

ANNA WOŹNIAK

Instytut Archeologii i Etnologii PAN, Warszawa

„KULTURA UCZESTNICTWA”<sup>1</sup>  
NA WSPÓŁCZESNEJ WSI POLSKIEJ W KONTEKŚCIE  
NAJNOWSZYCH TEORII MEDIOZNAWCZYCH

WSTĘP

Żyjemy w okablowanym świecie. Dzisiejsze społeczeństwa nazywane są informacyjnymi, bowiem przepływy treści stanowią o ich bycie i tożsamości. Zjawiska kultury, którą analogicznie można określić jako „informacyjną”, zgłębiane są przez badaczy z całego świata. Nie tylko medioznawcy, ale i antropolodzy intensywnie przyglądają się procesom, jakie zachodzą w domach użytkowników telewizji, telefonów komórkowych i internetu. To, co może nas szczególnie zainteresować kryje się w lokalnych uwarunkowaniach odbioru treści medialnych. Bo czyż nie warto spytać, czy miejscowe tradycje, zwyczaje lub wartości mają znaczenie w konfrontacji z tymi promowanymi przez media? Korzystanie z nich jest zróżnicowane – grupy społeczne, subkultury, mieszkańcy miast, wsi, wszyscy oni mają własne sposoby ich użytkowania. Mnie szczególnie interesują zagadnienia związane z tym, jaki użytek wiejscy uczestnicy globalnej kultury czynią z przekazów: telewizyjnego, internetowego, i jakie miejsce zajmują one w ich życiu. Zastanawia mnie także czy widz wiejski jest przygotowany do życia w kulturze informacyjnej i jakiego rodzaju aktywność wykazuje w kontakcie z mediami?

Rola i oddziaływanie środków masowego przekazu w środowiskach wiejskich pozostają jednymi z kluczowych pól moich zainteresowań od lat. Przyglądając się relacjom ludzie – telewizja<sup>2</sup> nierzadko zadawałam sobie pytanie, czy zasadne jest koncentrowanie się na tym jednym medium, skoro w powszechnej opinii ustępuje ono miejsca innym technologiom? Uznałam, że mogę w ten sposób narzucać zarówno

<sup>1</sup> Termin ten odnosi się do aktywności uczestników kultury. Zakłada się, że nie są oni jedynie biernymi konsumentami, ale również producentami treści dystrybuującymi je głównie poprzez internet. Codzienne obcowanie z płynącymi z mediów informacjami zmusza do działań, które polegają między innymi na ich selekcji, analizie, ocenie itp. Podejmowane czynności, zróżnicowane ze względu na indywidualne i grupowe przygotowanie (obyście) medialne odbiorców, są zarazem wyznacznikami uczestnictwa w kulturze.

<sup>2</sup> Zawartym w nieopublikowanej pracy doktorskiej pt. „Skazani na telewizję. Krajobraz społeczno-kulturowy współczesnej wsi polskiej”, Warszawa 2010; dostępna w Bibliotece IAE PAN w Warszawie.

sobie, jak i badanym pewną kliszę, wpływając tym samym na wyniki badań<sup>3</sup>. Nie sposób jednak zaprzeczyć faktom, że „szklany ekran” jest dla Polaków ważny. Tak przynajmniej można przypuszczać po zapoznaniu się z wynikami sondaży, które mówią, że statystyczny mieszkaniec naszego kraju spędza przed nim średnio około 240 minut dziennie<sup>4</sup> i zauważalna jest tendencja wzrostowa<sup>5</sup>. W innym miejscu znajdziemy informację, że „niemal wszyscy Polacy (97 proc.) oglądają telewizję”<sup>6</sup>. Jeśli zatem uznamy, że jest to zajęcie powszechne i pochłaniające dużą część wolnego czasu, to skąd opinie, że to medium zostanie w niedługiej perspektywie zastąpione innymi? Czy nowe technologie rzeczywiście zdominują produkcję i odbiór treści medialnych?

Opisanie i zrozumienie tej dynamicznej rzeczywistości, która spleta wirtualność z realnością, wymaga od badaczy interdyscyplinarnej współpracy. Liczne inspiracje płynące z lektury publikacji, głównie medioznawców, skłoniły mnie do tego, aby skonfrontować własne doświadczenia z mającym obecnie największą siłę oddziaływania paradygmatem mówiącym o tym, że żyjemy w „kulturze konwergencji”<sup>7</sup> opartej między innymi na uczestnictwie i istnieje, w związku z tym, potrzeba pytania o rolę odbiorców, będących jednocześnie wytwórcami treści kultury. Koncentrowanie się jedynie na wpływie poszczególnych mediów na życie społeczno-kulturowe ogranicza, w myśl tych założeń, utrudnia poznanie interesujących mnie zagadnień.

W tym artykule skoncentruję się na analizie pojęć oraz założeń, jakie legły u podstaw wymienionych teorii. Odwołuję się w dużej mierze do literatury przedmiotu celem uporządkowania licznych kwestii związanych z stosunkowo nowymi na gruncie polskiej antropologii pojęciami. Czynię poza tym odniesienia do prowadzonych przeze mnie badań starając się odpowiedzieć na pytania i wątpliwości, jakie pojawiły się w toku rozważań. W głównym zamierzeniu mój tekst ma stać się przyczynkiem do stworzenia podstaw teoretycznych dla moich dalszych poszukiwań terenowych uwzględniających omówione tutaj kwestie.

#### „KULTURA KONWERCENCJI” I „PRAKTYKI CODZIENNOŚCI”

Czym charakteryzuje się „kultura konwergencji”? Termin „konwergencja” (w klasycznym ujęciu) oznacza „zbieżność; biologiczne podobieństwo cech u organizmów z różnych grup systematycznych, wynikające nie z pokrewieństwa, lecz z przystoso-

<sup>3</sup> Warto zauważyć, że firmy specjalizujące się w badaniach marketingowych (por. Nielsen Audience Measurement) zazwyczaj dokonują pomiarów (oczywiście odwołuję się tu do ogólnodostępnych danych; nie uwzględniam innych realizowanych przez nie zadań, o których rzecz jasna nie mam wiedzy) oddziaływania pojedynczych środków masowej komunikacji np. prasy, radia, telewizji. Interesuje ich oglądalność, udział reklam w czasie antenowym itp.

<sup>4</sup> Dane z lat 2010–2012.

<sup>5</sup> [http://wiadomosci.gazeta.pl/wiadomosci/1,114873,8883733,Sondaz\\_Ulubione\\_rozrywki\\_Polakow\\_Oglada\\_nie\\_telewizji.html](http://wiadomosci.gazeta.pl/wiadomosci/1,114873,8883733,Sondaz_Ulubione_rozrywki_Polakow_Oglada_nie_telewizji.html), dostęp w dniu 30.04.2013; [http://www.krrit.gov.pl/Data/Files/\\_public/pliki/publikacje/rynek-telewizyjny-w-ii-kwartale-2012\\_.pdf](http://www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/pliki/publikacje/rynek-telewizyjny-w-ii-kwartale-2012_.pdf), dostęp w dniu 30.04.2013.

<sup>6</sup> <http://www.wirtualnemedia.pl/artykul/oznakowanie-product-placement-zauwaza-polowa-widzow-ale-niewielu-wie-co-to-oznacza>, dostęp w dniu 30.04.2013.

<sup>7</sup> Definicja pojęcia w dalszej części artykułu.

wania się do podobnych warunków życia; podobieństwo wytworów kulturowych, powstałych niezależnie od siebie u różnych ludów” (Kopaliński 1994, s. 278). Dziś, jak się wydaje, jego konotacje wykraczają poza tę definicję. Friedrich A. Kittler we wstępie do książki pt. „*Gramophone, Film, Typewriter*” pisał: „odkąd filmy i muzyka, rozmowy telefoniczne oraz wiadomości tekstowe docierają do gospodarstw domowych za pośrednictwem światłowodów, niegdyś odrębne media telewizji, radia, telefonu i poczty konwergują, zestandaryzowane przez częstotliwości transmisji i format bitowy” (1999<sup>8</sup>, s. 1)<sup>9</sup>. Rewolucyjne zmiany, jakie zaszły we współczesnym świecie wraz z upowszechnieniem komputerów, a potem internetu polegały na tym, że ludzie dostali, bodaj pierwszy raz w historii, narzędzia umożliwiające im nie tylko odbiór, ale i produkcję<sup>10</sup>, reprodukcję i dystrybucję treści kulturowych w domowym zaciszu, a następnie ich udostępnianie w wymiarze ogólnoswiatowym. Znaczenie owych „produktów” w sferze kultury popularnej jest tak samo istotne, jak tych wytwarzanych przez „profesjonalistów”. Konwergencja zatem w sferze technicznej to łączenie mediów, ich wzajemnie upodabnianie się, natomiast w sferze społecznej oznacza ona sytuację, w której twórcy kultury, dotychczasowi monopolisci, tacy jak np. producenci filmowi i telewizyjni, wydawcy gazet itd., zyskali konkurencję w postaci rzesz odbiorców, którzy dzięki wzmożonej (dotąd technicznie ograniczonej) aktywności dołączyli do grona mającego wpływ na to, co jest oglądane, słuchane, modne itd.

Za twórcę pojęcia „kultura konwergencji” uznawany jest Henry Jenkins, medioznawca, dyrektor Programu Komparatystyki Mediów w Massachusetts Institute of Technology. Rozumie je jako „przepływ treści pomiędzy różnymi platformami medialnymi, współpracę różnych przemysłów medialnych oraz migracyjne zachowania odbiorców mediów, którzy dotrą niemal wszędzie, poszukując takiej rozrywki, na jaką mają ochotę [...] Konwergencja reprezentuje [...] zmianę kulturową, polegającą na zachęcaniu konsumentów do wyszukiwania nowych informacji i tworzenia połączeń pomiędzy treściami rozproszonymi w różnych środkach przekazu” (2007, s. 9). Nie mówi się o biernych konsumentach – publiczność postrzega się jako uczestników kultury, którzy tworzą nowe treści korzystając z zasobów medialnych. Interakcje z innymi uczestnikami globalnych przepływów kultury owocują tym, że „każdy [...] tworzy swoją własną osobistą mitologię z części oraz fragmentów informacji wyluskanych ze strumienia mediów i przekształconych w zasoby, dzięki którym nadajemy sens naszemu życiu codziennemu” (tamże). Te procesy są tak istotne, że wiedzę, jaka pojawia się w ich rezultacie zaczęto nazywać „zbiorową inteligencją”, którą można opisać, jako „znaczenia w obrębie kultury popularnej”, których siła jest tak wielka, że prowadzą do „zmiany sposobów funkcjonowania religii, edukacji, prawa, polityki,

<sup>8</sup> Pierwsze wydanie w 1986 roku.

<sup>9</sup> Tłumaczenie za M. Filiciak, A. Tarkowski, <http://www.dwutygodnik.com/artukul/429-alfabetowej-kultury-k-jak-konwergencja.html>, dostęp w dniu 15.08.2013.

<sup>10</sup> W tym artykule posługuję się wywodzącymi się z teorii marksistowskiej i ugruntowanymi we współczesnym medioznawstwie i kulturoznawstwie terminami „produkcja”, „produkt”, jak również „konsument” itp. odnoszącymi się do kultury popularnej. Ukazują one ścisły związek między kulturą a ekonomią.

reklamy, a nawet wojska” (por. tamże, s. 10). Uważa się, że wraz z pojawieniem się nowych technologii, takich jak telefony komórkowe, a przede wszystkim internet, do szerszego obiegu trafiły owoce działalności oddolnej, spontanicznej, chociaż inspirowanej treściami medialnymi. W zaistniałej sytuacji okazało się, że paradygmaty, w których konsumentów postrzegano jedynie jako pasywne, przewidywalne, odizolowane jednostki (por. Jenkins 2007, s. 23–24) uniemożliwiają zrozumienie zachodzących procesów kulturowych i społecznych.

Trwające wśród specjalistów spory o to, czy „stare media” (w tym telewizja), muszą ustąpić miejsca „nowym” (ściśle powiązanim z komputerami i internetem) konfrontowane są z poglądami o współistnieniu technologii – mediów. Spojrzenie takie wskazuje nie na ewolucję, ale koegzystencję, która to sprawia, że wytwory medialne przenikają z jednego systemu do drugiego. Te naturalne przepływy możliwe są także dzięki włączaniu publiczności w tworzenie treści. Mówi się w związku z tym o aktywności i interaktywności w wymiarze uczestnictwa w kulturze. W opisie jednej z ważniejszych konferencji, jaka przed kilkoma laty odbyła się w Polsce czytamy, że „rewolucja kulturowa już się dokonuje. Zmienia się nie tylko uczestnictwo w kulturze, ale i samo środowisko kulturowe charakteryzowane przez takie hasła, jak kultura 2.0 czy kultura uczestnictwa. Przyglądając się praktykom kulturowym Polaków można zaobserwować dobrowolną rezygnację lub strukturalne wykluczenie z obszaru tradycyjnie rozumianej kultury wysokiej powiązane z rozpadem tradycyjnych kanonów i schyłkiem symbolicznego uprzywilejowania kultury wysokiej. Zmiany form uczestnictwa w kulturze wywołane rozwojem nowych technologii komunikacyjnych i przemianami cywilizacyjnymi sprawiają, że w nieodległej przyszłości ofertę kulturalną niemal każdy zapewni sobie sam”<sup>11</sup>. Tekst ten, bardzo charakterystyczny dla obowiązującego obecnie w wielu środowiskach sposobu myślenia o otaczającym nas świecie, zwraca uwagę na potrzebę zmiany utartych ścieżek myślenia o przenikaniu się sfer wirtualnej z realną, dotyka paru istotnych kwestii. Są nimi „kultura 2.0”<sup>12</sup>, „uczestnictwo w kulturze” oraz rewolucja w praktykach kulturowych. Użyte terminy wskazują na to, że część badaczy (i być może praktyków) kultury w Polsce skłania się ku teorii i metodom wywodzącym się z brytyjskiej szkoły studiów kulturowych (Raymond Williams, Stuart Hall, jak również od myślicieli francuskich – Pierre Bourdieu, Michel de Certeau i tych z Ameryki Północnej – począwszy od Marshalla McLuhana po Henry’ego Jenkinsa i Lva Manovicha). Jest to koncepcja: „niewartościująca, sytuująca kulturę w sferze świadomościowej [...] [której celem jest] podmiotowa rekonstrukcja przekonań dotyczących preferowanego uczestnictwa w życiu kulturalnym w ścisłym związku z codziennością, a nie kultura

<sup>11</sup> <http://www.kongres-kultury.pl/idea/tematy/>, dostęp w dniu 03.06.2013; Regionalny Kongres Kultury, który odbył się w Łodzi w dniach 27–29.10.2011 roku; odwołanie do publikacji: Kultura miejska w Polsce z perspektywy interdyscyplinarnych badań jakościowych, red. Wojciech Józef Burszta i in., Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2010; Stan i zróżnicowanie kultury wsi i małych miast w Polsce. Kanon i rozproszenie, red. Izabella Bukraba-Rylska i Wojciech Józef Burszta, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2011.

<sup>12</sup> Jej opozycją jest „kultura 1.0” charakteryzująca się m.in. bierną postawą publiczności.

rozumiana «odświętnie» – jako sakralizowana sfera wartości pożądaných albo uważanych za zdegradowane” (Burszta, Fatyga 2010, s. 10). Polscy badacze odwołują się do prac wymienionych teoretyków i praktyków oraz do klasycznych polskich dzieł np. Antoniny Kłoskowskiej<sup>13</sup>.

Antropologa ten „zwrot kulturoznawczy” w humanistyce, polegający na „przejściu od traktowania kultury jak «sztuki» do postrzegania jej, jako sfery porządku «wzajemności», obejmującej «całość sposobu życia»” (Barker 2005, s. 98) może jedynie cieszyć, zwłaszcza, że oznacza nic innego, jak „przejsie od szeroko pojętej literackiej definicji kultury do definicji antropologicznej” (tamże). Samo to stwierdzenie nie wyjaśnia nam wiele, jeśli nie przyjrzymy się genezie kulturalizmu, który „pozwolił [...] na stworzenie nowej perspektywy krytycznej i demokratycznej”, a w konsekwencji doprowadził do „pojmowania kultury jako «całości sposobu życia» [...] oddzielenie tego pojęcia od «sztuki», czego następstwem była akceptacja kultury popularnej oraz otwarcie telewizji, prasy, tańca, piłki nożnej i innych codziennych artefaktów i praktyk na przychylną, choć krytyczną analizę” (tamże, s. 68). Pojęcie „kultura” w tym kontekście „oznacza aktywną, kreatywną zdolność zwykłych ludzi do konstruowania wspólnych praktyk znaczących” (tamże, s. 69). „Praktyki znaczące” definiowane są jako „różne sposoby nadawania światu sensu”, inaczej jest to po prostu „tworzenie znaczeń” (tamże, s. 8). „Demokratyczne” spojrzenie na kulturę to między innymi odejście od posługiwania się opozycjami kultura wysoka – kultura niska. Zauważona zostaje sfera kultury popularnej i praktyk codzienności. Owo zwrócenie uwagi na „codziennosc” i jej badanie, jako podstawową wartość dla poznania niezwykle skomplikowanej i różnorodnej kultury współczesnej, dało impuls do podjęcia rozważań i badań z innej, niż cieszącej się dotąd największym uznaniem, perspektywy. Zamiast posługiwania się terminami „masy”, „konsumenci”, zaczęto mówić o „odbiorcach” a dziś również „(wy)twórcach” kultury.

Sama „codziennosc” wymaga osobnego wyjaśnienia, ponieważ koncepcja ta zakreśla ramy myślenia o współczesnej kulturze. Omawiając ten termin należy odwołać się do klasycznego dzieła Pierre’a Bourdieu pt. „*Dystynkcja. Społeczna krytyka władzy sądzienia*” (2005), gdzie autor pisze o praktykach uczestnictwa w kulturze, takich, jak „zwiedzanie muzeów, wystaw, zabytków, lektury, uczęszczanie na różne widowiska, do kawiarni i restauracji, wycieczki, przyjęcia, słuchanie radia, oglądanie telewizji, różne zajęcia: ogrodnictwo, majsterkowanie, polowanie, łowienie ryb, gra na wyścigach konnych, zajęcia literackie bądź artystyczne, kolekcjonerstwo itd.” (s. 641), chodzenie do kina lub teatru (por. s. 334). Poddając refleksji kwestie kapitału kulturowego wymienia, jak wynika z powyższego cytatu, elementy życia jednostek, które wiążą się z aktywnością na polu symbolicznym danej kultury. „Praktykowanie” w tym przypadku oznacza twórcze podejście do zasobów i produktów kultury, szukanie własnego miejsca w świecie, kulturze poprzez zastosowanie „strategii”. Ich wyróżnikiem jest spryt – są bowiem sposobami wykorzystania czy to tradycji, czy też

<sup>13</sup> *Kultura masowa. Krytyka i obrona*, Warszawa 1980; *Socjologia kultury*, Warszawa 1981; *Kultury narodowe u korzeni*, Warszawa 1996.

(ogólnie) treści w taki sposób, aby stworzyć sieć powiązań kulturowych. „Strategie” często ignorują dotychczas funkcjonujące reguły i zasady kładąc nacisk na wdrożenie własnych (por. de Certeau 2008, s. 55–56).

Pierre Bourdieu niewątpliwie dostarcza narzędzi w badaniach stylów życia, sposobów radzenia sobie z kulturą. Tworzy podwaliny pod studia nad rolę jednostek w zderzeniu z władzą (klasą) narzucającą system kultury. Jednak wydaje się, że największy wpływ na coraz powszechniej akceptowane w polskiej humanistyce spojrzenie na te relacje ma Michel de Certeau. Jego „Wynaleźć codzienność. Sztuki działania” (2008), ukazują jeszcze jedną możliwą drogę postrzegania tych zagadnień. Przemyslenia de Certeau o rzeczywistości wypływają także z tradycji marksistowskiej<sup>14</sup>, jednak wypracowuje on odmienne stanowisko niż wspomniany Bourdieu. Walka klasowa i determinizm są obecne w jego rozważaniach, ale „to, co go naprawdę interesowało [to]: indywidualne działania i użycia, ich powiązania, zmienne trajektorie użytkowników” (2008, s. XVII). Pisał, że „chodzi [mu] o zarysowanie *teorii praktyk codziennych*, w celu ujawnienia pośród nich «sposobów działania», które pomimo swojej powszechności, są traktowane jedynie jako rodzaj oporu lub inercji w stosunku do głównego nurtu produkcji społeczno-kulturowej” (tamże, s. XVIII). Jak definiuje praktyki? „Codzienne praktyki należą do ogromnego zbioru, którego granice są trudne do wytyczenia, a które można roboczo określić jak zbiór *procedur*. Są to schematy działań oraz manipulacje techniczne. Odwołując się do najnowszych analiz [...] można je nie tyle zdefiniować, ile raczej określić ich funkcjonowanie w stosunku do dyskursu (lub «ideologii», jak mówi Foucault), do tego, co nabyte (*habitusu* Bourdieu), oraz do tej formy czasu, jaką stanowi sposobność (*kairos*, o którym mówią Vernant i Detienne). Są to sposoby oznaczania pewnej techniczności szczególnego rodzaju oraz sytuowania niniejszej analizy na mapie aktualnych badań” (tamże, s. 45). Dalej autor przypisuje im pewne istotne cechy, jakimi są „strategie” i „taktyki” – odwołuje się tu do retoryki wyróżniając dwie logiki działania – taktyczną i strategiczną<sup>15</sup>. W swych działaniach człowiek zmagając się z opresyjnymi, narzuconymi systemami kultury musi wykorzystywać swą kreatywność do odnalezienia swego miejsca w przestrzeni społeczno-kulturowej. O ile „strategie” wiążą się ze stawianiem oporu, to „taktyki” wymagają zręczności, pomysłowości. Owe praktyki zatem są przejawem aktywności i zaangażowania – ujawniają prawdziwą naturę ludzi, którzy nie chcą biernie przyglądać się otaczającej ich rzeczywistości, ale wręcz przeciwnie – dążą do tego, aby mieć na nią wpływ (por. tamże s. 39–40).

Nasza codzienna aktywność – tzn. mówienie, czytanie, jeżdżenie, robienie zakupów, gotowanie, oglądanie telewizji itd. mogą się stać dzięki tym założeniom przedmiotem wnikliwej analizy, która będzie prowadziła do znalezienia odpowiedzi na pytanie, co uczestnicy kultury robią z jej treściami. Każdy człowiek widziany w tej optyce jest zatem nie tylko konsumentem, ale i producentem treści. Jego

<sup>14</sup> Por. Szacki 2002, s. 212–242.

<sup>15</sup> Nauka o „sposobach mówienia” dostarcza mu „aparatu typowych figur do analizy codziennych «sposobów działania»” (de Certeau 2008, s. 45).

codzienne działania są rodzajem sztuki (por. tamże, s. 32). U Wojciecha J. Burszty czytamy, że „kultura wkracza i obejmuje praktyki życia codziennego, staje się domeną *profanum* i wiąże się ze zwykłą ludzką krzątaniną w świecie pełnym sprzeczności, niesprawiedliwości i konkurencyjnych wartości” (2008, s. 13). Zainteresowanie zwykłymi ludźmi, ich codziennością (której przypisuje się znaczenie) wynika z tego, że przyjmuje się założenie mówiące o aktywności na polu kultury wyrażającej się, między innymi, brakiem zgody na narzucane im przez system społeczno-kulturowy wartości i zasady oraz „produkcją” alternatywnych wobec powszechnie obowiązujących treści kultury.

To, że kulturoznawcy odwołują się do antropologicznego myślenia o kulturze, pokazuje, że wypracowane na naszym gruncie idee stanowią dziś „atrakcyjną” podstawę do badań, w których przyjmowane są ponadto ustalenia inspirowane innymi dziedzinami nauki. Ten swoisty eklektyzm ideowy dał asumpt do dyskusji i krytyki zastanych poglądów. Przed antropologią kulturową (i nie tylko) otworzyły się dzięki temu, między innymi, nowe perspektywy badawcze – sięgając bowiem z jednej strony po swoją najmocniejszą broń, jaką jest „czysta intensywność etnograficznego spotkania – w formie bliskości, uprzywilejowanego dostępu, wysłuchiwanie głosów wyciszonych z zewnątrz przez tych, którzy piastują większą władzę [...] [i wynikająca z tego] perspektywa badawcza [która] inspirowana jest nieznanymi sposobami konstruowania świata społecznego, naturalnego i materialnego” (Herzfeld 2004, s. 48), a z drugiej po teorie dotyczące sfer produkcji kulturowej, wytwarzania znaczeń, praktyk codzienności może ona z powodzeniem zadawać pytania o kondycję współczesnego człowieka i jego relacje z mediami.

#### INTERNET, KULTURA UCZESTNICTWA, KULTURA LUDOWA

Wracając do postawionego na wstępie pytania o miejsce mediów w życiu mieszkańców polskich wsi i w kontekście powyższych rozważań na temat kultury uczestnictwa i konwergencji, zwanej alternatywnie „kulturą 2.0”, należy zastanowić się, jakie relacje na tym polu możemy zaobserwować na prowincji. Na ich rodzaj mają wpływ czynniki ekonomiczne, a zaraz po nich społeczne oraz kulturowe. Statystycznie, gospodarstwa wiejskie mają najmniejszy dochód na osobę wśród wszystkich poddawanych badaniom grup społecznych<sup>16</sup>. Niski status ekonomiczny wiąże się oczywiście z dostępnością poszczególnych technologii, jednak czy jest to czynnik determinujący kształt wiejskiej kultury? Dostęp do internetu ma średnio 66,1% gospodarstw wiejskich<sup>17</sup>, jednak nie oznacza to, że jest efektywnie i aktywnie wykorzystywany. W tym przypadku należy podnieść kwestię wykształcenia, które jest

<sup>16</sup> Dane na podstawie publikacji GUS, [http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/wz\\_dochody\\_warunki\\_zycia\\_raport\\_2011.pdf](http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/wz_dochody_warunki_zycia_raport_2011.pdf), dostęp 29.05.2013.

<sup>17</sup> Dane na 2012 rok na podstawie publikacji GUS, [http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/nts\\_spolecz\\_inform\\_w\\_polsce\\_2008-2012.pdf](http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/nts_spolecz_inform_w_polsce_2008-2012.pdf), dostęp 29.05.2013.

najistotniejszym czynnikiem, jaki koreluje z użytkowaniem tego medium<sup>18</sup>. Dlaczego internet jest dziś tak ważny? Lawrence Lessig pisze, że „wprowadził [on] [...] ważne, aczkolwiek nierozpoznane zmiany. Wywróca one do góry nogami tradycję tak starą, jak sama Republika. Większość ludzi odrzuciłaby te zmiany, gdyby potrafiła je rozpoznać. Jednak, jak na razie, większość nawet nie widzi zmian, jakie spowodował [...]”. Internet dał wielu ludziom niezwykłą możliwość uczestniczenia w tworzeniu kultury, która wykracza daleko poza granice tego, co lokalne” (Lessig 2005<sup>19</sup>).

Założenia, jakie stoją u podstaw teoretycznych współczesnego uczestnictwa w kulturze przyjmują, że działania oddolne, tzn. wytwarzanie treści przez jednostki mają znaczenie podstawowe dla jej „żywołności”. W wymiarze kultury masowej mówi się w związku z tym o kulturach niezależnych, które w tej chwili, w dobie internetu, przeżywają renesans. Łatwość rozprzestrzeniania się informacji w skali globalnej sprzyja wymianie poglądów i idei, często stojących w opozycji do tych oficjalnych, uznawanych za obowiązujące ze względu na ustalenia społeczne lub państwowe. Jenkins zwraca jednak uwagę na to, że przed erą mediów masowych „produkcja kulturowa funkcjonowała głównie na poziomie oddolnym<sup>20</sup> i była naturalną emanacją ludzkiej kreatywności i potrzeby dzielenia się własną twórczością (2007, s. 134). Przywołuje tu pojęcie „kultury ludowej”, w której „wszyscy twórcy mogą czerpać ze wspólnych tradycji i banków obrazów. Jej kontekst stanowi kreatywność na poziomie oddolnym, umiejętności przekazywane na drodze edukacji nieformalnej oraz wymiana dóbr przynosząca obustronne korzyści i oparta na wymianie lub darach” (tamże, s. 257). Jenkins stoi na stanowisku, że kultura popularna pojawiła się wtedy, kiedy kultura masowa stała się ponownie kulturą ludową (por. tamże, s. 134). Obecnie jej wytwory powstają, tak jak dawniej w domach, tyle tylko, że dzięki sieci internetowej swym zasięgiem obejmuje o wiele większe grono odbiorców niż wcześniej. Ta „oddolna konwergencja” (tamże, s. 135) pozwala autorom poprzez produkcję filmów, klipów video, opowiadań itd. na dzielenie się z szeroką publicznością nie tylko samym produktem, ale przecież w pewnym stopniu własną wizją świata, wartościami i wzorami kultury skrytymi w treści i formie ich wypowiedzi. Nieświadomie, w dużej mierze, ci współcześni „twórcy ludowi” przekazują wiedzę na temat ważnych z punktu widzenia określonych grup społecznych problemów i wyzwań.

<sup>18</sup> Dominik Batorski zauważa, że „w korzystaniu z internetu zależności od wykształcenia są kolosalne” [...] „Z sieci korzystają prawie wszystkie osoby uczące się (97 proc. uczniów i studentów) i lepiej wykształcone (89 proc. osób z wyższym wykształceniem). Tymczasem, wśród osób z wykształceniem podstawowym jest dokładnie odwrotnie – z sieci korzysta zaledwie 10 proc. Wyższe wykształcenie posiada aż 32 proc. internautów i tylko 6 proc. niekorzystających. Zaledwie 3 proc. internautów to osoby z wykształceniem podstawowym, wśród niekorzystających takich osób jest ponad 34 proc., jeszcze większą grupę wśród niekorzystających stanowią osoby z wykształceniem zawodowym” (*Korzystanie z technologii informacyjno-komunikacyjnych. Diagnoza Społeczna 2011. Warunki i Jakość Życia Polaków – Raport*, <http://www.ce.vizja.pl/en/download-pdf/id/220>, dostęp w dniu 29.05.2013).

<sup>19</sup> <http://www.futrega.org/wk/04.html>, dostęp w dniu 03.06.2013.

<sup>20</sup> „Poziom oddolny” rozumiany jest tu, jako twórczość „nieprofesjonalistów”, tzn. ludzie nie posiadających specjalistycznego wykształcenia np. artystycznego lub nie powiązanych z przemysłem rozrywkowym. Są to „zwykli” uczestnicy kultury.



## AKTYWNY I PASYWNY ODBIÓR

Istnieje przekonanie, że odbiorcy mediów w naszym kraju mogą się nie odnaleźć w tej nowej rzeczywistości, ponieważ o ile „w krajach rozwiniętego kapitalizmu wejście w epokę informacyjną i poprzemysłową było dość szybkie – zajęło ostatecznie kilka dziesięcioleci [to] zmiana w Polsce [...] miała charakter skokowy. Media pojawiły się w życiu ludzi do tego skoku poznawczo i społecznie nieprzygotowanych” (Lisowska-Magdziarz 2008, s. 15). Takie założenie pokazuje, że część badaczy idea rozwoju kultury konwergencji w określonych grupach w Polsce nie do końca przekonuje. Maryla Hopfinger pisała w 2003 roku, że do świadomego uczestnictwa w kulturze audiowizualnej należy być przygotowanym, ponieważ „dzisiaj nie tylko powinniśmy umieć poruszać się intuicyjnie w obrębie własnej kultury, intuicja bowiem obecnie nie wystarcza. Musimy [...] być świadomi istnienia naszych norm i wzorów zachowań, uczyć się komunikacyjnych reguł, znać napięcia i mechanizmy naszej kultury, by trafnie się w niej poruszać [...], by w obliczu niezwyklej współcześnie «dyfuzyjności kulturowej» obronić własną integralność kulturową, własną tożsamość. W równym stopniu musimy nadto umieć poznawać obce obyczaje, inne kultury, uczyć się je rozumieć, a jednocześnie nie zagubić się we wszelkich poznanych i poznawanych odmiennych «światach»” (s. 65). Autorka zestawia model aktywnego i pasywnego odbioru przeciwstawiając percepcję całościową, krytyczną – pasywnej, o niskiej kompetencji i sprawności komunikacyjnej (por. tamże, s. 53–66). Wydaje się, że pogląd ten sprowadza się do założenia, iż „środki masowe mogą w pewnych okolicznościach nie niwelować, ale powodować narastanie dysproporcji społecznych. Należy zatem baczną uwagę zwracać na kumulacyjny skutek długotrwałego korzystania z mediów masowych, który może zaprzeczać tendencji demokratyzacji uczestnictwa kulturalnego. Wystąpienie takich zjawisk na szerszą skalę prowadzić może do powstania nowego typu problemu społecznego – podziału społeczeństwa na «poinformowaną elitę» i «niedoinformowaną większość»” (Goban-Klas 2011, s. 200).

Nie bez powodu przytoczyłam wyżej obszernie wypowiedzi polskich badaczy mediów. Ukazują one bowiem dominujące, moim zdaniem, w naszym kraju podejście do sfery relacji media-odbiorcy. Podział na tych, którzy wątpią w publiczność, uznając ją za mało kompetentną w „starciu” ze środkami masowej komunikacji oraz tych, przekonanych o sile i kreatywności audytoriów, nadaje ton dysputom rozpalającym umysły znawców przedmiotu na całym świecie.

Argumentacje obu przeciwnych stron bywają przekonujące, ale zgłębiając od kilkunastu lat te zagadnienia, a przede wszystkim rozmawiając na ten temat, przeważnie z mieszkańcami wsi (choć nie tylko), skłaniam się ku tej drugiej opcji. Wynika to między innymi z przekonania, że nader często naukowa retoryka usypia naszą czujność, a powinnością antropologa jest w pierwszej kolejności zapytać innych, co sądzą na dany temat. Dlatego szczególnie bliska jest mi koncepcja kultury uczestnictwa. Jak już wcześniej pisałam, wszyscy jej odbiorcy uważani są za równoprawnych uczestników. Od nich zależy, czy wezmą „media w swoje ręce” (Jenkins 2007, s. 22), bowiem oczywiste jest, że „uczą się, jak używać różnych technologii medialnych,

żeby zyskać pełniejszą kontrolę nad przepływem mediów i wchodzić w interakcje z innymi konsumentami. Obietnice [...] nowego środowiska wzbudzają nadzieje na bardziej wyzwolony przepływ idei i treści. Inspirowani tymi ideałami konsumenci walczą o prawo do pełniejszego uczestnictwa w swojej kulturze” (tamże, s. 23). Nie oznacza to jednak, że nie ma już „elit”. Istnieje linia podziału, która powstaje nie tylko z powodu „cyfrowego wykluczenia” tzn. braku dostępu do technologii. Aby być świadomym uczestnikiem należy również posiadać umiejętności i wiedzę, a to wymaga niewątpliwie edukacji. Jednakże, podkreślę to raz jeszcze, „w kulturze konwergencji każdy jest jej uczestnikiem – choć uczestnicy mogą mieć różny status i różne możliwości wywierania na nią wpływu” (tamże, s. 131).

#### AKTYWNOŚĆ A TELEWIZJA

We wstępie przytaczałam dane, z których wynika, że medium, które w Polsce angażuje publiczność najintensywniej jest telewizja – mieszkańcy wsi tworzą trzon tego audytorium<sup>21</sup>. Oglądają najchętniej programy telewizji publicznej: TVP1, TVP2 oraz Polsat, TVN, TV Puls i TV4<sup>22</sup>, a w szczególności rozrywkowe, seriale i informacyjne. Ich jakość jest bardzo niska – są typowymi „produktami” rynkowymi, gdzie przy jak najniższych nakładach na wytworzenie, zakłada się osiągnięcie maksymalnego zysku (ogładalności). Wypada zadać pytanie, dlaczego audytorium wiejskie skupiają się na rozrywce i serialach (w tym zyskującymi coraz większe grono odbiorców *docusoap*<sup>23</sup>) emitowanych przez te stacje? Moim zdaniem dzieje się tak dlatego, że, po pierwsze, wielu odbiorców na wsi ma często dostęp zasadniczo tylko do wymienionych stacji (choćby telewizja satelitarna z bogatszą ofertą ma w Polsce coraz więcej abonentów, to jednak ze względów ekonomicznych nie jest osiągalna dla wszystkich<sup>24</sup>). Po drugie, istnieje ścisły związek między wiekiem i wykształceniem odbiorców a preferowanymi programami, a to sprawia, że na starzejącej się wsi polskiej<sup>25</sup> łatwiej akceptowana jest zawartość i poziom oferowanych produktów medialnych.

Takie wnioski można wyciągnąć po zapoznaniu się z wynikami branżowych opracowań i statystyk. Telewizja jednak, jak wynika z moich obserwacji i rozmów

<sup>21</sup> Na podstawie materiałów prasowych AGB Nielsen Media Research ([www.agbnelsen.pl](http://www.agbnelsen.pl)) oraz badań TNS OBOP dla portalu [wirtualnemedial.pl](http://www.wirtualnemedial.pl), <http://www.wirtualnemedial.pl/arttykul/kto-ogladatelewizje-w-polsce>, dostęp w dniu 24.02.2009.

<sup>22</sup> [http://www.krrit.gov.pl/Data/Files/\\_public/Portals/0/publikacje/raporty/ocena\\_ntc\\_112012.pdf](http://www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/Portals/0/publikacje/raporty/ocena_ntc_112012.pdf), dostęp w dniu 25.06.2013.

<sup>23</sup> Telenowela dokumentalna (z ang. *documentary soap*, w skrócie *docusoap*) to gatunek, który zrodził się w brytyjskiej telewizji (BBC) w połowie lat 1990. i jest połączeniem *soap opery* i filmu dokumentalnego.

<sup>24</sup> „W 2011 roku wyposażenie gospodarstw domowych w miastach w urządzenia TV satelitarnej lub kablowej wyniosło 71,8 proc. i było o 11,6 pkt proc. większe niż w 2000 r., zaś na wsi miało je prawie 60 proc. rodzin, o 33,2 pkt proc. więcej niż w 2000 r.”, <http://ekonomia.rp.pl/arttykul/995219.html?print=tak&p=0> oraz por. <http://www.wirtualnemedial.pl/arttykul/raport-o-platnej-telewizji-w-polsce-platformy-cyfrowe-6-mln-abonentow-kablowki-4-6-mln>, dostęp w dniu 24.06.2013.

<sup>25</sup> [http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/bip/BIP\\_raport\\_2010-2011.pdf](http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/bip/BIP_raport_2010-2011.pdf), dostęp w dniu 24.06.2013.

z mieszkańcami wsi, pełni wiele innych istotnych funkcji, których uchwycenie jest możliwe właściwie tylko dzięki badaniom jakościowym<sup>26</sup>. Jest wpisana w krajobraz społeczno-kulturowy, zintegrowana z wiejskim życiem zapewniając rozrywkę, dostęp do informacji, ale także pozwalając budować tożsamość i wpływając na zmiany społeczne. Odbiór przekazu, nawet pośledniej jakości, wiąże się z aktywnością przejawiającą się między innymi celowością i użytecznością tej czynności. Pojawia się krytyka, akceptacja, selekcja treści, jak również słyszy się protesty lub uznanie dla przedstawianych sytuacji i obrazów (por. Woźniak 2010). Czy wobec takiego stanu rzeczy można mówić o kulturze uczestnictwa i konwergencji na wsi polskiej? Czy jako warunek *sine qua non* swego istnienia kultura konwergencji, potrzebuje aktywności odbiorców danej grupy społecznej w internecie czy też może się „realizować” poprzez obcowanie z innymi mediami? Jak lokalne tradycje i związane z nimi wartości nadają kształt odbiorowi, formują uczestnictwo? Jaki wpływ na to ma dostęp do określonych technologii, zamożność i wykształcenie?

Opierając się na danych statystycznych badacze je interpretujący wykazują, iż „pomimo, że wiele gospodarstw wiejskich ma dostęp do internetu to jednak korzystanie z [niego i] komputerów [...] jest zależne od wieku (raczej młodszy) i wykształcenia (raczej lepiej wykształceni), w dalszej kolejności również od statusu społeczno-zawodowego, wielkości miejscowości zamieszkania i dochodów”<sup>27</sup>. Na wsiach z tego medium robią użytek najczęściej młodzi (do 34 roku życia)<sup>28</sup> i służy im do przeglądania stron WWW, sprawdzania poczty elektronicznej, odwiedzania portali społecznościowych. Intensywność tej działalności (dziewięć godzin tygodniowo w 2009 roku) jest najmniejsza w porównaniu z mieszkańcami małych i dużych miast<sup>29</sup>. Istnieje rzecz jasna, przypomnę, ścisły związek między wiekiem a produkcją treści w internecie. Poza tym, a dotyczy to zarówno mieszkańców miast i wsi, nie wszyscy są na tyle kreatywni i odważni, aby włączyć się w przeniesioną do sieci dyskusję, często nie widzą po prostu takiej potrzeby. Trzeba przyznać, że dość często pojawiają się „prymitywne” pomysły na zaistnienie w sieci związane z zamieszczaniem kompromitujących filmików bądź tekstów. Uświadomienie sobie, że ma się wpływ na otaczającą rzeczywistość przebiega czasami w dramatycznych okolicznościach<sup>30</sup>.

Jeśli uznamy, że internet jest niezbędnym warunkiem do zaistnienia kultury konwergencji, to w takim rozumieniu znalezienie przykładów, że obejmuje ona swym

<sup>26</sup> Piszę o tym szerzej w pracy doktorskiej (Woźniak 2010). Wymieniam tam trzy funkcje: 1) mediacyjną (seriale telewizyjne, jako platforma porozumienia wewnątrz społeczności), 2) konfrontacyjną (codzienna styczność z innością pokazywaną w telewizji jako przyczynek do zachodzenia zmian społeczno-kulturowych) i 3) modyfikacyjną (wpływ przekazu na wartości i zachowania).

<sup>27</sup> [http://ks.mkidn.gov.pl/pages/mk\\_posts/obszar-iii.-komunikacja-spoeczna-14.php](http://ks.mkidn.gov.pl/pages/mk_posts/obszar-iii.-komunikacja-spoeczna-14.php), dostęp w dniu 24.06.2013.

<sup>28</sup> <http://www.internetnawsi.pl/aktualnosci/60-proc--polakow-raz-w-tygodniu-w-internecie>, dostęp w dniu 24.06.2013.

<sup>29</sup> [http://www.wv.org.pl/data/INTERNET%20NA%20WSI%202009%20\\_bez%20wniskow%20i%20rekomendacji.pdf](http://www.wv.org.pl/data/INTERNET%20NA%20WSI%202009%20_bez%20wniskow%20i%20rekomendacji.pdf), dostęp w dniu 01.05.2013.

<sup>30</sup> Przypomnijmy tu opisywane w mediach sytuacje, gdzie po zamieszczeniu przez rówieśników w Internecie filmików kompromitujących nastolatków popełniali oni samobójstwo.

zasięgiem współczesną polską wieś, można uznać za problematyczne. Czy wobec tego możemy mówić o tych terenach, jako miejscu „kulturowej przepaści”, gdzie mieszka „nowa kulturowa podklasa” (por. Jenkins 2007, s. XI)? Zanim wydamy taki werdykt, powinniśmy niewątpliwie porozmawiać z samymi „zainteresowanymi” oraz przyjrzeć się specyfice społeczno-kulturowej polskich wsi. Odwołując się do moich badań i obserwacji nad aktywnym odbiorem programów telewizyjnych, mogę stwierdzić, że wielkim nadużyciem byłoby zaklasyfikowanie tych audytoriów, jako niepełnoprawnych użytkowników kultury. Może jednak aktywność nie musi pozostawać w ścisłym związku z zaistnieniem w wirtualnej rzeczywistości poprzez np. pisanie blogów, komentarzy, tworzenie i wysyłanie filmów na *YouTube.com*, itp.? Może obcowanie tylko ze „starymi mediami” daje także sposobność do konfrontacji z „innością” i przyczynia się do zaistnienia zmian tyle, że w wymiarze lokalnym, a nie (od razu) globalnym?

Uważam, że aktywność odbiorców ma miejsce także w kontakcie z telewizją, ponieważ stoi za nią zarówno dążenie do znalezienia odpowiadających odbiorcy treści, rozrywki, ale także poczucie, że nie zawsze można pozostawać obojętnym wobec prezentowanych w mediach wizji świata i że poznawanie wiąże się z negocjowaniem własnych wyobrażeń o rzeczywistości na gruncie rodzinnym lub sąsiedzkim. Jest to emanacją ludzkiej potrzeby uczestnictwa, włączania się w działania na niwie szeroko pojmowanej kultury i społeczeństwa. Codzienny kontakt z mediami (w tym przypadku – telewizją) traktuję w tym kontekście nie jako oddawanie się jednej z najmniej cenionych rozrywek, ale czynność twórczą i wymagającą od widzów/odbiorców, między innymi, odwoływania się do wiedzy, doświadczeń (własnych lub społeczności lokalnej) oraz tradycji. Dostępność określonych mediów (czynnik ekonomiczny) determinuje pośrednio stopień oddziaływania pewnych treści kulturowych (w postaci preferowanych produktów medialnych np. filmów, seriali, widowisk lub możliwości wymiany opinii na forach internetowych, serwisach takich jak *YouTube.com* czy *Facebook.com*), różniących się sposobem obrazowania, narracją i odwoływaniem się do konkretnych wzorów kultury. Postrzegam ten proces jako pracę w sferze symbolicznej, mającej swój wyraz głównie w nadawaniu nowych znaczeń określonym postawom lub wydarzeniom, czego efekty można zaobserwować także w sferze ludzkich zachowań i obyczajów. Jest to nieformalny obieg kultury. To, co i jak mówimy, oglądamy, omawiamy z członkami społeczności (także tych wirtualnych) ma ścisły związek z naszą biografią – z miejscem, gdzie mieszkamy, z ludźmi, którzy nas otaczają, z wydarzeniami, w których uczestniczyliśmy itd. Antropologiczne oko dostrzega tu praktyki dnia codziennego, gdzie media włączane są w rutynowe działania, a lokalny świat zyskuje nowy wymiar poprzez konfrontację z globalną siecią kulturowej różnorodności. Badacz zadając nieustannie pytania: „dlaczego?”, „skąd?”, w tym przypadku, zagłębia się w światy wykraczające poza „lokalność”, obejmujące terytoria często odległe geograficznie i czasowo od miejsca, w którym spotyka swoich rozmówców. Musi zatem poznać sieć realnych i wirtualnych powiązań, w którą są oni uwikłani.

## WIEJSKA „CODZIENNOŚĆ” Z MEDIAMI W TLE

Aby jednak dokładniej zrozumieć specyfikę relacji media-odbiorcy w wybranych przez mnie wsiach<sup>31</sup> wypada pokrótce opisać, z jakimi problemami zmagali się ich mieszkańcy. Skarżyli się oni na wyobcowanie i brak dostatecznego wpływu na kształt własnego życia. Czuć było w tym narzekaniu nutę żalu i nostalgii za minionymi czasami, gdy sytuacja wydawała się być bardziej sprzyjająca dla rozwoju tych terenów w skali całego kraju. Jest to o tyle ciekawe, że poziom życia na wsi systematycznie się poprawia (według danych GUS-u), zwłaszcza od chwili przystąpienia Polski do Unii Europejskiej<sup>32</sup>. Rośnie poziom konsumpcji oraz polepsza się infrastruktura (między innymi nowe drogi, kanalizacja, wodociągi, dostęp do internetu). Operując jednak jedynie tego typu zagregowanymi danymi nie jesteśmy w stanie przyrzec się codzienności w jej wszystkich odcieniach. Moje doświadczenia pokazują, że wiele rodzin wiejskich od lat boryka się z problemami niedostatku i biedy. Podczas mojej bytności w terenie ludzie narzekali, że nie mogą zrealizować większości swych planów, gdyż ich sytuacja finansowa jest niestabilna. Unijne dopłaty, renty i emerytury to dla wielu jedyne źródło stałych dochodów (rolnicy). Inni, zazwyczaj młodzi (do 35 roku życia), jeśli nie mieli pracy na miejscu wyjeżdżali w jej poszukiwaniu do miast lub za granicę. W okolicach Warszawy, gdzie o nią łatwiej ludzie utrzymywali się z comiesięcznych pensji. Podkreślana była troska o zachowanie stabilności dochodów oraz utrzymanie źródeł zarobkowania. W obu przypadkach wysokość świadczeń była uznawana za zbyt niską. W związku z tym rezygnowano lub odkładano na później zakup określonych dóbr, wyjazdy czy to na wakacje, wycieczki czy też nawet odwiedziny u rodziny. Zwraçały uwagę podobne aspiracje młodzieży i ludzi w wieku produkcyjnym<sup>33</sup>, które dotyczyły głównie sfery materialnej oraz prestiżowej (budowa domu, jego wyposażenie, wyjazdy wakacyjne (w tym zagraniczne), kupowanie sprzętu audio-video). Część ludności widziała potrzebę edukacji, jako formę zapewnienia sobie i bliskim dobrego startu życiowego, a potem wygody, bezpieczeństwa i stabilizacji. To jednak, zwłaszcza w ostatnich latach, przy ogromnym bezrobociu wśród wykształconych młodych, podlega weryfikacji.

Zmiany w sferze materialnej mają, jak się zdaje, w większości przypadków nieduży wpływ na relacje odbiorców wiejskich z mediami. Wypływające z tradycji przywiązanie do domowych form spędzania wolnego czasu w połączeniu z ogólnodostępnością telewizji, przyczyniło się do zaistnienia takiego stanu rzeczy, w którym stanowi ona podstawowe źródło kultury na prowincji. Jej przekaz jest bliski znanym w kulturze wiejskiej formom narracji, a prezentowane treści nie burzą lokalnych porządków, co najwyżej przyczyniają się do ich (niespiesznej, ale ogólnie akceptowanej) zmiany. Co jednak najistotniejsze, wielu mieszkańców wsi, do których się udałam podczas

<sup>31</sup> Odwołuję się tu do moich badań na wsiach (Czernięcin, Kowala, Kazuń) w województwach mazowieckim i lubelskim przeprowadzonych w latach 2005–2008 oraz obserwacji i rozmów z lat 2011–2013 zczynionych w województwie mazowieckim (Anastazew, Borowina, Cieciszew, Kawęczynek).

<sup>32</sup> 1 maja 2004 roku.

<sup>33</sup> W Lubelskiem i Mazowieckiem.

etnograficznych badań terenowych, podkreślało, że w ich odczuciu nie mają innego wyboru poza oglądaniem telewizji. Zarówno we wsiach podlubelskich, jak i podwarszawskich telewizja, odgrywa istotną rolę jako źródło wiedzy, informacji, rozrywki oraz zmian (między innymi wzorów zachowania, stylu życia, aspiracji itp.). Różnice społeczno-kulturowe badanych wsi wyrażające się w: ilości i jakości kontaktów sąsiedzkich, rodzinnych, ilości czasu wolnego i modelu jego zagospodarowania, presji opinii publicznej i związanej z nią roli autorytetów, przestrzegania norm moralności wynikające z przywiązania do lokalnej tradycji, pomimo że wpływały na inną interpretację treści telewizyjnych, to nie umniejszały jej roli w życiu. Nie będzie przesadą, gdy stwierdzę, że wieś w dzisiejszych realiach, póki co, jej potrzebuje, a jednocześnie nie ma tam dla „szklanego ekranu” alternatywy, która mogłaby się poszczycić taką siłą oddziaływania. Analiza materiałów pozwala stwierdzić, że tam, gdzie społeczności są bardziej zwarte, interpretacja treści medialnych przebiega „zespołowo”, są one „negocjowane”. W bardziej zatowizowanych środowiskach (miejscowości podwarszawskie) jednostkowy, rzadziej rodzinny, odbiór ma podstawowe znaczenie dla nadawania znaczeń. Telewizja we wszystkich wsiach niewątpliwie dawała poczucie stabilizacji: świat może być niezrozumiały, pełen przemocy, korupcji, szerzącego się zła i moralnej zgnilizny, ale istnieje wspólnota ludzi, może prostych, za to przywiązanych do zasad wyrastających z tradycji (utożsamianej z własną, miejscową), którym siłę daje życie w małych miejscowościach, pośród ludzi, których się zna. Nieistotne wydawało się to, że owych ludzi: sąsiadów, a nawet własną rodzinę, coraz mniej się zna. Brakowało okazji do bezpośrednich kontaktów, ale istniało szczerze przekonanie, że posiada się wiedzę na temat najbliższego otoczenia. Bardzo często poznawano je poprzez „szklany ekran”.

Wieś taka, jaką zobaczyłam, żyje problemami z telewizji. Mężczyźni i kobiety żywo komentowali wydarzenia medialne, dyskusje, które przetaczają się przez różne stacje. Czy to chodzi o molestowanie dzieci, czy wadliwe partie leków, skandale polityczne, wszystko to omawiane było na forach domowych i sąsiedzkich. Zapewniała więc ona tematy do dyskusji, ożywiała, jak twierdzili moi rozmówcy, szarą rzeczywistość. Ton tym dysputom nadawały różnice międzypokoleniowe w postrzeganiu kwestii moralności, akceptowanych wartości. Wszyscy lubili oglądać programy o uznawanych za wstydlive, niemoralne sprawach, jednakże starsi twierdzili, że lepiej o pewnych rzeczach nie rozmawiać, podczas gdy młodszy nie widzieli w tym nic zdrożnego. Źródłem zła wszelkiego dla starszego pokolenia jest miasto i zagranica. Nie jest nią telewizja.

Horyzonty poznawcze wsi wyznaczał, w opisywanym przez mnie okresie, przekaz telewizyjny, przeważnie ten serialowy. Seriale nie burzą porządku społecznego i kulturowego, ale też i do końca go nie umacniają. Przekonują, że w ludziach tkwi mądrość: muszą tylko słuchać starszych (głosu pokoleń), odnosić się z szacunkiem do autorytetów (kościół katolicki) i przestrzegać powszechnie uznawanych zasad moralnych. Odwołują się do tradycji, ale wdzianej, po pierwsze, jako pozytywny stosunek do przeszłości oraz, po drugie, w typowy dla mediów sposób, jako źródło kulturowych scenariuszy dla kreowania innych, nowych tradycji. Programy telewizyjne, a w szczególności seriale odpowiadają w moim przekonaniu za zmianę społeczno-kulturową. Wprowadzają, między innymi, nowe wzory zachowań. Najbardziej widoczne jest to

w przypadku roli kobiet w społeczeństwie. Przystają one być postrzegane jedynie jako strażniczki domowego ogniska, gospodynie domowe, ale wyznacza się im role inicjatorek różnorodnych przedsięwzięć (społecznych, gospodarczych)<sup>34</sup>. Pokazują, że potrafią zarabiać na sobie i osiągnąć sukces życiowy. Jednocześnie wieś polska żywi szacunek dla dawnych (lokalnych) zwyczajów i norm kulturowych. To ważny mechanizm zachowania własnej tożsamości, ale nie jest to jednak równoznaczne ze stagnacją. Piotr Machura (2009) uważa, że „przyjęcie jakiegokolwiek postawy czy wyrażenie jakiegokolwiek stanowiska w kwestiach moralnych są w istocie określeniem się w stosunku do treści, które przynosi ze sobą tradycja” (s. 174). Pozytywny stosunek do przeszłości wynika z przekonania, że „jak język, którym się posługujemy, tak i tradycja w znacznym stopniu kształtuje to, w co wierzymy, co sobie wyobrażamy i wedle czego orientujemy nasze działania”<sup>35</sup>. Podobnie jak w innych środowiskach (małomiasteczkowych, wielkomiejskich) społeczności wiejskie uczestniczą w procesie powstawania „tradycji wytworzonej”. Mają aktywny udział w jej formowaniu. Uznawana jest ona za tak samo oczywistą, jak każda inna, ponieważ „efekty manipulowania przez nas tradycją często stają się jej częścią składową. W ten właśnie sposób współtworzymy tradycję”<sup>36</sup>. Narzędziem wykorzystywanym w tym procesie jest jednak również telewizja.

#### PODSUMOWANIE

Kultura uczestnictwa na wsi realizuje się zatem głównie poprzez kontakt z tym „starym” medium. Nawet jeśli, w szczególności dzieci i młodzież korzystają z internetu, to i tak wiernym towarzyszem życia wszystkich grup wiekowych jest „szklany ekran”. Na kanwie i w inspiracji pokazywanymi filmami, serialami, *talk showami*, *reality showami*, toczy się nieustanna dyskusja, negocjowane są znaczenia. Mieszkańcy prowincji, jak wynika z moich obserwacji oraz wniosków ogólnych z ich wypowiedzi, zastanawiali się poza tym, w jakim stopniu ten wirtualny świat ich dotyczy, jaki wpływ na niego mieli lub mogli mieć. Część z nich uznawała, że jest to nierealne (przeważnie starsi), gdyż nie widzieli powiązania między fikcją ekranu a rzeczywistością codziennej egzystencji. Inni byli przekonani, że pośrednią drogą, jaką można wywrzeć wpływ na to, co prezentują media, jest edukacja. Widzieli w niej sposób np. na zmianę wizerunku stereotypowo postrzeganego niedouczonego i niekulturalnego „wieśniaka”. Byli też tacy, którzy ślali listy do stacji telewizyjnych oraz gazet z propozycjami zmian w ramówce lub w fabułach ulubionych seriali<sup>37</sup>. Spotkałam także takich, którzy byli przekonani, że telewizja gwarantuje sprawowanie władzy i sama jest władzą. Wierząc,

<sup>34</sup> Np. Grzybowa z „Plebani”, Lucy z „Rancza”.

<sup>35</sup> *Encyklopedia socjologii*, hasło „Tradycja”, t. 4, s. 258.

<sup>36</sup> Tamże.

<sup>37</sup> Pisałam o tym szerzej w pracy magisterskiej pt. „Telenowela – baśń współczesna. Analiza listów czytelników „Świata Seriali” z lat 1999–2000” (2002), dostępnej w Archiwum IEiAK Uniwersytetu Warszawskiego.

że ci, którzy mają z nią styczność „mogą więcej”, prosili mnie (żywiąc przekonanie, że jestem jej pracownicą), o zwrócenie uwagi kierownictwa stacji na sprawy wiejskie, problemy i niedostatki. Tkwiło w nich przekonanie, że da to możliwość odwrócenia złego losu mieszkańców wsi.

Odniosłam wrażenie, że ogromnym problemem polskiej prowincji (także w kontekście kultury uczestnictwa) jest „niewiara” we własne możliwości i wywarcie wpływu na zmianę zastanej rzeczywistości. Ten problem kulturowy, mentalnościowy znajduje liczne egzemplifikacje w wypowiedziach i zachowaniu. Ludzie wstydzili się tego, że mieszkają na wsi, że mają ograniczony kontakt z innymi niż domowe „źródłami kultury” (kino, teatr), a ich zwyczaje, język odstają od tego prezentowanego w środkach masowego przekazu. I chociaż odbiór treści medialnych cechował, w wielu przypadkach, refleksyjny i krytyczny ogląd rzeczywistości, to sama telewizja uznawana była za dostarczyciela „nikczemnej” rozrywki i „złodzieja czasu”. Taki stosunek do „szklanego ekranu” nie jest oczywiście przypisany tylko mieszkańcom wsi, czego dowody można znaleźć *nomen omen* w internecie, gdzie natknęłam się na tego rodzaju, nieodosobnioną, wypowiedź: „telewizja jest kulturowym gazem paraliżującym, jest bezwonna, bezbolesna, nie ma smaku i jest zabójcza. Zanim zabije to najpierw powoduje nieodwracalne zmiany w mózgu, u uporczywych oglądaczy”<sup>38</sup>.

Wielkie nadzieje mieszkańcy wsi upatrywali w młodym pokoleniu. Niebezzasadnie – wykazuje ono przede wszystkim większą swobodę w obcowaniu z nowinkami technologicznymi oraz rozumie, że istnieje potrzeba nabywania „medialnych” kompetencji. Dla dzieci i młodzieży telewizja, choć obecna w ich życiu, nie była już ich jedynym „oknem na świat”. Nawet, jeśli jeszcze nieporadnie, nieumiejętnie korzystali z możliwości, jakie zapewniały im inne media (w tym przede wszystkim internet), to wydaje się, że i tak w nieodległej perspektywie zaczną oni siebie postrzegać jako uczestników kultury (także globalnej). Dziś można znaleźć w sieci wypowiedzi słowne (na forach) bądź audio-video przedstawiające w sposób dowcipny i humorystyczny rzeczywistość wiejską (np. karkołomne wyczyny młodych rolników podczas prac polowych lub wykpiwanie stereotypowych wizerunków wieśniaków). Wywołują one niekiedy lawinę komentarzy, co może świadczyć, że poruszane tematy dotyczą ważnego wymiaru życia tych młodych ludzi. Innym przykładem aktywności są wypowiedzi na forach specjalistycznych portali (np. [www.ppr.pl](http://www.ppr.pl)), gdzie oprócz ogłoszeń „kupię/sprzedam” ich użytkownicy dzielą się wiedzą i doświadczeniem z innymi. Zapewne ważne jest to, że ich wypowiedzi bywają cytowane przez twórców programów rolniczych nadawanych przez TVP1<sup>39</sup>. Promowanie przez państwowego nadawcę tego typu aktywności, moim zdaniem, przyczynia się walnie do budowania poczucia wpływu na zmiany tak w gospodarce, jak i kulturze. Internet daje szansę na zrozumienie, z czym wiąże się partycypacja w globalnej „kulturze amatorów”.

<sup>38</sup> Autor linke1, komentarz do informacji prasowej pt. „Sondaż: Ulubione rozrywki Polaków? Oglądanie telewizji i spanie”, wpis z dnia 30.12.2010, pisownia oryginalna, [http://wiadomosci.gazeta.pl/wiadomosci/1,114873,8883733,Sondaz\\_\\_Ulubione\\_rozrywki\\_Polakow\\_\\_Ogladanie\\_telewizji.html](http://wiadomosci.gazeta.pl/wiadomosci/1,114873,8883733,Sondaz__Ulubione_rozrywki_Polakow__Ogladanie_telewizji.html), dostęp w dniu 30.04.2013.

<sup>39</sup> Np. „Agrobiznes”, nadawany od poniedziałku do piątku o godz. 12.10.



Odbiór przekazu środków masowego przekazu (telewizji) na polskiej wsi, jak starałam się wykazać, jest związany z aktywnością oraz pracą w sferze symbolicznej, wydaje się jednak, że kultura uczestnictwa, aby mogła tam rozkwitnąć, oprócz potrzeby „alfabetyzacji medialnej i określenia podstawowych umiejętności społecznych oraz kompetencji kulturowych, które muszą posiadać młodzi ludzie, by mogli w pełni uczestniczyć w kulturze konwergencji” (Jenkins 2007, s. X) wymaga, jako jeden z warunków, także zmian mentalnościowych. Kwestia świadomego korzystania z mediów wiąże się z „oswojeniem” technologii, ale także wzrostem poczucia, że ma się coś istotnego, ważnego do przekazania innym. Niektórzy mieszkańcy wsi, przeważnie ci starsi, żywią przekonanie, że ma ona potencjał w postaci wartości i obyczajów, że jej historia i tradycja jest warta poznania. Niestety wydaje się, że rzadko dzieli się tym w sieci (ja nie znalazłam takich przykładów)<sup>40</sup>. Żywa kultura spychana przez lata na bok przez promowaną przez władze socjalistyczne cepeliowską „kulturę ludową”, musi odnaleźć podstawy do zbudowania swej tożsamości. W obecnych czasach jej nieodłącznym składnikiem są treści medialne, niekoniecznie te oryginalnie związane z danymi terenami<sup>41</sup>. Być może w niedługim czasie znajdą się tacy, którzy będą mieli chęć i potrzebę bycia aktywnymi uczestnikami kultury, świadomymi wartości kultury lokalnej, wykorzystującymi możliwości, jakie zapewnia im dostęp do nieograniczonych zasobów oferowanych przez internet.

#### LITERATURA

- Barker Chris 2005, *Studia kulturowe. Teoria i praktyka*, WUJ, Kraków.
- Bourdieu Pierre 2005, *Dystynkcja. Społeczna krytyka władzy sądzenia*, Scholar, Warszawa.
- Burszta Wojciech J. 2008, *Świat jako więzienie kultury. Pomyślenia*, PIW, Warszawa.
- Burszta Wojciech J., Fatyga Barbara 2010, Wprowadzenie, [w:] *Kultura miejska w Polsce z perspektywy interdyscyplinarnych badań jakościowych*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa, s. 7–18.
- de Certeau Michel 2008, *Wynaleźć codzienność. Sztuki działania*, WUJ, Kraków.
- Goban-Klas Tomasz 2011, *Wartki nurt mediów. Ku nowym formom społecznego życia informacji. Pisma z lat 2000–2011*, Universitas, Kraków.
- Golka Marian 2007, *Socjologia kultury*, Scholar, Warszawa.
- Herzfeld Michael 2004, *Antropologia. Praktykowanie teorii w kulturze i społeczeństwie*, WUJ, Kraków.
- Hopfinger Maryla 2003, *Doświadczenia audiowizualne. O mediach w kulturze współczesnej*, Sic!, Warszawa.
- Jenkins Henry 2007, *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, WAiP, Warszawa.
- Kittler Friedrich A. 1999, *Gramophone, film, typewriter*, Stanford University Press, Stanford.
- Kłoskowska Antonina 1980, *Kultura masowa. Krytyka i obrona*, PWN, Warszawa.
- 1981, *Socjologia kultury*, PWN, Warszawa.
- 1996, *Kultury narodowe u korzeni*, PWN, Warszawa.
- Kopaliński Władysław 1994, *Słownik wyrazów obcych i zwrotów obcojęzycznych*, PWN, Warszawa

<sup>40</sup> Nie uwzględniam tu projektów realizowanych w szkołach, gdzie przy merytorycznym wsparciu nauczycieli publikowane są np. dzieje wsi, opisy dawnych zwyczajów itp.

<sup>41</sup> John B. Thomson (2006) pisze o tym zjawisku tworząc pojęcie „tradycji zmediatyzowanej”.

- Lessig Lawrence 2005, *Wolna kultura. W jaki sposób wielkie media wykorzystują technologię i prawo, aby blokować kulturę i kontrolować kreatywność*, WSiP, Warszawa.
- Lisowska-Magdziarz Małgorzata 2008, *Media powszednie. Środki komunikowania masowego i szerokie paradygmaty medialne w życiu codziennym Polaków u progu XXI wieku*, WUJ, Kraków.
- Machura Piotr 2009, *Tradycja jako źródło moralności*, [w:] *Wartości – tradycja i współczesność*, red. D. Ślęczek-Czakon, M. Wojewoda, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice, s. 169–175.
- Szacki Jerzy 2002, *Historia myśli socjologicznej*, PWN, Warszawa.
- Thompson John B. 2006, *Media i nowoczesność. Społeczna teoria mediów*, Wydawnictwo Astrum, Wrocław.
- Woźniak Anna 2010, *Skazani na telewizję. Krajobraz społeczno-kulturowy współczesnej wsi polskiej*, nieopublikowana praca doktorska, IAE PAN, Warszawa.

Źródła internetowe:

- <http://www.agbnelsen.pl>
- <http://www.ce.vizja.pl/en/download-pdf/id/220>
- <http://www.dwutygodnik.com/arttykul/429-alfabet-nowej-kultury-k-jak-konwergencja.html>
- <http://ekonomia.rp.pl/arttykul/995219.html?print=tak&p=0>
- <http://www.futrega.org/wk/04.html>
- <http://www.internetnawsi.pl/aktualnosci/60-proc--polakow-raz-w-tygodniu-w-internecie>
- <http://www.kongres-kultury.pl/idea/tematy/>
- [http://www.krrit.gov.pl/Data/Files/\\_public/Portals/0/publikacje/raporty/ocena\\_ntc\\_112012.pdf](http://www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/Portals/0/publikacje/raporty/ocena_ntc_112012.pdf)
- [http://www.krrit.gov.pl/Data/Files/\\_public/pliki/publikacje/rynek-telewizyjny-w-ii-kwartale-2012\\_.pdf](http://www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/pliki/publikacje/rynek-telewizyjny-w-ii-kwartale-2012_.pdf)
- [http://ks.mkidn.gov.pl/pages/mk\\_posts/obszar-iii.-komunikacja-spoleczna-14.php](http://ks.mkidn.gov.pl/pages/mk_posts/obszar-iii.-komunikacja-spoleczna-14.php)
- [http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/bip/BIP\\_raport\\_2010-2011.pdf](http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/bip/BIP_raport_2010-2011.pdf)
- [http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/wz\\_dochody\\_warunki\\_zycia\\_raport\\_2011.pdf](http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/wz_dochody_warunki_zycia_raport_2011.pdf)
- [http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/nts\\_spolecz\\_inform\\_w\\_polsce\\_2008-2012.pdf](http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/nts_spolecz_inform_w_polsce_2008-2012.pdf)
- [http://wiadomosci.gazeta.pl/wiadomosci/1,114873,8883733,Sondaz\\_\\_Ulubione\\_rozrywki\\_Polakow\\_\\_Ogladanie\\_telewizji.html](http://wiadomosci.gazeta.pl/wiadomosci/1,114873,8883733,Sondaz__Ulubione_rozrywki_Polakow__Ogladanie_telewizji.html)
- <http://www.wirtualnedia.pl/arttykul/oznakowanie-product-placement-zauwaza-polowa-widzow-ale-niewielu-wie-co-to-oznacza>
- <http://www.wirtualnedia.pl/arttykul/kto-oglada-telewizje-w-polsce>
- <http://www.wirtualnedia.pl/arttykul/raport-o-platnej-telewizji-w-polsce-platformy-cyfrowe-6-mln-abonentow-kablowki-4-6-mln>
- [http://www.wv.org.pl/data/INTERNET%20NA%20WSI%202009%20\\_bez%20wniskow%20i%20rekomendacji.pdf](http://www.wv.org.pl/data/INTERNET%20NA%20WSI%202009%20_bez%20wniskow%20i%20rekomendacji.pdf)
- [http://wiadomosci.gazeta.pl/wiadomosci/1,114873,8883733,Sondaz\\_\\_Ulubione\\_rozrywki\\_Polakow\\_\\_Ogladanie\\_telewizji.html](http://wiadomosci.gazeta.pl/wiadomosci/1,114873,8883733,Sondaz__Ulubione_rozrywki_Polakow__Ogladanie_telewizji.html)

ANNA WOŹNIAK

THE „PARTICIPATORY CULTURE” IN THE CONTEMPORARY POLISH COUNTRYSIDE  
IN THE CONTEXT OF CURRENT THEORIES OF MEDIA STUDIES

Key words: Convergence culture, Participatory culture, Contemporary Polish village,  
Television, Internet

Nowadays societies are called ‘information’, because flows of cultural contents form their identities. Cultural anthropologists are looking at the processes which are taking place in the homes of TV viewers, mobile phones and the Internet users. They are particularly interested in the local conditions of

receiving media content. It is worth to ask whether local traditions, customs and values are important in confrontation with those promoted by the media. Why is it important? Because they are being used to the various degrees and in characteristic ways by particular social groups, subcultures, the inhabitants of towns, villages, etc.

I am particularly interested how Polish rural participants of a global pop culture are using: TV, the Internet, and how important are those media in their everyday lives. I also wonder if the rural viewers are prepared to live in the information culture and what kind of activities they are connecting with the media?

I believe that H. Jenkins' idea of "convergence culture" can be good basis for describing processes connected with being participants – producers not only consumers of culture, also in Polish contemporary villages. In this article I will focus on the analysis of the concepts and assumptions of media theories. I refer to the literature looking for the inspiration for new ways of conducting anthropological research concerning the participatory culture. I do references to my previous research but the main intension is to create the theoretical basis for my future field exploration.

A. W.

Adres Autorki:

Dr Anna Woźniak

Instytut Archeologii i Etnologii PAN

Al. Solidarności 105, 00-140 Warszawa

e-mail: anna\_wozniak@o2.pl

