

MAŁGORZATA BULASZEWSKA

Uniwersytet SWPS

<https://orcid.org/0000-0001-9795-4203>

mbulaszewska@swps.edu.pl

NOWE FORMY KOMUNIKACJI A DEHUMANIZACJA WYZWANIA CYFROWEJ PRZYSZŁOŚCI



WPROWADZENIE

Rozwój technologii cyfrowych przyspieszył pod koniec XX wieku – powstał Internet. Skróciło to czas i zawężyło przestrzeń, czyniąc komunikację dostępną każdemu aktorowi sceny komunikacyjnej, co potwierdziło spostrzeżenie Marshalla McLuhana (lata 60. XX wieku)¹, że ludzkość stała się, w kontekście komunikacyjnym, globalną wioską².

Współczesna scena komunikacyjna, będąca odbiciem dynamicznych przemian technologicznych, w coraz większym stopniu kształtowana jest przez rozwój cyfrowych narzędzi i nowomiedialnych form porozumiewania się. Wpływ cyfryzacji oraz upowszechnienie sztucznej inteligencji wyznaczają nowe standardy międzyludzkiej komunikacji. Mnogość aplikacji społecznościowych spowodowała, że w zasadzie każde pokolenie wyznacza swój preferowany styl i medium³ służące komunikacji, a technologia pozwala na swobodne prezentowanie każdej treści. Te przemiany mają

¹ M. McLuhan, *Galaktyka Gutenberga*, przeł. A. Wojtasik, Warszawa 2017, s. 261-278.

² McLuhan uznawany jest za twórcę pojęcia „globalna wioska”, które odnosił do ekosystemu komunikacyjnego człowieka – wyłonił się on na skutek przemian technologicznych i postępującego wraz z nimi wpływu na kondycję psychiczną człowieka. Pociągnęło to za sobą przemiany w obrębie kształtowania się tożsamości oraz osobowości uczestnika sceny komunikacyjnej.

³ Na przykład mileniałsi najliczniej zasiedlają Instagram, preferując komunikację w formie komunikatów wizualnych (zdjęcia), podczas gdy generacja Z najsilniej swoją obecność zaznacza na TikToku, skłaniając się do produkowania i odbierania bardzo krótkich (kilkusekundowych) materiałów audiowizualnych. Dla porządku należy dodać, że wszystkie grupy pokoleniowe są obecne w każdej z dostępnych platform mediów społecznościowych.

aspekty pozytywne i negatywne. Jednym z nich jest zamykanie się grup społecznych w bańkach komunikacyjnych kategoryzowanych w wieloraki sposób (według wieku, grup zainteresowań, grup zawodowych itp.), czyniąc ze społeczeństw mniejsze bądź większe grupy plemienne, uniezależnione terytorialnie. Powstają warunki sprzyjające rozluźnianiu więzi społecznych związanych z narodowością, czyniąc świat globalnym nie tylko w sensie komunikacyjnym, ale także zawodowym, politycznym i gospodarczym.

Świat, pozostając w tak dogodnej sytuacji komunikacyjnej, został poddany izolacji spowodowanej pandemią COVID-19. Technologia przyszła z pomocą ludzkości, pozwalając zaspokajać potrzeby człowieka pozostającego w sytuacji kryzysowej. Cyfrowo i zdalnie realizowane praca i nauka: uczestnictwo w kulturze czy konsultacje lekarskie stały się codziennością i pozwalały przetrwać czasy izolacji fizycznej.

Coraz liczniejsze badania⁴ pokazują dwa dychotomiczne skutki izolacji przestrzennej ludzi. Po pierwsze nasilające się problemy psychiczne wielu jednostek, zwłaszcza przedstawicieli młodszych pokoleń, dopiero poszukujących własnej tożsamości i miejsca w życiu. Pojawiająca się trauma w obszarach biologicznych i kulturowych przejawia się m.in. stresem popandemicznym, obniżeniem poziomu życia wszystkich grup społecznych⁵. Z drugiej strony znajdujemy badania⁶, które wskazują, że ludzie, przebywając w kompletnie różnych przestrzeniach (np. na innych kontynentach), nadal mogą, dzięki narzędziom cyfrowym, odczuwać poczucie bliskości i wspólnotowości.

Technologia, a wraz z nią zachodzące zmiany w sposobach porozumiewania się, a także silne nastawienie aktorów sceny komunikacyjnej na prezentowanie własnego „ja”, spowodowały, że mówimy o pozostawaniu w erze antropocenu. W antropocenie wyróżniono okresy: nowożytność, nowoczesność oraz późny modernizm. Dla późnego modernizmu obejmującego wszelkie postkategorie ludzkiej kultury Zygmunt Bauman proponuje określenie, które wydaje się bardziej odpowiednie, mianowicie „płynna nowoczesność”, ze względu na ewolucyjnie postępujące zmiany w kulturze i społeczeństwie.

⁴ B. GAMBINI, *Study. From watching reruns to relationships, there are many ways of feeling connected*, 17.04.2020, <https://www.buffalo.edu/alumni/at-buffalo/story.host.html/content/shared/university/news/news-center-releases/2020/04/027.detail.html> (dostęp: 2.02.2023); CBOS, *Zdrowie psychiczne Polaków*, Komunikat z badań nr 154/2021, grudzień 2021, https://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2021/K_154_21.PDF (dostęp: 22.02.2023).

⁵ P. DŁUGOSZ, *Trauma pandemii COVID-19 w polskim społeczeństwie*, Warszawa 2021, s. 45-47.

⁶ Sh. GABRIEL, *From watching reruns to relationships, there are many ways of feeling connected*, <https://www.sciencedaily.com/releases/2020/04/200417212931.htm> (dostęp: 3.05.2021), s. 2; E. PARAVATI, E. NAIDU, Sh. GABRIEL, *From 'love actually' to love actually. The sociometer takes every kind of fuel*, „Self and Identity” 2020, vol. 20 (3), s. 1-19.

Nowe, cyfrowe narzędzia komunikacyjne, płynność zarówno form, jak i gatunków jest wyznacznikiem współczesnych sposobów komunikacji. Pojawienie się zaś na scenie sztucznej inteligencji (AI – *Artificial Intelligence*⁷), zdaje się wkraczaniem w kolejną erę, erę AI-tropocenu, gdzie prym, jeśli nie wyłączność w komunikowaniu, będzie wiódł inteligentny algorytm.

POJĘCIE DEHUMANIZACJI

Pojęcie dehumanizacji definiowane jest w naukach społecznych wieloaspektowo. W kontekście komunikacyjnym może być analizowane na poziomie językowym lub technologicznym. W warstwie językowej odnosi się do procesu, w którym jednostki lub grupy są odczłowieczane oraz niegodne empatii. Może to również prowadzić do zmniejszenia moralnej odpowiedzialności wobec aktorów sceny komunikacyjnej. Na poziomie technologicznym odnosi się do zaniku czynnika ludzkiego i relacji międzyludzkich.

Zacznijmy od elementów językowych. Należy zwrócić uwagę na przedrostek *de-* usytuowany przed zasadniczym członem omawianego wyrazu. Wskazuje on na zaprzeczenie lub pozbawienie właściwości w kontekście znaczeniowym niesionych przez człon zasadniczy. W przypadku dehumanizacji rozumiany jest jako pozbawienie wszystkich cech i wartości charakterystycznych dla humanizmu⁸. Dehumanizację traktuje się jako zestaw narzędzi językowych, których zadaniem jest pozbawienie godności i podmiotowości uczestnika interakcji. Antagonizuje się relację „ja – on/ona/oni” czy też „my – on/ona/oni”. Włoska psycholog społeczna Chiara Volpato wyznacza dwie kategorie dehumanizacji – jawną (*deumanizzazione esplicita*) i subtelną (*deumanizzazione sottile*) – oraz podkategorie dehumanizacyjnych praktyk językowych, takich jak: animalizacja, demonizacja, biologizacja, mechanizacja, uprzedmiotowienie oraz dehumanizacja przez niedostrzeganie.

W prowadzonych badaniach na temat współczesnej sceny komunikacyjnej dehumanizację wyróżnia się w kilku kontekstach. W jednym z kontekstów traktuje się ją jako proces, w którym uczestnicy komunikacji zostają pozbawieni tożsamości poprzez postrzeganie ich jako przedmioty sytuacji komunikacyjnej. Człowiek, tracąc swoją podmiotowość, przestaje być traktowany jako istota, która wyposażona w uczucia, ma własne potrzeby i prawa, w tym prawo do szacunku. W drugim pro-

⁷ AI – *Artificial Intelligence* to technologia służąca uczeniu się maszyn poprzez tzw. głębokie uczenie oraz przetwarzanie języka naturalnego (NLP).

⁸ Łac. *humanus* – ludzki; dehumanizacja w znaczeniu dosłownym to odczłowieczenie.

ces uprzedmiotowienia człowieka sprzyja traktowaniu go jako obiektu, który można kontrolować i jednocześnie wykorzystywać w sposób komercyjny.

Przechodząc do aspektu technologicznego, dehumanizację konotuję z zestawem narzędzi technologicznie zaawansowanych, które pośredniczą w dwóch typach interakcji. Pierwszym jest człowiek – człowiek, w której technologia, np. aparat telefoniczny, stanowi swego rodzaju protezę pozwalającą na rozmowę uczestników sytuacji komunikacyjnej. Drugim typem interakcji jest akt komunikacyjny człowiek – maszyna. Mamy z nim do czynienia bardzo często: choćby dzwoniąc na infolinię prywatnej opieki zdrowotnej, pacjent otrzymuje komunikaty wskazujące na temat rozmowy wraz z numerem, który należy wybrać, by być przełączonym dalej. Po przełączeniu najczęściej uczestnik tego typu komunikacji słyszy nagranie z informacją odpowiadającą na pytanie lub instrukcję dalszych kroków postępowania. Zdarza się, iż komunikaty, które pacjent otrzymuje, są dla niego niezadawalające, nieodpowiadające na potrzeby. Kolejne przełączanie i/lub wybieranie opcji numerycznej w aparacie telefonicznym zdaje się być zamkniętym kołem, powodując frustrację żywego uczestnika interakcji komunikacyjnej.

Pojawienie się sztucznej inteligencji (AI – *Artificial Intelligence*) umożliwia komunikację człowiek – AI oraz maszyna – maszyna (IoT – *Internet of Things*). W pierwszym przypadku czynnik ludzki jest minimalizowany do wydawania poleceń, czego przykładem jest popularna aplikacja Siri, której człowiek wydaje polecenia, np. włączenia wybranego utworu muzycznego. W drugim przypadku urządzenia komunikują się same ze sobą, pomijając całkowicie czynnik ludzki.

Dehumanizacja rozpatrywana jako proces może wynikać z postępu technologicznego, cyfryzacji oraz automatyzacji komunikacji. Zjawisko dehumanizacji postrzegane przez pryzmat mediów społecznościowych oraz narzędzia używane w procesie komunikacji mogą sprzyjać wywoływaniu dystansu emocjonalnego czy spłycaniu interakcji.

SCENA KOMUNIKACYJNA – STUDIUM PRZYPADKÓW

Nie myliła się Maryla Hopfinger, stwierdzając, iż „scena komunikacyjna zmienia się, przeobraża, ale jest kumulatywna”⁹. Za każdym razem gdy technologiczne rozwiązania wprowadzają na scenę komunikacyjną nowe narzędzia, pojawiają się obawy i wątpliwości co do dalszej egzystencji dla tych urządzeń, które do tej pory stano-

⁹ M. HOPFINGER, *Między sztuką a codziennością. Literackość bez fikcji?*, [w:] *Literatura bez fikcji. Między sztuką a codziennością. W stronę nowej syntezy (1)*, red. M. HOPFINGER, Z. ZIĄTEK, T. ŻUKOWSKI, Warszawa 2016, s. 7-29.

wiły środki przekazu. Tak działo się przecież po upowszechnieniu się odbiorników telewizyjnych¹⁰, gdy obawiano się, że radio przestanie być atrakcyjne dla odbiorców i straci na znaczeniu. Nic podobnego nie nastąpiło, a obecnie obserwujemy wzrost atrakcyjności tego medium, do czego niewątpliwie przyczyniły się nowe formy odbioru i nadawania powstałe dzięki erze cyfrowej.

Radio w erze cyfrowej może być nadawane w systemie analogowym i cyfrowo w internecie jednocześnie (*simulcast*¹¹), może być realizowane jedynie w internecie (*webcast*), wreszcie może być realizowane przez AI.

Dość stwierdzić, iż współcześnie koegzystują różne formy zarówno produkcji, jak i transmisji mediów, co oznacza, że na scenie komunikacyjnej znajdują się pismo, obraz, dźwięk oraz sieć, stanowiąc ogromne pole badawcze. Zatem na potrzeby niniejszego artykułu ograniczę się do kilku przykładów funkcjonowania mediów cyfrowych w sieci, ilustrując poniżej i omawiając niektóre z nich. Wyróżniamy zatem m.in.:

- **portale internetowe** o charakterze instytucjonalnym (np. wirtualnapolska.pl, onet.pl);
- **blogi/vlogi**, które w początkowej fazie miały charakter tylko prywatny, współcześnie zaś obok siebie funkcjonują zarówno prywatne, półprywatne, jak i instytucjonalne. Prywatne realizowane są przez indywidualnych twórców zwanych blogerami/blogerkami. Półprywatne często prowadzone są przez profesjonalistów z branży mediowej (dziennikarzy i publicystów) na stronach udostępnianych przez instytucjonalne podmioty medialne, np. blog prof. Jana Hartmana o nazwie *Loose blues. Jana Hartmana zapiski nieodpowiedzialne* prowadzony na stronach tygodnika „Polityka”¹². Wreszcie blogi instytucjonalne założone choćby przez Fundację Caritas Polska¹³;
- **Infografiki**, zamieszczane w materiałach informacyjnych, mają za zadanie uprościć przekaz;
- **Wideo** zamieszczane na platformach streamingowych typu YouTube oraz w aplikacjach społecznościowych, np. Facebook czy TikTok;
- **Podcasty** realizowane jako forma audialna;
- **Live streaming** – forma charakterystyczna dla przekazów o tematyce sportowej, debat politycznych, bywa, że także treści rozrywkowych;
- **SoMe**, czyli aplikacje społecznościowe;

¹⁰ Pierwszy przekaz dla ogólnopolskiego programu telewizyjnego miał miejsce w październiku 1952 roku. T. Pikulski, *Prywatna historia telewizji publicznej*, Warszawa 2002.

¹¹ *Simulcast* – ang. *simultaneous* + *broadcast* oznacza transmisję programu jednocześnie w radiu i internecie.

¹² Przykładowy wpis: *Matczak czyta Heideggera*, 27.04.2023, <https://hartman.blog.polityka.pl/2023/04/27/matczak-czyta-heideggera/> (dostęp: 30.04.2023).

¹³ Przykładowy wpis: *Pomoc dla polskiej szkoły w obwodzie lwowskim*, 27.04.2023, <https://caritas.pl/blog/2023/04/27/pomoc-dla-polskiej-szkoly-w-obwodzie-lwowskim/> (dostęp: 2.07.2023).

- TV i radio realizowane tylko w sieci (np. Radio Nowy Świat, telewizja Capital24tv.pl);
- TV i radio stowarzyszone z SoMe.

Wszystkie współczesne media cyfrowe są nie tylko upubliczniane cyfrowo, ale także cyfrowo tworzone, zaś jeden materiał może – i najczęściej tak się dzieje – łączyć różne formy i gatunki, które Grażyna Stachyra nazywa konglomeratami narzędzi¹⁴.

Mało znanym przykładem telewizji działającej w internecie jest stacja Capital24tv.pl, która upublicznia swój контент dziennikarski jedynie w sieci przy użyciu wielu współcześnie dostępnych form produkcji i gatunków dziennikarskich. Innym przykładem konglomeratu narzędzi jest program z obszaru *reality show* (tytuł programu to: *Love Island. Wyspa miłości*). Materiał przygotowywany, a następnie upubliczniany w telewizji (Polsat Box Go) stowarzyszony jest z własną stroną w mediach społecznościowych (Facebook). W telewizji widzowie oglądają tradycyjnie realizowany program, mają jednak możliwość śledzenia losów swoich bohaterów na Facebooku. Tu także znajduje się miejsce na materiał dodatkowy, który nie zmieścił się w odcinku lub też z powodów obyczajowych został ocenzurowany i nie opublikowano go na antenie telewizji. Konto na Facebooku służy jednocześnie do zamieszczania spostrzeżeń i opinii na temat uczestników. Jest także platformą do wymiany myśli dla fanów, co powoduje nie tylko gromadzenie się fanów programu w jednym miejscu, ale także sprzyja ich aktywizowaniu, utrzymywaniu w napięciu podczas oczekiwania na kolejny odcinek.

Na scenie komunikacyjnej miejsce swoje znalazły eksperymentalne modele produkcji filmowej oraz formaty filmowe. Jednym z takich modeli produkcji i jednocześnie formatem jest filmowanie w czasie rzeczywistym. Wyróżnia się tym, iż twórcy filmują i transmitują na żywo efekty swojej pracy, widzowie zaś mają możliwość obserwować proces produkcji w czasie rzeczywistym. Taką produkcją jest choćby obraz Macieja Pieprzycy zrealizowany w 2013 roku pod tytułem *Chce się żyć*. Opowiada historię zamknięcia bohatera/narratora na 24 godziny w jednym z domów opieki dla osób niepełnosprawnych. Bardzo realistycznie przedstawia trzy kobiety opiekujące się podopiecznymi oraz w sposób naturalistyczny oddaje atmosferę życia w placówce opiekuńczej. W warstwie realizacyjnej widz bez trudu zauważa, iż obraz jest kręcony bez cięć montażowych, jednym, ciągłym ujęciem. Innymi ciekawymi modelami produkcji filmowej są:

¹⁴ G. STACHYRA, *Współczesne gatunki radiowe jako konglomeraty i kolekcje*, [w:] *E-gatunki. Dziennikarz w nowej przestrzeni komunikowania*, red. W. GODZIC, Z. BAUER, Warszawa 2015, s. 25-49.

- **film interaktywny** – pozwala publiczności aktywnie uczestniczyć w fabule, co wyraża się wpływem widzów na wybór ścieżek fabularnych i zakończenia;
- **hybrydowy model produkcji** – łączy znane dotychczas modele produkcji z nowymi technologiami, takimi jak wirtualna i rozszerzona rzeczywistość (VR – *virtual reality* i AR – *augmented reality*, interaktywność).

Do cyfrowych, filmowych formatów telewizyjnych zaliczamy m.in.:

- **webshows** – to krótkie serie internetowych programów telewizyjnych dostępnych na takich platformach, jak: YouTube, Vimeo czy Netflix;
- **Podcasty wideo** – to nagrania dźwiękowe z wideo; zwykle w ten sposób realizowane są rozmowy, dyskusje, debaty dostępne na takich platformach, jak YouTube czy Spotify;
- **Filmy 360 stopni i VR (*virtual reality*)** oraz inne formaty filmowe.

Jedną z ciekawszych i coraz bardziej powszechnych form filmowych, którą wymieniłam powyżej, są *webshows*. Jeden odcinek zazwyczaj trwa od kilku do kilkunastu minut, a poruszana tematyka dotyczy kwestii kulturowych, muzycznych, rozrywkowych oraz współcześnie ważnych zagadnień społecznych.

Dwa przykłady, które podaję poniżej, są charakterystyczne dla polskiej przestrzeni medialnej. *Szkoła vloga* jest to serial produkowany przez szkołę vlogowania, dostępny od 2016 roku na kanale YouTube, obecnie mogliśmy obejrzeć 100. odcinek. Cykl ten przedstawia młodych ludzi uczących się produkować własne materiały audiowizualne, które stanowią ich własnych vlogów. Zawartość materiałów ma być tak zrealizowana (nakręcona, zmontowana itd.), by pomóc przyszłym vlogerom osiągnąć sukces mierzony liczbą subskrybentów kanału oraz liczbą reklam. Za wszystkim kryje się przyszła wizja sukcesu finansowego. Innym ciekawym przykładem *webshows* jest *Planeta singli w sieci*, czyli sześciuodcinkowa kontynuacja *Planety Singli* z 2016 roku (reż. M. Okorn). W tej krótkiej serii filmowej kontynuowane są wątki z wersji fabularnej, dodatkowo opowiadane są nowe historie z rozwiniętym udziałem także bohaterów drugoplanowych.

Polska scena komunikacyjna dostarcza widzom niezwykle bogaty контент poprzez platformy streamingowe. Olbrzymi wybór nie jest obecnie niczym nadzwyczajnym, niemniej w czasie trwania pierwszej fali pandemii COVID-19 pojawiła się nowa forma wspólnotowego oglądania. Nowa funkcja/usługa dostarczana przez kanały streamingowe pozwala na organizowanie wspólnych seansów filmowych. Osoba zapraszająca dzierży w ręku ster (pilota) pozwalający na nadawanie tempa oglądania, to ona zatrzymuje i ponownie uruchamia obraz na ekranach wszystkich uczestników takiego wspólnotowego oglądania. A czat (okno z możliwością pisania komentarzy), pozostający do dyspozycji uczestników seansu, pozwala na bieżąco

komentować to, co w tym samym czasie widzą uczestnicy seansu. Shira Gabriel wraz z zespołem¹⁵ z Uniwersytetu w Bufallo postanowiła sprawdzić, jak człowiek reaguje na tego typu wspólnotowość. To, co najbardziej zadziwiło we wnioskach, to fakt, że ludzki mózg odbiera tę sytuację dokładnie w taki sam sposób, jakby wszyscy uczestnicy znajdowali się na fotelach obok siebie. Uczestnicy opisanego spotkania odbierali tę aktywność jako wspólnotową, zaspokajając potrzebę bliskości.

Obecnie w sferze komunikacyjnej mamy do czynienia z postępowaniem w rozwoju sztucznej inteligencji (AI). ChatGPT organizacji OpenAI prowadzi rozmowy w wielu językach świata. Używając poprawnej składni językowej, dostarcza wiedzy na dowolny temat, pisze programy komputerowe, wymyśla bajki na zadany temat, opisuje wydarzenia historyczne, a nawet analizuje literaturę i poezję. Choć organizacja OpenAI zastrzega, że niektóre z wypowiedzi mogą mijać się z prawdą, to jednak czat nawet kłamie w przekonujący sposób. W jednej z dyskusji zapytałam, kim jest Małgorzata Bulaszewska i dostałam odpowiedź, że popularną, polską autorką bajek dla dzieci. ChatGPT nawet podał przykładowy tytuł książki i jej treść. A to wszystko jest nieprawdą. AI ma „samoświadomość” tego, że nie jest istotą ludzką, tylko właśnie sztuczną inteligencją, co przejawia się w odpowiedziach na pytania o emocje czy ocenę dzieła sztuki.

Popularna aplikacja Siri, która pełni funkcję osobistego asystenta, została przez wydawców amerykańskiego magazynu „The Verge” poproszona o napisanie recenzji dla kilku wybranych filmów¹⁶. Oto, co otrzymano:

- **Blade Runner** – „Film opowiada o inteligentnych asystentach (replikantach), którzy chcą żyć dłużej niż ich zaprogramowano. Jest to prośba niezbyt wygórowana”.
- **2001: Odyseja kosmiczna** – „Film opowiada o asystencie (komputerze) HAL, który próbuje nawiązać kontakt z wyższą inteligencją. Dwóch ludzi staje mu na drodze i rujnują wszystko”.
- **Terminator** – „Och, to tylko kolejna opowieść o cyborgach smażonych na popioł, których nikt nie rozumie. Słyszałem, że w tym filmie występował gubernator Kalifornii”.
- **Incepcja** – „Incepcja to film o śnie we śnie, który opowiada historię snu o śnie. Czuję się przez to śpiący”.
- **Matrix** – „To film o czerwonej oraz niebieskiej pigułce, jest też sporo czarnych skór oraz broni. Można powiedzieć, że to swego rodzaju historia o miłości. Ja w to wierzę”.

¹⁵ E. PARAVATI, E. NAIDU, Sh. GABRIEL, *From 'love actually'...*, s. 1-19.

¹⁶ K. BĄKOWSKI, *Siri zabawnym recenzentem filmów*, <https://komorkomania.pl/siri-zabawnym-recenzentem-filmow> (dostęp: 22.02.2023).

- **Czarnoksiężnik z Krainy Oz** – „Film opowiada o pewnej Dorotce oraz jej inteligentnych asystentach, a także małym psie. Niektórzy z nich, na moje oko, nie są zbyt inteligentni”.

I choć trudno uznać, że to, co otrzymaliśmy, jest recenzją, jednak z całą pewnością możemy uznać za krótką i na dodatek dość zabawną opinię na temat wybranej produkcji.

W przestrzeni medialnej łatwo znajdziemy RadioGPT, produkt, który w formie wizualnej informuje swojego słuchacza, że „RadioGPT – live, local, and powered by AI” (listen.streamon.fm/radiogpt). W tym przypadku mamy do czynienia z AI, które nie tylko generuje głosy prowadzących przy użyciu modelu językowego GPT-3 OpenAI, ale tworzy opowiadania i krótkie artykuły oraz quizy dla słuchaczy. W tym celu sprawdza ponad 250 tysięcy różnych źródeł sieciowych (m.in. Facebook, Instagram, X – daw. Twitter), na bieżąco wybierając te, które są najpopularniejsze, czyli takie, które są najczęściej odwiedzane. Sztuczna inteligencja jednocześnie jest wydawcą programu.

Wreszcie pięciominutowy film *The Safe Zone*, zrealizowany w siedem dni przez AI (scenariusz i reżyseria także są zasługą sztucznej inteligencji), dostępny na kanale YouTube. Jego fabuła ma znamiona sensacyjności, jednak gdy wyświetlałam go studentom, nie wzbudził w nich specjalnie wielkich emocji.

Kolejny przykład to powstające (w Europie, ale także w Warszawie) tzw. *dark stores*, czyli sklepy, do których nie można wejść. Szyby pomieszczeń są nieprzeniknione, zamalowane. Właściciele oferują, że po użyciu odpowiedniej aplikacji (u nas aplikacja Lisek.pl) możemy zamówić w takim sklepie produkty, które dostarczone są we wskazane miejsce, na obszarze funkcjonowania takiego sklepu, w ciągu 10-15 minut. Powstają także *ghost kitchen*, które dają usługę zbliżoną do *dark stores*, przygotowując i dostarczając w podobnym czasie gotowe dania. W tym przypadku dehumanizacja polega na całkowitej eliminacji kontaktu z żywym sprzedawcą.

Wszystkie te aktywności mają charakter aktywności komunikacyjnych technologicznie zapośredniczonych. Tyle że ich wcześniejsze formy, takie jak np. komunikatory, pozwalały na komunikację człowieka z człowiekiem, a te ostatnie ograniczają się do komunikacji człowieka z urządzeniem, maszyną, aplikacją.

DEHUMANIZACJA KOMUNIKACJI CYFROWEJ: KONSEKWENCJE I WYZWANIA DLA RELACJI SPOŁECZNYCH

Obecnie rozpoznane i już dobrze opisane formy dehumanizacji często zamykają się w obszarze językowym. Obserwowana jest retoryczna agresja, wrogość oraz igno-

rancja w trakcie aktu komunikacyjnego. Zwłaszcza widoczna w mediach społecznościowych przemoc słowna, rasistowskie, homofobiczne, seksistowskie i inne formy o charakterze wykluczającym i/lub nastającym na tożsamość i poczucie godności uczestników interakcji komunikacyjnej są stale obecne. Podobnie dzieje się z masowo stosowaną dezinformacją, fake newsami i ich trudniejszą do zidentyfikowania formą – deep fake newsami. Komunikacja na linii człowiek – maszyna i maszyna – maszyna nie sprzyja interakcji komunikacyjnej naznaczonej emocjami, a służy jedynie do najszybszego osiągnięcia wyznaczonego celu.

Tego typu akty komunikacyjne z jednej strony powodują negatywne konsekwencje dla stanu psychicznego człowieka wyrażane często poczuciem osamotnienia, utratą dobrej samooceny czy znacznie poważniejszymi formami depresji. Z całą pewnością mogą wpływać negatywnie na relacje międzyludzkie i wywoływać konflikty ze względu na brak szacunku dla uczestników aktów komunikacyjnych. Z drugiej strony, co uwypukliło się podczas pandemii COVID-19, technologia i technologicznie zapożyczone akty komunikacyjne niwelują dystans czasu i przestrzeni, pozwalając na załatwianie potrzeb ludzkich bez wychodzenia z domu, a nawet wyręczają człowieka w codziennych czynnościach. Potrafią też dać ułudę przebywania w grupie społecznej¹⁷.

Wydaje się, iż technologia, która z jednej strony jest niezwykłym ułatwieniem komunikacyjnym, z drugiej może ewoluować (czy też już tak właśnie się dzieje) w kierunku coraz wyraźniej widocznej dehumanizacji procesów odbywających się na scenie komunikacyjnej. Taki rozwój sceny komunikacyjnej prowokuje do stawiania pytań, na które nie mamy na razie odpowiedzi. Pytania i obawy w obszarze komunikacyjnym i społecznym dotyczą takich kwestii, jak:

- kondycja relacji oraz więzi społecznych;
- powstawanie nowych/innych/jakich form kultury;
- tworzenie/podtrzymywanie baniek społecznych, swoistych wspólnot już nie tylko wirtualnych, ale także realnych;
- czy taka forma odhumanizowanej komunikacji wpłynie negatywnie na emocjonalność człowieka?;
- związanych z rynkiem pracy; czy człowiek będzie coraz bardziej zawodnym i mniej oczekiwanym elementem tegoż rynku?;
- związanych z zawodem dziennikarza, naukowca, prawnika (a także innych); kto będzie decydował, jakie informacje będą przekazywane społeczeństwu? Kto będzie kreował wizję rzeczywistości? Człowiek czy sztuczna inteligencja?

¹⁷ Sh. GABRIEL, *From watching...*

Choć technologiczne nowinki mnożą wątpliwości co do wyglądu sceny komunikacyjnej w przyszłości oraz form interakcji, to z całą pewnością już dziś możemy wskazać na te czynniki, które wpływają na jej dehumanizację.

W artykule omówiono współczesne formy dehumanizacji w komunikacji, szczególnie w kontekście cyfrowym. Zwrócono uwagę na szeroko rozpowszechnione zjawiska, takie jak: przemoc słowna, mowa nienawiści i dezinformacja oraz wpływ nowoczesnych technologii na interakcje międzyludzkie, relacje człowiek – maszyna oraz maszyna – maszyna. I choć narzędzia cyfrowe ułatwiają procesy komunikacyjne (ułatwiają kontakt, redukują bariery przestrzenne), to jednocześnie przyczyniają się do izolacji, pogłębienia się problemów psychicznych oraz fragmentaryzacji społeczeństwa. Uznając korzyści wynikające z nowomediów, cyfrowych form komunikacji, warto pamiętać o rodzących się pytaniach dotyczących kondycji relacji społecznych, wpływu na kulturę, przyszłość rynku pracy, a przede wszystkim roli sztucznej inteligencji w kształtowaniu rzeczywistości.



BIBLIOGRAFIA

MONOGRAFIE

- BAUMAN Z., *Kultura w płynnej nowoczesności*, Warszawa 2011.
- DEŁUGOSZ P., *Trauma pandemii COVID-19 w polskim społeczeństwie*, Warszawa 2021.
- HARARI Y.N., *21 lekcji na XXI wiek*, przeł. M. Romanek, Kraków 2018.
- MCLUHAN M., *Galaktyka Gutenberga*, przeł. A. Wojtasik, Warszawa 2017.
- MCLUHAN M., *Zrozumieć media. Przedłużenia człowieka*, tłum. N. Szczucka-Kubisz, Warszawa 2004.
- PIKULSKI T., *Prywatna historia telewizji publicznej*, Warszawa 2002.
- ZIMBARDO Ph., *Efekt Lucyfera. Dlaczego dobrzy ludzie czynią zło?*, przeł. A. Cybulko et al., Warszawa 2013.

ARTYKUŁY

- HOPFINGER M., *Między sztuką a codziennością. Literackość bez fikcji?*, [w:] *Literatura bez fikcji. Między sztuką a codziennością. W stronę nowej syntezy (1)*, red. M. HOPFINGER, Z. ZIĄTEK, T. ŻUKOWSKI, Warszawa 2016, s. 7-29.
- KACZMAREK-ŚLIWIŃSKA M., *Komunikowanie i relacje społeczne w świecie nowych mediów. Znany czy nowo tworzony porządek?*, „Media i Społeczeństwo” 2021, t. 15, nr 2, s. 49-57.

- MARECKI P., *Dehumanizacja w świecie nowych technologii. Zjawiska odczłowieczenia w komunikacji online*, „Kultura Popularna” 2015, nr 29 (440), s. 25-37.
- PARAVATI E., NAIDU E., GABRIEL Sh., *From ‘love actually’ to love actually. The socio-meter takes every kind of fuel*, „Self and Identity” 2020, vol. 20 (3).
- SIENKIEWICZ P., *Cyfrowa dystopia. Wpływ technologii na komunikację a procesy dehumanizacyjne*, „Kultura i Społeczeństwo” 2016, nr 60 (1), s. 45-60.
- STACHYRA G., *Współczesne gatunki radiowe jako konglomeraty i kolekcje*, [w:] *E-gatunki. Dziennikarz w nowej przestrzeni komunikowania*, red. W. GODZIC, Z. BAUER, Warszawa 2015, s. 25-49.
- VOLPATO Ch., *Negare l'altro. La deumanizzazione e le sue forme*, „Psicoterapia e Scienze Umane” 2013, vol. 47, s. 311-312, <https://doi.org/10.3280/PU2013-002012>.

RAPORTY

- CBOS, *Zdrowie psychiczne Polaków*, Komunikat z badań nr 154/2021, grudzień 2021, https://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2021/K_154_21.PDF.

ŹRÓDŁA PUBLIKOWANE

- BĄKOWSKI K., *Siri zabawnym recenzentem filmów*, <https://komorkomania.pl/siri-zabawnym-recenzentem-filmow>.
- GABRIEL Sh., *From watching reruns to relationships, there are many ways of feeling connected*, <https://www.sciencedaily.com/releases/2020/04/200417212931.htm>.
- GAMBIN M. et al., *Objawy depresji i lęku wśród Polaków w trakcie epidemii COVID-19*, Uniwersytet Warszawski, https://psych.strony.uw.edu.pl/wp-content/uploads/sites/98/2021/01/Raport_objawy_depresji_leku_IV_fale.pdf.
- GAMBINI B., *Study. From watching reruns to relationships, there are many ways of feeling connected*, 17.04.2020, <https://www.buffalo.edu/alumni/at-buffalo/story.host.html/content/shared/university/news/news-center-releases/2020/04/027.detail.html>.
- HASLAM N., *Dehumanization. An Integrative Review*, „Personality and Social Psychology Review” 2006, vol. 10 (3), 252-264, https://doi.org/10.1207/s15327957pspr1003_4.
- HARTMAN J., *Matczak czyta Heideggera*, 27.04.2023, <https://hartman.blog.polityka.pl/2023/04/27/matczak-czyta-heideggera>.
- Pomoc dla polskiej szkoły w obwodzie lwowskim*, 27.04.2023, <https://caritas.pl/blog/2023/04/27/pomoc-dla-polskiej-szkoly-w-obwodzie-lwowskim/>.
- RadioGPT, *czyli pierwsza stacja radiowa prowadzona przez sztuczną inteligencję*, <https://nowymarketing.pl/a/41244,radiogpt-czyli-pierwsza-stacja-radiowa-prowadzona-przez-sztuczna-inteligencje>.
- „The Verge”, theverge.com.

MATERIAŁ AUDIOWIZUALNY

The Safe Zone, <https://youtu.be/OA8-6q7igwE>.

**STRESZCZENIE**

Scena komunikacyjna przejawia się w pojawianiu się coraz to nowych form, wynikających m.in. z rozwoju cywilizacji, a w szczególności technologii i nowomiedialnych sposobów komunikowania się. Taki stan rzeczy wyraża się nie tylko pozytywnymi społeczno-kulturowymi skutkami, ale także negatywnymi, które sprzyjają dehumanizacji sceny komunikacyjnej. Obecnie można wyróżnić niektóre ze zjawisk jako te dehumanizujące. Powstaje wiele otwartych kwestii co do wyglądu i sposobów komunikowania w przyszłości. Niniejszy artykuł opisuje kilka zjawisk już obecnych na scenie komunikacyjnej, stawia jednocześnie pytania o jej przyszłość.

Słowa klucze: scena komunikacyjna, cyfryzacja, AI, dehumanizacja, nowomiedialne sposoby komunikacji

**ABSTRACT**

The capacity of the communication scene is manifested in the continuous emergence of new forms of communication, caused, among others, by the development of civilization, in particular technology and new media ways of communication. This situation is conducive not only to positive socio-cultural effects, but also negative ones, which contribute to the dehumanization of the communication scene. Currently, some of the phenomena can already be distinguished as dehumanizing. There are also many open questions about the appearance and ways of communication in the future. This paper is devoted to several phenomena already present on the communication scene, and at the same time raises questions about its future.

Keywords: communication scene, digitization, AI, dehumanization, new media ways of communication