

Wstęp do teorii mediów

Wykład III

Krzysztof Gajewski

Instytut Komunikacji Specjalistycznej i Interkulturowej Uniwersytet Warszawski

Warszawa, 10 marca 2022

Spis treści

1	Harold Innis i nachylenie komunikacyjne	2
1.1	Media a czas i przestrzeń	2
1.2	Nachylenie komunikacyjne cywilizacji i okresu	2
1.3	Nachylenie komunikacyjne a nowe medium	2
2	Marshall McLuhan: przekaźniki gorące i chłodne	2
2.1	Ucho i oko	2
2.2	Definicje	3
2.3	Przykłady	3
3	Wtórna oralność i globalna wioska	3
4	Literatura	4

1 Harold Innis i nachylenie komunikacyjne

1.1 Media a czas i przestrzeń

Harold Innis (1894 – 1952):

Środki komunikacji mają istotny wpływ na szerzenie wiedzy w przestrzeni i czasie, a ocena tego wpływu w konkretnym kontekście kulturowym wymaga określenia właściwości danego medium. Właściwości te mogą predysponować medium do szerzenia wiedzy **raczej w czasie niż w przestrzeni**, zwłaszcza jeśli jest ono środkiem **ciężkim, trwałym i nieprzystosowanym do transportu**, albo też odwrotnie, raczej w przestrzeni niż w czasie, jeśli jest **lekkie i łatwe w transporcie**

1.2 Nachylenie komunikacyjne cywilizacji i okresu

Względny nacisk na czas lub przestrzeń implikuje ukierunkowanie wpływu danego medium na kulturę, w której jest osadzone. Podejmując badania tego wpływu, zmuszeni jesteśmy uchwycić nachylenie komunikacyjnej okresu, w którym sami żyjemy i pracujemy. (...) **Nachylenie cywilizacji nowoczesnej, związane z gazetą i radiem**, wykształca pewną perspektywę, która ujawnia się w zestawieniu z cywilizacjami zdominowanymi przez inne media

1.3 Nachylenie komunikacyjne a nowe medium

”Używanie przez dłuższy czas jakiegoś środka komunikacji określa w pewnej mierze kształt przekazywanej wiedzy, a gdy jego oddziaływanie staje się dominujące, prowadzi w końcu do stworzenia cywilizacji, która z upływem czasu z coraz większym trudem zachowuje żywotność i elastyczność, aż pojawi się **nowe medium**, o nowych możliwościach, które da początek nowej cywilizacji

- Benedict Anderson, wspólnoty wyobrażone: druk doprowadził do rozwoju literatur narodowych i powstania nacjonalizmu

2 Marshall McLuhan: przekaźniki gorące i chłodne

2.1 Ucho i oko

Marshall McLuhan (1911-1980) w *Zrozumieć media* pisze o:

- gorącym uchu i zimnym oku: „Ucho jest nadwrażliwe. Oko jest zimne i obojętne”
- „Interioryzacja techniki alfabetu fonetycznego przenosi człowieka z magicznego świata ucha do neutralnego świata wizji”

- zimnej telewizji: „Widz musi uzupełnić to, o czym jedynie napomknięto w mozaikowym kobiercu punkcików”

2.2 Definicje

Marshall McLuhan: przekaźniki chłodne i gorące (*hot i cool media*)

Medium gorące

- nie wymaga zaangażowania ze strony użytkownika
- przedłuża pojedynczy zmysł z „wysoką rozdzielczością”, z silnym nasyceniem informacjami.
- ma charakter mechaniczny, jednolity, powtarzający się

Medium chłodne

- zmusza odbiorcę do zaangażowania i kooperacji

2.3 Przykłady

Media, techniki, kultury	
Gorące (hot)	chłodne (cool)
radio	telefon
film (kino)	telewizja
fotografia	film rysunkowy (komiks)
alfabet fonetyczny	hieroglify, ideogramy
druk (gazeta)	pismo
topór stalowy	topór kamienny
USA	„kraje zacofane”
„mieszczuch”	„wieśniak”
epoka mechanizacji	epoka telewizji
walc	twist
jazz klasyczny	cool jazz
pisanie metodami, zestawami	pisanie aforyzmami
transmisja koncertu	transmisja próby koncertu
hipnoza	halucynacja
brak poczucia humoru	figiel, dowcip, psikus

3 Wtórna oralność i globalna wioska

- wtórna oralność: „Nowa elektroniczna współzależność ponownie tworzy świat w postaci globalnej wioski”

4 Literatura

1. Harold Innis, Nachylenie komunikacyjne, przeł. A. Melon-Regulska, w: G. Godlewski (red.), "Communicare. Almanach Antropologiczny. Temat: Oralność/piśmienność", Warszawa 2007.
2. Marshall McLuhan, Zrozumieć media. Przedłużenia człowieka, przeł. Natalia Szczuka, Wydawnictwa Naukowo-Techniczne, Warszawa 2004.
3. Marshall McLuhan, Quentin Fiore, The Medium Is the Message: An Inventory of Effects, Penguin Books, Londyn 1967.