

Magdalena Sztandara
Instytut Etnologii i Antropologii Kulturowej
Uniwersytet Jagielloński w Krakowie

W poszukiwaniu „rzeczy najmniejszych”. Notatki do etnografii nowych mediów

Abstract

In search of „smallest thing”. Notes on the ethnography of new media

The phenomenon of new media has been a subject of ongoing discussions for a years. On the one hand, they are still reveal many doubts and concerns related to their interpretation and description. On the other hand – has become a pretext for extended reflection on contemporary culture and communication strategies. Particularly important in this context seem to be stories about the meanings of new media in everyday use. Indeed new media are involved in everyday practice and experience of their users.

Keywords: new media, ethnography, everyday, cultural practices

Dziennikarze wpływowych stacji organizują plebiscyty i panele, podczas których starają się honorować osoby w danym momencie najmocniej wpływające na świat. Warunkiem jest to, aby rezultaty ich „twórczych działań” – idee, przedmioty, technologie czy związane z nimi praktyki – spowodowały w nim zmiany. Przeglądając listę bohaterów nagradzanych za zasługi dla świata, zgodzić się trzeba, że prym wśród nich wiodą od kilku już lat specjaliści w dziedzinie cyfrowych technologii. Nie powinno więc dziwić, że przed dwoma laty amerykański program informacyjny do grona zasłużonych nominował Steve’a Jobsa jako tego, który odmienił rzeczywistość „przez tak silne przywiązanie ludzi do spoglądania

na «kawałek szkła lub plastiku». [...] Jobs zainspirował nas i pokazał, że pewne rzeczy są możliwe¹.

Owe panele i plebiscyty są elementem potocznej retoryki choćby z racji statusu ich organizatorów – mieniących się „tłumaczami świata” przedstawiciele popularnych korporacji informacyjnych. I jak to bywało już w historii, to nie specjaliści od mediów z dyplomami czy uczeni, ale dziennikarze i celebryci – „dostosowani” i „podłączeni”² – współcześni praktycy dyktują kryteria wyborów, wskazują na kierunki zmian, wybierają i osądzają doniosłości technologii. Pomysł prowadzącego program poparł prawie natychmiast wpływowy amerykański kucharz-celebrity Mario Batali:

Zdecydowanie wierzę w to i uważam za fakt, że smartfony, telefony z możliwością robienia zdjęć, zmieniły świat nie mniej niż Biblia³.

Warto na chwilę zatrzymać się przy przywołanym („zdecydowanym tonem”) przez celebrytę podobieństwie. To nie sama Biblia zmieniła świat. Odpowiedzialność za rewolucję należy raczej przypisać „świętemu” wynalazkowi Gutenberga. Skojarzenie z nowoczesnymi środkami masowego przekazu rządzi się zatem przede wszystkim – jak można podejrzewać – logiką rzeczy. Przedmioty kultury, a więc i media stają się rzeczami, nie są przezroczyste, choć tak wielu ich przezroczystość zakłada. Druk i jego seryjność spowodował nieograniczony dostęp do informacji oraz uruchomił procesy związane z ich gromadzeniem, nadawaniem i odbieraniem. Podobieństw można także doszukiwać się dalej. Zarówno współczesne artefakty z dziedziny technologii (smartfony, tablety czy aparaty cyfrowe), jak i ich (r)ewolucyjni przodkowie (książki) podlegały i podlegają uwarunkowaniom charakterystycznym dla globalnego przemysłu kulturowego: dostosowują się do gustu i języka, do recepcyjnych możliwości swoich użytkowników i czytelników, którzy z kolei wpływali i wpływają na ich kształt. Z jednej strony „gdy media stają się rzeczami codziennego użytku, wchodzimy w świat funkcji, nie interpretacji, ale nawigacji”. Nie tyle „«czytamy media», ile «robimy» je, [...] albo coś z nimi robimy” (Lash, Lury 2011: 20). Z drugiej one same „nie są ledwie narzędziami w rękach ludzi, ale miewają swoją własną sprawczość” (Filiciak i in. 2010: 149), i to nie tylko jako przekazańniki – dowodzą Scott Lash i Celia Lury. Rzeczy-przedmioty w formie nowych technologii ożywają, zaczynają żyć swoim życiem, a angażowane w praktyki swoich użytkowników stają się mechanizmami (Lash, Lury 2011) społecznych i kulturowych zmian. Rezultatem tych zdarzeń ma

¹ http://technologie.gazeta.pl/internet/1,104530,10626019,Smartfony_zmieniły_swiat_jak_Biblia__Steve_Jobs_Czlowiekiem.html [dostęp: 15.03.2012].

² Takimi określeniami badaczy i badanych posługują się autorzy raportu *Młodzi i media*. Zob. Filiciak i in. 2010; <http://bi.gazeta.pl/im/9/7651/m7651709.pdf>. Raport powstał w ramach grantu „Nowe media a uczestnictwo młodych Polaków w kulturze” ze środków operacyjnych w programie Obserwatorium Kultury Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego administrowanym przez Narodowe Centrum Kultury.

³ http://technologie.gazeta.pl/internet/1,104530,10626019,Smartfony_zmieniły_swiat_jak_Biblia__Steve_Jobs_Czlowiekiem.html [dostęp: 15.03.2012].

być nie tylko nowy obraz świata i ramy środowiska kulturowego, ale także odmiennie jednostki – sugerują autorzy raportu będącego „etnograficznym opisem codzienności młodych ludzi wyrastających w świecie cyfrowych technologii”:

W tej przeorganizowanej przestrzeni i przeorganizowanym czasie wyrastają inni ludzie. Tożsamość kształtuje się inaczej, gdy bycie sobą i bycie razem zapośredniczone jest przez cyfrowe i sieciowe media (Filiciak i in. 2010: 15).

Honory i wyróżnienia nie zmieniają faktu, że dysputy na temat wartości fenomenu, jakim są nowe media, nadal się toczą, ujawniając przy tym wiele wątpliwości, niepewności, obaw i krytycznych reprezentacji. Konsekwencje i spory z tego wynikające stały się pretekstem do refleksji nad ich istotą, nad przekształcaniem przez powszechnie dostępny internet tradycyjnych technologii i strategii komunikacyjnych, nad wyzwaniem, jakie stawia on przed współczesną kulturą, a także nad tym, jak określa aktywność jej uczestników. Wśród potocznych teorii komentujących współczesny pejzaż medialny jeszcze do niedawna pojawiały się głoszone w tonach alarmistycznych hasła o „kolejnej rewolucji multimedialnej”, „przełomie”, „paradoksach kulturowych”, „transformacji sposobów życia na ogromną skalę”, „utraconych sensach”, niemalże cywilizacyjnym „zderzeniu” światów „obsługiwanych” przez tradycyjne i nowoczesne technologie, wreszcie „zwycięstwie wirtualnego świata”, „nieobliczalnej konkurencji”, „globalnej wiosce jako codziennym doświadczeniu” i „niespotykanej jak dotąd fragmentaryzacji odbiorców”. Prognozowano, spekulowano, prorokowano, krytykowano i alarmowano. Obok sceptyków programowo do głosu dochodzili i dochodzą też entuzjaści, którzy w rzekomej „rewolucji” multimedialnej upatrywali i upatrują zmniejszenie dystansu (przestrzennego? społecznego?), nowe, ulepszone formy komunikacji i perspektywy dla odmiennych sposobów postrzegania, równoznacznych z szansą dla tych i tego, co marginalizowane.

* * *

Marshall Sahlins już na pierwszych stronach swojej książki o obopólnej przydatności: z jednej strony antropologicznych koncepcji kultury dla badań nad historią, a z drugiej – wartości historii dla badania kultury, wspomina, że gdy zabierał się za pracę badawczą nad wojną na Fidżi, która toczyła się w połowie XIX wieku, bardzo przypominała mu ona wojnę peloponeską. Podobieństwa tej ostatniej „do słynnych zmagania między Atenami a Spartą były dostatecznie duże” (Sahlins 2011: 1), aby stać się inspiracją do pogłębionych prac, dyskusji, zajęć, artykułów naukowych, a także samej konceptualizacji problemu. Nie chodziło mu bynajmniej, jak można zakładać, o kierowane naiwnością „dosłowne” przełożenie, a nawet może zrównanie tych dwóch zdarzeń i ich kulturowych konsekwencji. Analogii należy raczej poszukiwać w pewnych logikach kierujących praktykami kulturowymi.

Czy takie rozumienie historii jako kultury (pozostawiając także do rozważenia sugerowaną w tytule dzieła Sahlinsa „odwrotność” – kultury jako historii) nie

powinno być bliskie tym, którzy podejmowali i podejmują refleksję nad zjawiskiem nowych mediów? Nie słabną przecież debaty wokół ich historii, wpływu na kulturę, a także zasadniczo na obraz obecnego świata. Czyż nie jest raczej tak, że idee, polemiki, hasła są wędrowne? Czy człowiek wobec podobnych zdarzeń, chociaż w zmodyfikowanych kontekstach, nie reaguje na to, co nowe, i „radzi sobie” w podobny sposób? Czy rzeczywiście cechy przypisane internetowi wymagają zupełnie odmiennych metod badawczych i środków opisu – takich, jakich jeszcze nie było?

Pytania zadawane o nowe media są ludzko podobne do tych, które stawiano wiele lat temu o fenomen fotografii, radia, kina, telewizji. Pytano o to, na czym polegają te zjawiska – w cywilizacji, kulturze i sztuce? Co istotnego wnoszą? W jakim stopniu zmieniają nasze rozumienie świata i ogląd rzeczywistości? Jak funkcjonują w kontekstach i sytuacjach, które są właściwe rodzajowi ludzkiemu? Dzisiaj chętnie nadużywa się wobec nich metafory lustra, w którym oglądamy pewną epokę, a przecież na początku mówiono o nich w podobnym tonie, w jakim obecnie mówi się o „nowych mediach”. Na podobieństwo pierwszych także one staną się przecież kiedyś „obrazem światów” człowieka określonej epoki. W obu przypadkach można porównać, chociaż na zupełnie inną skalę, reakcje, skutki, efekty, oddziaływania, realizacje, funkcje... (Standage 1999). Wydaje się, że obietnice „składane” przez nowe media są ulokowane w dyskursie, który narodził się wraz z pojawieniem się starych mediów. O technologiach z przeszłości dowodzą, że przyniosły „kurczenie się świata”, zrewolucjonizowały praktyki społeczne i sposoby komunikacji oraz „załały” swoich użytkowników nadmiarem informacji. Czyż nie brzmią dzisiaj znajomo nie tylko zarzuty, ale także oczekiwania wobec chociażby internetu?

Historia ludzkości jest więc historią przedłużeń i interfejsów. [...] Spójrzmy z tej perspektywy na Internet. Jest on także z jednej strony przedłużeniem zmysłów na świat fizyczny, z drugiej zaś naśladowaniem rzeczy wytworzonych przez kulturę (przede wszystkim biblioteki, bazy danych, systemów klasyfikacji i innych), która dzięki hipertekstowi oferuje nieograniczone zasoby (Krzysztofek 2009: 13–14).

Jak zawsze także wówczas istnieli sceptycy i zwolennicy technologicznych rozwiązań, a ówczesne rządy podejmowały działania, aby nowe media poddać – choć bezskutecznie – kontroli.

Historia mediów wprowadza jednocześnie historię szerszą i bardziej złożoną. Na przełomie XIX i XX wieku była ona związana przede wszystkim z tworzeniem obrazów imitujących rzeczywistość. Dziś jest nieco odmienna, bo i same media działają w szerszym spektrum społecznym, o czym zaświadcza także sposoby ich używania. To w nich i poprzez nie pojawiają się różnego rodzaju społeczności, a uczestnictwo w ich praktykach jest wzmacniane poprzez internet. Krajobraz działań stanie się interesujący, gdy do pojęć, które obarcza się odpowiedzialnością za utratę spójności społecznej – globalizacji, indywidualizacji i wielokulturowości – dodamy media (Deuze 2006). Nowe, z wyjątkiem unowocześnionych artefaktów technologii oraz skali, która może zarówno „wpływać na rozwój istnieją-

cych prawidłowości i struktur, jak i zmieniać je lub zastępować innymi” (Herzfeld 2004: 431), są także pewne hierarchie, estetyki i sposoby obiegu treści kulturowych pomiędzy mieszkańcami świata, dla którego sieć staje się podstawowym modelem relacji społecznych.

* * *

Kusząca niebywale z tej perspektywy może być refleksja o tym, jaką kolekcję pozostawią po sobie obecne czasy – kultura, o której różnymi głosami mówi się, że jest zapośredniczona medialnie? W jaki sposób ci, co po nas nastaną, będą opisywać, tłumaczyć, wyjaśniać kulturowe wymiary współczesnego życia w zremediowanym przez cyfrowe media świecie? Czy historie o nim będą zależeć od jednostek, zbiorowości, czy przedmiotów? Już za pomocą samych debat oraz historii mediów traktowanej zmiennie daje się opowiedzieć pewna historia kultury. Badawcze pochylenie się nad nimi zawiera w sobie trud zbierania danych i opisywania drobiazgów codzienności, sposobów konceptualizowania i widzenia świata, w którym kolektywnie działają ludzie i technologie. Czy w gablotach przyszłych muzeów staną komputery, tablety...? Jako zbiorowiska śmieci czy jako bazy danych? Danych kultury? Bazy danych kultur są przecież coraz częściej artykułowane, przetwarzane, przekazywane i przechowywane w formie elektronicznej. Zamieniają się w rekordy, dokumenty, idee, obrazy, przedmioty zarchiwizowane w sieci (Gitelman 2006). Zmediatyzowana przestrzeń nabiera charakteru stałego kontekstu i terenu badań, który ogromnie się zbliżył. Nie da się już raczej pomyśleć kultury poza jej wymiarem.

Dzieje się więc duży. I trzeba to raczej uznać za cenne: dla wielu badaczy codzienności nie ma bowiem ciekawszych spraw niż te, których są świadkami – nabierające sensu w praktykach, które można na bieżąco obserwować i próbować zrozumieć.

Wspomniani badacze (także przecież netsceptycy i netentuzjaści) sprowadzają dyskurs o nowych mediach do bardziej porządkujących omówień. Bogactwo tychże wynika z faktu, że nowe media niejedno mają imię. Mówi się o „społeczeństwie sieci” (Castells 2010) na różne sposoby, używając rozmaitych specjalistycznych języków, teorii, zwrotów. Wiele jest definicyjnych ujęć tego zjawiska, obserwuje się i zawłaszcza w analizach coraz to nowe obszary i problemy. Rozmaita jest też poetyka definiowania samej historii mediów, a liczby wersji niepodobna zliczyć – podkreśla Anna Nacher (2010: 544):

refleksja nad „nowością” nowych mediów – prowadząca jednocześnie w stronę ich problematycznej historii – jest intrygującym obszarem badań, który pokazuje korzyści płynące z przyjęcia postawy czujnej inspekcji i wyostrzonej refleksyjności. Szybko okazuje się bowiem, że stąpamy po gruncie najeżonym pułapkami.

Czy historia mediów to przede wszystkim historia o „nowinkach” technologicznych i materialnych, fizycznie obecnych obiektach? Trzeba byłoby wtedy opowiadać o prawidłowościach rozwoju technologii w duchu ewolucjonistycznego

następstwa, o tym, jak jedna prowadzi do drugiej. Czy może lepiej jest rozumieć ją jako opowieść o współczesnych ideach komunikacji? O sposobach percepcji i wynikających z nich przyzwyczajeniach, które mają się ujawnić wtedy, gdy media wtapiają się w życie i towarzyszą codzienności? O strukturach społecznych i decyzjach politycznych (Gitelman 2006)?

Zadawane pytania wskazują na przemienność perspektyw, a tym samym na zmieszanie porządków: płynnie przechodzi się od nowych mediów i ich wynalazców do przedmiotów, osobowości, społeczeństw czy zjawisk, instytucji i zdarzeń kulturowych. Wydaje się, że retoryka historii zależy od przyporządkowania zmian, które przyniosła i uprawomocniła era nowych mediów, jako tendencji rozwojowej z jednej strony czy jako zdarzenia rewolucyjnego, które odmieniło bieg świata i miejsca dla rzeczy, spraw i idei – z drugiej. Niewiele z tych retrospekcji oraz toczących się w zawodowych i naukowych kuluarach debat „robi sobie” potoczna rzeczywistość i jej użytkownicy. O tych ostatnich szczególnie nie wolno zapominać, bo, jak się wydaje, „bohaterka dyskusji” – kultura nowych mediów – jest kulturą współtworzoną właśnie przed nich. To oni obcuja z technologią, która staje się dla nich inwentarzem dostępnych materiałów. Używają jej, wokół niej i z nią budują własną tożsamość i podmiotowość, a logika technologii (jak bywało już w przeszłości) może być zgodna z przemianami społecznymi (Filiciak b.d.). Pytania o to, czym mają być nowe media, powinny się raczej koncentrować wokół podstawowych kwestii związanych ze sposobami ich wykorzystywania i rolami nadawanymi im przez użytkowników, a nie wokół zamysłu samych twórców. Tym ostatnim bowiem już dawno wymknęły się one spod kontroli. Praktyki, ruchy i procesy kulturowe raz wprawione w ruch nabierają rozpędu i tworzą swą własną logikę, „dając życie” nowym, różnym rzeczywistościom (Bauman 1998) oraz doznaniom:

Kliknięcie myszką pozwala na doświadczanie coraz to nowych doznań emocjonalnych i poznawczych płynących z ekranu. Między światem realnym a wirtualnym światem Internetu zachodzi stała wymiana: ludzie tworzą Internet, ale ten zwrótnie na nich działa, można by rzec, wirtualizuje ich (Krzysztofek 2009: 13–14).

Tym samym opowieść o nowych mediach jest czymś więcej niż historią o geniuszach wywierających wpływ na kształt świata zmysłnymi, nowatorskimi technologiami czy też o sposobach i pojęciach, za pomocą których badacze, teoretycy, przedstawiciele szkół oraz ośrodków akademickich „mówią” o mediach – jest historią o sensach, jakie nadają im doświadczające je jednostki i grupy. Dyskurs, historia o mediach łączy się z innymi historiami: o tym, jak „obywatele społeczeństwa sieci” komunikują się z sobą, jak postrzegają i przeżywają świat, jak wyposażają teraźniejszość w przeszłość, jak identyfikują własną kulturę, wreszcie jak za pomocą technologii przebudowują relacje do świata, czasu, przestrzeni i innych. Dyskusję o nowych mediach można także sprowadzić do procesów uwzględniania lub wykluczania pewnych zdarzeń kulturowych, sensów, zjawisk i technologii – ich desemiotyzacji, „umierania”, nowego (u)życia lub nadawania im odmiennych znaczeń, czemu służyć mają określone praktyki w życiu codziennym.

* * *

Konstatacja, że nowe media wywierają wpływ na wszystkie społeczności na świecie, jest już powszechnie podzielana i uznawana za oczywistą, podobnie jak fakt, że ich obecność przenika wiele ważniejszych kategorii kulturowych składających się na formy życia współczesnego społeczeństwa. Warto pokusić się o wyłonienie kilku znaczących perspektyw w tej niewątpliwiej wielości, złożoności, a nawet sprzeczności sensów. Internet, cyberrzeczywistość nie tyle stały się zjawiskami popularnymi, ile „zogniskowały na sobie uwagę badawczą, a może doprowadziły też do wykrystalizowania się nowych praktyk i teorii antropologicznych” (Kuligowski 2007: 150). Antropologia, a w zasadzie utożsamiający się z tą dziedziną badacze mają „słabość” do subdyscyplin, powoływania grup i podgrup, w ramach których operuje się określoną tematyką, zagadnieniami, „uprawia” swoisty i specyficzny rodzaj refleksji. Nie powinno więc dziwić, że obok antropologii wizualnej pojawiła się antropologia mediów, antropologia internetu czy też antropologia praktyk internetowych. Mówi się w ramach tych obszarowych subdyscyplin – o czym informują autorskie programy zajęć – o kulturze w czasach remediacji, kulturze cyfrowej, interfejsach, zjawisku globalizacji i sposobach obcowania z przekazami medialnymi, uczestnictwie w kulturze, odbiorcy-użytkownikowi i jego doświadczeniach, interaktywności, politykach wielokulturowości, estetyzacjach i waloryzacjach przestrzeni, ideologiach oraz wirtualności i materialności.

Wiedza o mediologii, jak określa Régis Debray (2010) dziedzinę badań nad szeroko pojętymi przekazywanymi – nadając jej charakter raczej refleksji niż nauki – ma „śledzić” symboliczne skutki innowacji technicznych i związane z nimi kulturowe przełomy. Nie chodzi o wzajemne komunikowanie, ale „reprezentowanie” poprzez media postaw życiowych, koegzystencje wielości kulturowych. Dylematy, idee, sprawy są „realizowane” i rozwiązywane w sieci. Mapą, z którą powinien się poruszać badacz w sieci, nie ma być wyłącznie nowy sposób wzajemnej komunikacji, ale realizowane przez jednostki i kultury sposoby na bycie w niej, na identyfikacje (nawet te wyimaginowane).

Zadaje się pytania i wskazuje na szerszą perspektywę, na pewne całościowe projekty o kulturowej samoidentyfikacji (teksty, dokumenty, obrazy, przedmioty) oraz ujawnia ich sens jako elementu społeczno-kulturowego systemu. Sieć zaaplikowała i poniekąd „przebudowała” charakterystyczne i niezbędne do opisywania kultur kategorie: czas i przestrzeń, ruch i przepływ, ciało i rzeczywistość materialną – użytkownik mediów obcuje przecież nie tylko z ideami, ale także z określonymi przedmiotami. Niektóre z nich nie stają się nieuchwytnie, ale odmiennie egzystują i domagają się redefinicji. Wynika to z faktu, że doświadczenia i praktyki społeczne w nowej, usieciowionej kulturze zostają przebudowane. Są związane z ruchem i przepływem treści, szczególnym sposobem zapisu danych, zanikiem instytucji, deterytorializacją nie tylko treści, ale także obiektów kultury oraz potencjałem indywidualizującym, który skutkuje tworzeniem tożsamości grupowych oraz swoistymi medialnymi performansami autoprezentacji, jak rów-

niez nowymi metodami typologizacji i archiwizacji danych. Ważne są nie tylko te praktyki, ale także sensy nadawane poszczególnym treściom i ich zmaterializowana ostatecznie obecność w mediach.

Skoro znane są kategorie, to należy je opisywać, śladować i interpretować zjawiska z nimi związane, korzystając z wypracowanych już w naukach o kulturze pojęciach. Refleksja antropologiczna czy kulturoznawcza często używa „okularów multimedialnych” będących rodzajem diagnostycznej krytyki, czytania i interpretacji. Daje to szansę zobaczenia tego, co „mówią” przedstawienia medialne o obecnej epoce, społecznych wydarzeniach, tendencjach i zmaganiach (Kelner 2010: 77). Postulat badawczy powinien więc być jasny, nie chodzi tu o badanie samego fenomenu internetu, „badanie mediów dla nich samych” i traktowanie wirtualnej rzeczywistości jako przedmiotu badań, ale o prowadzenie badań w nim (Herzfeld 2004), zwłaszcza że już bez uprzedniej powściągliwości i badawczego zakłopotania mówi się o wielu różnorodnych obszarach do wnikliwych eksploracji, a sam internet staje się niezwykle interesującym i dla wielu obowiązkowym polem badań. Wymaga poważnego potraktowania choćby z racji swojej wszechobecności, upotocznienia i zwyczajności, ale także z wynikającej z powyższych cech doniosłości dla ludzkiego życia (Herzfeld 2004).

O metodologicznych refleksjach, pytaniach, poznawczych obciążeniach, zniekształceniach i wątpliwościach dotyczących internetu jako terenu badań mówi się wciąż i to wiele.

Nie ma potrzeby, ani podstaw, by na serio przywoływać ontologicznie zbyt mocne i epistemologicznie zbyt stanowcze tezy o „wielości rzeczywistości” i osadzonych w nich odmiennych ludzkich „prawdach” (Wejland 2010: 10).

Może więc polemika na temat różnych światów, wielu światów – wirtualnego i rzeczywistego – nie jest konieczna. Należy bowiem spojrzeć na internet i rzeczywistość mediów jako na jeden świat, w którym jednostki, grupy, narody, kultury komunikują się wzajemnie, w którym się wyrażają i działają, w którym zapisują i zachowują swoje praktyki.

Wiele może być tropów, którymi warto podążyć. Należy przy tej okazji „pogrzebać” w starej skrzynce z narzędziami, sięgnąć po metody, podejścia i intelektualne dziedzictwo dyscypliny oraz wykorzystać je stosownie (redefiniując lub refigurując) do konkretnych zadań poznawczych, co zdaniem niektórych antropologów „przyniesie może niebagatelne korzyści analityczne” (Kuligowski 2007: 174).

Badania nad mediami przynoszą badaczom wiele „rozterek”, nieraz „komplikują” ich życia, ale wnikliwa refleksja nad nimi „składa” obietnicę, że oto można mieć wgląd w rozmaite interakcje na bardzo wielu płaszczyznach. Nie chodzi tylko o lokalne, narodowe i międzynarodowe płaszczyzny, ale o możliwe bycia w codzienności. Należy zadać pytanie o „codziennosc” i „potoczność” – choć już same te słowa brzmią dzisiaj cokolwiek enigmatycznie. Mówiąc nieco inaczej, chodzi o oswojony, rozpoznawalny świat, którego każdy jest mieszkańcem, uchwytywany w zaproponowanych przez Clifforda Geertza (2005: 98) pojęciach: naturalność, dostępność, praktyczność. Tym samym, jak postuluje Udo Göttlich (2010: 172),

„powinniśmy poszukiwać nie wśród składników produktu, ale w wymiarach praktyki”. Cyberprzestrzeń/cyberrzeczywistość, przestrzeń „zamieszkana”, ustanawiana i tworzona przez ludzi, jest nieodłącznym elementem struktur codzienności i obecnych w nich praktyk. Pozwala to obracać za przedmiot badań problemy, które dla wielu wydają się „zaledwie” trywialne, marginalne lub mało znaczące (Herzfeld 2004: 429). Najbardziej obiecująco brzmią projekty i perspektywy badawcze mające służyć temu, by zobaczyć, „jakie problemy wyłaniają się w praktykach społecznych, które angażują nowe media” (Filiciak i in. 2010: 9). Media niosą bowiem w sobie performatywny potencjał umożliwiający przekształcanie światów i kierowanie ich na tory naszej wyobraźni. Możemy tworzyć lub przekształcać wizerunki naszej codzienności, a także nas samych. Internet jest ofertą dla nowych tożsamości i sposobów autoprezentacji (Stöckl 2003). To za ich pośrednictwem można podglądać cele, za którymi stoją potrzeby, presje, wyobrażenia. „Badania mediów nie są zasadniczo niespójne z analizami sztuk performatywnych o mniejszym zasięgu” (Herzfeld 2004: 431). Mamy aktorów, producentów-twórców, publiczność, teksty, zdarzenia oraz ich konteksty symboliczne, społeczne, polityczne, ekonomiczne. Nowe media stanowią ważki element obszarów ludzkiej aktywności i praktyk, świata, w którym są ulokowane scenariusze codzienności.

Nowe media przysłużyły się zwyczajności i codzienności, a zasadniczo strategiom podejmowanym na rzecz ich demarginalizacji. Spotkanie tych perspektyw sprawiło – podkreśla Michael Herzfeld – „że mediów nie można już było analizować jako parergów kultury”, skoro – dopowiada badacz – codzienne życie było budowane w „coraz większym stopniu z obrazów, dźwięków, spektakli produkowanych przez media” (Rewers 2010: 32).

Media „wymusiły” – biorąc czynny udział w skutecznej demarginalizacji tego, co zwyczajne – zmianę usytuowania kontekstu badań, „terenu” dla nich i wreszcie pozycji samego badacza. Rzeczywistość brana „pod lupę” jest miejscem, w którym są jednakowo ulokowane doświadczenia badanych i badaczy, przedmiotów i podmiotów, tym, które jest najbardziej przecież „swoje”, któremu przyglądając się, pozostajemy u siebie, co więcej – do którego jesteśmy „podłączeni” i w którym po cichu znajduje się rozrywkę; bo przecież z reguły jest tak, że „człowiek nie może rozprawiać o szafie grającej, jeżeli nie znosi wrzucania tam monet” (Eco 2010: 16). Przestrzenie, miejsca, czas i powiązane z nimi odległości tracą znaczenie. Badania zostają „udomowione” (Clifford 2004), a prowadzący je pozostają „u siebie”. „Podłączony” do sieci badacz śledzi i analizuje w rozproszonej cyberprzestrzeni krążenie znaczeń, obiektów i tożsamości kulturowych. Może „ogłądać” skondensowane w sieci treści jako manifestacje i reprezentacje kultur (Jagiello 2010).

Dyskurs dotyczący spraw i rzeczy „najmniejszych”, potocznych, towarzyszących naszemu codziennemu życiu to dyskurs niezwykle cenny. Jednocześnie śledząc drobne „okrucy codzienności”, nie można, jak sugerował Umberto Eco (2010), pozbyć się podejrzania, że badania nad nimi należy nieustannie prowadzić na nowo. Warto jednak niejako zlekceważyć rodzące się obawy i nadać tym komunikatom rangę spraw najwyższej wagi.

Bibliografia

- Bauman Z.
1998 *Prawodawcy i tłumacze*, tłum. A. Ceynowa, J. Giebułtowski, Warszawa.
- Castells M.
2010 *Spółeczeństwo sieci*, tłum. K. Pawluś, M. Marody, J. Stawiński, S. Szamański, Warszawa.
- Clifford J.
2004 *Praktyki przestrzenne: badania terenowe, podróże i praktyki subdyscyplinujące w antropologii*, tłum. S. Sikora, [w:] *Badanie kultury. Elementy teorii antropologicznej. Kontynuacje*, red. M. Kempny, E. Nowicka, Warszawa.
- Debray R.
2010 *Wprowadzenie do mediologii*, tłum. A. Kapciak, Warszawa.
- Deuze M.
2006 *Ethnic Media, Community Media and Participatory Culture*, „Journalism”, nr 7.
- Eco U.
2010 *Apokaliptycy i dostosowani*, tłum. P. Salwa, Warszawa.
- Filiciak M., Danielewicz M., Halawa M., Mazurek P., Nowotny A.
2010 *Młodzi i media. Nowe media a uczestnictwo w kulturze*, Warszawa.
- Filiciak M.
(b.d.) *Utopia „nowych mediów”. Web 2.0 w kontekście studiów nad kulturą*, <http://wiedzaiedukacja.eu/wp-content/uploads/2008/04/dr-mirosaaw-filiciak-utopia-nowych-mediaw.mp3> [dostęp: 15.03.2012].
- Geertz C.
2005 *Wiedza lokalna. Dalsze eseje z zakresu antropologii interpretatywnej*, tłum. D. Wolńska, Kraków.
- Gitelman L.
2006 *Always Already New. Media, History and the Data of Culture*, Cambridge.
- Göttlich U.
2010 *Media Event Culture and Lifestyle Management. Observations on the Influence of Media Events on Everyday Culture*, [w:] *Media Events in a Global Age*, red. N. Couldry, A. Hepp, F. Krotz, New York.
- Herzfeld M.
2004 *Antropologia. Praktykowanie teorii w kulturze i społeczeństwie*, tłum. M.M. Piechaczek, Kraków.
- Jagiello E.A.
2010 *Etnograf w cybermedynie. Próba zastosowania etnograficznej analizy zawartości*, [w:] *Homo Interneticus? Etnograficzne wędrówki w głąb Sieci*, red. E. Jagiełło, P. Schmidt, Lublin.
- Kelner D.
2010 *Media Spectacle and Media Events*, [w:] *Media Events in a Global Age*, red. N. Couldry, A. Hepp, F. Krotz, New York.
- Krzysztofek K.
2009 *Zdekodowane kody*, [w:] *Kody McLuhana. Topografia nowych mediów*, red. A. Maj, M. Derda-Nowakowski, Katowice 2009.

Kuligowski W.

2007 *Cyfrowe tożsamości. Badania w cybertereniu*, [w:] tegoż, *Antropologia współczesności. Wiele światów, jedno miejsce*, Kraków.

Lash S., Lury C.

2011 *Globalny przemysł kulturowy. Medializacja rzeczy*, tłum. J. Marmurek, R. Mitoraj, Kraków.

Nacher A.

2010 *Negocjacje protokołu. Dlaczego warto kreślić odmienne historie nowych mediów?*, [w:] *Granice kultury*, red. A. Gwóźdź, Katowice.

Rewers E.

2010 *Skuteczna demarginalizacja*, [w:] *Granice kultury*, red. A. Gwóźdź, Katowice.

Sahlins M.

2011 *Z przeprosinami dla Tukidydesa. Rozumienie historii jako kultury i odwrotnie*, tłum. W. Usakiewicz, Kraków.

Standage T.

1999 *The Victorian Internet: The Remarkable Story of the Telegraph and the Nineteenth Century's On-line Pioneers*, New York.

Stöckl A.

2003 *The Internet, Cyberspace, and Anthropology*, „Cambridge Anthropology. A Journal of the Department of Social Anthropology”, vol. 23, nr 3.

Wejland A.P.

2010 *Założenia teoretyczne i metodologiczne badań Internetu i w Internecie. Kilka uwag krytycznych*, [w:] *Homo Interneticus? Etnograficzne wędrówki w głąb Sieci*, red. E. Jagiełło, P. Schmidt, Lublin.