

Antropologia nowych mediów

WYKŁAD 4

dr Krzysztof Gajewski
Instytut Badań Literackich
Polskiej Akademii Nauk

18 maja 2012

1 Schemat krytyki medium

Platońska krytyka pisma

1. pismo jest nieludzkie, ustanawia poza umysłem coś, co powinno być w umyśle
2. tekst pisany nie reaguje, nie może bronić swych racji, ale i nie słucha krytyki
3. pismo niszczy pamięć

Współczesna krytyka mediów elektronicznych

1. są sztucznymi urządzeniami obcymi światu ludzkiemu
2. „śmiecie do, śmiecie z”; „Komputer to niesłuchanie sprawny idiota” (H. Steinhaus)
3. Kalkulatory osłabiają umysł, doprowadzają do zaniku zdolności liczenia

Podobne zarzuty stawiano technologii druku (wielka ilość książek uczyni ludzi mniej chętnymi do ich studiowania).

Słaby punkt: krytyka nowego medium wyrażana jest przy pomocy tego medium.

2 Kult amatora

Web 2.0 Wikipedia, MySpace, YouTube, blogosfera, Second Life

1. Utrata zaufania do informacji: staje się ona błaha, niewiarygodna, służy manipulacji

- (a) Nieskończona ilość małp stukających w klawiaturę maszyny do pisania (np. Google odzwierciela mądrość tłumu, mówi nam to, co już wiemy, prawdziwe jest to, co jest popularne)
 - (b) Web 2.0 wykorzystywany jest do kryptoreklamy i ukrytej propagandy (virale, opłacani blogerzy, youtubizacja polityki, możliwość łatwego zniesławienia i oszczerstwa, pacynki znanych dziennikarzy, lonelygirl15)
 - (c) Wikipedia: obniżenie wiarygodności i wartości przekazywanych treści, czytamy teksty pisane przez amatorów a nie przez zawodowców
 - „Tym, co definiuje najdoskonalsze umysły, (...) jest ich zdolność wybicia się ponad mądrość tłumu i dominującą opinię publiczną”
 - (d) Dziennikarstwo obywatelskie, blogerzy: zamiast profesjonalnej pracy czytamy informacje błahe, niezweryfikowane i niezredagowane
 - (e) Zatarcie granicy między informacją i reklamą (reklama kontekstowa, viral, *product placement*)
2. Nadmiar informacji
- (a) Długi ogon (Chris Anderson) — zalew produkcji amatorskiej sztuki śmieciowej
 - (b) *Selfpublishing*: skutkiem jest nieskończenie zdefragmentowana kultura, w której jesteśmy zagubieni i nie wiemy na czym skupić uwagę
3. Informacja niskiej jakości wypiera informację wysokiej jakości
- (a) Kopiuj-wklej: plaga kradzieży cudzej własności intelektualnej
 - (b) Wikipedia jest popularniejsza niż Britannica i przyczyniła się do spadku jej popularności
 - (c) Konkurs na reklamę stworzoną przez internautów: korporacje oszczędzają pieniądze na nieopłacanej pracy amatorów, co spowalnia gospodarkę
 - (d) Spam blogi (splogi) i flogi (fałszywe blogi pisane przez opłacanych blogerów) — rewers: fałszywe kliknięcia (*clickjacking*, *clickbots*, fb: *likejacking*)
 - (e) Upadek dotychczasowych obiegów kultury (zamykane księgarnie i sklepy muzyczne; bezpłatne ściąganie muzyki i filmów uniemożliwia finansowanie nowych dzieł; malejące nakłady gazet)
4. Konsekwencje moralne
- (a) Internet umożliwia rozwój hazardu i pornografii na nieznaną dotychczas skalę
 - (b) Internetowy ekshibicjonizm i voyeryzm (blogi, serwisy społecznościowe)

Andrew Keen, *Kult amatora. Jak internet niszczy kulturę* (2007)

3 Kultura konwergencji

„Era dotcomów się skończyła. Z jej prochów narodziła się era sieci społecznych i mobilnych mediów” (Henry Jenkins, Kultura konwergencji)

Konwergencja mediów zintegrowanie wielu technologii medialnych w jeden proces lub przedmiot (telefon to również zegarek, odtwarzacz muzyki, aparat fotograficzny, album zdjęć, dyktafon, GPS, przeglądarka internetowa)

1. Konwergencja odgórna — napędzana przez producentów
2. Konwergencja oddolna — napędzana przez konsumentów

Kultura uczestnictwa a pasywna postawa konsumentów

Zbiorowa inteligencja *reality tv*

1. spojlowanie programu Robinsonowie, Amerykański idol,
2. ekonomia afektywna, *lovetags*, wspólnota marki, przekaz marki
Coca-cola postrzega siebie nie jako producenta napojów, lecz raczej przedsiębiorstwo rozrywkowe, aktywnie tworzące i sponsorujące imprezy sportowe, koncerty, filmy i seriale telewizyjne
3. pstrykacze (zapping), widzowie lojalni i przypadkowi: kompozycja programów jest przystosowana do zappingu, choć serializacja sprzyja postawie widza lojalnego

Opowiadanie transmedialne *Matrix*

1. Umberto Eco o „Casablance” Michaela Curtiza
 - (a) Kultowe dzieło sztuki tworzy
całkowicie ukształtowane uniwersum, tak by fani mogli cytować epizody i rozmawiać o postaciach, jakby były one częścią ich prywatnego sekciarskiego świata
 - (b) Film kultowy jest stworzony po to, by go cytować
powinna istnieć możliwość rozbicia go na części, przemieszania ich tak, by pamiętano tylko fragmenty, zapominając o ich odniesieniu do całości
2. Opowiadanie synergiczne — film fabularny, gra wideo, serial animowany (rozumienie przyłączeniowe)

Kultury fanowskie — *fan fiction*

1. *Gwiezdne wojny* — fanowskie kino cyfrowe

2. *Harry Potter* — literatura fanowska, beta-czytanie i beta-czytelnicy

W przeszłości młodzi artyści uczyli się od uznanych mistrzów, czasem wnosili swój wkład w pracę swojego mentora, często naśladowując jego dzieła, zanim rozwinęli własny styl i technikę

Kultura konwergencji w życiu politycznym

1. Photoshop dla demokracji — nowe media zachęcają młodych ludzi do uczestnictwa w życiu politycznym
2. Zabawa w politykę w Alphaville — wybory w *The Sims*

Henry Jenkins, *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów* (2006)

Literatura

- [1] Henry Jenkins, *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, przeł. M. Bernatowicz, M. Filiciak, Warszawa 2007.
- [2] Andrew Keen, *Kult amatora. Jak internet niszczy kulturę*, przeł. M. Bernatowicz, K. Topolska-Ghariani, Warszawa 2005.
- [3] Walter Jackson Ong, *Pismo a ewolucja świadomości*, w: jego, *Osoba, świadomość, komunikacja*, przeł. J. Japola, Warszawa 2009.