

# Antropologia mediów

## Wykład V, semestr II

Krzysztof Gajewski  
Instytut Komunikacji Specjalistycznej i Interkulturowej  
Uniwersytet Warszawski

Warszawa, 31 marca 2022

### Spis treści

<b>1</b>	<b>Treść tworzona przez użytkownika</b>	<b>2</b>
1.1	User Generated Content (UGC) aka. User Created Content (UCC) . . . . .	2
1.2	Kulturowy i społeczny wpływ UGC . . . . .	2
1.3	Problemy UGC . . . . .	2
<b>2</b>	<b>Nowe "nowe media"</b>	<b>2</b>
2.1	Przykłady . . . . .	2
2.2	Charakterystyka . . . . .	3
<b>3</b>	<b>Literatura</b>	<b>3</b>

# 1 Treść tworzona przez użytkownika

Sacha Wunsch-Vincent, Graham Vickery, Participative Web: User-Created Content, OECD Report 2007:

## 1.1 User Generated Content (UGC) aka. User Created Content (UCC)

1. udostępniane publicznie w Internecie
2. odzwierciedlające pewną ilość twórczego wysiłku
3. tworzone poza praktykami zawodowymi

## 1.2 Kulturowy i społeczny wpływ UGC

- wzrost dostępności i bardziej zróżnicowany wachlarz treści kulturowych pozwala na trafienie do odbiorców niszowych
- platforma wzbogacająca debaty polityczne i społeczne, różnorodność opinii, swobodny przepływ informacji
- przejrzystość, funkcja monitorująca (watchdog, citizen journalism)

## 1.3 Problemy UGC

- pogłębienie podziału cyfrowego
- fragmentacja kulturowa (cultural fragmentation)
- jakość treści
- bezpieczeństwo i prywatność

# 2 Nowe "nowe media"

Paul Levinson, Nowe nowe media, Boston, 2009

## 2.1 Przykłady

- Blogi
- YouTube
- Wikipedia
- Digg

- MySpace
- Facebook
- Twitter
- Second Life
- podcasty

## **2.2 Charakterystyka**

- Każdy konsument jest producentem
- Autentyczność będąca skutkiem braku profesjonalizmu
- Samodzielnie wybierasz medium
- Nie płacisz, ale dostajesz
- Jeśli coś jest za darmo, to ty jesteś produktem

## **3 Literatura**

1. Tim O'Reilly, What Is Web 2.0 Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software, 2005 <http://www.oreilly.com/pub/a//web2/archive/what-is-web-20.html>
2. Sacha Wunsch-Vincent, Graham Vickery, Participative Web: User-Created Content, OECD Report 2007.