

Nowe media środowiskiem wyzwań animacji kultury

Animacja kultury w ekranach doświadczania

Nastanie ery komunikowania medialnego zrewolucjonizowało wiele dziedzin życia. Począwszy od rozlicznych aspektów życia codziennego, a kończąc na wymiarach geopolitycznych i ogólnospołecznych nowoczesne media elektroniczne są stałym elementem rzeczywistości. Nie zmieniły się jednakże zasadnicze cele, jakie stawiane są przed animacją kultury i edukacją kulturalną.

Myśląc o mediach elektronicznych, wiek XX z pewnością można określać „wiekiem ekranów” (Gwóźdź, Zawojski 2002). Początek wieku XXI to przede wszystkim wzrost znaczenia Internetu, w którym wspomniane ekrany stanowią jedną z platform partycypacji w kulturowej różnorodności. Bez względu na to czy będziemy patrzeć na zaistniały stan kultury i umocowane w niej możliwości w kategoriach supermarketu (Mathews 2005), czy jako pole zaniżania poziomu jakości (Keen 2007), animacja kultury musi uwzględniać obecność adresatów swych działań w dwóch różnych środowiskach: tradycyjnych przestrzeniach fizycznych oraz medialnych. W szczególności zaś uwzględniać powinna fakt, że w optyce tychże odbiorców częstokroć nie ma już granic pomiędzy tym co realne, a wirtualne. Obydwa te wymiary stanowią pola emanacji osobowości, zawiązywania wspólnot, a na wczesnych etapach życia równorzędne środowiska socjalizacji (por: Filiciak, Danielewicz, Halawa, Mazurek, Nowotny, 2010). Nowe struktury komunikacyjne i społeczne są wyzwaniem dla edukacji kulturalnej i kompetencji osób zajmujących się upowszechnianiem kultury. Ważnym aspektem jest tutaj lokalność, której wytworzenie możliwe jest dziś w Internecie. Animator kultury zazwyczaj jest częścią jakiejś lokalności. Bez względu na to czy są to fizycznie czy wirtualnie określone terytoria, nowe formy komunikowania umożliwiają zawiązywanie wspólnot, wyrażanie lokalnych interesów, umożliwiają zaangażowanie. Nowe media są inkluzyjne, a jednocześnie umożliwiają powstawanie wąskich grup zorientowanych na

właściwe im działania oraz wartości. Nowe formy komunikowania o wiele łatwiej niż jakikolwiek wcześniejszy układ komunikacyjny, ułatwiają odnajdywanie grupy uznania dla nawet bardzo wąsko adresowanych aktywności kulturalnych. Stanowi to o potencjale mediów dla animacji kulturalnej, jest też poważnym wyzwaniem do pogłębiania (coraz bardziej niezbędnych) medialnych kompetencji.

Dokonywane za sprawą nowych mediów przemiany sposobów zawiązywania relacji społecznych identyfikowane są w dwóch zasadniczych wymiarach: kultury uczestnictwa (partycypacji) i konwergencji (Jenkins 2007). To wszystko co w miejsce relacji ludzi do mediów ustanawia stan „my-media”, buduje demokratyczny rozkład sił i potencjałów, umożliwia pogłębianie więzi społecznych. Tak jak od strony technologicznej konwergentne stają się względem siebie urządzenia (telewizory, komputery czy telefony komórkowe), tak też wzajemnie przenikają się pełnione w układach komunikacyjnych role amatorów i profesjonalistów. Uczestnictwo w kulturze staje się wielowymiarowym splotem możliwości, postaw, opcji wyboru. Choć twórcza postawa uczestników nowych mediów bywa zredukowana do pozycji biernego konsumtariatu (Bard, Söderqvist 2006), to pomimo tego rodzaju wątpliwości, dla animatorów kultury w zaistniałej sytuacji należałoby upatrywać raczej szans niż zagrożeń. Należy podkreślić, iż mówimy tu również o potencjale wynikającym z sytuacji, które mogą być klasyfikowane nawet jako przestępstwo (w zakresie nielegalnej dystrybucji twórczości, zaangażowanego hakerstwa itd., a mającego wkład w rozwój i trwanie kultury). By przekonać się jak sytuacja nie jest jednoznaczna od strony etycznej, wystarczy zapoznać się z wynikami badań, które mówią, iż nadużyć w sferze własności intelektualnej dokonują przede wszystkim ci, którzy stanowią najaktywniejszą grupę użytkowników tradycyjnej jak i legalnie dystrybuowanej kultury (Filiciak, Hofmokl, Tarkowski 2012).

Kwestią szczególnej wagi jest taki rozwój mediów masowych, który doprowadził do nawrotu komunikowania interpersonalnego. Po latach dominacji jednokierunkowych mediów, jak prasa czy telewizja, Internet umożliwia swoistą neobezpośredniość, a wraz z nią nastanie nowych układów relacji i sieci społecznych. Wytworzony potencjał wymaga rozpoznania drzemiących w nich możliwości oraz zaktualizowanego namysłu nad aksjologicznymi sensami upowszechniania kultury. Dopiero bowiem wiążąc kulturę z wartościami (Tyszka 1999) w pełni zidentyfikujemy elementarne zakresy znaczenia edukacji kulturalnej. A jest nią tak samo wprowadzanie jednostek i grup tego potrzebujących w kulturę (Fatyga 2009: 6), jak

też całe spektrum celów stojących wobec upowszechniania kultury, a rozpościerają się one od prozelityzmu kulturalnego i popularyzacji, po humanizację cywilizacji itd. (Kubinowski 2008: 79-86). Wszystkie te aspekty uprawiania kultury możemy odnaleźć w nowych mediach.

Potencjał różnorodności i kulturalny prekariat

Na różnorodność możliwości jakie dają dla animacji kultury nowe media składają się nowe formy uczestnictwa i współtworzenia kultury, wirtualizacja kultury, interaktywność, przemiany w sferze własności intelektualnej (jak choćby Creative Commons). Dla praktyk upowszechnieniowych z pewnością walorem nowych mediów jest możliwość wdrożenia do swoich działań promocyjnych elementów marketingu wirusowego, możliwość wytwarzania nowych przestrzeni interakcji. Głównym zagrożeniem jest dysonans poznawczy wynikający z zestawienia wysiłków na rzecz tworzenia kultury z łatwością bazowania na tym co jest już w sieci internetowej dostępne. Aspekt ten, prócz oczywistej demobilizacji, może prowadzić w znacznym stopniu do działań odtwórczych. Podobnie postępująca tabloidyzacja może powodować zaniżanie poziomu kulturalnych aspiracji. Animator kultury musi pamiętać zarówno o potencjale ulokowanym w sieci jak i o drzemiących w niej zagrożeniach.

Minęło już ponad dziesięć lat od czasu opublikowania dwóch, znacząco optymistycznych wizji nowych mediów. Na myśli mam *Smart Mobs: The Next Social Revolution* Howarda Rheingolda (Rheingold 2002) oraz *Wolną kulturę* Lawrence'a Lessiga (Lessig 2005). Zawarte w nich przekonanie, iż kooperująca z sobą ludzkość oraz nowoczesna technologia komunikacyjna wznosi rozwój społeczeństwa na wyższy poziom, nie zdezaktualizowało obaw dotyczących charakteru relacji świata mediów do ludzi. Już w 1944 roku Adorno i Horkheimer o obcowaniu z mediami pisali: „Kultura masowa jest dostatecznie zahartowana, by nawet dawne marzenia, ideał ojca na równi z absolutnym uczuciem wedle potrzeby wyszydzać lub skutecznie nimi manipulować. Przedmiotem nowej ideologii jest świat jako taki. Ideologia wykorzystuje kult faktów, gdyż ogranicza się do tego, by za sprawą możliwie dokładnego przedstawienia awansować marne istnienie do królestwa faktów. Wskutek takiej transpozycji samo istnienie staje się surogatem sensu i słuszności.” (Adorno, Horkheimer 1994:133-188). Świat współczesnych mediów jest z pewnością znacznie bardziej transparentnie współrzędzonym przez obywateli *Polis*, aniżeli miało to miejsce w połowie

XX wieku. Nie przestaje jednak przy tym być kapitalistycznym układem dominacji, gdzie nawet przestrzeń publiczna może być przedmiotem ekonomicznej i politycznej ideologizacji, zaś jednostka ludzka uprzedmiotowiona. Te same narzędzia i techniki, które pozwalają zaktywizować animatorowi kultury swych podopiecznych, ugruntowują konsumeryzm oraz intelektualną apatię. Problem dotyczy nawet takich form aktywności twórczych jak twórczość fanowska, której wytwory mogą stanowić element marketingowej strategii promocji.

Należy jednak zauważyć, iż urzeczywistnienie się nowych postaw związanych z siecią jak prosumpcja (Siuda 2012), dla animacji kultury jest zjawiskiem o unikatowym potencjale. Alvin Toffler, który wprowadził termin prosument, miał na myśli proaktywnych konsumentów. Takich, którzy są odbiorcami i twórcami jednocześnie. W wąskim rozumieniu, przy odpowiednim moderowaniu działań, dla animatora kultury byłoby to urzeczywistnienie żywego uczestnictwa w kulturze. Przykładem mogą być tu środowiska gier sieciowych (szczególnie tych modyfikowalnych przez uczestników). Otwarcie się na twórczość odbiorców kultury może, tak samo jak gier, dotyczyć obcowania z literaturą czy teatrem. Internet to model kultury inkluzywnej, otwartej, zbudowanej na uczestnictwie. Często lokowanej na negacji znaczenia kompetencji, elitarności czy ekskluzywności. „Zamiast oświecania ciemnych mamy w tym modelu obiegi kultury, a w nich znajdujemy się dziś co chwila w innej roli: bywamy publicznością, a za chwilę twórcami, menedżerami, mecenasami, krytykami kultury...” (Kłosowski 2011: 13). Dominuje tu kategoria „dziania się” nad merytorycznym uzasadnieniem kultywowania określonych praktyk wraz z wiarą w samoregulujące się struktury społeczne. Pamiętać jednak musimy, iż nawet w tak egalitarnych strukturach jak Internet, mechanizmy kontroli społecznej czasem zawodzą, przynosząc m.in. strony skrajnie rasistowskie czy też akty agresji i cyberbullyingu (patrz: Jacek Pyżalski, 2012).

Traktując kwestie otwartego uczestnictwa jako walor dla upowszechniania kultury (przyjmując za takie również metodologiczne odrzucenie wertykalnych podziałów jakości, jakich dokonuje się w imię poszanowania subiektywizmu), nowe media stają się największym z dostępnych środowisk wzbudzania postaw prokulturalnych i prospołecznych. Działania te mogą przypominać formy istnienia sztuki w przestrzeni publicznej, które znamy z okresu późnych lat 60-tych dwudziestego wieku w rodzaju *Community arts* (sztuka wspólnotowa), a która ma na celu nie tyle na celu wytworzenie artefaktów, co zmianę społeczną. W Internecie odnajdujemy wiele form aktywizacji społecznej traktującej kulturę i sztukę jako oręż. Znaczący jest tu potencjał dystrybucji treści poprzez portale społecznościowe. Przykładem

takich działań może być profil w serwisie Facebook o nazwie *Anonymous ART of Revolution*. W informacjach na temat swojej strony jej autorzy podkreślają znaczenie sztuki w procesach wyzwania myślenia i poszukiwania prawdy, nawet jeśli sztuka ta prowokuje, a nawet przeszkadza (korespondując ideowo z międzynarodowym ruchem protestu *Occupy movement*). Ale to tylko przykład jednego z wielu oddolnych ruchów, w których przedmiotem zainteresowań oraz podejmowanych działań jest ekonomia, polityka, środowisko naturalne etc., językiem zaś staje się sztuka, a głównym medium Internet.

Nowe media to przestrzeń umożliwiające instytucjom kultury w bezprecedensowy sposób wyjście w przestrzeń publiczną (zamiast uprzedniego modelu zapraszania do siebie). Relacje społeczne dokonują się poprzez sieć i w sieci, tym samym instytucje kultury dostrzegają konieczność swojej obecności w wirtualnych środowiskach. Obecność ta może mieć charakter internetowej wizytówki, serwisu, ale też przybierać bardzo rozbudowane formy, czego najdonioślejszymi przykładami są wirtualne muzea (ze światowych przykładów wystarczy wspomnieć Muzeum Luwru, zaś z polskich instytucji Muzeum Powstania Warszawskiego). Transponowanie działalności kulturalnej z tradycyjnych przestrzeni na wirtualne, niesie z sobą znaczące ryzyko. Rodzaj kulturalnego apostołstwa (gr. *apostolos* to wysłannik) traktującego jako priorytet dotarcie z kulturą do szerokich rzesz uczestników komunikowania masowego, musi pociągać za sobą daleko idące uproszczenia (w myśl uprzyśpieszenia). Uczestnictwo w kulturze medialnie zapośredniczonej wymaga tak samo poważnego namysłu jak w środowiskach tradycyjnych. Jednakże pamiętajmy, iż nowe formy uczestnictwa w kulturze nie niwelują kryzysu kultury, a wręcz go pogłębiają. Podmyty w wieku XX fundament tego co istotne w kulturze wysokiej (a nawet jej zanegowanie), pozwala spojrzeć na animatora kultury jako przedstawiciela „kulturalnego prekariatu”. Termin prekariat – przypomnijmy – powstał ze złożenia słów *precarious* (niepewny) ze słowem proletariat dla dookreślenia osób pracujących na niedających stabilizacji zasadach zatrudnienia (bez gwarancji bezpieczeństwa pracy, dochodu, ubezpieczenia etc.) (Standing 2001). Warto podkreślić, iż kategoria prekariatu dotyczy częstokroć ludzi dobrze wykształconych i na różnych etapach kariery zawodowej. W proponowanym tu kontekście „kulturalny prekariat” stanowią ludzie niepewni tego, co w kulturze jest istotne, ale ją praktykujący. Internet oprócz świadomego uczestnictwa w kulturze może dawać atrakcyjny pozór aktualizacji wiedzy i kompetencji. Sieciowe indeksowanie wydarzeń kulturalnych może przypominać posiadanie książek na półkach bez wczytywania się w ich zawartość. Dlatego tak istotnym jest zestaw kompetencji umożliwiający przebicie się z wartościową ofertą

kulturalną. Środowiska internetowe wciąż można traktować jako obszary dla kultury wschodzące, zaś kompetencje do animowania w nich kultury, jako wymagające ustawicznego doprecyzowywania.

Kompetencje kluczowe. Animowanie i zarządzanie kulturą nowych mediów

Wyzwanie do formowania kompetencji medialnych w animacji kultury nie pojawiło się wraz z nastaniem nowych mediów. Od kiedy istniały jakiegokolwiek zapośredniczone formy komunikowania i multiplikacji treści, animatorzy z różnym skutkiem potrafili je wykorzystać. Procesy te wyraźnie dawały o sobie znać już wieku XIX-tym, kiedy to rozwój techniki drukarskiej pozwalał rozwijać swą działalność takim ludziom jak Konrad Prószyński. Obecnie osoby jego pokroju, zapewne w pierwszej kolejności, podejmują się pisanie bloga, zawiązywania sieci partnerstwa i grup inicjatywnych w przestrzeni portali społecznościowych, zajmują się tworzeniem stron www, pracują nad wymianą linków i pozycjonowaniem, publikują ebooki, aktywnie współtworzą fora dyskusyjne, etc. Działacze kulturalni nie różnią się tu wiele od pracowników public relations, agencji reklamowych, polityków, gwiazd sceny muzycznej i ekranu, wszystkich tych którzy pojęli potencjał nowych mediów w zakresie upowszechniania i partycypacji. Animator poprzez nowe media może mówić o znaczących jego zdaniem obszarach kultury, ale też poprzez nowe media kulturą zarządzać. Jak bardzo cyfrowe formy zarządzania informacją upowszechniły się pokazał casus Papieża Benedykta XVI, kiedy w grudniu 2012 roku umieścił swój pierwszy wpis na Twitterze. Umiejętność upubliczniania treści w sieci internetowej jest obecnie jedną z elementarnych kompetencji w animacji kultury – zarówno w wymiarze promocji tradycyjnych działań kulturalnych, kreowania wizerunku instytucji kultury, jak i w ramach podejmowania działań zogniskowanych docelowo w samej sieci.

Stosunkowo słabo rozpoznana od strony potencjału dla animacji kulturalnej są środowiska symulacji trójwymiarowych. Jest to jeden z bardziej interesujących przejawów kultury cyfrowej (Filiciak 2006: 15). W polu zainteresowania animatorów kultury mogą tu być zarówno gry (od elektronicznych wersji tradycyjnych gier planszowych po MMOG – Massively multiplayer online game), jak i środowiska stanowiące rodzaj równoległej

rzeczywistości typu Second Live. W cyfrowych przestrzeniach odbywają się koncerty, akademickie wykłady, wystawy, a nawet przedstawienia teatralne. Przestrzenie te, jako w znacznej mierze autonomiczne i odrębne od fizycznej codzienności, będą z pewnością istotnym wyzwaniem dla animacji kultury w najbliższych latach.

Obecnie podstawową kompetencją animatora kultury stają się umiejętności komunikacyjne z wykorzystaniem nowych mediów. Drugą jest zdolność dostrzegania nowych obszarów działania w ustawicznie zmieniającym się środowisku medialnym. Niezależnie czy mówimy o ideowo zorientowanych organizatorach działań kulturalnych, czy o zarządzaniu kulturą jak przedsiębiorstwem mającym wykazywać się dodatnim bilansem zysków, dwie wymienione kompetencje stanowią bazę do podejmowanych wysiłków w obrębie Internetu jak i działań wspomaganych obecnością w nowych mediach. Animator kultury nie działa w próżni, potrzebuje prócz wymienionych zdolności, umiejętność gromadzenia kapitału społecznego – co do istoty ta kompetencja jest istotna bez względu na rodzaj przestrzeni, w której działania animator podejmuje. Kapitał społeczny to taki rodzaj więzi społecznych, których relacje zbudowane są na uznaniu norm i wzajemnym zaufaniu, a kooperacyjność służy różnym interesom (Putnam 1995: s. 664-665). Kapitałem społecznym są też realne i potencjalne zasoby wynikające z przynależności do grupy wsparcia (Bourdieu 1986: s. 249). Kapitał społeczny na rzecz działań w kulturze można dziś gromadzić nie patrząc na tradycyjne granice. Wyłania się tu ponownie potrzeba umiejętności łączenia lokalnych wartości kulturowych z wpływami globalnymi. Zdolność godzenia wielokulturowych wartości nie musi przekładać się ani na indygenizację ani na umniejszanie rangi lokalnych tradycji. Jak mówią Ulrich Beck i Edgar Grande: „W ramach paradygmatu narodowego różnorodność uchodzi za niebezpieczną dla integracji, a w ramach paradygmatu kosmopolitycznego służy integracji. (...) Wyzwanie kosmopolityzmu europejskiego polega (...) na uznaniu odstępstw za normy.” (Beck, Grande 2009: 156-157). Transponując przywołany kontekst ważności zróżnicowania na zadania animatora kultury, dostępną wielość może on traktować zarówno jako poszerzenie spektrum możliwości jak i ugruntowanie znaczenia pielęgnowania tego, co stanowi o jego najbliższym środowisku. Nie musi to być w takim razie wizja kultury fasadowej, takiej która marginalizuje wszystko to co nie jest głównym, światowym nurtem. Nie musi mieć tu miejsca emanacja kultury wysokiej „zaproszonej na prowincję”, bo każdy wzorzec uczestnictwa jest równoprawny. O ile będzie historycznie zakorzeniony i wyrażający tożsamość określonej grupy społecznej.

Decentralizacja sieci ułatwia jak i utrudnia zarządzanie działaniami kulturalnymi. Demokracja sieci wraz z elementarnymi kompetencjami medialnymi, przekłada się na kształt i jakość kultury, a pośrednio na obraz struktur demokratycznych państwa. Dziś już nie ma prostej dychotomii świata wirtualnego i realnego. Oba światy są równie (nie)prawdziwe i by to wykazać nie trzeba się odwoływać do symulaków Jeana Baudrillarda. Niezależnie od ujęć interpretacyjnych, dla animacji kulturalnej najważniejszym pozostaje splot ludzkich interakcji, pola wymiany myśli, ustalanie celów i możliwości dążeń. Wobec szerokiego pola ujawnionych w zmediatyzowanym środowisku możliwości, animator kultury musi nade wszystko uczyć wyboru w kulturze, przyjąć odpowiedzialność zarówno za charakter upowszechnianej kultury, ale i za spektrum zaniechań.

Bibliografia

- Adorno T., Horkheimer M., 1994, *Przemysł kulturalny. Oświecenie jako masowe oszustwo* [w:] tychże, *Dialektyka oświecenia*, Warszawa: Wydawnictwo IFiS Pan.
- Bard A., Söderqvist J., 2006, *Netokracja. Nowa elita władzy i życie po kapitalizmie*, Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Baudrillard J., 2005, *Symulakry i symulacja*, Warszawa: Wydawnictwo Sic!.
- Bauman Z., 2000, *Globalizacja*, Warszawa: PIW.
- Beck U., Grande E., 2009, *Europa kosmopolityczna. Społeczeństwo i polityka w drugiej nowoczesności*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Fatyga B., 2009, *Jakiej kultury Polacy potrzebują i czy edukacja kulturalna im ją zapewnia? Raport o problemach edukacji kulturalnej w Polsce dla Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego*, Warszawa.
- Putnam R., 1995, *Turning in, turning out: the strange disappearance of social capital in America*, *Political Science and Politics* Vol. 28, No. 4.
- Bourdieu P., 1986, *The Forms of Capital*, in: John G. Richardson, *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, , New York: Greenwood Press.
- Beck U., Grande E., 2009, *Europa kosmopolityczna. Społeczeństwo i polityka w drugiej nowoczesności*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Filiciak M., 2006, *Wirtualny plac zabaw. Gry sieciowe i przemiany kultury współczesnej*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Filiciak M., Danielewicz M., Halawa M., Mazurek P., Nowotny A., 2010, *Młodzi i media. Nowe media a uczestnictwo w kulturze. Raport Centrum Badań nad Kulturą Popularną SWPS*, Warszawa.

- Filiciak M., Hofmokl J., Tarkowski A., 2012, *Obiegi kultury. Społeczna cyrkulacja treści. Raport z badań*, Warszawa.
- Gwóźdź A., Zawojski P. (red), 2002, *Wiek ekranów*, Kraków: Rabid.
- Jenkins H., 2007, *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Keen A., 2007, *Kult amatora. Jak internet niszczy kulturę*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Kłósowski W., 2011, *Od redaktora*, [w:] Kłósowski W. (red.), *Kierunek kultura. W stronę żywego uczestnictwa w kulturze*, , Warszawa: Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki.
- Kubinowski D., 2008, *Działalność upowszechnieniowa jako pedagogiczna reakcja na kryzys kultury współczesnej*, [w:] Olbrycht K., Skutnik J., Konieczna E. (red.), *Upowszechnianie Kultury – wyzwaniem dla edukacji kulturalnej*, Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
- Lessig L., 2005, *Wolna kultura*, Warszawa: WSiP.
- Mathews G., 2005, *Supermarket kultury*, Warszawa: PIW.
- Pyżalski J., 2012, *Agresja elektroniczna i cyberbullying jako nowe ryzykowne zachowania młodzieży*, Kraków: Oficyna Wydawnicza Impuls.
- Rheingold H., 2002, *Smart Mobs: The Next Social Revolution*, Cambridge: Perseus Publishing.
- Siuda P., 2012, *Kultury prosumpcji. O niemożności powstania globalnych i ponadpaństwowych społeczności fanów*, Warszawa Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR.
- Standing G., 2001, *The precariat: the new dangerous class*, , London, New York: Bloomsbury Academic.
- Tyszka A., 1999, *Kultura jest kultem wartości. Aksjologia społeczna – studia i szkice*, Komorów: Wydawnictwo Antyk.