

Milewski, Mirosław

Nowe media a komunikacja interpersonalna : ujęcie społeczno-kulturowe

Studia Płockie 34, 183-192

2006

Artykuł został zdigitalizowany i opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych oraz w kolekcji mazowieckich czasopism regionalnych mazowsze.hist.pl.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Ks. Mirosław Milewski

NOWE MEDIA A KOMUNIKACJA INTERPERSONALNA.

Ujęcie społeczno – kulturowe

Wstęp

Jeden z najwybitniejszych współczesnych socjologów A. Giddens słusznie uważa, że „żyjemy dziś w świecie wymiany informacji” i świecie komunikacji medialnej¹. Od przynajmniej kilkunastu lat obserwujemy niezwykle dynamiczny proces rozwoju tzw. „nowych mediów”. Jest to proces zadziwiająco szybki. Nowe media przekraczają bariery czasoprzestrzenne. Jeśli chodzi o zasięg, ogarniają coraz większe obszary. Organizują codzienność (np. poprzez stałe programy, czaty internetowe), towarzyszą (np. TV, radio), ulepszają szybkość porozumiewania się (telefonii komórkowa), przyspieszają różne procesy społeczne i ekonomiczne. Ich badacze stwierdzają, że media odzwierciedlają, a czasem nawet tworzą rzeczywistość. Choć nie powinno używać się tzw. dużych kwantyfikatorów, w tym przypadku można śmiało stwierdzić, że niemal każdy człowiek korzysta z wielu urządzeń telekomunikacyjnych i informacyjnych, innymi słowy korzysta z tzw. „nowych mediów”.

„Na dzisiejszej scenie, u progu XXI w., występują sposoby porozumiewania się właściwe wszystkim etapom rozwoju komunikacyjnej infrastruktury, powiększa się i różnicuje repertuar znaków, nośników, kanałów, przekazów. Rośnie możliwy zasięg społecznej komunikacji oraz udział kontaktów pośrednich, maleje znaczenie czynników przestrzennych. Komunikacja społeczna nieodłącznie towarzyszy współczesnym społeczeństwom, jest ich swoistą wykładnią; jest obszarem, na którym – przy całej gamie poglądów, stanowisk, opcji – ludzie porozumiewają się ze sobą mniej lub bardziej skutecznie; próbują zrozumieć swoje położenie, swój świat i czas, swoje problemy – od prostych banalnych po skomplikowane, wstrząsające – i znajdują odpowiedzi lokujące się między głębokim pesymizmem, pesymizmem euforyczną nadzieją”².

¹ A. Giddens, *Socjologia*, Wydawnictwo PWN, Warszawa 2004, s. 474.

² M. Hopfinger, *Sztuka i komunikacja: sygnały zmian całej kultury*, w: *Nowe media w komunikacji społecznej XX wieku. Antologia*, red. M. Hopfinger, Oficyna Naukowa, Warszawa 2002, s. 457-458.

„Nowe media” są środkami komunikacji społecznej a nawet komunikacji globalnej. Są także środkami komunikacji interpersonalnej. W tych rozważaniach skupię się na następującym problemie: jak „nowe media” wpływają na komunikację interpersonalną? Jak wpływają na ten proces, gdy są wykorzystywane bezpośrednio, jako jej narzędzie? Czy i jak wpływają na komunikację interpersonalną w sposób pośredni, czyli poprzez fakt, iż stanowią medium komunikacji społecznej, globalnej, że wchodzi w obszar ekonomii, organizacji pracy i czasu wolnego, w style życia? Czy nowe media zawsze komunikacji interpersonalnej pomagają czy ją utrudniają?

W pierwszej części wyjaśnię pojęcia kluczowe: „komunikacja interpersonalna” i „nowe media”. W drugiej krótko omówię ich genezę, możliwości jakie niosą. Trzecia część, najważniejsza, będzie analizą wpływu „nowych mediów” na międzyludzkie porozumiewanie się. Ostatnia, czwarta część, będzie mieć charakter podsumowania; postawię raz jeszcze kilka kluczowych pytań dotyczących przeobrażeń procesów komunikacyjnych pod wpływem „nowych mediów”.

1. Wyjaśnienie pojęć

Na początki doprecyzuję pojęcia „nowe media”, które nazywane są również mediami telematycznymi. To pojęcie jest dość pojemne. Zalicza się do nich m. in.: odtwarzacze laserowe, telefonię komórkową, teletext, telewizję cyfrową, magnetowidy, telewizję kablową i satelitarną, Internet³. Przeanalizuję najnowsze technologie komunikacyjne – telefonię komórkową i Internet, pod kątem ich wpływu na komunikację międzyludzką. Pomijam więc w swoich dociekaniach wpływ telewizji, czy telefonii stacjonarnej, tzw. „starych mediów,” na proces komunikacji międzyludzkiej. Jeśli weźmiemy pod uwagę tylko „nowe media” to, jak mi się wydaje, problem badawczy staje bardzo ciekawy. Warto dodać, że w literaturze przedmiotu, póki co, tematyka ta podejmowana jest jeszcze relatywnie rzadko.

Jak rozumieć „komunikację interpersonalną”? Najpierw trzeba wyjaśnić pojęcie „komunikowania”. Etymologicznie, „komunikowanie” wywodzi się z łacińskiego *communicare* – być w relacji, w związku z, uczestniczyć, zrzęcać się, lub z innego łacińskiego słowa *communis* – wspólny. Jak zauważa prof. T. Goban – Klas, „niemal każdy autor obszerniejszej rozprawy poświęconej komunikowaniu uważa za swój obowiązek przedstawienie własnego rozumienia terminu. Nic dziwnego, że definicje komunikowania liczy się na setki”⁴. Ze względu na główny problem pomijam całą, obszerną dyskusję na ten temat.

Proponuję następujące rozumienie komunikowania interpersonalnego: jest to pewien proces, w którym występują trzy konstytutywne elementy: *źródło, przekaz, adresat*. To proces, w którym staramy się ustanowić wspólnotę z kimś innym, a więc

³ Por. T. Goban-Klas. Społeczeństwo informacyjne: szanse, zagrożenia, wyzwania, Wydawnictwo Fundacji Postępu Telekomunikacji, Kraków 1999, s. 88.

⁴ Tenże, Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2005, s. 42.

staramy się przekazać informację, ideę, postawę. Komunikowanie interpersonalne występuje w sytuacji, w której dwie lub kilka osób pozostaje ze sobą w bezpośredniej styczności, wymieniając werbalne i niewerbalne przekazy. Ma ona zazwyczaj bezpośredni charakter, dokonuje się w tym samym czasie, a podmioty komunikowania mogą stale wymieniać się rolami – uczestnicy raz są nadawcami, raz odbiorcami.

Oprócz *komunikowania interpersonalnego* istnieje kilka innych poziomów komunikacji:

- *Komunikacja intrapersonalna, wewnątrzosobowa*, zachodząca w umyśle jednostki, zanim sformułuje przekaz a także w trakcie jego tworzenia.
- *Komunikowanie publiczne*, charakteryzuje się tym, że brak jest sprzężenia zwrotnego między uczestnikami oraz bardziej sformalizowany charakter. Zazwyczaj jednostka przekazuje komunikaty dużej grupie ludzi przez werbalne i niewerbalne środki, może to być np. przemówienie lub wykład.
- Kolejny poziom komunikacji to komunikacja na szczeblu *instytucjonalnym*, czyli *komunikowanie instytucjonalne*. Polega na tym, że organizacje społeczne, partie, urzędy przesyłają sformalizowane przekazy do innych podmiotów życia społecznego, odbiorcami są zaś grupy społeczne, zawodowe bądź całe społeczeństwo.
- *Komunikacja masowa*, czyli najszerszego szczebla, która nadaje treści za pomocą przekazników o charakterze: prasy, radia, telewizji.
- Szerszym zakresowo poziomem, wyrastającym z komunikacji masowej jest, tzw. *komunikowanie globalne*⁵. Skutkiem globalnej komunikacji jest powstawanie globalnej wioski – ludzie na całym świecie są świadkami ważnych wydarzeń i wspólnie w nich uczestniczą. Bardzo czytelnym przykładem tego jest np. śledzenie przez miliony ludzi ostatnich dni życia papieża Jana Pawła II.

2. Nowe media – nowe możliwości

Przyjrzyjmy się teraz „nowym mediom” pod kątem nowych możliwości, jakie one niosą, co pomoże nam uchwycić i opisać ich wpływ na komunikację interpersonalną. W drugiej połowie XX wieku dokonał się olbrzymi postęp techniki, który zmienił całkowicie oblicze technik umożliwiających przekazywanie informacji, dźwięku lub obrazu na odległość. Nowe techniki telekomunikacyjne całkowicie zmieniły między innymi światowe systemy finansowe i rynki giełdowe. Dobrze ilustruje to wzrost liczby telefonicznych połączeń międzynarodowych. W 1982 roku miały one razem 12 miliardów minut, a do roku 1996 liczba ta wzrosła do 67 miliardów⁶. Oczywistym jest, że ta swoista rewolucja techniczna, zmieniła również komunikację międzyludzką.

⁵ M. Mrozowski. Media masowe. Władza, rozrywka i biznes, Oficyna Wydawnicza ASPRA – JR, Warszawa 2001, s. 30.

⁶ A. Giddens, Socjologia, dz. cyt., s. 490.

Telefonia komórkowa pojawiła się w latach dziewięćdziesiątych. Według różnych szacunków w roku 1990 było 11 milionów telefonów komórkowych, ale już w roku 2000 korzystało z nich 400 milionów użytkowników. W Polsce, od kilku lat, mamy sytuację, w której liczba telefonów komórkowych przewyższa liczbę telefonów stacjonarnych. Czyli kilkanaście milionów Polaków posiada telefon komórkowy. Już tych kilka statystyk pokazuje, że nieprzypadkowo uważa się telefon komórkowy za przyszłość telekomunikacji.

Początkowo, telefony komórkowe, tzw. pierwszej generacji, oparte były na technice analogowej. Pokazały jednak, że można pogodzić mobilność z telekomunikacją. Technika cyfrowa otworzyła szeroko drzwi dla telefonów drugiej generacji. Pojawiły się aparaty łatwiejsze w obsłudze, mniejsze, poręczniejsze. Spadały ich ceny, powiększał się zasięg; gwałtownie rósł na nie popyt. Technika szła ciągle naprzód i wkrótce pojawiły się telefony trzeciej generacji, z nowymi możliwościami, chociażby z bezprzewodowym Internetem. Dzięki tzw. systemowi WAP można odczytywać strony internetowe na wyświetlaczu telefonu komórkowego. Za jego pomocą potencjalny użytkownik może przeprowadzać operacje bankowe, sprawdzać wiadomości, rezerwować bilety. W niektórych krajach mamy już do czynienia z telefonią komórkową czwartej generacji, która charakteryzuje się multimedialnością, tzn. dostępny jest nie tylko dźwięk, ale i obraz. Można uczestniczyć niezależnie od miejsca w telekonferencjach, oglądać telewizję itp. W Polsce trwają przygotowania do jej wprowadzenia.

Jedną z najpopularniejszych sposobów komunikowania się przy pomocy komórki są SMS-y, czyli krótkie wiadomości tekstowe. SMS pozwala na rozsyłanie komunikatów do wielu adresatów. Dzięki nim można łatwo porozumiewać się na odległość.

Obecność i rolę telefonu komórkowego w naszym kraju świetnie opisuje S. Juszczyk, który zauważa, że „telefon komórkowy pojawił się w Polsce jako obiekt symboliczny, prawie w całości ukształtowany przez strategie marketingowe i reklamę. Najpierw był wykorzystywany przez przystojnych mężczyzn ubranych w dobrze skrojone garnitury, a następnie przez młode osoby, które poprzez telefon finalizowały jakieś zyskowe transakcje. Telefon komórkowy został więc wprowadzony i utrwalony w społecznej wyobraźni jako symbol prestiżu, nowoczesności powodzenia i bogactwa. Jego rzeczywista funkcjonalność i praktyczne zastosowania stały się sprawą drugorzędną i faktycznie niedostępną dla przeciętnego użytkownika⁷. Z czasem jednak telefonia komórkowa wkroczyła w obszar codziennego życia, a reklama zaczęła prezentować zwykłych jej użytkowników, nie tylko biznesmenów, ale i drobnych przedsiębiorców, taksówkarzy, rzemieślników, nauczycieli, dziennikarzy, studentów a nawet uczniów.

Internet powstał samorzutnie. Jego geneza sięga czasów zimnej wojny. Dokładnie powstał w 1969 roku w Pentagonie i posiadał nazwę ARPA czyli Agencja

⁷ S. Juszczyk, Człowiek w świecie elektronicznych mediów – szanse i zagrożenia, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2000.

Zaawansowanych Projektów Badawczych. Stworzono go w celu wymiany informacji między naukowcami pracującymi dla armii USA, w różnych ośrodkach badawczych. Niejako przy okazji, jego twórcy wpadali na pomysł wykorzystania tej kosztownej aparatury do przesyłania wiadomości. W ten sposób powstała poczta elektroniczna, dzisiaj nazywana e-mail. Jak opisuje to A. Giddens, „do początku lat osiemdziesiątych na Internet Pentagonu składało się 500 komputerów zlokalizowanych w laboratoriach wojskowych na i na uniwersyteckich wydziałach informatycznych. Z czasem również inni pracownicy zaczęli wykorzystywać system do własnych celów. W 1987 roku w sieci pracowało już 28 tysięcy komputerów z różnych uniwersytetów i laboratoriów badawczych”⁸. Nie jest możliwym dokładne ustalenie, ile osób korzysta faktycznie z Internetu. Z przybliżonych danych wynika, że od 1985 roku tempo rozwoju wynosi 200% rocznie. Innymi słowy z każdym rokiem jest 2 razy więcej osób korzystających z Internetu.

Gwałtowny wzrost popularności Internetu pojawił się wraz ekspansją komputerów osobistych w prywatnych domach i specjalnego urządzenia, które pozwala korzystać z Internetu. Sieć szybko wzbogaciła się o usługi on-line, strony tematyczne, fora dyskusyjne i rozmaite komunikatory internetowe. A wszystko to służy poszerzaniu wiedzy, poszukiwaniu informacji i porozumiewaniu się ludzi między sobą.

3. Oddziaływanie telefonii komórkowej i komputerów na komunikację międzyludzką

Znając specyfikę telefonii komórkowej i Internetu, możemy przejść do analizy ambiwalencji rozwoju tychże mediów i oceny wpływu telefonii komórkowej i Internetu na komunikację interpersonalną. Przedstawię faktyczne (czyli te widoczne, niejako oczywiste) i potencjalne konsekwencje wykorzystania nowych mediów dla komunikacji międzyludzkiej. Najpierw omawię wpływ pozytywny a następnie negatywny tych nowych mediów.

a. Wpływ telefonii komórkowej na komunikację interpersonalną

Dzięki telefonii komórkowej staje się możliwy, szybki i bardzo łatwy sam proces komunikacji między ludźmi. W epoce niemal nieustannego ruchu, podróży, dojeżdżania do pracy, napiętych rozkładów dnia etc. ułatwia ona kontakt z rodziną, znajomymi, przełożonymi z pracy. Czas spędzony w drodze można wykorzystać na kontakty osobiste i służbowe. Komórki pozwalają pozostawać w stałym kontakcie pomimo ogromnych odległości. „Osoby posługujące się SMS-ami są „zawsze włączone” – innymi słowy, w każdej chwili, dostępne dla swoich przyjaciół czy partnerów. Komunikacja tekstowa przez telefon komórkowy zwiększa możliwości skontaktowania się z nimi na czas i miejsce ich pracy lub wypoczynku. To z kolei umożliwia interakcje z przyjaciółmi, kiedy są w ruchu, pociągu czy

⁸ A. Giddens, Socjologia, dz. cyt., s. 493.

w tłumie. Stały kontakt podnosi poczucie przynależności do danej grupy społecznej i sprawia, że odczuwamy zainteresowanie innych. To jedna ze społecznych konsekwencji pojawienia się technologii SMS⁹.

Telefony komórkowe, jak wskazują badacze mediów, przyczyniają się do wzrostu wolności osobistej. Wykorzystując je, nie jesteśmy niczym skrępowani, oprócz zasięgu. Chcąc załatwić jakąś sprawę nie musimy fizycznie udawać się do konkretnego miejsca, czy spotykać jakiejś osoby, wystarczy kontakt telefoniczny.

Ciekawy pozytywny wpływ komórki na kontakty międzyludzkie opisuje J. Gleick i stwierdza, że dzięki niej pozostajemy „w kontakcie z kimś, z kimkolwiek, kto upewni cię, że nie jesteś sam. Być może wydaje ci się, że sprawdzasz swój portfel akcji, lecz w głębi duszy wiesz, że sprawdzasz, czy istniejesz (...). To, czego nie możemy znieść, to samotność”¹⁰. W takim ujęciu, telefon komórkowy byłby narzędziem, które pozwala człowiekowi lepiej przeżywać samotność.

Komunikacja tekstowa przez telefon komórkowy, czyli smsy, jest także bardzo przydatna do przekazywania zwięzłych wiadomości, a także takich, których nie mamy odwagi wygłosić wprost. Komunikat tekstowy nadany przez osobę szczerą może zawierać więcej informacji, niż osobista rozmowa z inną osobą.

Zaletom używania telefonów komórkowych niemal równolegle towarzyszą wady, albo, ewentualne zagrożenia dla procesu komunikacji. Naszą epokę charakteryzuje pośpiech i ruch, liczne obowiązki, wydłużony czas pracy. Telefony komórkowe, które z jednej strony pozwalają na dostosowania się do owego tempa i szybki kontakt, z drugiej, zwielokrotniają to życiowe tempo.

Ponadto, zacierają granice między życiem prywatnym, a zawodowym. Prywatność domu nie jest już chroniona przed inwazją kontaktów służbowych, kolegów z pracy czy przyjaciół. W konsekwencji źle wpływają na pogłębiony dialog, spotkania osobiste, rozwój relacji osobowych. Ewentualne spotkania z drugim człowiekiem zakłócane są permanentnie przez dzwonek telefonu i komentarze w stylu „zaraz oddzwonię”. Dźwięk komórki staje się zmorą spotkań towarzyskich, miejsc publicznych.

Zdarzać się też może, że niestety, medium to zastępuje, szczególnie u ludzi młodych, czy w rodzinie, normalną, czasem trudną i wymagającą rozmowę. Trudne sprawy lub te bardziej osobiste czasem łatwiej napisać SMS-em, niż powiedzieć wprost. Można w tym czasem widzieć, jak mi się wydaje, sygnał jakiejś słabości w zdolności do komunikacji, do stawienia czoła trudnościom, do dialogu i kompromisu. Niedobrze byłoby chyba, gdyby „komórkowy” system wymiany trudnych informacji zastępował prawdziwy, uczciwy i cierpliwy dialog.

Pisanie na małej klawiaturze telefonu sprawia, że trudno poprawiać błędy. Gramatyka traktowana jest lekko a interpunkcja uważana za zbyteczną. Wpływa to pośrednio na poprawność językową i przekłada się na „nieestetyczność” słowa mówionego, czyli komunikację.

⁹ B. Ben-Ze'ev, Miłość w sieci. Internet i emocje, REBIS, Poznań 2005, s. 31.

¹⁰ Jacek Gleick, Szybciej, Zysk i S-ka Wydawnictwo, Poznań 2003, s. 101.

W krótkim przekazie SMS-owym trudno rozwinąć jakąkolwiek myśl krytyczną, stąd brak zarówno argumentacji i logicznej struktury wyводу. I te złe właściwości przenoszone są na język mówiony. Nauczyciele wskazują na fakt lapidarności i skrótowości wyrażanych poprzez zwięzłe wiadomości SMS-y, myśli. Łatwość i skrótowość przekazu ustępować może jego jakości i głębi a tym samym utrudniać a nie ułatwiać komunikację. Dotyczy to sytuacji, w których SMS-ów używa się dla wyrażania treści trudnych, poważnych, niebędących informacją czy wymianą wiadomości, lecz refleksjami czy komentarzami zaistniałych faktów.

b. Wpływ Internetu na komunikację interpersonalną

Internet stwarza nowe możliwości nawiązywania relacji, które ułatwiają lub dopełniają relacje bezpośrednie. Można też nawiązywać relacje nowego typu. Nieznający się bliżej użytkownicy sieci mogą spotykać się na różnych forach, brać udział w czatach i dyskutować na interesujące ich tematy. Takie cybernetyczne kontakty mogą przerodzić się w pełnowartościowe więzy przyjaźni, a niekiedy owocują spotkaniem.

Cytowany już S. Juszcyk tak charakteryzuje walory komunikacyjne Internetu: „W pewnym stopniu rzeczywistość wirtualna sprzyja rozwojowi pośrednich kontaktów interpersonalnych. W trakcie rozmów w czasie rzeczywistym, w trakcie dyskusji w klubach tematycznych, oraz poprzez przesyłanie informacji pocztą elektroniczną odradza się generalnie kultura słowa i kultura pisania listów. To Internet stał się dla wielu ludzi „miejscem” spotkań i nawiązywania nowych znajomości, pełniącym podobną funkcję jak dyskoteka czy klub, szczególnie dla ludzi nieśmiałych i mających z różnych powodów problemy w podtrzymywaniu kontaktów interpersonalnych. Szczególną szansę mają ludzie uczestniczący zwykle w niewielkim stopniu w życiu społecznym z powodu nieśmiałości, braku akceptacji i różnych kompleksów. (...). Atrakcyjność fizyczna może zostać zdominowana poprzez atrakcyjność intelektualną pozwalającą na rozwój pośrednich kontaktów interpersonalnych”¹¹.

Osobom pracującym lub podróżującym Internet pozwala regularnie kontaktować się z bliskimi, z przyjaciółmi. Dzięki częstym kontaktom przez Internet łatwiej znoszona jest rozłąka z tymi osobami.

W sieci dominują bardziej osobiste pytania, niż w rozmowach twarzą w twarz. Komunikacja on-line umożliwia również tzw. multikomunikację, prowadzenie większej ilości rozmów w tym samym czasie.

Także obecną w sieci anonimowość niektórzy autorzy skłonni są uznawać za czynnik pozytywnie wpływający na komunikację. Przykład takiego stanowiska: „Anonimowość w cyberprzestrzeni znacznie ułatwia mówienie o prawdziwych uczuciach. Odkrywanie się on-line przypomina też spotkanie nieznanym w pociągu – czasem dzielimy się osobistymi informacjami z anonimowym towarzyszem podróży. A skoro anonimowość w cyberprzestrzeni jest większa niż w po-

¹¹ S. Juszcyk, Człowiek w świecie elektronicznych mediów, dz. cyt., s. 146.

ciągu, to i odkrywanie intymnych szczegółów z życia osobistego jest tu bardziej rozpowszechnione. (...). Łatwiej otworzyć się przed nieznanym, na którego nie trzeba patrzeć ani którego nie spotka się następnego dnia rano”¹².

Zaletom Internetu niemal paralelnie towarzyszą wady, albo, ewentualne zagrożenia dla procesu komunikacji. Im dłużej ktoś komunikuje za pośrednictwem Internetu tym mniej pielęgnuje bezpośrednie relacje. Dotychczasową komunikację międzyludzką *face-to-face* (twarzą w twarz) zastępuje relacja *screen-to-face* (twarzą do monitora).

Internet może prowadzić do wzrostu izolacji jednostek i atomizacji społeczeństwa. Może osłabiać więzi społeczne. Ludzie serwujący po sieci spędzają coraz mniej czasu ze swoimi rodzinami i przyjaciółmi, zaniedbują relacje z innymi, rezygnują z tradycyjnych form rozrywki, jak teatr czy książka¹³. W 2000 roku amerykańskie opublikowali interesujące badania, z których wynika, że osoby regularnie korzystające z Internetu poświęcają mniej czasu rodzinie i słabiej uczestniczą w życiu swojej społeczności niż osoby nie korzystające bądź rzadko korzystające z Internetu¹⁴.

Problem ten trafnie przybliży S. Juszczyk, gdy stwierdza, że „jednym z negatywnych zjawisk społecznych spowodowanych masowym wprowadzaniem do naszego życia technologii informacyjnej jest izolacja społeczna użytkownika komputera – lokalna izolacja fizyczna użytkownika, będącego „sam na sam” z komputerem, oraz izolacja jego osobowości”¹⁵. Zauważa jednocześnie pewien paradoks: „odizolowany fizycznie od innych ludzi użytkownik komputera w tym samym czasie integruje się komunikacyjnie z oddalonymi od niego użytkownikami określonych technologii informatycznych”¹⁶.

Długotrwałe komunikowanie w świecie wirtualnym sprawia, że następuje „wirtualizacja bądź odrealnienie tego, co rzeczywiste, czy też naszego rozumienia rzeczywistości”¹⁷. Mimo tego, że obowiązuje w sieci inna fizyka, inna logika, niż w codziennych procesach życiowych i doświadczeniach, to następuje przystosowanie doświadczeń rzeczywistości do świata wirtualnego. Trafnie nazywa ten wytworzony świat W. Welsch, mówiąc o *sztucznym raju*.

Jeżeli użytkownik sieci identyfikuje się z wirtualnym światem zbyt mocno, prowadzi to do wyobcowania go ze środowiska rzeczywistego. „Młody człowiek może zatracić umiejętność komunikowania się w grupach społecznych, szczególnie w rodzinie, oraz umiejętność empatii w stosunku do środowiska ludzi, z którymi obcuje. Dziecko staje się mało wrażliwe i uczuciowe, maleje jego zainteresowanie nauką szkolną, ma trudności w koncentrowaniu uwagi na lekcjach, traci inicjatywę, przytępieniu ulegają jego wyobrażenia oraz zachowania estetyczne”¹⁸.

¹² B. Ben-Ze'ev, *Miłość w sieci*, dz. cyt., s. 53.

¹³ Por. E. Fromm, *Współczesne społeczeństwo technologiczne*, w: *Nowe media*, dz. cyt., s. 591

¹⁴ A. Giddens, *Socjologia*, dz. cyt., s. 496.

¹⁵ S. Juszczyk, *Człowiek w świecie elektronicznych mediów*, dz. cyt., s. 118.

¹⁶ Tamże, s. 118.

¹⁷ W. Welsch, *Sztuczne raje? O świecie mediów elektronicznych. Rozważania o świecie mediów elektronicznych i o innych światach*, w: *Nowe media*, dz. cyt., s. 470.

¹⁸ S. Juszczyk, *Człowiek w świecie elektronicznych mediów*, dz. cyt., s. 147.

Anonimowość wirtualna znacznie ułatwia mówienie o prawdziwych uczuciach i ułatwiać może komunikację interpersonalną, ale może prowadzić także, w skrajnych przypadkach, do patologii społecznych, takich, jak np. pedofilia.

Gdy przyjrzymy się dokładniej cechom charakterystycznym komunikacji międzyosobowej, możemy stwierdzić, że Internet nie może jej zastąpić i ją zubaża. Komunikacja interpersonalna „opiera się na wielu źródłach informacji, nie tylko werbalnych: na wyrazie twarzy, tonie głosu, postawie, ruchu rąk, sposobie patrzenia itd. Są to kluczowe źródła sygnałów dotyczących emocji i rozumienia drugiej osoby. Komunikacja on-line opiera się na mniejszej liczbie źródeł tej wiedzy, często ograniczając się jedynie do pisemnych wiadomości. Brak kontekstu wizualnego wydaje się szczególnie istotnym mankamentem. Oczywiście grają istotną rolę w ujawnianiu naszych stanów emocjonalnych. Czasem jedno spojrzenie przekazuje więcej informacji, niż wiele słów (...)”¹⁹. W Internecie owszem, używa się tzw. emotikonów, sygnałów np. uśmiechu, ale są to sygnały wysyłane świadomie przez nadawcę, a komunikaty niewerbalne zawierają informacje, z których nadawca często nie zdaje sobie sprawy i niejako uzupełniają komunikat. „Brak informacji niewerbalnej w komunikacji tekstowej on-line skłania niektórych badaczy do twierdzenia, iż jest ona bardziej skąpa, przez co związki on-line stają się płytsze, mniej pełne i mniej osobiste niż offline”²⁰.

Pisanie e-maili i inne formy komputerowej telekomunikacji zachęcają do niedbałej ekspresji słownej i posługiwania się żargonem, co może negatywnie wpływać na jakość i formę komunikacji bezpośredniej z drugim człowiekiem.

Ludzie wychowani na Internecie, przyzwyczajeni są do pisania e-maili „nie wykazują zainteresowania grubą książką, poszukiwaniem źródeł archiwalnych, gromadzeniem danych. Wybierają swobodne „żeglowanie” w Internecie, o którym sądzą, że jest wszechnicą wszelakiej wiedzy”²¹. Negatywnym skutkiem takich postaw jest zubażanie języka mówionego.

4. Zakończenie

„Nowe media”, telefonia komórkowa i Internet, dają niespotykane możliwości komunikacji interpersonalnej. Jak odnieść się zatem do przedstawionych powyżej przeciwieństw? Czy to zawrotne tempo ekspansji telefonii komórkowej i Internetu jest tylko kolejnym wyzwaniem, czy zagrożeniem dla tradycyjnych form interakcji? Czy „nowe media” doprowadzą, używając słów Giddensa, „do drastycznej zamiany społeczeństwa w niespójną i bezosobową przestrzeń, w której jednostki niechętnie będą opuszczać i stracą zdolność do porozumienia się?”²².

¹⁹ B. Ben-Ze’ev, *Miłość w sieci*, dz. cyt., s. 48.

²⁰ Tamże

²¹ T. Goban-Klas, *Pokolenie SMS-u w rozwiniętym społeczeństwie informacyjnym*, w: *Społeczeństwo wirtualne. Społeczeństwo Informacyjne*, red. R. Szwed, Wydawnictwo KUL, Lublin 2003, s. 109.

²² A. Giddens, *Socjologia*, dz. cyt., s. 496.

Czy te fascynujące człowieka „nowe media” okażą się szkodliwe dla relacji i społeczności ludzkich, prowadząc do izolacji i anonimowości? Czy ludzie zaprzestaną komunikować między sobą?

Odpowiedź brzmi, „raczej nie”. Trzeba jednak zdawać sobie sprawę, że nowe technologie będą coraz bardziej modyfikować kontakty międzyludzkie. Być może wykształci się odrębna grupa społeczna, jakies np. e-pokolenie, które będzie komunikowało się między sobą tylko przy pomocy Internetu, komórek, skype’a.

Jak widać z przytoczonych wyżej pozytywów i negatywów nowych mediów, mamy do czynienia z problemem bardzo dynamicznym i wielowymiarowym. Dobrym podsumowaniem mogłyby być tutaj słowa z kultowej polskiej komedii Stefana Barei, pt.: „Miś”. W jednej ze scen główny bohater mówi, „żeby plusy nie przesłoniły wam minusów”. Wszystko jest dla człowieka. Trzeba jednak do „nowych mediów” podchodzić zdroworozsądkowo.

Odpowiadając na pytanie o przemiany komunikacji interpersonalnej pod wpływem nowych mediów trzeba chyba powiedzieć, że wiele zależeć będzie od samych użytkowników i tego jak z tych nowych zdobyczy techniki będą oni korzystał; od rozwoju ich więzi z najbliższymi i otoczeniem, od kompetencji humanistycznych i umiejętności w dziedzinach innych, niż tylko opanowanie nowych technologii, ale i od wiedzy na temat wykorzystywania tychże nowych technologii; wreszcie od kompetencji psychologicznych. Człowiek XXI wieku będzie niewątpliwie inny, niż ten, który z nowymi mediami styka się już po osiągnięciu wieku dojrzałego. Niemniej jednak nie przestanie on być istotą społeczną, potrzebującą współpracy z innymi, rozwijającą się pod wpływem doświadczenia więzi, bliskości, potrzebującą rodziny, bezpieczeństwa i przyjaźni. Jako taki, będzie musiał poszukiwać równowagi pomiędzy oferującą coraz to nowe możliwości technologią, a wartością tego, co daje komunikacja bezpośrednia, we wszystkich wymiarach życia.

ZUSAMMENFASSUNG

Seit einem guten Jahrzehnt ist ein ungemein dynamischer Entwicklungsprozess der sog. neuen Medien zu beobachten. Fast jeder Mensch braucht und gebraucht heute zahlreiche Telekommunikations – und Informationsgeräte, und somit auch die sog. neuen Medien. Diese sind zu einem Grundmittel der Kommunikation sowohl im sozialen als auch im interpersonalen Bereich geworden – einem Kommunikationsmittel von globaler Reichweite.

Der vorliegende Aufsatz ist ein Antwortversuch auf einige wesentliche Fragen: Welchen Einfluss haben die neuen Medien auf die interpersonale Kommunikation? Fördern oder vielleicht behindern sie die zwischenmenschlichen Beziehungen?

Die Ausführung dieser Problematik erfolgt in vier Teilen: Im ersten Teil werden die beiden Schlüsselbegriffe: neue Medien und interpersonale Kommunikation erläutert. Der zweite Teil stellt sodann deren Herkunft und Zukunftsperspektiven dar. Im dritten und wichtigsten Teil wird der Einfluss der neuen Medien auf die interpersonale Kommunikation untersucht. Im vierten Teil werden die Ergebnisse der Untersuchung zusammengefasst.