

Beata Guzowska
Uniwersytet Rzeszowski

STATUS NOWYCH MEDIÓW W KULTURZE WSPÓŁCZESNEJ

STRESZCZENIE

Współcześnie tak zwane nowe media charakteryzują się przede wszystkim natychmiastową dostępnością, zwielokrotnieniem „światów”, powszechnością. Informacje i obrazy oferowane ze strony mediów zasadniczo wpływają na nasz stosunek do innych ludzi, nasze pomysły, ideały, preferowany styl życia. Nowe media prowadzą do zmiany w postrzeganiu miejsc, czasu czy też wymiarów ludzkiej egzystencji. Należy szczególnie podkreślić, iż kultura współczesna z coraz bardziej rozwiniętymi systemami informacyjnymi i przy udziale nowych mediów sprawia, że mamy do czynienia z powstawaniem swoistych nowych przestrzeni i form porozumiewania się oraz interakcji.

Słowa kluczowe:

nowe media, nowe technologie, kultura masowa, konsumpcja, symulacja, implozja, wizualność.

Termin „nowe media” funkcjonuje w kulturze od około drugiej połowy XX wieku (zatem owe nowe media nie są takie nowe). Zasadnicza różnica między starymi a nowymi mediami polega na tym, iż „stare tworzyły obrazy imitujące rzeczywistość, a nowe «pobierają» z rzeczywistości obrazy gotowe”¹. Możliwość taką nowe media uzyskały dzięki wykorzystaniu nowych technologii, które miały służyć dokumentacji życia, rejestracji obrazu i dźwięku, manipulowaniu świadomością wizualną. W zagadnieniach dotyczących nowych mediów prymarne znaczenie ma

¹ M. A. Potocka, *To tylko sztuka*, Wydawnictwo Aletheia, Warszawa 2008, s. 230.

rozwój techniczny, dopiero dalszym następstwem są przemiany kulturowo-społeczne. To, co charakteryzuje tzw. nowe media, to niewątpliwie natychmiastowa dostępność, zwielokrotnienie światów, powszechność. Wielu współczesnych badaczy kultury podkreśla, iż rozwój nowych technologii komunikowania stanowi prawdziwą rewolucję, która z kolei stanowi źródło przemian ekonomicznych, społecznych i kulturowych. Rewolucja w dziedzinie informacji i komunikacji charakteryzuje się rozwojem języka cyfrowego, przy czym należy podkreślić, że „konwergencja w systemie kodów, informacji, komunikowania i informatyki jest być może wydarzeniem kulturowym *par excellence* końca XX stulecia. (...) gdy społeczeństwo koncentruje się w większym stopniu na swoich odwzorowaniach niż środkach materialnych produkcji, gdy w większym stopniu kształtuje znaki, niż formuje materię, to takie społeczeństwo działa w sferze kultury — i czyni to za pomocą środków przemysłowych”².

Kultura współczesna doby globalizacji akcentuje wszechogarniający wpływ technologii informacyjnej i mediów na niemal wszystkie dziedziny ludzkiego życia. Zmiany, jakie zaszły od początku XX wieku po czasy obecne związane z rewolucją elektroniczną, dały niewątpliwie początek do powiązania całej planety w jedną całość — społeczeństwo planetarne³. Analiza procesów zachodzących we współczesnej kulturze jest w znacznym stopniu zdominowana przez obrazy oferowane ze strony mediów, które w delikatny sposób kształtują między innymi nasz stosunek do innych ludzi, nasze pomysły, ideały, preferowany styl życia. Ów współczesny rozwój w szeroko pojętej dziedzinie informacji sprawia, że relacje między kulturami nie mają już charakteru jednostkowego, lokalnego, ale za pomocą nowych mediów istnieje możliwość uczestniczenia w wielu kulturach. Zwiększającemu się zakresowi kultury masowej i związanych z nią środków masowego przekazu towarzyszy wizja zagrożenia powiązana z wytwarzaniem się „monokulturowego, konsumpcyjnego społeczeństwa”, za punkt wyjścia którego przyjmuje się konkretne i świadome doświadczenie przeciętnego konsumenta, jego interpretację procesu, w jakim uczestniczy.

² F. Mayor, *Przyszłość świata*, we współpracy z J. Bindem, tytuł oryginału franc. *Un monde nouveau*, przeł. J. Wolf, A. Janik, W. Rabczuk, Wydawnictwo Fundacja Studiów i Badań Edukacyjnych, Warszawa 2001, s. 302.

³ Zob. W. J. Burszta, W. Kuligowski, *Dlaczego kościotrup nie wstaje. Ponowoczesne pejzaże kultury*, Wydawnictwo Sic!, Warszawa 1999, s. 61.

Konsumpcja pełni swoistego rodzaju funkcję społecznego języka, podtrzymującą wewnątrzspołeczną komunikację, integrację grupową, a także skuteczną kontrolę nad jednostkami, dlatego należy podkreślić, iż „przy pomocy konsumpcji opartej na społecznych czynnikach dyscyplinujących — takich jak np. kredyt — dokonuje się proces podporządkowania wszystkich sfer życia społecznego zasadom «racjonalnej i dyscyplinarnej etyki», wcześniej obowiązującym tylko w sferze produkcji”⁴. Wydaje się, że konsumpcjonizm stanowi współcześnie najbardziej funkcjonalną, uniwersalną ideologię dla szeroko pojętego rynku, który doskonale radzi sobie w realiach współczesnego społeczeństwa sieciowego: „(...) członkowie takiego społeczeństwa — węzły sieci, choć dysponują pozornie większą wolnością niż atomy kryształu, są zdecydowanie mocniej, choć w coraz bardziej zakamuflowany sposób sterowane przez konsumpcję”⁵.

Oddziaływanie kultury masowej „polega nie tylko na zachęcaniu do nieustannej konsumpcji zmiennych ideałów i mód kulturalnych, ale powoduje, iż tworzy się odrębna sfera wyobraźni ludzkiej, wypełniona wyimaginowanymi światami «niby-realności», na przykład Disneyland”⁶. Rynkowa manipulacja obrazami, która dokonuje się za pomocą reklamy, sklepowych wystaw, mediów, sprawia, iż ludzkie pragnienia są ciągle przemodelowywane. Człowiek będąc otoczonym przez świat mediów i świątyn konsumpcji, bardziej zawiera „mediom niż własnemu osądowi (najpierw musi coś zobaczyć bądź usłyszeć w telewizji, aby uwierzyć, że owo coś rzeczywiście miało miejsce...). Żyjąc w kulturze *patchworkowej*, przyzwyczajają się do eklektyzmu, niespójności i przygodności otaczającego go środowiska”⁷.

Wzrastająca dostępność globalnej przestrzeni oraz współistnienie w czasie zjawisk, które są przede wszystkim zjawiskami medialnymi, sprawia, że dotychczasowe jednolite i zwarte idee dotyczące przestrzeni i czasu ulegają zniekształceniu i pomieszaniu. Międzynarodowy przepływ informacji, kapitału, kultury sprawia, że ulegają one skondensowaniu. Obecnie dawne peryferia i centra jawią się w mass mediach tak, jakby były

⁴ A. Szahaj, *Jean Baudrillard – między rozpaczą a ironią*, „Kultura Współczesna” 1994, nr 1, s. 21.

⁵ Ł. Iwasiński, *Technologia – wszechrynek – konsumpcja*, „Kultura Współczesna” 2007, nr 4, s. 187.

⁶ W. J. Burszta, *Antropologia kultury*, Wydawnictwo Zysk i S-ka, Poznań 1998, s. 161.

⁷ A. Szahaj, *Postmodernizm w kulturze współczesnej*, Wydawnictwo Wers, Bydgoszcz 2001, s. 40–41.

jedynym miejscem, do którego można dostać się bez przeszkód poprzez środki masowego przekazu. Powstaje globalna widownia skierowana do publiczności pojmowanej horyzontalnie, a nie wertykalnie. Źródłem wszelkich przemian kulturowych, społecznych czy ekonomicznych jest niewątpliwie swoistego rodzaju rewolucja informatyczna, która z jednej strony cechuje się automatyzacją, przemianami w organizacji pracy, wzrostem zatrudnienia w usługach, przemianami w środowisku człowieka i jego mentalności, z drugiej zaś jeszcze bardziej pogłębia zróżnicowanie społeczne oraz różnicuje rozwój i przemiany poszczególnych krajów, regionów, grup społecznych⁸.

Charakterystyczny dla epoki postmodernizmu proces implozji sprawia, że przekroczone zostały granice pomiędzy środkami konsumpcji a innymi dziedzinami życia społeczno-kulturowego. Sednem implozji jest „nie tylko zacieranie granic między środkami konsumpcji, ale także między prawdą a iluzją. Alternatywna rzeczywistość, jako dobro pożądane, została — co symptomatyczne dla dzisiejszego świata — utowarowiona. (...) Dziś istnieją coraz większe możliwości manipulowania, zniekształcania czy wręcz generowania rzeczywistości, a technologie cyfrowe powodują zatarcie granic między prawdą a symulacją”⁹. Fakt implozji bywa obecnie określany jako ulepszanie medium w odniesieniu do sfery czasoprzestrzennej i wykorzystany jest do stymulowania konsumpcji¹⁰.

M. Castels obserwując wpływ rewolucji informatyczno-technologicznej na kulturę, zaznacza, iż „wszelkiego rodzaju komunikaty zawarte są w medium, ponieważ stało się ono tak wszechobecne, zróżnicowane i podatne, że pochłania w jednym tekście multimedialnym całość ludzkiego doświadczenia, przeszłość, obecność i przyszłość”¹¹. Inną, także negatywną konsekwencją jest zniwelowanie przez nowe media podziału na to, co prywatne i publiczne, wewnętrzne i zewnętrzne — opozycja ta została

⁸ Zob. A. Wielowieyski, *Religie, kultury i nowi barbarzyńcy Europy*, „Więź” 1999, nr 4, s. 19.

⁹ Ł. Iwasiński, *Technologia – wszechrynek – konsumpcja*, dz. cyt., s. 169.

¹⁰ Tamże, s. 170. Iwasiński pisze, iż dzięki usprawnionym systemom zarządzania produkcją i masowej indywidualizacji możliwa staje się na skalę masową produkcja towarów nie tylko zmarkondalozowanych, ale i robionych pod indywidualnego odbiorcę.

¹¹ M. Castels, *The Information Age: Economy, Society, and Culture*, Cambridge, Blackwell Publishers, 1996, vol. 1. *The Rise of the Network Society*, s. 339. Cyt. za J. Rifkin, *Wiek dostępu. Nowa kultura hiperkapitalizmu, w której płaci się za każdą chwilę życia*, przeł. E. Kania, Wydawnictwo Dolnośląskie, Wrocław 2003, s. 178.

zawłaszczona i zniesiona, upubliczniając prywatne sfery naszego życia i sprowadzając wszystkie przestrzenie, obrazy, sceny do jednego wymiaru informacji¹². Ciągłe nagromadzanie i spiętrzanie wiadomości prowadzi do ich coraz większej schematyczności i skrótów. W sytuacji, kiedy odbiorcy różnorodnych informacji mają na to coraz mniej czasu, dziennikarze stale wycinają i skracają.

W otaczającej nas gęstej sieci informacji zaczyna brakować jakiegoś mechanizmu sortującego, jakichś kryteriów, które pozwalałyby odróżnić informacje potrzebne od zbędnych, wiedzę od szumu. Innymi słowy, jak pisze T. Eriksen: „(...) kiedy coraz większe ilości informacji rozprowadzane są z coraz większą szybkością, coraz trudniej jest też tworzyć spójne narracje, porządki, sekwencje rozwoju. Grozi nastanie hegemonii fragmentów. Znajduje to odbicie w naszym stosunku do wiedzy, pracy i stylu życia w najszerszym sensie. Przyczyna i skutek, wewnętrzny organiczny wzrost, dojrzałość i doświadczenie — te i podobne kategorie znajdują się w takiej sytuacji pod silną presją”¹³.

To właśnie media stały się współcześnie częścią „rytmu ludzkiego życia, niezbywalną częścią kultury — jako środek komunikacji, symbol nowoczesności i transformacji, a także jako źródło zachowań”¹⁴. Kultura ta ma charakter „meta”, gdyż — jak podkreśla W. Burszta — „wytwarza odrębny świat wyobrażony, pewną totalność ekspresywną, symultaniczność tekstów w dziesiątkach różnych mediów, rozmaite języki, odmienne sytuacje społeczne”¹⁵. Coraz więcej przekazów osobistych odbywa się za pomocą nowych mediów, które są niezbędne do tego, by funkcjonować we współczesnym, okablowanym świecie. Dostęp do szeroko pojętej kultury, kontakty z innymi ludźmi, działalność społeczno-gospodarcza mogą być realizowane w znacznym stopniu dzięki produktom rewolucji cyfrowej. Mimo iż „cyberprzestrzeń nie jest miejscem w tradycyjnym znaczeniu, stanowi społeczną arenę, na której miliony ludzi spotykają się ze sobą i rozmawiają. Duża część przyszłego życia cywilizowanego człowieka będzie toczyć się w elektronicznych światach”¹⁶.

¹² Zob. M. P. Markowski, *Krótką encyklopedia postmodernizmu*, dz. cyt., s. 92.

¹³ T. H. Eriksen, *Tyrania chwili. Szybko i wolno płynący czas w erze informacji*, przeł. G. Sokół, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 2003,

¹⁴ W. J. Burszta, *Świat jako więzienie kultury. Pomyślenia*, PIW, Warszawa 2008, s. 120.

¹⁵ Tamże.

¹⁶ J. Rifkin, *Wiek dostępu*, dz. cyt., s. 248.

Elektroniczne przekaźniki komunikacyjne cieszą się ogromnym powodzeniem wśród indywidualnych konsumentów przede wszystkim dlatego, iż wyposażone są w swoistego rodzaju bezpiecznik, pozwalający w każdej chwili przerwać komunikację w sposób, który „część sieci pozbawi możliwości kontaktu zwrotnego, a więc i szansy sprawiania przykrości”¹⁷. Owo poczucie bezpieczeństwa, a nie łatwość komunikacji stanowi zasadnicze źródło sympatii do elektronicznych spotkań twarzą w twarz, a także możliwości eksperymentów z samoidentyfikacją w przestrzeni wirtualnej, pozwalającej rozpoczynać raz po raz od zera z nowymi ja, które sami wybieramy. Możliwość każdorazowego przybierania innej tożsamości Bauman określa jako grę tożsamościami karnawałowymi. Z tej perspektywy pozbycie się ciężaru starań o uznanie jest pewnie najatrakcyjniejszym walorem internetowej maskarady.

Kolejną rewelacją w grze z tożsamościami karnawałowymi jest brak lęku przed innymi, których w internetowej grze redukuje się do roli instrumentu samoaprobaty: „(...) mało pociągająca konieczność przyznania innym autonomii oryginalności oraz wyrażenia aprobaty dla ich własnych postulatów tożsamościowych, nie wspominając już o odstręczającej konieczności utrzymywania trwałych związków i zobowiązań (nieuniknione w bitwach o uznanie toczonych poza siecią), są wyeliminowane albo przynajmniej na pewien czas odłożone na bok”¹⁸. Zasadniczą ideą wydaje się być tutaj indywidualizacja przestrzeni, oznaczająca nieobecność współpartnerów i form jakiegokolwiek społecznej interakcji.

Era nowych mediów wytwarza także nowe formy bezbronności, od wirusów komputerowych począwszy po broń i destruktywne ideologie, przepływające w sposób bardziej nieskrępowany niż kiedykolwiek wcześniej. Współczesna kultura nowych mediów stwarza nową rzeczywistość, w której „stosunki pomiędzy lokalnymi i globalnymi siłami (...) pomiędzy kulturą tradycyjną i multietniczną rzeczywistością wyznaczają nowy porządek dzienny”¹⁹, ponadto owa kultura stwarza „nową sytuację egzystencjalną dla wielu ludzi, którzy mogą (albo muszą) z dnia na dzień określać się na nowo w kontekście pozbawionym stabilności i przewidywalności, gdzie mają wolność dokonywania wyborów, a zarazem nie mo-

¹⁷ Z. Bauman, *Konsumowanie życia*, przeł. M. Wyrwas-Wiśniewska, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2009, s. 116.

¹⁸ Tamże, s. 124.

¹⁹ T. H. Eriksen, *Tyrania chwili. Szybko i wolno płynący czas w erze informacji*, dz. cyt., s. 47.

gą ich nie dokonywać”²⁰. Rewolucja elektroniczna, a także zjawisko wielokulturowości ze wszystkimi ich hybrydycznymi formami, konfliktami i napięciami znajduje swój odpowiednik we fragmentarycznym, wielobarwnym i zagmatwanym świecie nowych mediów, które „odrywają kulturę od miejsca, ludzi od gotowych opowieści o tym, kim są i kim mogą zostać, pracę od miejsca pracy, konsumpcję od rutyny, edukację od standardowych wzorów, wiedzę od ustalonych modeli tego, co się za wiedzę uznaje”²¹.

Kultura nowych mediów elektronicznych bywa określana jako nieustanny proces translacji, ciągłej zmiany wcześniejszych znaczeń. W tym obszarze jednostki należące do pierwotnego przekazu modyfikowane są poprzez jedno z wielu równocześnie występujących znaczeń lub ich kombinację. Tego typu transformacji dokonuje się przede wszystkim poprzez graficzną ilustrację, wariacje tematyczne, parodię, cytowanie w nowym, wspomagającym lub podwyższającym pierwotny kontekście itp.²². W tym sensie „strategie upowszechniane przez nowe media z powodzeniem odczytać można właśnie jako «częściową transformację» i potraktować za przynależne do najszerszej rozumianych strategii translatorskich. Z tego punktu widzenia też, kultura stymulowana przez nowe media nazywana być może kulturą niedokończonych translacji. Niedokończonych, ponieważ świadomie wypełnia tylko część możliwości, otwierając miejsca dla kolejnych typów transformacji”²³.

Nowe technologie informacyjne i komunikacyjne składają się z nowych technik produkcji, dystrybucji i konsumpcji wytworów kultury. Niejednokrotnie zmieniają sposób oraz zakres ekspresji możliwych i dostępnych dla użytkowników, tym bardziej iż „nie dopracowaliśmy się jeszcze zasad przekładu, które pozwoliłyby naszej wrażliwości płynnie dostrajać się do hybrydycznej po wielokroć rzeczywistości wytwarzanej przez nowe media”²⁴. Zagadnienie hybrydyzacji jako kategorii opisowej pojawia się najczęściej w odniesieniu do języka nowych mediów będącego swoistą krzyżówką różnorodnych kryteriów, jak chociażby fabularnych czy obrazowo-muzycznych. Ponadto tzw. sztuka lekka, łatwa i przyjemna wkracza w obszar sztuki poważnej, a reklama w narrację filmową.

²⁰ Tamże.

²¹ Tamże, s. 49.

²² Zob. E. Rewers, *Nowe media – kultura niedokończonych translacji*, „Kultura Współczesna” 1998, nr 1, s. 48–51.

²³ Tamże, s. 49.

²⁴ Tamże, s. 51.

Podstawy techniczne hybrydyzacji przekazów medialnych (zwłaszcza telewizji) stwarzają, zdaniem E. Rewers, odejście od „koncepcji następowania po sobie zamkniętych jednostek programowych na rzecz nieprzerwanego strumienia informacji, złożonego z segmentów przypominających raczej jednostki informacji w przekazie komputerowym niż tradycyjną narrację i rządzące nią reguły gatunkowe”²⁵. Tendencja do skracania form, zbliżenie czasu telewizyjnego do czasu codziennej egzystencji, nieuchronna fragmentaryzacja otwierają drogę do nieograniczonej hybrydyzacji. Swoiste zapośredniczenie w medialnej enkulturacji sprawia, iż uczymy się być w świecie odbieranym przez nasze zmysły dzięki przekazom medialnym. Mniej istotne wydają się zatem różnice między „filmem, telewizją a RW, jako że wszystkie te dziedziny tworzą realne bądź symulowane środowisko, w którym uczestnik doświadcza teleobecności — bycia «tam», bycia «na odległość»”²⁶. Nowe media widziane są często jako taki rodzaj wypowiedzania, który jest zdolny antycypować nowe perspektywy rozwiązania w stosunku do problemów dotyczących rzeczywistości społeczno-kulturowej i wirtualnej.

Wszystkie obszary kultury dzisiejszej i wczorajszej są w znacznym stopniu zapośredniczone przez technologię cyfrową i nowe media. Pozwala to na prezentację nowych obszarów, poszerzanie horyzontów poprzez udostępnienie przestrzeni niegdyś nieosiągalnych, przyspieszenie komunikacji. Należy jednak przy tym pamiętać, że komunikowanie się musi „mieć pewien etos wspólnoty, pewien poziom współodczuwania. Etos ten jest odczuwany jako wartość niezależna od wynikających z niej pożytków. (...) W istocie rzeczy daje tu o sobie znać w sposób ukryty fakt, że ów etos stanowi sytuację bazową, warunek konieczny na to, aby mogły być

²⁵ Tamże, s. 46.

²⁶ W. J. Burszta, W. Kuligowski, *Dlaczego kościotrup nie wstaje*, dz. cyt., s. 74. Skrót RW oznacza rzeczywistość wirtualną, analogicznie do angielskiego skrótu VR (*virtual reality*). Pojęcie to, najogólniej ujmując, odnosi się do kultury współczesnej, wszechwładzy mediów, a także nowych technologii i związanych z nią możliwości rozwoju. Jak zaznaczają autorzy, „różnica, jaka pojawia się, gdy skonfrontujemy tradycyjne media elektroniczne z RW, polega jedynie na tym, że w tym ostatnim wypadku gra idzie o całkowite zanurzenie się w świat wirtualny, o zatracenie ograniczeń własnej cielesności oraz odczuwanie barier czasowo-przestrzennych”. Tamże.

w ogóle pomyślane jakiegokolwiek inne ideały kultury”²⁷. Poddając krytycznej analizie zjawisko nowych mediów, trzeba podkreślić, iż owe nowe media to nie tylko technologia, maszyna będąca narzędziem kreacji, ale także jej kulturowe konsekwencje. Można zauważyć, iż współczesna rzeczywistość zaczyna kryć się przed nami pod maską ekranów i wirtualności.

W konsekwencji nowe media prowadzą do radykalnej zmiany w postrzeganiu miejsc, czasu czy też wymiarów ludzkiej egzystencji. Swoistego rodzaju wizualne *collage* prowadzą do zastępowania przestrzeni miejsc przestrzeniami przepływów. Z kolei czas „zostaje wyrugowany w tym nowym systemie komunikacji, w którym przeszłość, teraźniejszość i przyszłość mogą zostać zaprogramowane w taki sposób, by wejść ze sobą w interakcję w przypadku tej samej wiadomości”²⁸. Kultura współczesna z coraz bardziej rozwiniętymi systemami informacyjnymi i przy udziale nowych mediów sprawia, iż mamy do czynienia z powstawaniem swoistych nowych przestrzeni i form porozumiewania się oraz interakcji. Wydaje się, że obecny udział mediów w zachodzących procesach mieszania się kultur, określanym jako procesy „kreolizacji (czy hybrydyzacji, synkretyzmu, kulturowego *metissage* itd.), znajduje objaśnienie w odwołaniu do całościowej koncepcji kultury, łączącej perspektywę komunikacyjną ze świadomością konieczności przemyślenia zagadnienia skali i relacyjności zjawisk społecznych”²⁹.

Zachodzące procesy coraz silniej wskazują na potrzebę nowej kultury symulacji i obrazu. Jest to tym bardziej istotna kwestia, iż kultura wskutek szybkich przemian i rozwoju sieci stała się „prawdziwym *lingua franca*. Polityki kulturalne przyszłości powinny przyczyniać się do rewitalizacji autonomicznej działalności kulturalnej, indywidualnej i zbiorowej, aby cywilizacja wirtualna nie doprowadziła do rozpowszechnienia się społeczeństwa symulacji, opartego na hiperkonsumpcji standardowych

²⁷ M. Czerwiński, *Kompetencja kulturowa a uczestnictwo w kulturze*, „Kultura Współczesna” 1994, nr 1, s. 34. M. Czerwiński podkreśla ponadto, iż „efektywność komunikacyjna polega na możliwości udzielania sobie wzajem impulsów do jakichś zachowań. (...) Etosy partykularne ujawniające się w rozmaitych segmentach — jak narodowe, wyznaniowe czy zawodowe — zawiodą w obliczu nowych konieczności. Coraz bardziej niezbędne staje się porozumiewanie się, które w samej swej metodzie zakłada obecność tego co inne, obce”. Tamże.

²⁸ M. Kempny, *Socjologia ponowoczesnych form społecznych – wspólnoty i kultury „bez korzeni”*, czyli o tym, jak próbuje się uchwycić naturę relacji społecznych w świecie ruchu i mieszania się, „Kultura i Społeczeństwo”, 2006, nr 1–2, rok I, s. 31.

²⁹ Tamże, s. 32.

produktów kultury. Każda istota ludzka jest *niepowtarzalna* w każdym momencie swego istnienia³⁰. Cyberprzestrzeń, którą tworzymy, nie jest poza codzienną rzeczywistością, jest obecna w świecie, dlatego też naszym wyzwaniem jest działanie przy użyciu takiego medium, które pozwoli na zbliżenie się różnych kultur, a nie przeciwstawianie ich sobie.

Trzeba zadbać o to, aby dostęp do nowych mediów, nowych infrastruktur informacyjnych stał się łatwiejszy dzięki odpowiedniej polityce zarówno na poziomie lokalnym, jak i globalnym. Wykluczenie kulturowe stanowi bowiem „jedną z największych plag, którą trzeba będzie zwalczać w ciągu najbliższych dziesięcioleci, ponieważ tego rodzaju zjawisko może przy naszej bierności doprowadzić do deprywacji kulturowej oraz tragicznego nasilenia się kultury przemocy i agresji”³¹.

BIBLIOGRAFIA

- [1] Bauman Z., *Konsumowanie życia*, przeł. M. Wyrwas-Wiśniewska, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2009.
- [2] Burszta W. J., „*Antropologia kultury*”, Wydawnictwo Zysk i S-ka, Poznań 1998.
- [3] Burszta W. J., Kuligowski W., *Dlaczego kościotrup nie wstaje. Pownoczesne pejzaże kultury*, Wydawnictwo Sic!, Warszawa 1999.
- [4] Burszta W. J., *Świat jako więzienie kultury. Pomyślenia*, PIW, Warszawa 2008.
- [5] Czerwiński M., *Kompetencja kulturowa a uczestnictwo w kulturze*, „Kultura Współczesna” 1994, nr 1.
- [6] Eriksen T. H., *Tyrania chwili. Szybko i wolno płynący czas w erze informacji*, przeł. G. Sokół, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 2003.

³⁰ F. Mayor, *Przyszłość świata*, przeł. W. Rabczuk, dz. cyt., s. 304.

³¹ Tamże, s. 313. Postępujący rozwój nowych mediów, nowych technologii prowadzi do „wspomagania transnarodowego kapitalizmu, nomadycznego, zdolnego do wykorzystania w realnym czasie różnic w ustawodawstwie i produktywności między «regionami a światem». Technologie te zmierzają na płaszczyźnie ekonomicznej do zastąpienia państw narodów, których władza uległa erozji. Globalizacja sieci i stałe obniżanie kosztów transportu i komunikowania idzie w parze z dekompozycją stref regionalnych oraz fragmentacją narodów oraz umożliwia wirtualne i efemeryczne rekonstrukcje przez planetarne — na podobieństwo elektrycznych — zwarcia przestrzeni światowej”. Tamże, s. 315.

- [7] Iwasiński Ł., *Technologia – wszechrynek – konsumpcja*, „Kultura Współczesna” 2007, nr 4.
- [8] Kempny M., *Socjologia ponowoczesnych form społecznych – wspólnoty i kultury „bez korzeni”*, czyli o tym, jak próbuje się uchwycić naturę relacji społecznych w świecie ruchu i mieszania się, „Kultura i Społeczeństwo” 2006, nr 1–2, rok I.
- [9] Mayor F., *Przyszłość świata*, we współpracy z J. Bindem, tytuł oryginału franc. *Un monde nouveau*, przeł. J. Wolf, A. Janik, W. Rabczuk, Wydawnictwo Fundacja Studiów i Badań Edukacyjnych, Warszawa 2001.
- [10] Potocka M. A., *To tylko sztuka*, Wydawnictwo Aletheia, Warszawa 2008.
- [11] Rewers E., *Nowe media – kultura niedokończonej translacji*, „Kultura Współczesna” 1998, nr 1.
- [12] Rifkin J., *Wiek dostępu. Nowa kultura hiperkapitalizmu, w której płaci się za każdą chwilę życia*, przeł. E. Kania, Wydawnictwo Dolnośląskie, Wrocław 2003.
- [13] Szahaj A., *Jean Baudrillard – między rozpaczą a ironią*, „Kultura Współczesna” 1994, nr 1.
- [14] Szahaj A., *Postmodernizm w kulturze współczesnej*, Wydawnictwo Wers, Bydgoszcz 2001.
- [15] Wielowieyski A., *Religie, kultury i nowi barbarzyńcy Europy*, „Więź” 1999, nr 4.

STATUS OF NEW MEDIA IN CONTEMPORARY CULTURE

ABSTRACT

In our times, so-called “new media” is characterized by immediate availability, multiple of “worlds”, generality. Informations and images which are offer by media are generally affect on our relationship to other people, our ideas, ideals, favoured lifestyle. New media are changing the perception of places, time and dimensions of human existence. It’s necessary to emphasize, that the present culture with more developed information systems and with the

use of new media, cause, that it arise the new expanses, communicating forms and interaction.

Keywords:

new media, new technologies, mass culture, consumption, simulation.