



Adam Pisarek

Uniwersytet Śląski

DYLEMATY BADAŃ ETNOGRAFICZNYCH NA STYKU KULTUR LOKALNYCH I SPOŁECZNOŚCI SIECIOWYCH

Abstract

Dilemmas of ethnographic researches at the interface between local cultures and social networking

“We, the netnographers of the Network, the hunters and gatherers of urls and engines, scents and figures, gazes and captures. (...) Our wiring is interactive, our DNA tribal. As cyborgs, we increasingly plug into networks to connect” – this manifesto ends Robert Kozinet’s handbook on internet qualitative research. Quoted passage suggests that *Doing Ethnographic Research Online* is another work, which complicates analysis and interpretation of the processes taking place at the crossroads of local cultures and virtual communities. But in fact Kozinet’s proposal is one of the first complete guides that present research methods useful in collecting data on the intersections of “cosmopolite” media interface and chosen locality.

Słowa kluczowe: antropologia mediów, netnografia, internet,
lokalność, wirtualność

Antropolog (w) sieci

Ostatnie lata należy uznać za niezwykle ważne i jednocześnie wyjątkowo trudne dla badaczy sieci. Wraz ze wzmożonym zainteresowaniem nowym terenem, nastąpił nagły przyrost propozycji metodologicznych, co spowodowało terminologiczny oraz proceduralny chaos. Nic w tym dziwnego – różnorodność sieciowych fenomenów oraz możliwych płaszczyzn badawczych każdego z nich sprawiła, że wypracowane zostało wiele typów badań Internetu. Moją ambicją nie jest jednak przedstawienie całej „topografii” możliwych metodologii badań nad mediami cyfrowymi, lecz jedynie tego wycinka, który wiąże się z optyką antropologiczną. Tu również wielość głosów i koncepcji odpowiada różnorodności napotykanym problemom i zjawisk, lecz jest także wynikiem braku jednolitej, antropologicznej wykładni relacji społeczność sieciowa – medium – kultura lokalna. Nic dziwnego – jeszcze w 2003 roku Faye Ginsburg sformułowała opinię, że przez wiele lat media¹ były traktowane przez antropologów jak temat tabu². Nieprawdą jest jednak twierdzenie, jakoby w ramach tej dyscypliny nie istniała tradycja korzystania z możliwości oferowanych przez dwudziestowieczne środki masowego przekazu oraz badania ich wpływu na kształt danej grupy lokalnej. Wystarczy przywołać dwie klasyczne pozycje: *Chryzantemę i miecz* Ruth Benedict, w której studia nad kulturą Japonii w dużej mierze były

¹ Dokonajmy tu ważnego rozróżnienia i sprecyzowania używanych terminów. Zajmujemy się relacją antropolog – media masowe (gdzie media masowe, na potrzeby artykułu będą oznaczać po prostu prasę, radio, kino, telewizję i internet) oraz antropolog – media interaktywne (czyli te spośród nich, które charakteryzują się zwrotnością komunikacji i możliwościami różnorodnej aktywności). Najistotniejsze będą tu takie formy proponowane przez media interaktywne, jak portal społecznościowy, forum, czat, świat wirtualny, przestrzeń gier sieciowych. Należy zastrzec, że proponowany podział ma służyć jedynie uporządkowaniu wywodu i niewikłaniu go w problematykę terminologii związanej z dużo bardziej popularnym, ale jednocześnie szerszym pojęciem „nowych mediów”.

² F. Ginsburg et al., *Media Worlds: Anthropology In New Terrain*, University of California Press, Berkeley 2003.

oparte na pogłębionej analizie azjatyckich filmów³ oraz *Hollywood. The Dream Factory. An Anthropologist Look at the Movie-Maker* Hortense Powdermaker, gdzie warsztat etnografa został wykorzystany do badań środowiska hollywoodzkich producentów filmowych⁴. Sam termin ‘antropologia mediów’ (*media anthropology*) utrwalił się natomiast w 1969 roku w czasie spotkania American Anthropological Association dotyczącego obaw badaczy o marginalizację dyskursu antropologicznego przy coraz mocniej doskwierającym braku własnych kanałów przekazu. Stwierdzono konieczność działania zarówno na polu studiów nad środkami masowej komunikacji, jak i sposobów ich wykorzystania w celach popularyzatorskich⁵.

Po 40 latach, które minęły od tego umownego aktu założycielskiego, można odważyć się na próbę wstępnego uporządkowania głównych obszarów zainteresowań tej subdyscypliny. Mihai Coman i Michael Herzfeld zgodnie twierdzą, że pierwszy z nich wiąże się z problematyką użycia mediów do ulepszania sposobów rejestrowania praktyk kulturowych oraz do promocji myślenia antropologicznego w sferze publicznej – tu media są więc traktowane głównie jako narzędzia badawcze i popularyzatorskie⁶. Drugi obszar należy kojarzyć z badaniami wykorzystania mediów przez lokalne kultury do rozpowszechniania wiedzy o sobie oraz do utrwalania własnej tożsamości. Antropolog zajmujący się tą problematyką powinien analizować, w jaki sposób specyfika danej grupy wpływa na tworzone przez nią komunikaty oraz, w jaki sposób odbiorcy kontekstualizują interesujące ich treści.

3 Zob.: R. Benedict, *Chryzantema i miecz*, tłum. E. Klekot, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1999. Waldemar Kuligowski w swoim szkicu *Cyfrowe tożsamości. Badania w cyberterenie* zaznacza, że w czasie II wojny światowej mieliśmy do czynienia z całym programem *study of culture at a distance* – studiowania kultur na odległość. Zob.: W. Kuligowski, *Antropologia współczesności. Wiele światów, jedno miejsce*, Universitas, Kraków 2007, s. 148.

4 Por.: tamże, s. 148 i H. Powdermaker, *Hollywood. The Dream Factory. An Anthropologist Look at the Movie-Makers*, Boston 1950.

5 Zob.: M. Coman, *Media Anthropology: An Overview*, <http://www.philbu.net> (dostęp: 18.10.2012).

6 M. Herzfeld, *Antropologia. Praktykowanie w kulturze i społeczeństwa*, tłum. M.M. Piechaczek, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2004, s. 404.

Kolejną, istotną zwłaszcza dla Comana, kwestią będzie tematyka produkcji i „konsumpcji” przekazów medialnych, która, według tego autora, stała się domeną „instrumentalnie wykorzystujących etnografię”⁷ *culture studies*. Natomiast ostatni zakres tematyczny tworzyłyby studia nad związkami „pomiędzy przekazami medialnymi a sposobami symbolicznej reprodukcji rzeczywistości kulturowej za pomocą mitu i rytuału”⁸. W gruncie rzeczy Comanowi chodzi o teorie komunikacji starające się tłumaczyć zarówno konwencje poszczególnych przekazów, jak i konwencje odbiorcze za pomocą ugruntowanych w antropologii pojęć⁹.

Herzfeld dodaje, że nie można lekceważyć mediów jako sfery produkcji i projekcji współczesnego zdrowego rozsądku. Standaryzacja retoryki tworzy iluzję faktyczności, która wpływa na kształt dominującej racjonalności – dlatego też zrozumienie logiki stojącej za przekazami medialnymi jest aż tak ważne. Badania należy prowadzić również pod kątem teorii działania aktorów społecznych – w jaki sposób konsumenci i producenci włączają media w codzienne praktyki? W jaki sposób media owe praktyki zmieniają? Te pytania uświadamiają szereg problemów, które dla Herzfelda są decydujące w myśleniu o współczesnej etnografii. Autor *Antropologii* nie ma wątpliwości, że powinna ona opisywać zjawiska kulturowe, które powstają na styku lokalnych form percepcji i praktyki oraz produkowanych na skalę masową form przedstawienia¹⁰.

Wydawałoby się, że w czasach dominacji Internetu, rzeczywistości wirtualnych i tak zwanej kultury uczestnictwa, roztrząsanie dylematów związanych z rozwojem środków masowego przekazu w XX wieku jest bezprzedmiotowe. Wystarczy jednak przyjrzeć się współczesnym tendencjom związanym z „wyjazdem” etnografów w „cyberteren”, by zauważyć, iż w gruncie rzeczy wiele różnic pojawiających się w ramach badań wykorzystujących specyfikę środowisk sieciowych wiąże się

7 M. Coman, *Media Anthropology...*, s. 7.

8 Tamże, s. 2.

9 Jednym z pierwszych badaczy, który tworząc rytualną koncepcję komunikacji, dokonał przesunięcia między dyscyplinami jest J. Carey. J. Carey, *Communication as culture: Essays on Media and Society*, Unwin Hyman, Boston 1989.

10 Por.: M. Herzfeld, *Antropologia...*, s. 428.

z wcześniejszymi problemami i korzysta z już wypracowanych ram konceptualnych.

Pytania, na które należy sobie odpowiedzieć, i które kierują nas w stronę określonych perspektyw i strategii poznawczych nie zmieniły się w znaczący sposób i można je ułożyć według klucza: (1) badania Internetu / badania w Internecie / badania za pomocą Internetu; (2) badania społeczności lokalnych/ badania społeczności sieciowych (zarówno lokalnych jak i globalnych) (3) badania praktyk kulturowych/ badanie tekstów kultury; (4) badanie tendencji tworzenia się „odrębności tożsamościowych” / badanie tendencji unifikacyjnych. Zmianie ulega jedynie konfiguracja tych elementów, gdyż dyskurs tworzący się wokół mediów uczestniczących oparty jest na silnej dychotomii wirtualne/realne¹¹, która wpływa na większość decyzji metodologicznych. Przyjrzenie się kilku uznanym dziś za przełomowe projektom badawczym pozwoli zaobserwować rolę przedstawionej opozycji¹².

Pionierskie dokonania w dziedzinie antropologicznych badań w Internecie wiążą się z pracami Howarda Rheingolda, który jako jeden z pierwszych rozpoznał problem „wirtualnych społeczności”. Badania forum WELL doprowadziły go między innymi do wniosków, że z długich, otwartych dyskusji wyrasta sieć osobistych relacji. Książka *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier* wydana w 1993 roku jest niezwykle dokumentacją pierwszych lat internetu i związanych z tym czasem nadziei i wątpliwości. Rheingold, uznając cyberprzestrzeń za niekończący się świat interakcji, stał się ostatecznie apologetą systemu, który badał¹³.

W 1995 roku pojawiła się kolejna ważna praca – Sherry Turkle, zajmując się *Życiem na ekranie*¹⁴, dochodziła do wniosków, że nowe tech-

11 Oraz trwałość/ulotność, rozproszenie/jedność, rzeczywistość/symulacja. Zob.: R. Bomba, *Antropologia cyberprzestrzeni*, „Kultura Współczesna” 2007, nr 1, s. 129.

12 Wielka skrótowość tej części wynika z dobrego opracowania powyższego zagadnienia przez Waldemara Kuligowskiego. W. Kuligowski, *Antropologia...*

13 H. Rheingold, *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*, Cambridge 1993; W. Kuligowski, *Antropologia...*, s. 151.

14 S. Turkle, *Life on the Screen. Identity in the Age of the internet*, Oficyna Simon & Schuster, New York 1995.

nologii powoli stają się materializacją idei postmodernizmu¹⁵. Dzięki nim tożsamość okazuje się czymś płynnym, zbiorowym i konstytuowanym w interakcji z maszyną. Jako przykład podaje młodego mężczyznę, który w kilku otwartych oknach przeglądarki odgrywa równocześnie rolę romantyka i skłonnej do seksualnych eksperymentów kobiety¹⁶. Turkle zastanawia się, gdzie przebiega granica pomiędzy utrwalaniem dotychczasowej tożsamości, a wirtualnym „wytwarzaniem siebie”, tym samym zastanawiając się nad relacją cyberprzestrzeń – rzeczywistość społeczno-kulturowa i utrwalając jedną z podstawowych dychotomii, która prowokuje kolejne istotne pytania, które matrycuje dyskurs badań sieci: co się zmieniło i co należy zmienić pod względem ustaleń na temat ontologii przedmiotu badań oraz skuteczności starych i nowych narzędzi badawczych?

Lokalne *offline* i kosmopolityczne *online*?

Większość pozycji poświęconych przeglądowi najważniejszych prac z zakresu metodologii antropologicznych badań w sieci zawiera nazwiska Daniela Millera i Dona Slatera i cytuje ich dzieło *The Internet: An Ethnographic Approach*¹⁷. Są oni warci wspomnienia dlatego, iż uznali, że priorytetem etnografów powinny być regionalne studia internetu, czyli badania uwrażliwione na odkrywanie jego zastosowań w różnych kulturach. Tym samym hierarchia zostaje jasno określona – istotna jest nie tylko specyfika technologii, ale też jej zintegrowanie z życiem codziennym. Pierwsze regionalne studium internetu dotyczyło Trynidadu i Tobago. Miller i Slater zawarli w nim twierdzenie mówiące, że ‘cyberprzestrzeń’ zintegrowała się z codziennym życiem, stała się platformą, dzięki której Trynidadczycy utrzymują kontakt z członkami własnej rodziny i przyjaciółmi zamieszkującymi inne rejon świata. Wykorzystują więc sieć do własnych celów, które okazują się

15 Por.: W. Kuligowski, *Antropologia...*, s. 168.

16 S. Turkle, *Life...*

17 D. Miller, D. Slater, *The Internet: An Ethnographic approach*, Berg, New York 2000. Powołuje się na nich na przykład R.V. Kozinets, *Netnography. Doing Ethnographic Researches Online*, SAGE, London 2010, s. 2.

być niezależne od podziału na *online* i *offline*. Wyobrażenia o globalnej wspólnocie użytkowników internetu napotykać więc granice, terytoria, potrzeby, postawy i praktyki konkretnej kultury.

Ten nurt badawczy, skupiający się na relacji: kultura lokalna – medium, z całą pewnością wiąże się z refleksją na temat potencjału Internetu, związanego z tworzeniem odrębności tożsamościowej. Pod tym względem nie wszyscy są jednak równie hurraoptymistyczni. Na przykład Faye Ginsburg zauważa dosyć oczywisty fakt, który został przykryty przez idealizujący społeczeństwo sieciowe dyskurs. Należy zdać sobie sprawę – pisze Ginsburg – że mamy do czynienia z elitarnym medium, do którego dostęp jest niezwykle ograniczony. Statystyki mówią, że w 2012 roku jedynie 34,3% ludności świata była „okablowana”¹⁸. Podziału na nową elitę i proletariat nie da się długo ukrywać lub ignorować. Warto więc odpowiedzieć sobie na pytanie: czy marzenia o sieci jako przestrzeni emancypacji nie są czasem kolejną formą dyskursu modernizacyjnego?¹⁹

Zbliżając się do końca przeglądu najciekawszych prac w interesującej nas dziedzinie, musimy wspomnieć również o Christine Hine i jej propozycji „wirtualnej etnografii”. Jest ona istotna o tyle, że stanowi jedną z pierwszych prób przystosowania narzędzi badawczych dostępnych etnografowi do badań społeczności wykorzystujących komputerowo zapośredniczoną komunikację. Nie ma u Hine potrzeby tworzenia nowej dyscypliny, jest za to chęć zdecydowanego wkroczenia w środowisko internetowe. Autorka *Virtual ethnography* zdaje sobie sprawę z ograniczeń badań wykonywanych jedynie w sieci, ale widzi w nich nowe możliwości²⁰.

Spoglądając na tendencje stojące u podstaw badań prowadzonych w Internecie przez antropologów, można uznać, iż mamy do czynienia z zamętem wywołanym między innymi bardzo szybkimi zmianami technologii, interface’ów i powiązanych z nimi tymczasowych mód, które wytwarzają wzór nauki wymagającej ciągłej modyfikacji

18 Dane na podstawie IWS. <http://www.internetworldstats.com> (dostęp: 15.05.2014).

19 F. Ginsburg, *Media Worlds...*, s. 8.

20 Ch. Hine, *Virtual ethnography*, <http://www.cirst> (dostęp: 23.10.2012) oraz przede wszystkim Ch. Hine, *Virtual ethnography*, SAGE, London 2000.

i rekonfiguracji dotychczasowych koncepcji teoretycznych. Dlatego nie dziwi, że zgodności nie ma nawet na poziomie podstawowej terminologii określającej dyscyplinę (musimy wybrać pomiędzy *webnography*, *network ethnography*, *digital ethnography*, *virtual ethnography*, *cyberanthropology*).

Na styku kultury lokalnej i społeczności sieciowej

Zatrzymajmy się przy propozycji Roberta Kozinetsa, który sugeruje, by posłużyć się terminem „netnografia” i dzięki niemu uporządkować nawarstwiający się zamęt. To ważna propozycja, ponieważ Kozinets jeden z pierwszych stara się stworzyć kompleksowy program metodologiczny, a jednocześnie marginalizuje rozważania na temat ontologii terenu badań²¹, raczej wskazując drogę ku większej przejrzystości procedur zbierania i porządkowania danych. Kozinets zwraca uwagę na dwa największe z pragmatycznego punktu widzenia problemy: trudność wynikającą z braku procedur pozwalających łączyć informacje zebrane w sieci i w czasie klasycznych badań etnograficznych oraz komplikacje związane ze środowiskowym ocenianiem przedsięwzięć badawczych z powodu braku wspólnych kryteriów. Sugeruje on przy tym, że dopiero uznanie metodologicznych podstaw umożliwi skupienie się na odkryciach teoretycznych i studiach porównawczych. Większa przejrzystość powinna prowadzić do podstawowego celu – eliminacji projektów, które wywarzają otwarte drzwi. Do tego potrzebna jest jednak w miarę ujednolicona terminologia i wspólna baza preferowanych procedur i sposobów ich weryfikacji.

Najbardziej interesująca jest bez wątpienia próba połączenia badań w nowym terenie (netnografii) z tradycyjnymi metodami etnograficznymi. Pytanie tylko, jak zintegrować ze sobą informacje zebrane w czasie interakcji *face to face* z tymi uzyskanymi w sieci – wartości-

²¹ Choć wpada w pułapkę braku konsekwencji w kreśleniu relacji pomiędzy następującymi pojęciami: kultura (*culture*), cyberkultura (*cyberculture*), społeczności sieciowe (*online communities*), „technologicznie zapośredniczone interakcje społeczne” (*technologically-mediated social interaction*) oraz zapośredniczona komputerowo komunikacja (*computer-mediated Communications*). Por.: R.V. Kozinets, *Netnography...*, s. 8-29.

wymi, ale zdobytymi bez dostępu do wiedzy o wielu konstruujących je kontekstach. Robocza propozycja Kozinetsa jest następująca: jeśli zależy nam np. na badaniu zachowań użytkowników listy dyskusyjnej lub Facebooka, powinniśmy zdecydować się na przewagę metod netnograficznych przy wsparciu etnografii, która pozwoli na uzupełnienie podstawowych informacji. Natomiast w przypadku zainteresowań związanych z grupami lokalnymi wykorzystującymi Internet w codziennych praktykach, należy rozpocząć badania od wybranej społeczności, a następnie rozszerzyć je o obserwację procesów zachodzących w sieci. Ta strategia ma pomóc zaobserwować szerszy kontekst badanego zjawiska i dostarczyć dodatkowych danych.

Przedstawiona propozycja sugeruje, że Kozinets, tak jak wielu badaczy przed nim, rozdziela rzeczywistość na dwa funkcjonujące równolegle obok siebie światy. Podział ten jest jednak istotny dlatego, że „zapośredniczony przez komputer teren” ma pewne cechy, które powodują, że badania muszą ulec przekształceniu. Przyjęta procedura powinna przecież uwzględnić takie właściwości nowego obszaru badań, jak potencjalna anonimowość użytkowników, umowna powszechność treści i praktyk oraz ułatwiona archiwizacja tekstów kultury i wybranych interakcji²². Dla Kozinetsa nie oznacza to jednak, że istnieje jakakolwiek ontologiczna różnica pomiędzy tym, co *online* i tym, co *offline*²³. Zagadnienie to interesuje go tylko ze względów pragmatyki gromadzenia i analizy danych.

Ze względu na przedstawioną tu pokrótce specyfikę nowego „terenu”, Kozinets proponuje odświeżone ramy proceduralne badań. Korzysta przy tym ze znanej powszechnie terminologii, nie wykazując się przy tym odkrywczością, ale za to nadrabiając systematyzującą konsekwencją wywodu: dużo mówi o obserwacji uczestniczącej i opisie gęstym, zwracając uwagę na nowy teren jako miejsce interakcji oraz tworzenia się trudnej do rozszyfrowania sieci znaczeń. Uważa, że należy przede wszystkim poznać zasady, normy i strukturę systemu, w którym chcemy prowadzić badania. Wskazuje również na różnorodność sieciowych środowisk i konieczność dopasowywania do nich przyjętych metod. Wątpliwości budzą jedynie uwagi związane z rolami,

²² Tamże, s. 68-73.

²³ Tamże, s. 21-40.

jakie netnograf powinien przyjąć w danej grupie. Kozinets uważa, że komentowanie i pisanie postów (np. w wypadku forów internetowych i blogów), to wstęp do angażowania się w tworzone w sieci projekty i działania. Netnograf może nawet przyjąć rolę lidera wybranej inicjatywy²⁴. Widać tu wpływ nurtów badawczych, które kwestionują potrzebę starań na rzecz utrzymania neutralnej pozycji etnografa²⁵.

Mniejsze kontrowersje budzi próba uporządkowania podstawowych sposobów wywoływania i gromadzenia danych. Tu Kozinets stara się adaptować dotychczasowe, sprawdzone metody. Docenia na przykład wartość notatek terenowych i uznaje, że w przypadku netnografii powinny dotyczyć „ludzkich interakcji zapośredniczonych przez technologię”²⁶. Sugeruje przy tym, by pamiętać, iż społeczności sieciowe (i społeczności w sieci) manifestują się głównie jako teksty lub komunikaty audiowizualne, ale nie powinny być z nimi utożsamiane. Stanowią raczej szereg różnorodnych interakcji. Dlatego badacz powinien wywoływać źródła, próbując prowokować reakcje użytkowników oraz, przede wszystkim, prowadząc wywiady. Pojawia się jednak problem, wydawałoby się, że mało istotny, a jednak fundamentalny – czy zadanie pytania na forum i uzyskanie na nie odpowiedzi to jeszcze interakcja czy już wywiad? Ten banalny przykład prowadzi do dużo ważniejszych kwestii: gdzie przebiega linia, po przekroczeniu której netnograf musi się ujawnić? W którym miejscu zaczyna prowadzić badania i archiwizować dane? A idąc dalej: co w sieci jest prywatne, a co publiczne²⁷ – mamy przecież do czynienia z przewartościowaniem i zmianą znaczeniową tych kategorii.

Kozinets nie ucieka w abstrakcje i daje jasne wytyczne. Przede wszystkim zakłada, że badacz musi zdradzić swoją tożsamość w każdej sytuacji i dokładnie wytłumaczyć swoją rolę. Jeśli pojawiają się jakiegokolwiek wątpliwości co do charakteru danych, powinien pytać o zgodę na ich archiwizację i wykorzystanie. Nie może również zapisywać

²⁴ Tamże, s. 61.

²⁵ Zob.: N.K. Denzin, Y.S. Lincoln (red.), *Metody badań jakościowych*, t. 2, tłum. F. Schmidt i in., Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 2009.

²⁶ R.V. Kozinets, *Netnography...*, s. 46.

²⁷ W tym aspekcie dodatkowy problem stanowią wielkie portale społecznościowe, takie jak Facebook, które bardzo często są własnością korporacji roszcujących sobie prawa do wszelkich informacji zawartych w przestrzeni serwisów.

przebiegu rozmowy lub innej interakcji bez zgody wszystkich uczestników, chyba że chodzi o zwyczajowe zachowania w danym serwisie zapisane w formie notatek terenowych. Kozinets zgadza się również z zasadą mówiącą, że zawsze należy minimalizować ryzyko wyrządzenia jakiegokolwiek szkody. Nie ma w tych ustaleniach niczego odkrywczego, lecz uprawniona wydaje się nadzieja, że właśnie ta pragmatyczna adaptacja sprawdzonych w praktyce etnograficznej narzędzi i norm może stanowić wystarczająco silny punkt stabilizacyjny i wskazywać drogę nie w kierunku przedwczesnych teoretyzacji, lecz powolnej pracy polegającej na uporządkowanym gromadzeniu istotnych świadectw współczesności.

Netnography jest spójną propozycją, z którą warto się zaznajomić, ale również ona ujawnia, że dyskurs etnograficzny oraz antropologiczno-kulturowy spotykający na swojej drodze Internet, narasta w sposób chaotyczny i tworzy różnorodne konfiguracje znaczeń ustalających schemat relacji pomiędzy mediami, człowiekiem i kulturą. W tym zamęcie odpowiedź na pytanie, czym zajmuje się antropologia mediów i antropologia Internetu, nie może być związana z jedną, konkretną propozycją, a raczej z nadrzędną matrycą, która ustala różne obszary zainteresowań w ramach określonej logiki. Jeśli jednak, próbując zawęzić zakres badanych zjawisk, ustalilibyśmy, że tym, co wyróżnia zjawisko kulturowe od krótkotrwałych zjawisk komunikacyjnych jest jego powtarzalność i trwałość²⁸, należałoby uznać, że najistotniejszą rolą antropologii wspartej badaniami etnograficznymi będzie poszukiwanie struktur, które umożliwiły istnienie danych interfejsów sieciowych i które tworzą kształt określonych sieci relacji w środowiskach poszczególnych systemów komunikacyjnych. Przyjmując te założenia, należałoby być uwrażliwionym na charakterystyczne dla kultury Zachodu idee i ich realizacje, takie jak interaktywność (pojawiającą się na przykład w innym wariancie wraz ze zniesieniem w teatrze rampy oddzielającej widza od aktora²⁹) czy hipertekstowość (słowniki³⁰). Tym

²⁸ Podążając tym samym za większością antropologicznych definicji kultury.

²⁹ A. Mencwel, *Wyobrażenia antropologiczne. Próby i studia*, Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2006, s. 373.

³⁰ Tamże, s. 373.

tropem podąża Lev Manovich, śledząc tradycję pozwalającą na ukonstytuowanie się tego, co nazywamy ‘nowymi mediami’³¹.

To samo tyczy się konkretnych praktyk kulturowych związanych z siecią lub przez sieć zapośredniczonych. Jeśli zamierzamy badać zjawisko *couchsurfingu*³² warto odnaleźć istniejącą od lat 40. XX wieku organizację Servas International, która funkcjonuje do dnia dzisiejszego wedle podobnych zasad wymiany poleceń, a następnie dokonać analizy porównawczej, zyskując bardzo cenny kontekst kulturowo-historyczny. Bardzo szybko okaże się, że kosmopolityzm wpisany w wiele społeczności sieciowych jest jedynie ideologicznym konstruktem, za którym kryją się możliwe do zrekonstruowania światobrazy zakorzenione w konkretnych tradycjach kulturowych.

Jeśli natomiast nadal kusząca wydaje się teoretyzacja na temat kształtu nowej mentalności tworzonej przez media uczestniczące (na kształt teorii oralności i piśmienności), lub rozważania na temat przekształceń pojęcia tożsamości w czasach Internetu, warto zastanowić się, czy jeszcze nie za wcześnie na pozbawione zagrożenia błyskawicznej wręcz dezaktualizacji tezy. Może lepiej cierpliwie gromadzić materiał opisowy i dopiero w odpowiednim momencie rozpocząć uogólnienia, które nie ograniczałyby się do perspektywy synchronicznej, ale uwzględniły również diachronię? A do tego celu narzędzia, które proponuje netnografia wydają się wystarczające.

³¹ Lev Manovich, szukając podstawowych pojęć, które mogą służyć opisowi nowych mediów, posługuje się takimi określeniami jak „reprezentacja numeryczna”, „modularność”, „automatyzacja”, „wariacyjność” i „transkodowanie” i zauważa, że dopiero zawarta w ostatnim punkcie właściwość nowych mediów – to, że są one programowane – nie ma historycznych odniesień. L. Manovich, *Język nowych mediów*, tłum. P. Cypryański, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2006, s. 117.

³² www.couchsurfing.org (dostęp: 23.10.2012).

Bibliografia

- Benedict R., *Chryzantema i miecz*, tłum. E. Klekot, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1999.
- Bomba R., *Antropologia cyberprzestrzeni*, „Kultura Współczesna” 2007, nr 1.
- Carey J., *Communication as culture: Essays on Media and Society*, Unwin Hyman, Boston 1989.
- Coman M., *Media Anthropology: An Overview*, <http://www.philbu.net>
- Denzin N.K., Lincoln Y.S. (red.), *Metody badań jakościowych*, t. 2, tłum. F. Schmidt i in., Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 2009.
- Ginsburg F. et al., *Media Worlds: Anthropology In New Terrain*, University of California Press, Berkeley 2003.
- Herzfeld M., *Antropologia. Praktykowanie teorii w kulturze i społeczeństwie*, tłum. M.M. Piechaczek, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2004.
- Hine Ch., *Virtual ethnography*, SAGE, London 2000.
- Kozinets R.V., *Netnography. Doing Ethnographic Reaserches Online*, SAGE, London 2010.
- Kuligowski W., *Antropologia współczesności. Wiele światów, jedno miejsce*, Universitas, Kraków 2007.
- Manovich L., *Język nowych mediów*, tłum. P. Cypryński, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2006.
- Mencwel A., *Wyobraźnia antropologiczna. Próby i studia*, Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2006.
- Miller D., Slater D., *The Internet: An Ethnographic approach*, Berg, New York 2000.
- Powdermaker H., *Hollywood. The Dream Factory. An Anthropologist Look at the Movie-Makers*, Boston 1950.
- Rheingold H., *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*, Cambridge 1993.
- Rothenbuhler E.W., *Komunikacja rytualna. Od rozmowy codziennej do ceremonii medialnej*, tłum. J. Barański, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2003.
- Turkle S., *Life on the Screen. Identity in the Age of the internet*, Oficyna Simon & Schuster, New York 1995.