy zmętnienia, powodującą zniekształcenie oglądanego obrazu. Takie potraktowanie mediów spowodowało także, iż możliwe stało się oddzielenie sztuki od techniki. A ten wymiar mediów nowych, optycznych, jeszcze długo jest podkreślany i kontynuowany,

11 Tamże, s. 19 i nast.

12 Tamże, s. 23.

nawet wraz z rozwojem technik fotograficznych, gdzie mówimy przecież o „obrazie utajonym”. Fotografia jako jedna z odkrytych, najważniejszych wówczas „technik iluzjonistycznych”, podkreśliła ten rozziw a współcześni ostro ją krytykowali za czysto techniczne i wolne od cech sztuki odwzorowanie rzeczywistości. To spowodowało, że odnalazła swoje miejsce w zaciszu prywatnych domów i zainteresowali się nią naukowcy, jako doskonałym nośnikiem dla dokumentacji badań.

Konsekwencją rozwoju techniki, zwłaszcza w XIX wieku, stało się przewartościowanie pojęć, z dotychczasowego połączenia sztuki i mediów w XX-wieczne połączenie mediów i techniki. Przyniósł to przełom obu wieków, za sprawą panoramy, dioramy, fotografii i filmu, fonografu, czy telefonu – okres nazwany później przez badaczy, w tym McLuhana, epoką elektroniczną. *Ogólnie rzecz biorąc, dokonał się wtedy przełom, odsłaniający charakterystyczną cechę technologii mediów XX wieku – przejście od postrzegania do wymiany informacji, od optyki do kodowania elektronicznego i od estetyki do interakcji*¹³. Briggs i Burke nawiązują do tego momentu w „Społecznej historii mediów” nazywając rozdział swej książki „Informacja, edukacja, rozrywka”¹⁴.

Około 1833 roku za sprawą „penny press” – tanich druków ulotnych, reklamowych, graficznych czy czasami, zdobywającej wówczas popularność, fotografii – pojawia się pojęcie „mass mediów” i staje się jednym z przejawów nowoczesności i elementem wpływającym powszechnie na kulturę. Pierwsze dekady XX wieku przynoszą kolejną rekonfigurację pojęcia mediów masowych, a to za sprawą kina i radia. Przestaje się do nich zaliczać telegraf czy telefon. Prawdziwa jednak rewolucja społeczna dokonała się za sprawą mediów tuż przed i po drugiej wojnie światowej, kiedy to media stają się powszechnym źródłem propagandy społecznej, w tym kulturalnej. Zmieniają się modele komunikacji społecznej za sprawą „wizualności” telewizji, mającej swoją genealogię w obrazowaniach wypracowanych przez fotografię czy film i kino. (...) *innowacje nadchodzą „falami”, związanymi z nowymi tendencjami ekonomicznymi,*

13 Tamże, s. 26.

14 A. Briggs, P. Burke, *Społeczna historia mediów. Od Gutenberga do Internetu*, PWN, Warszawa 2010, s. 243.

historyczne etykiety zazwyczaj przypisywane są temu, co z różnych powodów należy do dominujących w danym momencie technologii komunikacyjnych. Mieliśmy do czynienia tylko z jedną „epoką kolei”, (...) a „epoka radia” i „epoka telewizji” zachodziły na siebie. Prasa sprawiała, że wszystkie inne etykiety rozpowszechniały się, czasem też sama je tworzyła. „Epokę przestrzeni”, (...) zapoczątkowała telewizja. w przypadku Internetu, (...) częściej używa się określenia „era”¹⁵. Co ciekawe, w żadnej z tych „epok” nie doszło do wyparcia czy zagarnięcia jednego medium przez drugie, co stało się późniejszym udziałem „ery Internetu”. Prasa zachowała swój status, telewizja stała się „piątą władzą”, tańsze w eksploatacji radio pozostało podstawowym środkiem przekazu bieżących informacji, szczególnie w krajach biedniejszych, dalej jeździmy koleją i latamy samolotami a urzędy pocztowe przesyłają nam papierową korespondencję i paczki.

Informacja (w tym polityka), edukacja i rozrywka stają się podstawowymi pojęciami tworzonymi i modulowanymi przez amerykański przemysł medialny, który pozostaje poważną gałęzią gospodarki. Wzorce te przejmuje cały świat. Daje to powód do jeszcze wyraźniejszego zinstytucjonalizowania przepływu informacji – od źródła do konsumenta. Wraz z przyspieszeniem postępu technologicznego stare technologie bywały kwestionowane, przede wszystkim jednak ich instytucjonalne ramy musiały ulec odnowieniu. (...) Słowo „generacja” od początku używane było zarówno w stosunku do ludzi, jak i komputerów. Jednocześnie rzadko zwraca się uwagę na to, że bez względu na „epokę” podnoszono podobne kwestie. Wielokrotnie mówiono o relacjach między własnością mediów a ich zawartością, między zawartością i strukturą oraz między strukturą a technologią. Wszystkie te elementy zawsze wiązano z kontrolą. Potrzeba informacji w każdej epoce łączyła się z wysiłkami zmierzającymi do kontroli współczesnych i przyszłych mediów¹⁶.

Wydarzenia światowe lat 60, 70 oraz następne dekady i rodzące się wówczas ruchy społeczne, w tym tendencje marksistowskie, próbujące

15 Tamże, s. 314.

16 Tamże, s.314-315.

zawładnąć mass media na potrzeby „robotniczo-proletariackie”, sprowokowały badaczy do rozszerzenia badań nad kulturą masową – czego dowodem może być ówczesny rozkwit teorii dotyczących komunikacji interpersonalnej, mającej wspomagać różne dziedziny życia, w tym reklamę czy telewizję (że przypomnimy tu pierwszą telewizyjną debatę kandydatów na prezydenta USA Richarda Nixona i Johna Kennedygo)¹⁷. Mersch konkluduje: (...) *w koncepcjach socjologicznych media masowe uchodziły jednocześnie za instytucje będące gwarancją procesu modernizacji, którego politycznym odpowiednikiem są liberalne demokracje oparte na pluralizmie, partycypacji i swobodzie informacji – ideach, których emancypacyjny rozmach nie rozwinął by się bez oparcia o klasyczne ideały oświeceniowe, takie jak autonomia, samostanowienie i autorefleksyjność. i dlatego – przede wszystkim w latach 60. XX wieku. – środki masowego przekazu były zrazu traktowane jako „agentury oświecenia”, a nieco później – w wyniku rewolucji studenckiej późnych lat 60. – stały się przedmiotem denuncjacji. z tego względu można je analizować dopiero przy pomocy dostosowanych do nich kategorii, wypracowanych w pismach Waltera Benjamina, Maxa Horkheimera, Theodora Adorno i Günthera Andersa oraz szkoły kanadyjskiej, reprezentowanej przez Marshalla McLuhana*¹⁸.

„Zimny i gorący” McLuhan

Nie sposób tu oczywiście analizować dorobek związany z zagadnieniem mediów – wszystkich, choćby wymienionych wyżej badaczy. Ale jeden z nich zasługuje na wzmiankę, ze względu na fakt, iż był osobą uważaną powszechnie za inicjatora teorii nowych mediów, teorii nielinearnego sposobu przekazywania informacji i wpływu nowej architektury informacji na nauczanie, oraz nowej tendencji w opisie mediów jako rozszerzenia i przedłużenia ludzkiego ciała i ludzkiej jaźni. Media jakimi się posługujemy na co dzień, jak książka, rower, okulary, gazeta, telewizja są według McLuhana przedłużeniem ludzkich cech fizycznych czy umy-

17 Por. M. L. Knapp, J. A. Hall, *Komunikacja niewerbalna w interakcjach międzyludzkich*, Astrum, Wrocław 2000, s. 52 i nast.

18 D. Mersch, *Teorie ...*, dz. cyt., s. 60.

słowych. Nowe media zatem stają się podobnym do nich „dopełnieniem” człowieka. McLuhan wysnuwa teorię, że im bardziej zaawansowane technicznie są media którymi się posługujemy, tym bardziej sami wystawiamy się na straty wewnętrzne, apatię, głuchotę i odrętwienie, bo one (media) coraz silniej zaspakajają tym samym nasze potrzeby hedonistyczne i narcystyczne. O jego innowacyjnych ideach i pomysłach, zawartych później w „The Gutenberg Galaxy” (1962) i „Understanding Media” (1964), najczęściej cytowanych przez badaczy książkach, Mersch pisze tak: *Przerażony wykwitami kultury masowej, stawia współczesności diagnozę, w której opisuje kulturę masową jako rodzaj nieustannej kolektywnej epepei. Jednocześnie odkrywa tendencje pojawiania się nowego, obrazowego myślenia, które przypomina język mitu, snu i baśni i rodzi retorykę, zdolną do wykorzystania archaicznych form bezpośredniego myślenia nieliniowego jako argumentu w walce z linearnością logiki alfabetyzmu*¹⁹.

McLuhan opracował kategorie „gorący” i „zimny”, aby opisać równocześnie nośnik narzędzia komunikacji lub sposób przekazania doświadczenia i wywoływanej interakcji. „Gorący” to doświadczenie o „wysokiej rozdzielczości” lub mające wysoce zindywidualizowany charakter, jak również znaczną ilość szczegółowych informacji. „Zimny” jest definiowany jako przykład słabo rozbudowanej informacji i wymaga niskiego zaangażowania uczestnictwa publiczności. McLuhan sam wyjaśnia różnicę na przykładzie karykatury rysunkowej, która niesie ze sobą niski poziom ilości informacji wizualnej, radio zaś jest zwykle gorące, średnie; druk, fotografia, film i obrazy zasadniczo są to „gorące” media. U podstaw koncepcji McLuhana leży kwestia tego, czy technologia jest korzystna dla człowieka. McLuhan uznaje, że nośniki komunikacji elektronicznej (media) stanowią „przedłużenie człowieka”. Telefon jest rozszerzeniem ucha (i głosu), telewizja „rozszerza” nasze oczy i uszy. McLuhan twierdzi, że każdy człowiek powinien wiedzieć jak najwięcej o mediach. Jest zwolennikiem radykalnych zmian w edukacji²⁰.

Wielu współczesnych odwołuje się do idei McLuhana. Pojęcia „gło-

19 D. Mersch, *Teorie...*, dz. cyt., s. 108.

20 Por. R. Debray, *Wprowadzenie do mediologii*, Oficyna Naukowa, Warszawa 2010,

balnej wioski”, „chłodnych” i „gorących” mediów, „nowych mediów”. Mamy też, w zasadzie, ugruntowane wyobrażenie o wpływie mediów na współczesne społeczeństwo. Medialność bowiem jest rozpatrywana w kategorii wymiaru społecznego i kulturowego, jest elementem świata rozrywki i należy ją rozpatrywać w kategoriach socjologii i psychologii współczesnego człowieka. Wydaje się, że szczególnie te dwie ostatnie kategorie ulegają przewartościowaniu w kontekście medialności. Bo o ile, do tej pory medialność, szeroko rozumiana, oznaczała „zewnętrzne” warunkowanie medium (rozwojem technologii) i „zewnętrzne” konsekwencje wchodzenia w interakcję z dowolnym medium, o tyle pojęcie medialności tu i teraz powinno być rozpatrywane także, jako przejaw „wewnętrznego” stanu ducha „cyfrowego tubylca”. Na naszych oczach powstaje nowa kategoria badawcza nazwana „mediologią”, która wspiera poszukiwania badaczy nowych mediów, nie w kontekście technologii i umiejętności jej zastosowania, ale efektów i wpływu nowych mediów na nowoczesnego człowieka, jako źródła i miary wszechrzeczy, oraz wiedzy o samym sobie. Régis Debray pisze (tytułując rozdział swej książki „Mediologia do czego służy? (...) Ani nauka, ani panaceum”) – *Zasadniczym celem mediologii nie jest dostarczenie przekazu. Zadowala się ona badaniem metod, dzięki którym przekaz jest wysyłany, krąży oraz „znajduje nabywcę”. Nie chce popierać konkretnych przekonań. Chciałby jedynie się przyczynić do zrozumienia, „w jaki sposób” w coś wierzymy i jakie przymusy organizacyjne do tego doprowadziły. Nie jest to doktryna, którą można powiązać z jej twórcą²¹*

Bycie medialnym – czyli jakim?

Jeżeli zaryzykować stwierdzenie, że media to nasze „ulepszone środowisko życia”, a więc czynnik warunkujący, determinujący nasze codzienne poczynania, to „bycie medialnym” nabiera wymiaru podobnego do posiadania wrodzonych umiejętności, w rozumieniu: wrodzony talent do śpiewu, rysowania, szycia, gotowania... i podlega podobnym możliwościom kształtowania i rozwijania. Medialność jednostki zatem

21 Tamże, s. 211.

może być kwalifikowana do kategorii kompetencyjności i inteligentnego posługiwania się mediami, pozwalającymi na sprawne odbieranie i budowanie komunikatu werbalnego i wizualnego. A to wskazuje na potrzebę edukacji medialnej i uniknięcia zjawiska „mediotyizmu”²² o których wspominają uczestnicy sympozjum CZŁOWIEK – MEDIA – EDUKACJA²³ w 2012 roku w Krakowie. *Mediotyzm jest znakiem współczesności i jednocześnie wielkim wyzwaniem dla systemu edukacji w ogóle, a edukacji medialnej w szczególności. Warto zauważyć, że określenie biegunów miary medialności człowieka – miary raczej jakościowej niż ilościowej – wytycza zadania dla edukacji medialnej: jest to przeprowadzenie ucznia złożoną drogą od mediotyzmu do medialnej dojrzałości, to także nieustanne zapobieganie negatywnemu zjawisku mediotyzmu, w zasadzie wśród wszystkich grup wiekowych i warstw społecznych*²⁴.

Medialność fotografii

Odkrycie i upowszechnienie nowych „mediów optycznych”, jak fotografia i film, które przyniósł wiek XIX, dalszy rozwój techniki i technologii mediów które przyniósł wiek XX (wraz z pojawieniem się fotografii cyfrowej i grafiki komputerowej), stało się niewyczerpanym źródłem wiedzy o „kulturze wizualnej” społeczeństw. Fotografia, będąca medium obrazowania, wciąż doskonale sprawdza się jako zapis informacji wizualnej o rzeczywistości, w kontekście upływu czasu, ale jej „przejście” w erę cyfrową wydobyciło z niej „demoną” obrazowań budujących społeczne więzi na skalę, której do tej pory sobie nie wyobrażaliśmy. Fotografia stała się narzędziem interakcji, elementem wtapiającym nas w nurt życia codziennego w „globalnej wiosce”, rozumianego jako eksponowanie i intensyfikowanie szerokiego nurtu przeobrażeń w sposobie wzajemnego komu-

22 Za: J. Morbitzer, *Medialność – istotna cecha współczesnego ucznia*, <http://www.edunews.pl/edukacja-na-co-dzien/media-i-edukacja/2040-medialnosc-istotna-cecha-wspolczesnego-ucznia>, (dostęp: 9 października 2015). Pojęcie mediotyzmu wprowadził w roku 1973 dziennikarz, eseista, krytyk masowej kultury, absolwent prawa i romanistyki Mariusz Marian Czarniecki. Etymologicznie neologizm „mediotyizm” to anagram-skrótowiec od słów „idiota mediów”. Pojęcie to nie ma jednak zabarwienia obraźliwego – bazuje na starogreckim rozumieniu *idiotes*, oznaczającego „niespecjalistę”, „ignoranta”, a nie człowieka upośledzonego umysłowo.

23 http://www.up.krakow.pl/ktime/symp2012/spis_2012_10.htm] http://www.up.krakow.pl/ktime/symp2012/spis_2012_10.htm, (dostęp: 9 października 2015), *passim*

24 J. Morbitzer, *Medialność – istotna cecha...*, dz. cyt.

nikowania i przeżywania, oraz aktu zaistnienia jednostki w wirtualnym świecie.

Cyfrowy zapis fotograficzny z jego łatwością wykonania, modyfikowania i umieszczenia w rzeczywistości wirtualnej Internetu, staje się uniwersalną częścią naszego wewnętrznego „ja”, które pozycjonuje nas w Sieci, umieszcza na linii przepływu informacji i orientuje w czasie i przestrzeni. Poprzez oglądanie (wyświetlanie w cyfrowym medium), robienie (mniej przechowywanie) zdjęć i przesyłanie ich w trakcie „bieżącego dokumentowania” naszego życia, uczestniczymy w zbiorowym akcie komunikowania się, budowania tożsamości własnej i innych, stajemy się uczestnikami i konsumentami kultury. w tej sytuacji, sam aparat fotograficzny przestaje być środkiem wypowiedzi. Staje się to za sprawą „rozmycia” jego dotychczasowej odrębności jako medium, poprzez powielenie funkcji w różnych nośnikach cyfrowych i wymiennosc cyfrowego zapisu obrazu fotograficznego i obrazów ruchomych.

Aparat fotograficzny zatem przestaje być narzędziem (medium) niezbędnym do urzeczywistnienia aktu obserwacji rzeczywistości przez zapis obrazu. Musimy także przyznać, że klasyczne podejście do fotografii, kojarzące się z dokumentowaniem wydarzeń, scen, ludzi czy sprzętów, zostaje współcześnie przeciwstawione zjawisku, w którym obrazowanie fotograficzne prowokuje do symulowania i kreowania teraźniejszości i przyszłości. Fotografia cyfrowa stała się „medium w medium” podobnie jak w przypadku wspomnianej już „sieci złożonej z sieci” z możliwością zmiany i rozwoju całej architektury przekazu informacji (obrazu). Konkluzją może stać się tu wypowiedź Leva Manovicha w eseju „Paradoksy fotografii cyfrowej”, który pisze: *Logika fotografii cyfrowej wyraża się w idei historycznej ciągłości i jej zerwaniu. Obraz cyfrowy rozrywa sieć kodów znaczeniowych, form przedstawiania i wzorów przyglądania się (spectatorship) w przestrzeni nowoczesnej kultury wizualnej i – jednocześnie – sploty owej sieci wzmacnia. Obraz cyfrowy unicestwia fotografię, gruntując przy tym, afirmując i unieśmiertelniając to, co fotograficzne. Krótko mówiąc, owa logika sprowadza się do ery fotografii po fotografii*²⁵.

25 L. Manovich, *Paradoksy fotografii cyfrowej*, [w:] *Fotospołeczeństwo. Antologia tekstów z socjologii wizualnej*, red. Małgorzata Boguni-Borowska i Piotr Sztompka, SIW

Zmiana podejścia

Podsumowując, możemy stwierdzić, że badacze, tak w przypadku komunikacji społecznej jak teorii mediów, mieli do tej pory skłonność do postrzegania samego procesu budowania komunikatu i komunikowania w oderwaniu od mediów jako nośników informacji. w przypadku nowych mediów nie da się dokonać tak radykalnych podziałów. Współczesne media łączą w sobie niektóre cechy i możliwości wszystkich rodzajów mediów, informacyjnych technologii czy treści (czego sztandarym przykładem jest fotografia). Zacierają granice między twórcą a odbiorcą, twórcą a konsumentem treści medialnych, autorem i użytkownikiem systemów, twórcą a uczestnikiem kultury, między intymnością a kreowaniem i eksponowaniem własnego wizerunku. Pojawienie się w domenie naukowej mediologii, etnologii czy socjologii wizualnej opartej na badaniach obrazów fotograficznych wydaje się spełnieniem wizji McLuhana, także o nowym podejściu do edukowania „nowymi mediami”. Robert V. Kozinets mówi: *Wirtualna przestrzeń społeczna stanowiąca kontekst komunikacji zapośredniczonej przez komputer była kiedyś postrzegana jako uboga, chłodna i egalitarna. Tymczasem badania faktycznego funkcjonowania grup społecznych w sieci podkreślały ich zróżnicowanie i prawdziwie kulturowy charakter społeczności internetowych a także udowodniły wartość obserwacji uczestniczącej jako metody badania życia społecznego w Internecie*²⁶. Piotr Sztompka zaś podkreśla: (...) *w perspektywie socjologii wizualnej obraz fotograficzny stanowi nie tylko samoistny obiekt poznania, ale też środek poznania czegoś więcej, mianowicie życia społecznego. (...) Na wątpliwość: „czy badacze wizualni powinni sami tworzyć obrazy poddawane następnie analizie, czy też mają zadowolić się analizą obrazów już wykonanych” (...), odpowiadamy – i jedno, i drugie*²⁷.

Nam pozostaje nieustająca refleksja i gotowość do ciągłych rozważań nad kwestią czy obraz, jako pierwotny obszar komu-

Znak, Kraków 2012, s. 537.

26 R. V. Kozinets, *Netnografia. Badania etnograficzne online*, PWN, Warszawa 2012, s. 41.

27 P. Sztompka, *Socjologia wizualna. Fotografia jako metoda badawcza*, PWN, Warszawa 2012, s. 8.

nikowania, a współcześnie szczególnie fotografia, pozostawiają wokół siebie obszar w którym wszystkie obrazowania (fotografie) są jednakowo ważne. A jeżeli nie, to dla kogo i w jakim stopniu. Bo jeśli zastosowanie kryterium symboliki treści wizualnych pozostawia nam pole do wyobraźni i możliwość nabrania dystansu do naszego jestestwa – co staje się „przestrzenią myśli” – to co z resztą obrazów „bezpośrednich”, wynikających z fascynacji działaniem, obrazów oczywistych w swej banalności, skłaniających nas raczej do nadinterpretacji i niebezpieczeństwa myślenia fałszywego. Ma rację Jean-Jacques Wunenburger pisząc: *Obraz w istocie uczestniczy (...) w najbardziej rozstrzygających dążeniach i sytuacjach życia aktywnego. Nie można opisać, w jaki sposób każdy z nas działa, żyje, odnosi się do norm, wpisuje się w jakąś wspólnotę społeczną czy polityczną, nadaje sens światu i życiu, otacza się przedmiotami artystycznymi, wypracowuje wierzenia religijne, nie odwołując się do sfery obrazów*²⁸.

Bibliografia

Druki zwarte

Briggs A., Burke P., *Społeczna historia mediów. Od Gutenberga do Internetu*, PWN, Warszawa 2010

Debray R., *Wprowadzenie do mediologii*, Oficyna Naukowa, Warszawa 2010,

Flew T., *Media globalne*, WUJ, Kraków 2010

Knapp M. L., Hall J. A., *Komunikacja niewerbalna w interakcjach międzyludzkich*, Astrum, Wrocław 2000

Kozinets R. V., *Netnografia. Badania etnograficzne online*, PWN, Warszawa 2012.

Lievrouw L. A., *Media alternatywne i zaangażowanie społeczne*, PWN, Warszawa 2012

Fotospołeczeństwo. Antologia tekstów z socjologii wizualnej, red. Małgo-

28 J.-J. Wunenburger, *Filozofia obrazów, słowo/obraz/terytoria*, Gdańsk 2011, s.215.

- rzata Boguni-Borowska i Piotr Sztompka, SIW Znak, Kraków 2012
- Media. Leksykon PWN*, red. Edyta Banaszek-Zygmunt, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2000
- Mersch D., *Teorie mediów*, Wydawnictwo Sic! Warszawa 2010
- Sztompka P., *Socjologia wizualna. Fotografia jako metoda badawcza*, PWN, Warszawa 2012
- Thomson J. B., *Ideology and Modern Culture*, Cambridge 1991,
- Thomson J. B., *Media i nowoczesność: społeczna teoria mediów*, Wrocław 2006,
- Williams Raymond Williams), *Keywords: A Vocabulary of Culture and Society*, Londyn 1976
- Wunenburger J.-J., *Filozofia obrazów, słowo/obraz/terytoria*, Gdańsk 2011

Strony www

- Morbitzer J., *Medialność – istotna cecha współczesnego ucznia*, <http://www.edunews.pl/edukacja-na-co-dzien/media-i-edukacja/2040-medialnosc-istotna-cecha-wspolczesnego-ucznia>,
- http://www.up.krakow.pl/ktime/symp2012/spis_2012_10.htm)http://www.up.krakow.pl/ktime/symp2012/spis_2012_10.htm,

Summary

Being a “media” is not only appearing in the media, for example public. Today should rather define this concept more broadly, as individual human approach to the media and his attitude towards the media environment in which we live and communicate, we are consumers and creators. If the “media attention” to call a certain kind of intelligence, it is rather the ability to adapt to the modern world of media. It is not always supported by the knowledge and skills becomes a kind of competence in life.

Key words: New media, photography, media, visual sociology