

Recenzja - "Język nowych mediów"

Data publikacji artykułu: 26 lipca 2006

Autor: Greg K1ler

Mówisz o sobie: „Jestem Polakiem, Europejczykiem. Wędkarzem, inżynierem, sprzedawcą”. Jak często jednak jesteś w stanie przyznać i powiedzieć otwarcie: „Jestem obywatelem sieci”? Społeczeństwo i kultura ewoluują, wypadaloby przed tymi słowami już postawić przedrostek cyber. Dzieje się to tak szybko, że przeciętny człowiek nawet tego nie zauważa. Są jednak osoby, które wnikają w istotę rzeczy. Dla nich czas płynie wolniej, dzięki czemu dostrzegają zmiany w naszym otoczeniu. Jedną z takich osób jest Lev Manovich. Swoje przemyślenia i obserwacje przelał na karty książki „Język nowych mediów”.

Jest to pozycja niezwykle wyczerpująca temat, a już na pewno dla takiego kogoś jak ja, kto traktuje to jako ciekawostkę. Na prawie pięciuset stronach autor rozprawia się z wszelkimi nowymi mediami, takimi jak internet (jak już się przyjęło, piszę z małej litery), interaktywne gry komputerowe, rzeczywistość wirtualna czy kino. Szczegółowo opisuje cechy każdego z tych środków przekazu, porównuje je do wcześniejszych dokonania ludzkości, pokazuje wady i zalety. Próbuje trochę wybiegać w przyszłość, ale raczej koncentruje się na „tu i teraz”. Chce dokładnie poznać mechanizm ewolucji i bardzo żałuje, że nie było podobnych do niego kilkadziesiąt lat wcześniej. Powstała przez to luka w opisie zagadnienia, której nie sposób wypełnić.

Media mówią do swojego odbiorcy wieloma językami albo, jak kto woli, jednym niezwykle barwnym. I to właśnie clue całej książki. Interfejsy użytkownik-komputer, człowiek-maszyna, użytkownik-program komputerowy. Bazy danych, nawigacja. Ogniwo łączące dane medium z odbiorcą odpowiada za całokształt współpracy, za to czy przekaz zostanie odebrany, przyswojony i zapamiętany. Ewentualnie czy się spodoba i pozwoli powrócić do danego nadawcy w przyszłości. Ciekawe dla twórców, gdyż mogą uzmysłowić sobie, które elementy są ważne i należy je wykorzystać, a dla prostych adresatów, jako że mogą przejrzeć nieczne sztuczki tych pierwszych. Tak czy inaczej obydwie strony mogą myśleć, że przechytrzyły tę po drugiej stronie barykady.

Książka jest odrobinę zbyt długa, na pewno bogata merytorycznie, ale w pewnym miejscu zaczyna się nudzić. Z okładki można wyczytać nazwiska polecających ją osób, profesorów od wiedzy o mediach oraz kultury i komunikowania. Prawda jest jednak taka, że to raczej pozycja dla studentów i powinna być traktowana jako podręcznik. Niewiele tu śmiałych dygresji i lania wody, którego w książce popularnonaukowej powinno jednak trochę być. Werdykt: tak, ale dla ludzi z branży, adeptów dziennikarstwa i pasjonatów. Innych może zwyczajnie uśpić. Ja uczucia mam mieszane.