

Wojciech Siwak

Kultura 2.0 jako przestrzeń współczesnej młodzieży

Udział polskiej młodzieży w partycypacji kultury, ale także w wytwarzaniu nowych kulturowych i społecznych relacji, poprzez nowe cyfrowe media, a szczególnie Internet nowej generacji, zwany *Web 2.0*, może być głębiej zrozumiany, gdy przyjrzymy się danym z badań socjologicznych, przeprowadzonych w ostatnich latach. Przedstawione i skomentowane raporty mogą rzucić pewne światło na przyczyny i źródło niezrozumienia, które stało się udziałem, między innymi, premiera polskiego rządu w kwestii podpisania ACTA.

W niniejszym tekście pragnę odnieść się do trzech raportów dotyczących diagnozy potrzeb społecznych i kulturalnych, a także praktyk kulturowych w obszarze młodych mediów, realizowanych przez polską młodzież:

1. ***Młodzi i media. Nowe media a uczestnictwo w kulturze***, opracowanego przez Centrum Badań nad Kulturą Popularną SWPS w 2010 roku¹.

¹ *Młodzi i media. Nowe media a uczestnictwo w kulturze. Raport Centrum Badań nad Kulturą Popularną SWPS*, M. Filiciak, M. Danielewicz, M. Halawa, P. Mazurek, A. Nowotny i in. (red.), Warszawa, styczeń 2010. Raport powstał w ramach grantu „Nowe media a uczestnictwo młodych Polaków w kulturze” ze środków operacyjnych w programie Obserwatorium Kultury Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego administrowanym przez Narodowe Centrum Kultury.

2. *Młodzi 2011*, raportu Kancelarii Prezesa Rady Ministrów z 2011 roku².
3. *Obiegi kultury. Społeczna cyrkulacja treści*, Centrum Cyfrowe Projekt: Polska, Warszawa, styczeń 2012³.

Wspomniane raporty pochodzą z trzech ostatnich lat, dają zatem asumpt do rozważań o aktualnej kondycji współczesnej młodzieży polskiej oraz o kulturze nowych technologii. Dodatkowo dwa z nich, pierwszy i trzeci, stanowią prezentacje badań kulturoznawców, medioznawców i socjologów, dokonane przez środowiska akademickie, natomiast drugi raport, poza diagnozą opartą na wynikach badań naukowych, prezentuje również, w formie rekomendacji, potencjalne kierunki i wytyczne dla pracy rządu i organów państwa.

Młodzi i media. Nowe media a uczestnictwo w kulturze – 2010

Medioznawcy, socjologowie i antropolodzy związani ze Szkołą Wyższą Psychologii Społecznej podjęli się zadania ukazania zmian życia młodzieży w Polsce pod wpływem nowych technologii. Młodzi ludzie pokazali badaczom swój świat oraz opowiedzieli o życiu codziennym w epoce cyfrowych mediów i sieciowej komunikacji. Raport potwierdził wiele przypuszczeń na temat wpływu telefonów komórkowych i Internetu na życie młodych użytkowników oraz wskazał, że ży-

² *Młodzi 2011*, K. Szafraniec (red.), Kancelaria Prezesa Rady Ministrów, Warszawa 2011, [w:] http://kprm.gov.pl/Mlodzi_2011_alfa.pdf [3.11.2012]. Raport powstał w latach 2010-2011 w wyniku prac zespołu seminaryjnego, w którego skład wchodził: Piotr Arak, Anna Atlas, Przemysław Biliński, Michał Boni, Tomasz Bratek, Piotr Burda, Michał Czyżewski, Paweł Dębek, Roman Dolata, Krzysztof Dresler, Jan Dworak, Barbara Fatyga, Zbigniew Fijałek, Bogusława Grabowska, Tomasz Harasimowicz, Piotr Jabłoński, Aleksandra Karlińska, Krzysztof Kosela, Beata Łaciak, Artur Łęga, Andrzej Matejuk, Anna Olszówka, Łukasz Osiniński, Jolanta Rogala-Obłękowska, Aleksandra Rusielewicz-Wachowicz, Zbigniew Rykowski, Mirosław Sielatycki, Janusz Sierosławski, Marcin Sińczuch, Krystyna Szafraniec, Tomasz Szlendak, Teresa Szopińska, Aldona Wiktorska-Święcka, Klaudia Wojciechowska, Gabriela Zielińska, Paweł Kaczmarczyk, Michał Miąskiewicz, Kamil Rakocy, Aleksandra Rusielewicz-Wachowicz, Alek Tarkowski, Jakub Wojnarowski.

³ M. Filiciak, J. Hofmokl, A. Tarkowski, *Obiegi kultury. Społeczna cyrkulacja treści*, Centrum Cyfrowe Projekt: Polska, Warszawa, styczeń 2012, <http://obiegikultury.centrumcyfrowe.pl/>, dostępny w wersji PDF: http://creativecommons.pl/wp-content/uploads/2012/01/raport_obiegi_kultury.pdf, [30.12.2012].

cie codzienne młdzieży w otoczeniu nowych mediów jest dalece bardziej złożone niż mogłoby się wydawać.

Strukturę raportu wyznaczają rozdziały odsyłające do najważniejszych wymiarów codziennego życia młodych ludzi: *Bycie razem*, *Miłość*, *Zajawki i Szkoła* – oraz rozdziały, które koncentrują uwagę na analitycznych kategoriach ważnych dla zrozumienia środowiska kulturowego współtworzonego przez nowe media – *Intensywność*, *Technologie refleksyjności* i *Dzielenie się*.

W pierwszym rozdziale – *Bycie razem* – autorzy ukazują, na czym polega prymat kontaktu twarzą-w-twarz.

Spotykanie się, przebywanie razem, wspólne wycieczki, wypadki za miasto czy na piwo, siedzenie na ławce i rozmawianie są najważniejszymi rodzajami interakcji. Nowe technologie służą do koordynacji tych spotkań, zapośredniczenia kontaktu, gdy nie jest on już możliwy (np. po powrocie ze szkoły do domu) oraz utrzymywaniu poczucia bliskości⁴.

Rozdział drugi – *Intensywność* – wskazuje bardziej szczegółowo, jaki użytek robią zrośnięci z przedmiotami-mediami młodzi ludzie z możliwości nieustannego kontaktu, koordynacji i reprezentacji. Pokazuje, jak życie codzienne zyskuje na intensywności, gdy technologie zapewniające teledostępność i teleobecność wprowadzają swoich użytkowników w specyficzny stan czuwania, jak na fizyczną przestrzeń rozmowy twarzą-w-twarz nakładają się sieci komunikacyjne. Rezultatem jest, jak piszą autorzy raportu,

doświadczenie połączenia i podłączenia – intensyfikacja tego, co ludzkie i społeczne. Medium tej intensyfikacji coraz częściej staje się obraz. Cyfrowe zdjęcia nie tylko zaświadczać o istnieniu, ale też czynnie współtworzą nowe relacje⁵.

Trzeci rozdział – *Miłość* – skupia się na tym, jak nowe technologie komunikowania, takie jak telefony komórkowe, Skype czy fotoblogi, wpisują się w relacje bliskości. Media stają się intymne, gdy zapośredniczane przez nie relacje z drugą osobą są przeżywane jako bliskie

⁴ *Młodzi i media...*, dz. cyt., s. 3.

⁵ Tamże.

i autentyczne. Jednocześnie logika sieci rozmywa twarde rozgraniczenie na to, co prywatne, i to, co publiczne.

Czwarty rozdział – *Technologie refleksyjności* – skupia się na roli nowych mediów jako narzędzi uspołecznienia i indywidualizacji. Zapośredniczając powstawanie nowego rodzaju wspólnot, uczestniczą one jednocześnie w wyłanianiu się specyficznej formy „ja”. Autorzy raportu opisują, w jaki sposób włączając się w proces kształtowania tożsamości, nowe technologie komunikowania stają się „technikami siebie”. Ważnym elementem tego procesu jest refleksyjność – materializując ulotne myśli, emocje i kontakty w przeszukiwalne bazy danych, cyfrowe media sprzyjają pracy nad sobą, która angażuje płynące z sieci informacje zwrotne.

Życie codzienne z nowymi mediami wiąże się z nieustannym dzieleniem się muzyką czy filmami oraz przesyłaniem sobie linków do ciekawych miejsc w sieci. Piąty rozdział raportu – *Dzielenie się* – pokazuje, że w ten sposób grupy użytkowników wydeptują sobie swoje ścieżki w Internecie oraz uwspólniają przeżycia i opinie związane z usieciowioną kulturą. Z tych procesów wymiany i dzielenia się wyłania się „współ-Internet”: swojska, zawsze lokalna, budowana razem sieć. Autorzy raportu proponują model cyrkulacji kultury, który pokazuje, w jaki sposób, związane z tożsamością, praktyki wyszukiwania i dzielenia się są w istocie mnożeniem, rozpowszechnianiem i tworzeniem lokalnych publiczności dla treści kulturowych⁶.

Szósty rozdział – *Zajawki* – pokazuje, w jaki sposób nowe technologie komunikowania wpisują się w „potoczne praktyki tworzenia, uczenia się i dzielenia się entuzjazmem, zdolnościami czy wiedzą – różne zajawki, jakie można mieć”⁷.

Sieć sprzyja wzmocnieniu pomysłów, kompetencji, wzmacnia energię kreatywną, powoduje, że nie ulegają one rozmyciu, czy rozproszeniu.

Rozdział siódmy poświęcony jest szkole. Pojawienie się nowych mediów w życiu szkoły nie tylko zmienia stare praktyki – od rozmów na przerwie i na lekcji, przez odrabianie lekcji i wspólne przygotowywanie się do klasówki, po obieg notatek i ściąganie. Stawia też nowe

⁶ Tamże.

⁷ Tamże, s. 4.

problemy, z których jednym z najważniejszych jest wiarygodność i prawomocność wiedzy dostępnej w sieci w kontekście wymagań szkoły.

Ostatni rozdział – *Nowe pytania o uczestnictwo w kulturze* – wskazuje, że opisywane w raporcie przemiany środowiska kulturowego związane z rozwojem nowych mediów domagają się nowego języka mówienia o „uczestnictwie w kulturze”. Stare kategorie, takie jak „odbiorca”, stają się problematyczne, gdy ludzie zostają włączeni w procesy współtworzenia treści kulturowych oraz wprowadzania ich w obieg, często poza systemem instytucji.

Autorzy zadają zatem pytanie: „**jak myśleć o uczestnictwie w kulturze, gdy stare kategorie uległy przeterminowaniu?**”⁸.

Nowe media i remediacja

Pisząc o „nowych mediach”, autorzy raportu *Młodzi i media*, mają na myśli przede wszystkim nowe cyfrowe technologie, takie jak: Internet, telefony komórkowe czy cyfrowe aparaty fotograficzne. Nie ograniczają się jednak tylko do wycinkowego badania technologii, ich „użyć” czy wywoływanych przez nie „efektów”. Mówiąc o nowych mediach, wskazują na potrzebę bardziej całościowego opisu szerokiej gamy praktyk życia codziennego, które angażują technologie, i tego, jak te praktyki zmieniają się w czasie. Zdaniem autorów raportu *Młodzi i media*, nowe media to nie przestrzeń technologii, ale też

historycznie nowe sposoby myślenia, czucia i działania w społeczeństwie. W takiej perspektywie pytanie o „nowe media” jest zawsze pytaniem o napięcia między starym a nowym oraz formy ich współistnienia⁹.

Autorzy powołują się na Carolyn Marvin, która pisze:

„nowe media – rozumiane szeroko, by uwzględnić użycie nowych technologii komunikacji dla starych lub nowych potrzeb, nowe sposoby używania starych technologii czy wszelkie inne możliwości wymia-

⁸ Tamże, s. 3-4.

⁹ Tamże.

ny społecznych znaczeń – są włączone w układ napięcia stworzonego poprzez współistnienie starego i nowego. Ten układ jest dalece bardziej złożony niż jakiegokolwiek pojedyncze medium, które staje się centrum zainteresowania ze względu na jego nowość. Nowe media wciela ją możliwość, że porządki, do których jesteśmy przyzwyczajeni, są zagrożone, bo komunikacja jest szczególną formą interakcji – taką, która aktywnie poszukuje różnorodności. Nieważne, jak silnie zwyczaj lub instrumentalność mogą wydawać się komunikację organizować i ograniczać, komunikacja niesie ze sobą załączki, które podważają jej własne zasady”¹⁰.

W ten sposób pojęcie nowych mediów odsyła do szerszych procesów społecznej i kulturowej zmiany, w ramach której pojawienie się praktyk angażujących nowe technologie ma konsekwencje szersze niż tylko bezpośrednie. W tym sensie jest to nie tyle raport o nowych mediach, ile raport, w którym podążając za problemami, konfliktami, czy szansami związanymi z nowymi mediami, autorzy starają się rekonstruować ogólniejsze kulturowe wymiary współczesnego życia w zremediowanym przez cyfrowe media świecie. Wprowadzone przez Jay’a D. Boltera pojęcie *remediacji*¹¹ jako procesu, w którym nowe cyfrowe media przekształcają i „remediują” starsze formy werbalne i wizualne – na przykład to, w jaki sposób Internet wpływa na projektowanie graficzne, druk, radio i telewizję – odsyła tu do dialektycznej relacji pomiędzy starymi a nowymi formami komunikacji. „Relacja ta jest produktywna – zaangażowani w nią ludzie i przedmioty-media tworzą nowe formy estetyczne, nowe rodzaje wspólnot i nowe rodzaje podmiotowości”¹². Autorzy raportu zastanawiają się, w jaki sposób cyfrowe i sieciowe media remediują nie tylko wcześniejsze media, ale też praktyki angażujące te media – a co za tym idzie – współtworzone w tych praktykach środowisko kulturowe.

Co może znaczyć „uczestnictwo w kulturze” w świecie zremediowanym przez media cyfrowe? W celu właściwego postawienia pytania o relację pomiędzy ludźmi a instytucjami i treściami kultury, należy zrozumieć istotę dokonujących się współcześnie *remediacji*. Ich przykładami, zdaniem autorów raportu, mogą być sytuacje,

¹⁰ C. Marvin, *When Old Technologies Were New: Thinking About Electric Communication in the Late Nineteenth Century*, Oxford University Press, London 1990, p. 8.

¹¹ J.D. Bolter, R. Grusin, *Remediation: Understanding New Media*, MIT Press, Cambridge 2000.

¹² Tamże.

gdy w relacje bliskości wkraczają komunikatory, takie jak Gadu-Gadu, infrastruktury komunikacyjne do archiwizowania kontaktów i wymienia się uwagą, takie jak Nasza-klasa, czy telefony komórkowe, które intensyfikują bycie razem w niespotykany wcześniej sposób¹³.

W praktyce szkolnej remediacja występuje, gdy poza tradycyjnym podręcznikiem „wplatają się ahierarchiczne formy niekonsekwentnej wiedzy, takie jak Wikipedia, a *Iliada* staje się nie tylko książką dostępną w szkolnej bibliotece, ale też plikiem mp3 dostępnym w sieci”¹⁴.

W innym wymiarze remediacja występuje, gdy indywidualne hobby, kolekcjonerstwo, pasje twórcze, pomysły artystyczne mogą się intensyfikować i rozrastać (dzielenie się wytwarza mnożenie), w rezultacie dzięki sieciowym połączeniom i wspólnotom zorganizowanym wokół podobnych idei, artefaktów, obiektów, „zajawek”, etc.

Zdaniem autorów, remediacje nie przebiegają jednak według z góry założonych scenariuszy i planów. Mówią o remediacji, mają na myśli

emergentny efekt praktyk społecznych, w których to, że pojawiły się nowe cyfrowe formy komunikacji, stworzyło różnicę. Remediacje – wiązki praktyk angażujących nowe media, które to praktyki współtworzą usieciowione i cyfrowe środowisko kulturowe – są zawsze lokalne, ich wynik zawsze niepewny, a wyłaniający się z nich świat – niestabilny¹⁵.

Jak opisać „uczestnictwo w kulturze” w epoce nowych cyfrowych mediów?

Sygnalizowane w raporcie przemiany, do których odsyła pojęcie remediacji, domagają się nowych pojęć w myśleniu o kulturze i nowego języka mówienia o niej. Wojciech J. Burszta, umieszczając w raporcie komentarz do przyjętej przez autorów metodologii, pisze o: „nieadekwatności większości stosowanych dotąd pojęć analitycznych (kultura, czas wolny, aktywność kulturalna, tożsamość kulturowa, kanon kultu-

¹³ *Młodzi i media...*, dz. cyt., s. 6-7.

¹⁴ Tamże.

¹⁵ Tamże.

ry czy uczestnictwo w kulturze)”¹⁶ w obliczu zmieniającego środowiska kulturowego. To spostrzeżenie pozwala uchwycić jeden z podstawowych problemów pisania i badania kultury czasów remediacji.

Autorzy mają wrażenie, że wiele tych starych kategorii – z „uczestnictwem w kulturze” na czele – stało się dziś tym, co socjolog Ulrich Beck nazywa „kategoriami zombie”¹⁷. „Kategorie zombie” są żywymi trupami teorii: nie odsyłają już do żadnych empirycznie opisywalnych zjawisk i ważnych dla ludzi praktyk, ale wciąż nawiedzają dyskusje o nich, a stosowane w badaniach empirycznych mogą prowadzić do wytwarzania artefaktów: „wyników”, które przy najstaranniejszej metodologii i najdokładniejszym opracowaniu mijają się ze światem, który mają opisywać. Wybór metody etnograficznej miał pomóc badaczom zminimalizować to zagrożenie.

Pierre Bourdieu pisał, że etnografia to badania terenowe prowadzone nie tylko w fizycznym „terenie”, ale jednocześnie w filozofii, a więc w świecie pojęć¹⁸.

Stąd autorzy używają w raporcie pojęcia „uczestnictwo w kulturze” stosunkowo rzadko, a jednocześnie cały raport pomyślany jest jako:

głos w dyskusji na temat przemian w obszarze, który problematyzowany bywa między innymi w kategoriach sugerowanych przez to określenie. Nie pojechaliśmy w teren, żeby sprawdzić, czy i jak młodzi ludzie w kulturze uczestniczą (...) Jednym z problemów z kategorią „uczestnictwa w kulturze” jest to, że bywa ona wykorzystywana nie tylko jako narzędzie poznania, lecz jako narzędzie klasyfikacji populacji na uczestniczących i nieuczestniczących oraz normatywnego rozgraniczania rzeczy na kulturę i nie-kulturę¹⁹.

¹⁶ W. J. Burszta, *Opisać rewolucje*, [w:] *Młodzi i media...*, dz. cyt., s. 141.

¹⁷ U. Beck, *Zombie Categories: Interview with Ulrich Beck*, [in:] U. Beck i E. Beck-Gernsheim, *Individualization: Institutionalized Individualism and its Social and Political Consequences*, Sage, London 2002, p. 203.

¹⁸ P. Bourdieu, *Fieldwork in Philosophy*, [in:] P. Bourdieu, *In Other Words*, Stanford University Press, Stanford 1990.

¹⁹ M. Halawa, *Od kultury nie ma ucieczki*, „Gazeta Wyborcza” z 26.07.2007, <http://mateuszhalawa.com/teksty-prasowe/od-kultury-nie-ma-ucieczki/> [20.01.2012].

Problemy „wchodzące do gry”

Zdaniem autorów *Młodzi i media*:

mamy do czynienia z procesem, w którym kulturowe wymiary życia zostają zremediowane, problemy, które się pojawią, będą miały inny charakter i będzie je można lepiej wyartykułować w nowych kategoriach. W tym sensie najlepszą odpowiedzią na pytanie o uczestnictwo w kulturze będzie zestaw odpowiedzi na inne, nie do końca jeszcze wyartykułowane pytania albo zbiór problemów, które „wchodzą do gry” w nowym, usieciowionym środowisku kulturowym²⁰.

Problemy przedstawione w raporcie nie istnieją zatem jako stałe, ale pojawiają się w procesie, „wchodzą do gry”. Autorzy wyróżniają wśród najważniejszych z nich:

- Cyfryzację:

większość obiektów kulturowych jest zapisana w postaci pliku komputerowego, a przez to wolna od ograniczeń fizyczności – jest łatwo kopiowalna, przesyłana i manipulowalna. Dla ludzi, którzy dorastali otoczeni mediami cyfrowymi, formy analogowe wydają się „ułamne”, stawiają opór, nie włączają się łatwo w cyrkulację – stąd książki, filmy i inne relikty świata analogowego, choć wciąż bywają wykorzystywane, coraz częściej są remediowane i przekształcane w formy cyfrowe. Stare media mogą wciąż być obecne na poziomie estetycznym, jednak logika rządząca obiegiem kultury jest dziś logiką mediów cyfrowych²¹.

Autorzy zwracają uwagę na:

praktyki dzielenia się treściami, które są de facto mnożeniem tych treści, oraz wyłaniający się w tych procesach nadmiar kultury, który stawa problem wyszukiwania i selekcji²².

- Sieciowość. Treści kultury nie tylko są wymieniane, ale dopełniane są przez parateksty komentarzy i metadane.

²⁰ Tamże, s. 10.

²¹ Tamże.

²² Tamże.

Kultura doby Internetu rozgrywa się w ruchu – nie sposób myśleć o niej jak o statycznym repozytorium, wydzielonej sferze życia, bo spleta się z innymi aktywnościami. Szczególnie istotny jest tu fakt, że na sieci informacyjne nakładają się sieci społeczne (w procesie użytkowania ludzie skalują sieć w dół, używając jej przede wszystkim do wzmacniania relacji twarzą-w-twarz). Internet ułatwia wymianę plików ze zdjęciami, z filmami i muzyką, ale tym, co wprawia te pliki w ruch, jest różnie motywowana, ale zawsze waloryzowana pozytywnie chęć wymiany, dzielenia się, obdarowywania innych linkami lub plikami będącymi emanacjami własnych pasji, poszukiwań i odkryć²³.

- Dezinstytucjonalizację. Instytucje, które tradycyjnie ustalały hierarchię kultury i regulowały do niej dostęp, coraz rzadziej wprawiają w ruch obiekty kulturowe.

To uwolnienie treści spod władzy kontrolujących dostęp do nich instytucji, w praktyce często oznacza też uwolnienie ich spod władzy prawa. Cyfrowa i usieciowiona kultura jest bowiem kulturą nadmiaru, w której większość treści jest przechowywana na internetowych serwerach i dyskach twardych komputerów znajomych i niezajomych – podstawowym problemem staje się nie sam dostęp, lecz filtrowanie treści. Rolę tych filtrów pełnią jednak przeważnie grupy pozbawione instytucjonalnej legitymacji, posiadające status równy statusowi użytkowników²⁴.

Zdaniem autorów, zmieniają się tradycyjne podziały: na profesjonalistów i amatorów, ekspertów i korzystających z ich porad konsumentów. Giną oficjalne kanony, a układy i porządki treści tworzone są w obrębie grup, które łączą ludzi przez kontakty towarzyskie czy wspólne zainteresowania. Sprzyja to poczuciu „bliskości” i „autentyczności” „bycia przez kulturę” i kontaktu z jej treściami.

- (Dez)indywidualizację i (de)linearyzację. Zdaniem autorów, technologie wykorzystywane przez młodych ludzi silnie indywidualizują, ale równocześnie służą tworzeniu tożsamości grupowych i podejmowaniu wspólnych wyborów umożliwiających prze-

²³ Tamże.

²⁴ Tamże.

kształcenie bazy nieuporządkowanych elementów we wspólną dla grupy narrację.

Treści kultury mogą oscylować pomiędzy tym, co indywidualne i odrębne a tym, co grupowe i uwspólnione. Jako przykład, autorzy wskazują przeciwstawne praktyki związane z treściami audiowizualnymi: seriale telewizyjne często wrywane są z kontekstu ramówki, ściągane z sieci i oglądane na komputerze (czyli teoretycznie linearna forma telewizyjna przekształcona zostaje w bazę danych treści, o których wyborze decyduje nie nadawca, lecz odbiorca), ale równocześnie klipy z zawierającego miliony nagrań serwisu YouTube są „uteleewizjane” i za pośrednictwem przesyłanych na Gadu-Gadu linków wprowadzane w horyzont kulturowy grupy znajomych.

- **Otwartość.** Nawiązując do kategorii „kultury uczestnictwa” Henry’ego Jenkinsa, autorzy raportu podkreślają otwartość kultury, która za sprawą nowych mediów, obniża bariery dla ekspresji artystycznej, oferując też dostęp do nieformalnych wspólnot praktyki i przyczyniając się do wytwarzania więzi pomiędzy ich uczestnikami. W tym kontekście praktyki „uczestnictwa” mogą, gdy zostaną zarejestrowane i zarchiwizowane, niejako „przy okazji” przekształcić się w działania twórcze²⁵.
- **Refleksyjność.** Ponieważ cyfrowe media utrwalają i rejestrują działania ich użytkowników, sprzyjać mogą wzrostowi refleksyjności jednostek, które mogą, na przykład uzewnętrznić i „zobaczyć” swój gust (serwis Last.fm). Dokonywana jest autoanaliza wyborów, dziś wykorzystująca elementy statystyczne (na przykład mierzący ilość odsłuchań piosenki „gustomierz”), ale być może w niedalekiej przyszłości tę rolę przejmą boty czy wirtualni dyskutanci-doradcy, którzy będą „prowadzić” użytkownika przez jego wybory estetyczne, dając coraz lepsze narzędzia autoanalizy i tworzenia samowiedzy²⁶.
- **Wizualność.** Kultura nowych mediów to kultura wizualna, kultura ekranów. Obrazy są nie tylko odbierane, ale też przetwarzane i wytwarzane masowo na ogromną skalę przez konwergentne media, „stapiając artefakt kulturowy, jakim jest zdjęcie,

²⁵ Tamże.

²⁶ Tamże, s. 11.

z wymiarem społecznym, głęboko emocjonalnym i skupionym na wspólnym przeżywaniu i doświadczaniu świata²⁷.

Młodzi, nowe media i szkoła

Jak pisze Tomasz Szkudlarek, w raporcie:

pojawiają się opisy skracania dystansu pomiędzy nauczycielami a uczniami. To skracanie, z którym wielu nauczycieli dobrze się czuje, często odbywa się za pośrednictwem serwisów społecznościowych, komunikatorów internetowych itp., a nie jest to przecież nowe zjawisko – chyba równie uzasadniona byłaby teza, że dawniej uczniowie znacznie więcej wiedzieli o prywatnym życiu nauczycieli (i wzajemnie)²⁸.

Autor zwraca uwagę na istotną cechę szkoły w wersji 2.0 – na faktycznie grupowy charakter pracy uczniów – w tej nowej rzeczywistości szkolny indywidualizm często jest fikcją. Jak pisze pedagog,

ta (jeszcze) kontestowana przez uczniów jednostkowa optyka nie jest jednak deficytem ani wynalazkiem samej szkoły – została jej narzucona przez obecny porządek społeczny. W tradycji szkoły jest mnóstwo doświadczeń i koncepcji pracy zespołowej, metoda projektów jest znana od ponad stu lat i wciąż obecna w kształceniu nauczycieli. Bardzo łatwo można je przywrócić do praktyki szkolnej, ale jest to sprzeczne z logiką egzaminowania, z neoliberalnym indywidualizmem zakładającym konieczność rywalizacji między jednostkami, wreszcie – w głębszych i rzadko dostrzeganych warstwach – z ideologią gospodarki/ społeczeństwa wiedzy, gdzie zakłada się „prywatyzację” wiedzy i ścisłą ochronę praw jej własności. W tym sensie uczniowie pomagający sobie wzajemnie zachowują się nielogicznie i wbrew własnemu interesowi. Dlatego zapewne uczniowie bardziej ambitni, o silniejszej motywacji osiągnięć, będą wchodzić w działania kooperacyjne rzadziej; pozostali porzucą je zapewne na późniejszych etapach kształcenia²⁹.

²⁷ Tamże.

²⁸ *Młodzi i media...*, dz. cyt., s. 127.

²⁹ Tamże.

Tomasz Szkuclarek tłumaczy ten stan brakiem wspólnotowych ideologii w Polsce (prawomocnych ideologii wspólnotowych), porównując to do europejskiej socjaldemokracji czy amerykańskiego komunitaryzmu). Píše, iż „całą energię kierujemy na wspieranie procesów indywidualizacji, prywatyzacji, parametryzacji etc. Indywidualizm w szkole jest tylko jednym z efektów tych procesów”³⁰.

Tożsamość typu *insert*

Wojciech J. Burszta wskazuje na nieadekwatność

większości stosowanych dotąd pojęć analitycznych (kultura, czas wolny, aktywność kulturalna, tożsamość kulturowa, kanon kultury, uczestnictwo w kulturze etc.) ze strony teoretyków, jak i praktyków zajmujących się „polityką kulturalną”. Potrzeba demaskacji przeróżnych mitów, stereotypów i uproszczeń, jakimi obrasta dzisiejszy dyskurs o kulturze, jest paląca. Na naszych oczach dokonuje się bowiem rewolucja kulturowa: nie tylko uczestnictwo, lecz i samo środowisko kulturowe się zmienia³¹.

Zwraca także uwagę na postępujące odinstytucjonalizowanie kultury. Jego zdaniem,

analizy funkcjonowania instytucji kultury w Polsce pokazały, że coraz więcej reprezentantów instytucji zdaje sobie z tego sprawę i usiłuje się przed tym bronić, gwałtownie się unowocześniając. Doraźne skutki tego procesu w wymiarze aktywności kulturalnej odbiorców widać w zjawisku prosumentów, a więc podmiotów będących zarówno twórcami, jak i odbiorcami. To wyjście poza bierny odbiór jest już właściwie normą w najmłodszym pokoleniu³².

Ponadto stwierdza, że jesteśmy obecnie świadkami tworzenia się tożsamości, którą warto nazwać tożsamością typu *insert*.

³⁰ Tamże.

³¹ Tamże.

³² Tamże.

Są to tożsamości zawsze otwarte na propozycje i gotowe włączyć wszelkie dostępne materiały, na równi pochodzące z doświadczeń przeżytych, jak i medialnych, o ile mogą one, na określony czas, „warunkowo”, stworzyć koherentną całość. Tożsamości takie jednak na równi „włączają”, jak i pozbywają się rzeczonych materiałów, stąd są ciągle w trakcie budowania-burzenia.

Tożsamość typu *insert* dokładnie odzwierciedla zmieniający się model uczestnictwa w kulturze – pozainstytucjonalny w tradycyjnym sensie, zapośredniczony medialnie i charakteryzujący się nieustanną zmianą oferty i pogłębiającą się krótkotrwałością „obowiązujących” wartości³³.

W postawach współczesnej polskiej młodzieży zarysowują się, zdaniem Burszty, dwie tendencje. Po pierwsze, młodzież

odchodzi od tradycyjnych instytucji kultury zinstytucjonalizowanej w jej tradycyjnym kształcie na rzecz tworzenia środowisk kulturotwórczych funkcjonujących „jak” instytucje (np. YouTube), obywatelkich się bez jakiegokolwiek pośrednictwa państwa i tego, co traktuje ona jako „aktualną politykę kulturalną”. Po drugie to, co nazywa się kulturą konwergencji, przyjmuje coraz bardziej rozbudowane i powszechne formy, polegające przede wszystkim na nieustannym monitorowaniu i przetwarzaniu (ironicznym, twórczym, polemicznym itd.) treści kultury oficjalnej, także w postaci produkcji oferowanej na rynek³⁴.

Autor podsumowuje swoje uwagi stwierdzeniem, iż

należy uznać, że jesteśmy świadkami wybuchu supernowej kultury. Rewolucja ta dotyczy przede wszystkim tożsamości kulturowej młodych Polaków. (...) Kultura to coraz częściej sfera wyborów czynionych poza jakimikolwiek układami społecznymi, nie tyle kultura identyfikowana z instytucjami, ile raczej z dostępnymi treściami, które towarzyszą ludziom 24 godziny na dobę³⁵.

Jest to zatem kultura „zapośredniczona medialnie, wszechobecna, kształtująca tożsamości typu *insert*”³⁶.

³³ Tamże.

³⁴ Tamże.

³⁵ *Młodzi i media...*, dz. cyt. s. 147.

³⁶ Tamże.

Istotne pytania

Jak mówić o kulturze w momencie, gdy ulega ona dezinstytucjonalizacji, czy raczej odrywa się od instytucji w tradycyjnym rozumieniu, natomiast osadza się na instytucjach nowego typu, nazywanych w raporcie „instytucjami internetowymi” jak na przykład Facebook, YouTube, Digart czy Nasza-klasa?

Jeżeli technologie komunikacji uprzywilejowują natychmiastowość, współzależność i niehierarchiczne grupowe formy działania, konsumpcji/prosumpcji i twórczości, a współczesne tożsamości poszukują autentycznego „ja” i rezonują z takimi formami kulturowymi, które są w stanie uczynić bliskimi sobie w tych poszukiwaniach – jakie będą losy tradycyjnej polityki kulturalnej opartej na dystansie relacji „upowszechniania” i „nauczania” oraz stabilności „instytucji” i „dzieła”?

Autorzy raportu piszą o młodych użytkownikach sieci:

przesyłalność jest podstawową modalnością tego świata. Zarówno obrazy domagają się przesyłania, jak i ludzie chcą je przesyłać i otrzymywać. Mechanizmy wymiany darów ożywają i nabierają nowych sensów w elektronicznej, niematerialnej przestrzeni. (...) Materializowane i archiwizowane w sieci komunikaty (...) pozwalają też na rozwój pasji i zainteresowań, udział w społecznościach praktyki, w których chęć bycia razem miesza się z wymianą wiedzy, a dzielenie się kulturowymi artefaktami włącza się w katalog możliwości tworzenia swojego „ja”³⁷.

Autorzy *Młodzi i media* zauważają również, że podstawę światowej sieci komputerowej

stanowi model E2E (*end-to-end*), umożliwiający swobodny przepływ treści pomiędzy dowolnie odległymi punktami sieci. Krążące w sieci komunikaty nie są filtrowane. Dzięki temu możliwy jest rozwój dystrybucji *peer-to-peer*, znoszących na poziomie technicznym podział na nadawców udostępniających treści i tych, którzy te treści pobierają (przez naszych współpracowników wykorzystywanych pod postacią sieci wymiany plików, ale też w społecznościach skupionych wokół serwisów, takich jak Digart, równość na poziomie technologicznym przekładających na partnerski charakter relacji dydaktycznych). Wzmocniona została rola jednostek i grup, osłabieniu uległy za to instytucje, których

³⁷ Tamże.

władza nie wynika z realnej pozycji w sieciach cyrkulacji, a jest jedynie spuścizną statusu z czasów przedcyfrowych³⁸.

W ten świat mediów cyfrowych, w którym wynikiem dzielenia jest mnożenie, a instytucje kultury, tkwiące często w strukturach i porządkach dwudziestowiecznego przemysłu kulturowego, skazane są na obumarciu lub wymuszoną ewolucję, próbują wkroczyć obrońcy własności intelektualnej i interesów korporacyjnych, zwłaszcza praw autorskich i patentowych.

Poza działaniami w zakresie prawa autorskiego, którego egzekwowanie stało się odrębnym przemysłem, ściganiem „piratów” i pomysłami na komercjalizację i blokowanie Internetu, przedstawiciele korporacyjnych lobby doprowadzili do stworzenia umowy ACTA, mającej chronić interesy patentowe, zapobiegać podróbkom, kopiowaniu i rozpowszechnianiu towarów (do nich również zaliczono dobra kultury) z naruszeniem praw własności intelektualnej, patentowej i autorskiej. Zaczęła się zatem wojna, którą zapowiadał Paul Getty, właściciel Getty Images, jednego z największych archiwów cyfrowych obrazów. Jego zdaniem, w XX wieku toczono wojny o ropę, zaś w XXI będziemy toczyć wojny o prawa autorskie. Polem bitwy staną się TradeMark® czy Copyright®, a policja dostawać będzie od kancelarii prawnych i organizacji ochrony praw autorskich kolejne „Złote Blachy” za złapanie osiedlowych „piratów” rozprowadzających filmy w sieci P2P.

Propozycje ACTA są tak daleko idące, że umożliwiają ingerencję organów i instytucji reprezentujących korporacje w zakresie prawa patentowego i własności intelektualnej niejako ponad kompetencjami wymiaru sprawiedliwości w krajach, w których byłyby zastosowane. W Polsce sprawa podpisania ACTA pojawiła się niemal „za pięć dwunasta”, krótko przed podpisaniem tego dokumentu w imieniu rządu polskiego, i wywołała falę protestów, głównie ze strony użytkowników sieci, z uwagi, między innymi, na zapisy mówiące o przekazywaniu danych osobowych osób podejrzanych o piractwo, nielegalne przesyłanie plików, czy naruszanie prawa autorskiego w sieci, między innymi, działającym w imieniu korporacji kancelariom prawnym, czy organizacjom ochrony praw patentowych i autorskich. Rządowi zarzucono brak konsultacji społecznych, a protest przeciwko podpisaniu ACTA

³⁸ *Młodzi i media...*, dz. cyt. s. 150.

uderzył z całą siłą nie tylko w realnej przestrzeni ulic polskich miast, ale w Internecie, za sprawą ataków organizacji typu Anonymous na ponad 20 stron rządowych, czy atak hakerskiej grupy Polish Underground na stronę Kancelarii Premiera RP. Kolejnym krokiem miało być ujawnienie haseł do rządowych skrzynek e-mail oraz fragmentów innych baz danych.

Pomimo trwającej od 24 stycznia intensyfikacji protestów, ambasador Polski w Japonii 26 stycznia 2012 podpisał porozumienie ACTA w imieniu rządu polskiego. Premier Donald Tusk oświadczył, iż hakerzy nie zmuszą rządu do zmiany stanowiska.

***Młodzi 2011* – Raport Kancelarii Prezesa Rady Ministrów – 2011**

Wiedza premiera RP w kwestii „młodzi i media” przed podpisaniem ACTA mogła w pewnej mierze opierać się na rządowym raporcie *Młodzi 2011* pod redakcją Michała Boniego. Ton tego raportu, zwłaszcza w kwestii dostępu do kultury oraz roli mediów cyfrowych w tworzeniu przestrzeni edukacyjnej, kulturalnej, społecznej, brzmi nieco inaczej niż diagnoza z raportu *Młodzi i media*.

Oto wybrane fragmenty wspomnianego raportu, odnoszące się do problemów zaspokajania potrzeb kulturalnych i edukacyjnych młodych ludzi, wpływu nowych technologii na zaspokojenie tych potrzeb, tworzenia kultury cyfrowej i społeczeństwa informacyjnego:

Po 20 latach transformacji widać również, że innowacyjność zachowań młodych ludzi w Polsce nie polega na wydobywaniu i wzroście potencjału buntu. Raczej na elastycznej i twórczej adaptacji i budowaniu strategii pozwalających chwycić swoisty „wiatr w żagle”, by realizować własne aspiracje, w tym również te dotyczące konsumpcji. (...) Dzisiejsze młode pokolenie (trochę inaczej niż starsza generacja i młodzi wkraczający w życie dorosłe zaraz po 1990 roku poszukujący we wzorcach konsumpcyjnych kompensaty za czasy niedoboru), realizując potrzeby materialnego posiadania – „mieć” – nie chce już w prosty sposób kompensować niedoboru, bo żyje coraz powszechniej w warunkach społeczeństwa i gospodarki postniedoboru (z bardziej złożoną filozofią wyboru stylu konsumpcji)³⁹.

³⁹ *Młodzi 2011*, K. Szafraniec (red.), Kancelaria Prezesa Rady Ministrów, Warszawa 2011, s. 398.

Czym jednak jest „postniedobór”? Wzrostem dobrobytu czy wręcz przeciwnie? Raport KPRM wyjaśnia:

(...) To oznacza, że coraz częściej „mieć” służy „być” w zgodzie z rozpowszechniającymi się i przesuwającymi punkt ciężkości dominujących zachowań społecznych i ekonomicznych modelami postmaterialnymi (choć w oczywisty sposób nie we wszystkich grupach – jest wiele takich, gdzie prosta kompensacja konsumpcyjna nadal dominuje i gdzie posiadanie rzeczy traktowane jest jako podstawowy wyznacznik własnej ważności i wartości)⁴⁰.

Udział w konsumpcji wytwarza energie aspiracyjne; dane z analiz i statystyk pokazują, jak poprawia się kondycja materialna pozwalająca na realizację różnych życiowych potrzeb. Oferta współczesnego rynku jest powszechna i dokłada się wszelkich starań, aby była dostępna – produkty modne niekoniecznie muszą być drogie i trudno osiągalne, często bywają właśnie dostępne i modne przez swoją oryginalność, ekscentryczność, niszowy charakter czy naśladownictwo drogich oryginałów. Tak jak z edukacją – która różnicuje społecznie, a zarazem otwiera szanse na zniwelowanie różnic – podobnie dzieje się z adresowanymi do młodych i powstającymi wśród nich wzorcami konsumentskimi: różnicują, ale pozwalają zrównywać statusy i położenie. Dzieje się tak jednak tylko i wyłącznie wówczas, gdy młodzi mają dostęp do dochodów, czyli do samodzielności z tytułu pracy. Nierówności w konsumpcji wprost zależą od nierówności dochodowych, choć przez specyfikę współczesnej oferty marketingowej w zdecydowanie mniejszej skali niż dawniej⁴¹.

Autorzy raportu przejawiają umiarkowany optymizm, który rozwija się z następnym stwierdzeniem:

Dodatkowym, ubocznym efektem jest swoista „nastolatyzacja” wzorców konsumpcyjnych i kulturowych w pokoleniu rodziców. Z czasem wymusić to może ich większą gotowość na dłuższą aktywność zawodową, by „nastolatyzując się”, nie odstawać konsumenscko od mainstreamu⁴².

⁴⁰ Tamże.

⁴¹ Tamże.

⁴² Tamże.

Czy to „odmłodzone” społeczeństwo jest tym, które będzie radośnie i w dobrym zdrowiu pracować do 67 roku życia, zgodnie z zapowiadaną reformą emerytalną?

W tym łagodnie optymistycznym tonie kontynuowane są rozważania na temat przygotowania młodych do przyszłości:

Jeżeli zatem młode pokolenie Polaków – poprzez uczestnictwo w boomie edukacyjnym, a w przyszłości poprzez jeszcze większą poprawę parametrów edukacyjnych oraz uczestnictwo w procesie wielkiego „impetu zmian cyfrowych” – ma wszelkie przesłanki, by budować nowe przewagi konkurencyjne (doceniając życiowo wartość pracy i kariery zawodowej), to siła jego innowacyjności zależeć będzie także od inspiracji, jakie płyną dla życia i pracy z jakości życia oraz warunków do wzrostu potencjału kreatywności⁴³.

Z tego powodu autorzy raportu zwracają uwagę na znaczenie w modelach rozwoju metropolii i regionów metropolitalnych, wagę metropolitalnych stylów życia, organizacji biznesu i przestrzeni, gdyż właśnie one

generują wartość dodaną o charakterze ekonomicznym. A zatem nie tylko nowoczesne formy organizacji pracy, z wykorzystaniem technik kooperacji i komunikacji, dostępem do wiedzy (w modelach *macrowikinomics*⁴⁴), twórczo przeobrażające otaczającą kulturę w twór o charakterze konwergentnym (przenikanie się przekazów z różnych mediów), lecz także sposób spędzania wolnego czasu decydować mogą, a na pewno będą w nadchodzących latach, o wroście nowego typu produktywności, czyli efektów zbudowania nowych przewag konkurencyjnych⁴⁵.

Mamy zatem model rozwoju przez ekonomię wiedzy i „czas relaksu” (dawny PRL-owski „czas wolny”), które autorzy raportu uważają za dwa wymiary

⁴³ Tamże.

⁴⁴ D. Tapscott, A. D. Williams, *Wikinomics, How Mass Collaboration Changes Everything*, Penguin Group, New York 2006; D. Tapscott, A. D. Williams, *Macrowikinomics, Rebooting Business and the World*, Penguin Group, New York 2010.

⁴⁵ *Młodzi i media...*, dz. cyt., s. 389

tego samego trendu rozwojowego, przy wszystkich zastrzeżeniach co do ograniczoności czasu wolnego w warunkach tak silnej orientacji na pracę i karierę zawodową (choć zarazem rośnie znaczenie prywatności i wspólnotowości spotkań typu „domówki” etc.)⁴⁶.

Tu autorzy raportu zamartwiają się nieco:

Jedynym problemem jest tu niebezpieczeństwo związane z tak silną orientacją na pracę i karierę zawodową w młodym pokoleniu, że w rezultacie dzieje się to często (widać już oznaki takich tendencji) kosztem zdrowia. Wzrost chorób o podłożu emocjonalno-psychologicznym w grupie wiekowej 25-35 lat jest zjawiskiem wymagającym analizy i reakcji⁴⁷.

W końcu autorzy raportu dochodzą do tematu kultury cyfrowej i mediów ery 2.0, niemniej konsekwentnie używają sformułowania „nowe przewagi konkurencyjne”:

To, co jednak dla budowy nowych przewag konkurencyjnych jest szczególnie istotne, dotyczy wzrostu rozumienia roli Internetu i jego funkcji (zarówno w obszarze zawodowym, jak i formie spędzania czasu wolnego, uczestnictwa w portalach społecznościowych, gdzie np. Polska ma wysokie wyniki) w stymulowaniu kreatywności i kooperacji oraz tradycyjno-nowoczesnego sposobu uczestnictwa w kulturze⁴⁸.

I wreszcie pojawia się w raporcie *Młodzi 2011* prosument współczesnych mediów, o którym autorzy raportu *Młodzi i media* pisali przede wszystkim. Prosument w raporcie rządowym nie działa jednak bezinteresownie. Jego „potencjał wyobraźni” jest mierzalny, zakłada „stopę zwrotu”

Zarówno czytanie książek od wczesnego dzieciństwa, jak i udział w audiowizualnych przekazach w roli odbiorcy, ale i twórcy (prosument⁴⁹: producent i konsument we współczesnych formach kulturowej ekspresji) zwiększają potencjał wyobraźni, przekładający się na efekt wysokiej, ekonomicznej stopy zwrotu w pracy jako twórczości⁵⁰.

⁴⁶ Tamże.

⁴⁷ Tamże.

⁴⁸ Tamże.

⁴⁹ Por.: A. Toffler, *The Third Wave*, Morrow, New York 1980.

⁵⁰ Tamże.

Rozważania podjęte w raporcie generują rekomendacje dla działań rządu. Zaleca się budowanie e-państwa (rekomendacja 24), pracę nad szeroko pojętym upowszechnieniem zasobów kultury na rzecz kreatywności społeczeństwa (rekomendacja 25), stworzenie prawnych i materialnych warunków dla realizacji w mediach nowoczesnej misji publicznej, co powinno sprzyjać wzrostowi uczestnictwa w kulturze (rekomendacja 26), stworzenie mechanizmów udziału i konsultacji w przygotowywaniu decyzji publicznych na miarę demokracji partycypacyjnej z użyciem nowoczesnych technologii komunikacyjnych, budując model otwartego rządu – zarazem warunki przejścia ze statusu obserwatora do roli aktora dla młodego pokolenia⁵¹.

Obiegi kultury czyli kulturalni „piraci”. Raport *Obiegi kultury. Społeczna cyrkulacja treści – 2012*

Opublikowany przez Centrum Cyfrowe raport *Obiegi kultury. Społeczna cyrkulacja treści*⁵² jest poświęcony analizie zjawiska nieformalnej wymiany treści kultury w Polsce. Opisuje, jak książki, muzyka i filmy krążą wśród Polaków, którzy czasem je kupują, częściej jednak zdobywają wykorzystując Internet, pożyczają od znajomych lub kopiują. Autorzy nie stawiają jednak wyraźnej granicy między obiegiem legalnym i nielegalnym – bo granice między nimi są rozmyte i często nieczytelne dla ich uczestników. Nie jest to więc raport o „piratach”, a po prostu o ludziach uczestniczących w praktykach nieformalnej wymiany treści.

Autorzy raportu celowo zrezygnowali z prostego podziału na „legalne” i „nielegalne”, wskazując, iż celem publikacji miało być także „wsparcie realnego dialogu w sprawie sposobów docierania do treści kultury w Polsce. Nadużywane często etykiety «piractwo» czy «kradzież» nie ułatwią budowy tego dialogu”⁵³.

⁵¹ Tamże, s. 400-402

⁵² M. Filiciak, J. Hofmokl, A. Tarkowski, *Obiegi kultury. Społeczna cyrkulacja treści*, Centrum Cyfrowe Projekt: Polska, Warszawa, styczeń 2012, (zespół badawczy: M. Filiciak, J. Hofmokl, A. Jałosińska, P. Stężycki, A. Tarkowski, P. Zieliński), <http://obiegi.kultury.centrumcyfrowe.pl/>, dostępny w wersji PDF: http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/pl/wp-content/uploads/2012/01/raport_obiegi_kultury.pdf, [30.01.2012]

⁵³ Tamże, s. 6.

Badanie zostało przeprowadzone na losowej próbie ogólnopolskiej. Struktura demograficzna dobranych respondentów jest, według autorów raportu, „reprezentatywna dla populacji polskich internautów pod względem płci, wieku (16-50 lat), miejsca zamieszkania i wykształcenia”⁵⁴.

Badanie pozwoliło między innymi ustalić, że:

- Jedynie 13% Polaków w ciągu roku poprzedzającego badanie zakupiło książkę, film lub nagrania muzyczne.
- W sferze nieformalnej, rozumianej jako wymiana książek, muzyki i filmów w postaci cyfrowej za pośrednictwem internetu, bierze udział co trzeci Polak. Obieg nieformalny jest więc dla Polaków drugim – po masowych mediach nadawczych, takich jak telewizja i radio – źródłem dostępu do treści kultury.
- Uczestnictwo w nieformalnych obiegach treści w formatach cyfrowych (a więc poprzez internet i z użyciem kopii cyfrowych) jest silnie powiązane z wiekiem. (...)
- Jeśli za element obiegu nieformalnego uznamy także różne formy bezpłatnego pożyczania (np. od znajomych) treści na nośnikach fizycznych, przede wszystkim książek, to sfera nieformalna obejmuje swoim zasięgiem 39% Polaków – jest tym samym trzykrotnie większa od rynkowego obiegu treści kultury.
- Badanie nie potwierdziło tezy o zastępowaniu obiegów formalnych przez nieformalne. Osoby najintensywniej uczestniczące w nieformalnych obiegach treści, tj. internauci ściągający pliki, są największym segmentem wśród kupujących. (...)
- Większość Polaków – aż 62% – nie uczestniczy ani w formalnych, ani w nieformalnych obiegach treści kulturowych. Ich główną formą aktywności kulturowej jest zapewne oglądanie telewizji, którą na potrzeby tego badania wyłączono z kategorii formalnego obiegu treści. Natomiast jedna czwarta Polaków to osoby, które uczestnicząc w nieformalnym obiegu, nie kupują żadnych treści w obiegu formalnym. (...)
- Czynnikiem dramatycznie różnicującym zainteresowanie treściami kultury – oczywiście powiązaniem m.in. z wiekiem i z wykształceniem – jest korzystanie z internetu. W porównaniu z osobami niekorzystającymi z internetu przeciętny internauta niemal trzykrotnie częściej kupuje książki i filmy, aż siedmiokrotnie częściej kupuje muzykę. Co istotne, w wypadku form dostępu do treści kultury niewymagających nakładów finansowych, czyli pożyczania książek, filmów czy nagrań audio, te różnice są jeszcze większe. (...)

⁵⁴ Tamże.

- Aktywni internauci okazali się być grupą wyjątkowo kulturalną – np. 89% tej grupy deklaruje, że w minionym roku przeczytało książkę. Równocześnie udział w nieformalnym obiegu treści jest wśród aktywnych internautów niemal powszechny. Najwięcej z nich – 88% – uczestniczy w nieformalnym obiegu muzyki; 73% w nieformalnym obiegu książek; 78% w nieformalnym obiegu filmów (wszystkie dane dotyczą aktywności w ostatnich 3 miesiącach przed realizacją badania).
- Jeśli udział w tych obiegach zdefiniujemy jeszcze szerzej, tak by objął wszelkie nieformalne kanały dostępu do treści (a więc też na przykład streaming, wymienianie się plikami przez znajomych itd.), to udział w takich obiegach deklaruje 92% przebadanych aktywnych internautów. (...)
- Spośród osób korzystających w ostatnim miesiącu na komputerze z pliku z filmem, muzyką lub książką, aż 59% pożyczyło lub skopiowało filmy lub seriale od znajomych. Widać więc wyraźnie, że na techniczne sieci wymiany plików nakładają się sieci społeczne – wymiana filmów jest częścią życia rodzinnego i towarzyskiego.
- Jaki jest stosunek aktywnych internautów do obiegu nieformalnego? Dwie ekstremalne postawy reprezentują fani obiegu nieformalnego (8%), uważający, że „przecież i tak wszyscy ściągają”, oraz zdecydowani krytycy (11%), zdaniem których ściągnięcie jest kradzieżą, a prawo powinno być surowsze dla osób pobierających z internetu nieautoryzowane treści. Zdaniem trzeciej grupy (13%) „ściągnięcie jest łatwiejsze” – do obiegu formalnego zniechęca ich nie cena, lecz niewygodny związek z korzystaniem z oficjalnej oferty, jakich nie widzą w obiegu nieformalnym. Ostatnia – i zarazem najliczniejsza, bo obejmująca aż połowę aktywnych internautów – grupa twierdzi, że nieformalny obieg po prostu poszerza ich horyzonty. Za kluczowy uważają fakt, że dzięki internetowi znają więcej i wiedzą więcej – a nie, że mogą pozyskiwać treści za darmo⁵⁵.

Autorzy raportu stwierdzają, że

osoby zainteresowane treściami kultury uzyskują do nich dostęp i korzystają z nich za pośrednictwem różnych kanałów – zarówno oficjalnych, jak i nieoficjalnych. Istnieje jednak także znacząca grupa osób, które uczestniczą wyłącznie w obiegu nieformalnym. (...) nie są to osoby, które zrezygnowały z uczestnictwa w obiegu rynkowym. (...) zachodzi raczej proces odwrotny – poszerzania się skali aktywności kulturowej i konsumpcji treści dzięki obiegom nieformalnym. Ściąganie, pożyczanie czy kopiowanie nie jest więc prostym przeciwieństwem

⁵⁵ Tamże, s. 6-7.

kupowania (...) internauci stanowią dziś istotną część rozszerzonych przemysłów kultury, że przejęli na siebie część kompetencji profesjonalnych nadawców. Równocześnie widać, jak marginalną rolę w Polsce odgrywa obecnie sieciowy obieg formalny oraz obieg rynkowy – w sieci brakuje zarówno dobrej i popularnej komercyjnej oferty cyfrowej, jak i treści publicznych. Jednak wśród aktywnych internautów korzystanie z takich form dystrybucji jest relatywnie wysokie, co pozwala sądzić, że znaczenie tego obiegu będzie rosnąć. Tempo tego wzrostu w dużej mierze zależeć będzie jednak od tego, jak rozwinięta się kierowana do internautów oferta⁵⁶.

Autorzy raportu świadomie unikają perspektywy prawnej, wymagającej oceny poszczególnych praktyk jako legalnych lub nielegalnych. Ten dominujący w odniesieniu do nieformalnego obiegu treści punkt widzenia utrudnia, ich zdaniem, zrozumienie wymiaru kulturowego i społecznego tych zjawisk. Stygmatyzuje bowiem popularne praktyki, nie pozwalając na ocenę skutków innych niż domniemana kradzież własności intelektualnej i utrata zysków przez przemysły kultury. Stawia więc gotowe, często niepoparte faktami diagnozy w sytuacji, gdy należy dopiero testować hipotezy⁵⁷. Zdaniem autorów raportu

ocena legalności praktyk dzieli (...) użytkowników na dwie rozłączne podgrupy, „dobrych konsumentów” i „złych złodziei” (...) badanie wskazuje tymczasem, że „piraci” stanowią najliczniejszą grupę wśród osób uczestniczących w formalnym, komercyjnym obiegu. Ważna jest perspektywa samych użytkowników – niecałe 10% z nich uznaje praktyki związane z nieformalnym obiegiem treści za złe, nielegalne lub niemoralne⁵⁸.

Ponadto wskazują, iż potocznie traktuje się osoby ściągające i wymieniające się treściami jako świadomych złodziei. Wyniki badania ujawniają natomiast, iż badani respondenci z reguły nie mają takiej świadomości, na co, zdaniem twórców raportu, wpływa fakt niezbyt oczywistego statusu prawnego różnych form uczestnictwa w obiegu niefor-

⁵⁶ *Obiegi kultury...*, dz. cyt., s. 98.

⁵⁷ Tamże.

⁵⁸ Tamże.

malnym, a także pewna zmiana systemu wartości i etycznego wymiaru obrotu treściami kultury⁵⁹.

Istotna jest konkluzja autorów *Obiegów kultury* odnośnie do polityki kulturalnej:

biorąc pod uwagę skalę obiegu nieformalnego oraz jego współwystępowanie z obiegiem formalnym, podstawą polityki kulturalnej nie może być zero-jedynkowe rozdzielenie dwóch obiegów i uczestniczących w nich osób, a tym bardziej naznaczanie jednej z tych grup. Podobnie nie można opierać polityki kulturalnej na założeniu substytucji jednego obiegu przez drugi oraz konieczności zapewnienia ochrony przed tym procesem⁶⁰.

Podsumowując, należy stwierdzić, iż partycypacja współczesnej polskiej młodzieży w przestrzeni społecznej i kulturowej za pośrednictwem mediów 2.0, przede wszystkim Internetu i mediów mobilnych, zatacza coraz szersze kręgi i staje się niezwykle znaczącym obszarem nie tylko uczestnictwa w kulturze, edukacji, ale również codziennego życia młodych ludzi. Omawiane raporty dokonują próby diagnozy i klasyfikacji tej przestrzeni, ale nie wszystkie wnioski z nich się nasuwające są zbieżne. Raporty *Młodzi i media* oraz *Obiegi kultury*, diagnozując przestrzeń medialną młodych Polaków, silniej wskazują na potrzebę budowania nie tylko nowych strategii rozumienia tej przestrzeni na poziomie badawczym, ale także wskazują na potrzeby zmiany strategii instytucji, od stanowiących i wykonujących prawo, przez rząd i instytucje administracyjne, po współczesne korporacje i inne podmioty gospodarcze. Pojawiający się w raportach etos cyberprzestrzeni jako przestrzeni wolnej, nieograniczonej, dającej nieskrępowany potencjał „dzielenia się”, a także nieograniczonego tworzenia wspólnot „mnożących treści kultury przez dzielenie się”, nie zawsze jest zgodny z ideami komercjalizacji własności intelektualnej, prawem autorskim i patentowym nastawionym na zysk. Ponadto partycypacyjny i wspólnotowy model uczestnictwa, nie tylko w korzystaniu z kultury, ale też w jej wytwarzaniu, na poziomie nie tylko twórczości artystycznej, ale również edukacji czy przedsiębiorczości, nie daje się pogodzić z lansowanymi w liberalno-komercyjnej ideologii ideami autonomizacji jed-

⁵⁹ Tamże.

⁶⁰ *Obiegi kultury...*, dz. cyt., s. 99.

nostki w konkurencyjnym wyścigu na ścieżce kariery, a taki ton pojawia się w interpretacjach i rekomendacjach rządowego raportu *Młodzi 2011*. Wydaje się zatem, iż rząd, parlament, instytucje tworzące współczesną kulturę i gospodarkę, powinny uważniej przyglądać się diagnozom społecznym i próbować zmieniać prawo, procedury i strategie działania, optymalizując je bardziej do potrzeb współczesności.

BIBLIOGRAFIA

- Beck U., *Zombie Categories: Interview with Ulrich Beck*, [in:] Beck U., Beck-Gernsheim E., *Individualization: Institutionalized Individualism and its Social and Political Consequences*, London 2002.
- Bolter J.D., Grusin R., *Remediation: Understanding New Media*, Cambridge 2000.
- Bourdieu P., *In Other Words*, Stanford 1990.
- Filiciak M., Danielewicz M., Halawa M., Mazurek P., Nowotny A. i in., *Młodzi i media. Nowe media a uczestnictwo w kulturze. Raport Centrum Badań nad Kulturą Popularną SWPS*, Warszawa 2010.
- Filiciak M., Hofmokl J., Tarkowski A., *Obiegi kultury. Społeczna cyrkulacja treści*, http://creativecommons.pl/wp-content/uploads/2012/01/raport_obiegi_kultury.pdf, [30.01.2012].
- Halawa M., *Od kultury nie ma ucieczki*, „Gazeta Wyborcza”, z 26.07.2007, <http://mateuszhalawa.com/teksty-prasowe/od-kultury-nie-ma-ucieczki/> [20.01.2012].
- Jenkins H., *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, Warszawa 2006.
- Marvin C., *When Old Technologies Were New: Thinking About Electric Communication in the Late Nineteenth Century*, London 1990.
- Młodzi 2011*, Szafraniec K. (red.), Warszawa 2011, [w:] http://kprm.gov.pl/Mlodzi_2011_alfa.pdf [3.11.2012].
- Tapscott D., Williams A.D., *Wikinomics, How Mass Collaboration Changes Everything*, New York 2006.
- Tapscott D., Williams A.D., *Macrowikinomics, Rebooting Business and the World*, New York 2010.
- Toffler A., *Trzecia fala*, Warszawa 1997.
- Toffler A., Toffler H., *Revolutionary Wealth*, New York 2006.