

Antropologia nowych mediów

WYKŁAD 6

dr Krzysztof Gajewski
Instytut Badań Literackich
Polskiej Akademii Nauk

1 Wiek dostępu

WŁASNOŚĆ	DOSTĘP
rynek	sieć
kupujący-sprzedający	dostawcy-użytkownicy
społeczeństwo industrialne	społeczeństwo informacyjne

1. Gwałtowne tempo zmian technologicznych
 - (a) Cykl życia produktów się skraca — nowy model Chryslera: lata 70. - co 5 lat, teraz - 2 lata
 - (b) Hewlett-Packard: większość dochodu generują produkty młodsze niż rok
 - (c) Browar Miller — 90% dochodów z gatunków młodszych niż 2 lata(Por. Prawo Moore'a (twórca Intela) — moc procesorów podwaja się co 18 miesięcy)
2. Konsument nie nadąża z poznaniem danej technologii przed pojawieniem się jej ulepszonej wersji
3. Organizacja hierarchiczna sprawdza się najlepiej w okresach stabilności; kiedyś firma kapitalistyczna była **klubem**, teraz jest **siecią**
4. Wzorem dla każdego biznesu jest showbiznes, który opiera się na współdziałaniu w celu realizacji konkretnych projektów (produkcja filmowa)

5. Zasady gospodarki sieciowej

- (a) Outsourcing jest religią
 - i. Używaj, nie posiadaj (leasing);
 - ii. Outsourcing pozwala osłabić związki zawodowe
 - iii. Handluje się pomysłami i obrazami, a ich fizyczne ucieleśnienie jest coraz mniej istotne; (Nike nie posiada fabryk, sprzętu ani nieruchomości)
- (b) Franczyza
 - i. dzielenie się działalnością gospodarczą: (McDonald odkrywa, że więcej można zarobić sprzedając kioski z hamburgerami niż hamburgery)
 - ii. nabywca licencji nie kupuje biznesu, ale czasowy do niego dostęp (Monsato wynajmuje rolnikowi ziarna, daje czasowy dostęp — likwidacja powszechnej własności ziarna siewnego)
- (c) Komercjalizacja stosunków międzyludzkich
 - i. Nie chodzi o sprzedaż danego produktu jak największej ilości klientów, ale jak największej ilości produktów jednemu klientowi (groupon)
 - ii. Długoterminowe relacje komercyjne (wartość czasu życia (*lifetime value*) klienta)
 - iii. Wspólnoty wokół marki (kluby klientów)
- (d) Handel doznaniem
 - i. Turystyka (Thomas Cook — twórca pierwszego biura podróży) — sprzedaż doznań produkowanych przez wykreowaną do tego celu infrastrukturę
 - ii. Galeria handlowa to
 - A. miejsce płatnego dostępu do przeżycia wszelkiego rodzaju wrażeń
 - B. „teatr z wyszukaną scenografią, gdzie odbywa się dramat konsumpcji”
- (e) Przemysł dóbr kultury (Adorno, Horkheimer)
 - i. Kultura konsumentów (lata 20.) — nadanie produktom komercyjnym sensu kulturowego (Firma Nike nie sprzedaje butów, ale obraz świata z nimi kojarzony)
 - ii. Marketing trendów kontrkulturowych — ochrona środowiska, feminizm, sprawiedliwość społeczna (Coca-Cola i łańcuch ludzkich rąk)

Jeremy Rifkin, *Wiek dostępu. Nowa kultura hiperkapitalizmu, w której płaci się za każdą chwilę życia* (2000)

2 Precesja symulaków

Jean Baudrillard:

Zdesocjalizowany bądź potencjalnie aspołeczny jest ten, kto jest w niewystarczającym stopniu podatny na działanie środków przekazu (Baudrillard, *Precesja symulaków*, s. 102)

- Metafora mapy u Borgesa: mapa = terytorium (*O ścisłości w nauce*, w: *Powszechna historia nikczemności*)
- Baudrillard: mapa poprzedza terytorium
- Walka o obrazy: ikonolatrzy vs. ikonokłaści
- Fazy obrazu. Obraz
 1. jest odbiciem głębszej rzeczywistości (obraz sakralny)
 2. przysłania i wynaturza głębszą rzeczywistość (czary)
 3. przesłania brak głębszej rzeczywistości (magia)
 4. nie ma związku z rzeczywistością, jest swoim własnym *simulacrum* (symulacja)
- Turyści zwiedzają replikę groty Lascaux, nie samą grootę.
- Mumia Ramzesa II witana na Orly z honorami należnymi głowie państwa (s. 16)
- hiperrealność: Disneyland istnieje po to, aby ukrywać, że Disneylandem jest cały "realny" kraj, cała "realna" Ameryka (s. 19)
- Watergate: symulacja skandalu - Deep Throat jako szara eminencja republikanów (s. 23)
- Estetyka hiperrealności: reality TV, rodzina Loudów, 1971 (s. 38-39) - To nie wy oglądacie telewizję, ale telewizja ogląda was.
- Koniec panoptikonu i społeczeństwa spektaklu: nie da się już odróżnić przekaźnika od przekazu (s. 42-43) apoteoza symulacji: system zastraszania atomowego (s. 45)

Jean Baudrillard, *Symulakry i symulacja* (1981)

Literatura

- [1] Jean Baudrillard, *Symulakry i symulacja*, przeł. S. Królak, Warszawa 2005.
- [2] Jeremy Rifkin, *Wiek dostępu. Nowa kultura hiperkapitalizmu, w której płaci się za każdą chwilę życia*, przeł. E. Kania, Wrocław 2003.