

BARBARA CYREK

**MAGDALENA SZPUNAR, NOWE-STARE MEDIUM. INTERNET MIĘDZY
TWORZENIEM NOWYCH MODELI KOMUNIKACYJNYCH A REPRODUKOWANIEM
SCHEMATÓW KOMUNIKOWANIA MASOWEGO, WYDAWNICTWO IFiS PAN,
WARSZAWA 2012, ss. 235**

Kiedy internet¹ wyszedł poza kręgi akademickie i stał się powszechnym narzędziem, dostępnym dla szerokiego grona użytkowników, wiele mówiło się o jego innowacyjności. Sieć miała zrewolucjonizować kulturę, pozwalając internautom być jednocześnie nadawcami i odbiorcami treści. Doświadczenie pokazało jednak, iż w wielu wymiarach internet powieliła modele komunikacyjne charakterystyczne dla starych mediów. Czy możemy zatem mówić o nowym medium? Jak właściwie internet wpłynął na percepcję danych oraz sposób komunikowania we współczesnej kulturze? Odpowiedzi na te pytania udziela Magdalena Szpunar w publikacji „Nowe-stare medium. Internet między tworzeniem nowych modeli komunikacyjnych a reprodukowaniem schematów komunikowania masowego”.

Autorka rozpoczyna rozważania od uporządkowania terminologii medioznawczej i zaprezentowania najważniejszych zagadnień teoretycznych z tej dziedziny. Wykazując się bogatym warsztatem badawczym, przedstawia fazy rozwoju mediów, ich cykl życia i proces ewolucji. Za Janem van Dijkiem stwierdza, iż pojawienie się nowego medium nie ma charakteru rewolucyjnego — innowacja jest połączeniem istniejących wcześniej technik. W związku z tym, także sposób jej użytkowania nie jest rewolucyjny. Jak pisze Magdalena Szpunar: „W wielu wymiarach użycie nowego medium stanowi analogię użycia jego poprzednika” (s. 16). Zauważa przy tym, iż każde ongiś nowe medium budziło zachwyt i obawy. Odwołuje się tutaj do telegrafu, nazywanego internetem epoki wiktoriańskiej. Analiza zarówno starych jak i nowych mediów przebiega w publikacji według rozmaitych metod proponowanych przez badaczy rodzimych jak i zagranicznych. Nie brak tu zjawiska mediamorfozy i jego poszczególnych etapów. Charakterystyce poddane zostają stadia odbioru mediów i procesy dyfuzji innowacji.

¹ Powołując się na Radę Języka Polskiego oraz „Wielki słownik ortograficzny języka polskiego” (Markowski 1999) w recenzowanej publikacji Magdalena Szpunar stosuje pisownię małą literą, gdyż internet jest tu traktowany jako medium, nie zaś jako system (s. 7).

Badaczka prezentuje konflikt między technologicznym determinizmem a konstruktywizmem. Pierwszy z nurtów uznaje, iż technologia ma charakter totalizujący, zawłaszczający. Drugi zaś, przeciwnie, uważa ją za twór ściśle kulturowy, podporządkowany społeczeństwu.

Dokonując przeglądu najważniejszych publikacji poświęconych zagadnieniom mediów i komunikacji, Magdalena Szpunar przedstawia aktualny stan wiedzy w dyscyplinie medioznawczej. Różne koncepcje prezentuje za pomocą licznych wykresów i tabel. Jednocześnie nie boi się stawiać własnych tez czy też definiować pojęć, np. socjalizację medialną określa jako proces internalizowania, ale także eksternalizowania wzorów i sposobów użytkowania danego medium (s. 34). Socjalizacja do nowego medium, jak zauważa autorka, wymaga wyzbycia się staromedialnych nawyków odbiorczych.

Autorka posługuje się innisowskim pojęciem biasu, opisując wzajemne oddziaływania medium i społeczeństwa. Powściągliwie wypowiada się jednak na temat kulturowych przeobrażeń, dokonujących się pod wpływem internetu. Przyznaje, iż przekształcił on model dystrybucji i propagacji wiedzy — jednak nie na tyle, by prowadzić do nowej cywilizacji.

Magdalena Szpunar poświęca wiele uwagi internetowi samemu w sobie — prezentuje jego historię, scenariusze rozwoju. Zadaje pytanie o to, czy jest on medium masowym. Powołuje się tutaj na wskaźniki penetracji internetu w poszczególnych kontynentach oraz na triadę definiującą komunikowanie masowe. Zauważa, iż internet mocno ją redefiniuje: w komunikacji on-line nadawca nie musi być profesjonalistą, jest równy odbiorcy a czasem wręcz jemu podporządkowany (tworzenie dedykowanych treści), zaś charakter relacji nie jest jednostronny. Autorka stwierdza, iż niektóre aspekty internetu nie pozwalają na kategoryzowanie go jako medium masowego — owszem, ma on szeroki zasięg, lecz charakter komunikowania jest tu zgoła inny niż w przypadku mass mediów. Poza tym, jak zauważa badaczka, sam dostęp do internetu nie jest gwarantem jego użycia, gdyż medium to wymaga większych niż jego poprzednicy kompetencji medialnych.

Specyfika komunikowania internetowego zostaje w książce przedstawiona wnikliwie i wieloaspektowo. Autorka wykorzystuje dorobek wielu dyscyplin naukowych, w tym kulturoznawstwa, psychologii czy ekonomii. Zwraca uwagę na deinstytucjonalizację i dezintermediację komunikacji on-line. Wiele uwagi poświęcone jest terminowi „nowe media”, który, choć powszechnie stosowany, często pozostaje niejasny. Magdalena Szpunar wykazuje przy tym rozmaite cechy nowych mediów (interaktywność, cyfrowość, immersyjność, hipertekstualność, taktylność), wykorzystując bogatą bibliografię, a wszelkie nieścisłości komentując w przypisach.

Szeroka perspektywa badawcza autorki owocuje charakterystyką zagadnień ekonomicznych internetu. Opisane zostają na przykład ekonomia długiego ogona, zasada Pareto. Dodatkowo zaprezentowana jest reguła 1%. Magdalena Szpunar demaskuje wpływ mechanizmów rynkowych

na proces wyszukiwania treści internetowych oraz bierność odbiorców, którzy cechują się zasadą minimum — nie podejmują wysiłku przeszukania sieci, lecz ograniczają się do znanych im stron.

Publikacja prezentuje również zjawisko centralizacji nowych mediów, które wydaje się być zaprzeczeniem libertariańskich podstaw internetu. Autorka jest zaniepokojona tym zjawiskiem, gdyż może ono zagrażać demokracji oraz hamować rozwój kultury. Jednocześnie zwraca uwagę na fakt, iż koncentracja dużej liczby odbiorców na komunikatach nadawanych przez mały odsetek nadawców może wynikać z nadmiaru treści publikowanych on-line. Tym samym w cyfrowej kulturze nadmiaru wybór zaledwie kilku zaufanych stron nie byłby jedynie pokłosiem wdrukowanych w nas nawyków staromedialnych, nie wynikałby też jedynie z lenistwa, lecz z percepcyjnych ograniczeń jednostki oraz sposobu radzenia sobie z nadmiarem informacji.

W książce nie brak polskiego kontekstu — Magdalena Szpunar prezentuje wyniki licznych badań przeprowadzonych na polskich internautach, wykazując tym samym ich braki w edukacji informatycznej oraz niską kreatywność. Charakteryzuje także twórcze i odtwórcze rodzaje aktywności internetowej, wprowadzając przy tym własne rozumienie tych pojęć.

„Nowe-stare medium...” prezentuje szeroką charakterystykę cyfrowej kultury. Wnikliwie przedstawione zostają zagadnienia nowych i starych mediów, specyfika komunikacji masowej i komunikowania on-line, wpływ czynników ekonomicznych na internet oraz psychologiczne aspekty korzystania z sieci. Magdalena Szpunar wykazuje się ogromną wiedzą, diagnozując dla czytelnika kulturę, w której przyszło mu uczestniczyć. Autorka przedstawia nowatorskie cechy internetu, jednocześnie prezentując, w jaki sposób są one współcześnie wykorzystywane. Przeprowadzona przez krakowską badaczkę analiza pozwala jej odpowiedzieć na kluczowe dla całej publikacji pytanie: czy internet jest już medium nowym czy jeszcze starym? Odpowiedź nie jest jednak jednoznaczna, gdyż internet reprodukuje typowe dla starych mediów modele komunikowania, a przy tym generuje zupełnie nowe. Ten swoisty paradoks wynika z tego, iż nowe medium wymaga wykształcenia odpowiednich kompetencji, zaś inklinacja kultury ku inercji jest formą przetrwania, zapewniającą ciągłość kulturową.