

Jabłoński, Artur

"Nowe media we współczesnym społeczeństwie", red. Marek Jeziński, Aleksandra Seklecka, Łukasz Wójtowski, Toruń 2011 : [recenzja]

Rocznik Muzeum Wsi Mazowieckiej w Sierpcu 3, 180-184

2012

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.

Artur Jabłoński

(Instytut Literatury Polskiej Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu)

**Nowe media we współczesnym społeczeństwie, red.
Marek Jeziński, Aleksandra Seklecka, Łukasz Wojtkowski,
Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja
Kopernika, Toruń 2011, ss.361**

Nowe media we współczesnym społeczeństwie pod redakcją Marka Jezińskiego¹ to nie pierwsza tego typu publikacja przygotowana przez badacza. Jest on również redaktorem naczelnym toruńskiego periodyku *Nowe media* (do tej pory ukazały się dwa numery pisma, wychodzącego w cyklu rocznym²), a także redagował już wcześniej podobne tomy, na przykład *Nowe media i polityka. Internet, demokracja, kampanie wyborcze*³. Jak widać, od kilku lat pozostaje wierny nowoczesnej i niezwykle modnej obecnie tematyce. Ta, mimo licznych studiów i coraz większej liczbie publikacji, wciąż pozostaje nierozpoznana i otwarta na nowe inicjatywy badawcze.

Nowe media we współczesnym społeczeństwie jest tomem zbiorowym podzielonym na dwie części odpowiadające dwóm rodzajom zagadnień interesujących zebranych autorów. Pierwsza została nazwana *Nowe media a media tradycyjne* i zawiera jedenaście tekstów. Druga, zawierająca siedem artykułów, jest dalszą eksploracją obszaru zainteresowań wyraźnie dotychczas dominującego w refleksji badaczy współpracujących przy kolejnych przedsięwzięciach Jezińskiego i nosi tytuł *Nowe media w polityce*.

¹ *Nowe Media we współczesnym społeczeństwie*, (red.) M. Jeziński, A. Seklecka, Ł. Wojtkowski, Toruń 2011.

² Zob. „Nowe Media”, (2010), nr 1, (2011), nr 2.

³ Zob. *Nowe media i polityka. Internet, demokracja, kampanie wyborcze*, (red.) M. Jeziński, Toruń 2009.

Pierwszą pochwałą dla recenzowanej pozycji rezerwuję dla pomysłu szaty graficznej, a konkretnie mam na myśli czwartą stronę okładki. Entuzjaści Internetu na pewno docenią pomysł, by wykorzystać do skrótowej prezentacji zawartości tomu znaną z blogosfery „chmurę tagów” – słów kluczowych rozproszonych na danym obszarze, których wielkość reprezentuje częstotliwość występowania, a co za tym idzie – ważność sygnalizowanego nim zagadnienia.

Z otwierającego tom tekstu, *Wstępu do systemowej teorii Internetu* Marka Graszewicza i Dominika Lewińskiego, przebija dość ostrożny, a momentami można odnieść wrażenie, że nawet niechętny stosunek autorów do zagadnienia globalnej sieci. Startując z bardzo konserwatywnego stanowiska, badacze wręcz podważają potęgę oddziaływania rzeczywistości wirtualnej na realną.

Trudno zgodzić się z częścią ich obserwacji. Przykładowo, zdaniem badaczy, argumentem przemawiającym za mimo wszystko słabą pozycją Internetu w stosunku do starych mediów jest fakt, że gwiazdy wykreowane przez sieć są nieznane szerszemu ogółowi do momentu, w którym nie zostaną one mu zaprezentowane za pośrednictwem radia lub telewizji. Wydaje mi się, że błędem jest tutaj krótkowzroczność wygłaszających tego typu sąd. Po pierwsze, fakt przenikania do starych mediów potwierdza siłę internetowych celebrytów (bloggerów, itd.). Po drugie, społeczność asieciowa powoli, lecz sukcesywnie staje się mniejszością. Patrzenie na ich grupę jako dominującą jest przeżytkiem, a o potędze i o silnych wpływach Internautów świadczą chociażby niedawne protesty wobec aktów ACTA, SOPA i PIPA, zakończone zwycięstwem kontestatorów. Argumenty można by mnożyć, na przykład zapośredniczenie się starych mediów w nowych, które częstokroć jedynie przetwarzają to, co znajdują w Internecie we własne niuśy, skrycie bądź jawnie (np. Kontakt TVN 24).

Z drugiej strony autorzy niezwykle trafnie komentują badania Internetu, w których dominuje hurraoptymizm dotyczący własnych obserwacji. Wychowane w sieci pokolenie naukowców zbyt personalnie podchodzi do komentowanych kwestii, częstokroć traktując swoje odczucia jako typowe dla społecznego ogółu, a w fragmentarycznym świecie Internetu trudno o właściwy rozkład akcentów i należy mieć się na baczności przy ferowaniu wyroków, zwłaszcza jeżeli chodzi o obwieszczanie ważności niektórych zjawisk.

Jedna z prac w tomie – *Nowe media a „nowe ekonomie” i „nowe technologie”* Mai Megier, przedstawia wpływ postępu w wymienionych w tytule dziedzinach na rozwój mediów. Aspekt ekonomiczny jest o tyle istotny, że dogłębnie zmienia panującą sytuację gospodarczą, rynek usług, tworząc zapotrzebowanie na nowe rozwiązania, w tym te wykorzystujące możliwości sieci. Wpływ technologii jest wręcz oczywisty, wszak media od zawsze są zależne od jej rozwoju.

Dwa kolejne teksty traktują o dziennikarstwie w dobie nowych mediów. Jerzy Jastrzębski w tekście *Media i dziennikarstwo alternatywne* błogosławi dziennikarstwo

obywatelskie, wskazując na ważną rolę, jaką może ono pełnić w dyskursie publicznym ze względu na swoją niezależność i większe zaufanie, jakim darzą je czytelnicy. Blogosfera i wortale informacyjne budują uczucie bliskości, dzięki czemu stają się dla użytkowników wiarygodniejsze. Autorem drugiego artykułu o podobnej tematyce jest Jacek Sobczak. Swego czasu Lawrence Lessig zastanawiał się nad sensem praw autorskich w czasach wolnej kultury⁴. Polski badacz pyta z kolei *Czy istnieje potrzeba zmiany prawa prasowego?*, a do postawienia takiego problemu zainspirowały go nowe formy dziennikarstwa i przemiany stylu jego uprawiania w dobie Internetu.

Obok teoretycznych, ogólnych rozmyślań i analiz, takich jak *Internet w komunikowaniu politycznym* Barbary Brodzińskiej-Mirowskiej czy *Blogosfera w polityce* Marty Dorendy, w tomie znajdują się także szczegółowe opisy pojedynczych zagadnień, bliskie formule *case studies*. Tego typu teksty znajdują się zarówno w pierwszej, jak i w drugiej części.

Bartosz Szwejkowski na przykład (*Od premiera do blogera – Kazimierz Marcinkiewicz i jego komunikowanie ze społeczeństwem*), podejmując się bardzo dokładnego omówienia wybranego tematu, dochodzi do wniosku, że jest on jednym z najsukuteczniej wykorzystujących możliwości Internetu polityków, aczkolwiek potrafi wskazać popełnione przez niego błędy (upublicznianie zbyt wielu prywatnych informacji), które były jednym z czynników wpływających na brak kolejnych sukcesów tytułowego polityka w sejmie.

Miłosz Babecki w artykule *Partyzanckie formy w natarcu. Seriale internetowe wobec rzeczywistości „Wielkich Mediów”* zajmuje się pokrótce historią zjawiska oraz perspektywą genologiczną, skupiając się przede wszystkim na olbrzymim marketingowym potencjale nowej telewizyjnej formy, wynikającym z jednej strony z pozornej familiarności i indywidualności tego typu przekazu, lepiej przemawiającego do widzów, a z drugiej – ciekawszych możliwości lokowania produktów.

Omówiłem pokrótce tylko kilka artykułów, które wydały mi się szczególnie interesujące i reprezentatywne dla całego tomu. Choć książka jest zbiorem tekstów naukowców specjalizujących się w różnych, niekiedy skrajnie odmiennych dziedzinach i poszczególni autorzy prezentują odmienną optykę na wiele spraw związanych ze specyfiką nowych mediów, to da się znaleźć kilka punktów wspólnych, które, jak się zdaje, łączą przynajmniej część z nich na płaszczyźnie światopoglądowej.

Przede wszystkim, niemal we wszystkich spośród gromadzonych artykułów dostrzec można ostrożność ich autorów w formułowaniu sądów i niepewność w stosunku do wydawania opinii na temat kwestii takich, jak np. ontologia nowych mediów. Prawdopodobnie wynika to ze specyfiki tej dziedziny badań,

⁴ Zob. L. Lessig, *Wolna kultura*, Warszawa 2005.

niezwykle rozległej, a do tego pozbawionej, póki co, precyzyjnych narzędzi badawczych i kryteriów oceny. Stąd zapewne zachowawczość autorów, strach przed zbyt śmiałym krokiem, posunięciem się za daleko w argumentacji i wyrazistości swojego stanowiska. W niczym to jednak nie umniejsza wartości owych szkiców.

W kilku z nich da się natomiast zauważyć próby podkreślenia różnic pomiędzy specyfiką polskiego Internetu i, ogólniej mówiąc, naszego stosunku do nowych mediów. Zdaniem badaczy, nasz sposób użytkowania sieci jest charakterystyczny, co oczywiście między wierszami mówi nam, że każda nacja, strefa kulturowa, korzysta z niej po swojemu.

Wyraźnie rysuje się w tej pracy także kilka głównych obszarów refleksji, aczkolwiek nienowych, gdyż towarzyszą one badaniom nad nowymi mediami od momentu ich pojawienia się. Jednym z nich jest kwestia wzajemnych związków między światem wirtualnym a rzeczywistym (ta dychotomia znajduje swoje ujście np. w tekście Joanny Ambrosiewicz i Krzysztofa Stachury *W sieci – poza siecią. Aktywność użytkowników i nie-użytkowników Internetu*). Badacze zastanawiają się nad relacjami między obiema rzeczywistościami, nie tyle rozstrzygając, na ile mają one na siebie wpływ (stwierdzenie, że mają, uważam za niepodważalne), lecz skupiając się raczej na charakterze owego wpływu. Tempo postępu technologicznego sprawia, że uwagi czynione nie tak dawno temu (w owym czasie niezwykle trafne i ujmujące dobrze całość zjawiska) przez badaczy w rodzaju Wolfganga Welscha⁵ czy, szukając na naszym podwórku, Wiesława Godzica⁶, dezaktualizują się w obliczu nowych multimedialnych zjawisk wkraczających na stałe w nasze życie, stąd tego typu porządkowania i ponowny namysł nad wydałoby się rozstrzygniętymi już kwestiami jest zasadny.

Z kolei ci badacze, którzy zajęli się związkami nowych mediów z polityką, skupili się przede wszystkim na dawanych przez sieć możliwościach komunikacji z potencjalnymi wyborcami (omawiając to zagadnienie przez pryzmat budowania wizerunku, kreacji na potrzeby kampanii wyborczej, czy na co dzień, w kontakcie z Internautami) przy użyciu bloga i wpływem tych możliwości na wizerunek danego posła, jak i całej sceny politycznej.

Biorąc wszystkie poczynione sądy pod uwagę, należy stwierdzić, iż książka *Nowe media we współczesnym społeczeństwie* może być uznana za ciekawą, chociażby dlatego, że, w przeciwieństwie do wielu innych podobnych publikacji, skupionych na zjawiskach wytworzonych przez Internet i dla niego właściwych,

⁵ W. Welsh, *Sztuczne raje? Rozważania o świecie mediów elektronicznych i innych światach*, [w:] *Problemy ponowoczesnej pluralizacji kultury. Wokół koncepcji Wolfganga Welscha*, (red.) A. Zeidler-Janiszewska, Poznań 1998.

⁶ By wymienić chociażby pracę *Telewizja jako kultura*, zob. W. Godzic, *Telewizja jako kultura*, Kraków 1999.

zajmuje się nowymi mediami głównie w kontekście relacji codzienności wirtualnej i realnej. Stanowi interdyscyplinarny namysł ukierunkowany socjologicznie i politologicznie, którego wartością są zarówno szczegółowe analizy wybranych zagadnień, jak i ustalenia teoretyczne, które, choć nie zawsze można się z nimi zgodzić, na pewno pomagają w krystalizacji własnego stanowiska.

Literatura

- **Godzic Wiesław**, *Telewizja jako kultura*, Wydawnictwo Rabid, Kraków 1999.
- **Lessig Lawrence**, *Wolna kultura*, (tłum.) zbiorowe, Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne, Warszawa 2005.
- „Nowe Media” (2010), nr 1; (2011), nr 2.
- *Nowe Media we współczesnym społeczeństwie*, (red.) M. Jeziński, A. Seklecka, Ł. Wojtkowski, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń 2011.
- *Nowe media i polityka. Internet, demokracja, kampanie wyborcze*, (red.) M. Jeziński, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń 2009.
- **Welsh Wolfgang.**, *Sztuczne raje? Rozważania o świecie mediów elektronicznych i innych światach*, [w:] *Problemy ponowoczesnej pluralizacji kultury. Wokół koncepcji Wolfganga Welscha*, (red.) A. Zeidler-Janiszewska, Wydawnictwo Fundacji Humaniora, Poznań 1998.