

# PRZESTRZEŃ POZYTYWNEGO „ZDEZORGANIZOWANIA”, CZYLI POPKULTUROWO – INTERNETOWY OBSZAR EDUKACJI NIEFORMALNEJ

W jednym ze swoich artykułów James Paul Gee (2005) przedstawił koncepcję przestrzeni przyciągania (*affinity space*), czyli miejsc edukacji nieformalnej będących o wiele bardziej atrakcyjne niż lokalizacje formalne. Badacz dostrzegł, że ciekawiej jest się uczyć w sposób określany mianem nieobowiązkowego i niesztynnego, to znaczy w sposób niepoddany rygorom „oficjalnych” instytucji edukacyjnych, na przykład szkoły. Wyobraźmy sobie lekcję plastyki, kiedy uczniowie uczą się o stylach malarstwa z podręcznika. Każdy się zgodzi, że czymś innym od tej metody wpajania wiedzy jest wycieczka do galerii (zrealizowana nie w ramach zajęć szkolnych), czyli znalezienie się w przestrzeni przyciągania, gdzie efektywność przyswajania wiadomości wzmacniana jest między innymi przez dobrowolne zaangażowanie. Nikt nie zmusi nas do wybrania się do galerii, ale jeśli już się w niej znajdziemy, nasza motywacja – związana z pokonywaniem nowych intelektualnych wyzwań – będzie silna. Jeszcze lepiej, jeśli odwiedzimy wskazane miejsce z grupą znajomych. Ponieważ, dzięki możliwości współdzielenia wiedzy i opinii, proces wchłaniania informacji staje się bardziej atrakcyjny. Ktoś ze znajomych zauważy na obrazie detal, który umknął uwadze pozostałych, z kolei inna osoba zainicjuje dyskusję nad artystycznymi walorami danego dzieła.

**PIOTR SIUDA**

## PRZYCIĄGAJĄCA POPKULTURA

Nie oszukujmy się jednak – współcześni konsumenci kultury nie są zafascynowani sztuką w stopniu, który pozwoliłby socjologom odnotować istotny skok liczby dobrowolnych, zespołowych pielgrzymek do galerii (Burszta, Fatyga 2010). Dziś urzeka przede wszystkim popkultura, przy czym nie można jej traktować jako złej, to znaczy tak, jak zwykli to robić krytycy kultury masowej czy przedstawiciele szkoły frankfurckiej. Oczywiście, schematyczność i stereotypowość pop-produktów dalej ma się dobrze, a przemysł kulturowy stosuje triki mające przykuć uwagę odbiorcy (Galician 2004: 74-77). Mimo to zasada jednego wspólnego mianownika, czyli upraszczanie przekazów, aby odpowiadały jak największej liczbie nabywców, nie obowiązuje dzisiaj w takim zakresie jak kiedyś. Współczesna kultura popularna staje się coraz lepsza, co

ma swoje przyczyny ekonomiczne oraz technologiczne (Johnson 2005).

Obecnie produkcja pop-dziel opiera się głównie na „powtórkowości” – na przykład premiery filmowe w kinach nie dają tyle pieniędzy co

sprzedaż DVD oraz Blu-ray, czy ciągle emisje w telewizji. Logiczne jest zatem, że teksty należy wytwarzać tak, aby olśniły na tyle, żeby chciało się z nimi obcować więcej niż raz – chociażby po obejrzeniu filmu w kinie, widz może być tak zachwycony, że zapragnie posiadać na własność oryginalną płytę DVD z podziwianym obrazem. Coraz częściej pojawiają się produkcje niesztampowe, zaskakujące, skomplikowane i przez to „promujące” wielokrotny odbiór. Aby ludzie chętnie do czegoś wrócili, musi to mieć odpowiednią długość, nie może być za krótkie, stąd tendencja współczesnej popkultury do serializacji, a także coraz większe powodzenie długich i rozbudowanych – bo serialowych właśnie – narracji.

Gry, seriale telewizyjne (coraz częściej oglądane na ekranie komputera) oraz kino nie oddziałują negatywnie – fascynowanie się nimi nie jest przejawem bezmyślności. Wręcz przeciwnie, nasze umysły, jak nigdy dotąd, „bawią się”

i rozwijają jednocześnie. „Powtórkowość” kultury popularnej oraz polepszenie jakości pop-dóbr stymulowane są przez rozwój narzędzi technologicznych, umożliwiających angażowanie się w daną narrację w dogodnym dla odbiorcy momencie. DVD, Blu-ray, ściąganie z sieci to przykłady tak zwanych technologii wygody, dzięki którym postępować można zgodnie z zasadą „konsumuję, kiedy chcę i kiedy mam czas”. Dzięki tym technologiom wyrabia się postawa zwana *close reading*, czyli zaangażowany odbiór przekazów. Bliskie odczytywanie (*close reading*) polega na takim konsumowaniu danego pop-produktu, że pragnie się go analizować, rozmawiać o nim, krytykować, rozkładać na czynniki pierwsze i tworzyć własne teksty związane z oryginałem (Siuda 2012) – dzięki wspomnianym technologiom ludzie mają na to czas.

Wszystkie ze wspomnianych wyżej czynności podnoszą kompetencje komunikacyjne i dlatego należy je potraktować jako przejaw nieformalnej edukacji, przy czym niezwykle ważne jest, że owe aktywności odbywają się w społecznościach złożonych z jednostek działających w sieci. To właśnie dzięki elektronicznej pajęczynie osoby zainteresowane danym pop-dziełem, na tyle, aby roztrząsać go we wspomniany wyżej sposób, mogą się ze sobą kontaktować. Sieć pozwala wspólnie pasjonować się przekazami popkulturowymi, ponieważ dostarcza szeregu użytecznych do tego narzędzi, począwszy od najprostszych i najpowszechniejszych, takich jak blogi, fora oraz wiki, skończywszy na specjalistycznych programach ułatwiających amatorskie tworzenie i dzielenie się własnymi kreacjami.

Współcześnie najbardziej pociągającą przestrzeń przyciągania stał się obszar popkulturowo-internetowy, to znaczy wszelkie wspólnoty sieciowe, gdzie ludzie fascynując się danym tekstem, podnoszą swoje kompetencje, zdobywają nową wiedzę oraz umiejętności. Rozwój poszczególnych osób powodowany jest połączeniem dwóch wzajemnie się wzmacniających sił – komplikowania kultury popularnej oraz technologicznego komplikowania internetu. Pierwsza dotyczy oczywiście lepszej jakości współczesnych pop-dóbr.

W przypadku drugiej, nie jest tak, że trudniej się dzisiaj posługiwać siecią – dzieje się odwrotnie, o czym świadczy chociażby to, że aby założyć stronę czy bloga, nie trzeba nawet znać języka programowania. Komplikowanie internetu to po prostu stale rosnąca liczba odmian narzędzi wspólnotowego działania w zakresie nieformalnego edukowania.

## FANSUBERZY

Uczestnicząc w nieoficjalnym obiegu popkultury (Filiciak, Hofmökł, Tarkowski 2012), czyli ściągając coś z sieci, często nie zdajemy sobie sprawy, jak często stykamy się ze wspomnianym obszarem popkulturowo-internetowym. Na przykład „zasysając” jakiś niepolskojęzyczny film, wchodzimy na serwis WWW napisy.info lub Napisy24.pl i pobieramy suby (skrót od angielskiego

*subtitles*) w rodzimym języku. Często robimy to bezrefleksyjnie, nie zastanawiając się nad źródłem pochodzenia napisów, nie wiedząc, kto za nimi stoi oraz nie będąc świadomym tego, że ocieramy

się o swoistą oddolną maszynę produkcyjną. Jest ona bardzo wyraźnym zobrazowaniem tego, jak popkultura i internet łączą się w kształtowaniu przestrzeni przyciągania pobudzającej ludzką kreatywność, podnoszącej konkretne umiejętności i pozwalającej zdobywać równie konkretną wiedzę.

Amatorskie przekłady nie są dziełem jednego człowieka – pracują nad nimi zespoły dobrowolnie angażujących się kinomaniaków. W tych grupach każdy komunikuje się z każdym za pośrednictwem sieci, a dodatkowo ma do spełnienia różne funkcje oraz posługuje się odmiennymi narzędziami (zob. Siuda, Koralewska [w druku]). Jedni odpowiedzialni są za tłumaczenie z języka obcego, inni zajmują się korektą, kolejni doбором czcionki czy timingiem (dopasowanie napisów do ścieżki dźwiękowej). Tworzenie napisów wymaga również umiejętności „twardszych”, to jest technicznych – w zespole część osób odpowiedzialna jest za kodowanie, czyli przygotowanie suba w taki

**PIOTR SIUDA**

sposób, aby zmaksymalizować jakość obrazu i dźwięku, a zminimalizować rozmiar pliku (jeśli mamy do czynienia z napisami „złączonymi” z plikiem video, a nie istniejącymi w postaci odrębnego pliku tekstowego).

Nie chodzi w tym momencie o to, aby dokładnie opisywać, jak działają tłumacze amatorzy, lecz pokazać, że stanowią oni, połączoną internetem, wspólnotę ludzi kształtującą określone kompetencje i umiejętności. Ponadto są społecznością specyficznego typu, bo funkcjonują nie tyle w scentralizowanym świecie sztywnych hierarchii, ile w rzeczywistości sieci, czyli przestrzeni pozytywnie „zdezorganizowanej”, a przez to stymulującej produktywność oraz budującej wiedzę. Nie jest tak, że wspólnota tłumaczy opiera się jakiegokolwiek hierarchiczności, ale nierówności są inne niż te niesieciowe, ponieważ bardzo mocno zasadzają się na prestiżu wiedzy i umiejętności. Ktoś, kto posiada większy ich zasób (na przykład lepiej zna język obcy, poprawniej robi korektę czy koduje), jest o szczebel wyżej, przy czym eksperci nie są powoływani do życia odgórnie. W opisywanych społecznościach o pozycji eksperta decyduje zespół członków uznający wiedzę danego człowieka za wartościową lub nie. Ponadto, mamy tutaj do czynienia z architekturą otwartości i dzieleniem się informacjami. Gdyby nie kolektywne kształtowanie puli wiedzy dostępnej dla każdego, napisy nie mogłyby powstawać tak szybko (zwykle są one dostępne dzień lub dwa po ukazaniu się danego filmu czy odcinka serialu) i mieć tak dobrą jakość.

To właśnie w grupach, w których członkostwo opiera się na fascynacji jakimś pop-produktem, działanie na zasadach przestrzeni przyciągania jest niezwykle widoczne. Obok tłumaczy amatorów można wskazać fanów wspólnie pracujących nad opowiadaniem literackimi, nieprofesjonalnymi filmami, alternatywnymi komentarzami do wydań filmów na Blu-ray (Siuda 2011). W sieci istnieją społeczności graczy kooperujących przy tworzeniu modyfikacji do gier (Postigo 2007), są także wielbiciele post-seriali głowiący się nad zagadkami ukrytymi przez producentów w kolejnych odcinkach (Perryman 2008). Przykładów podać można więcej, pamiętając, że istnieją wspólnoty internetowe funkcjonujące w oparciu o opisane wyżej zasady i niezwiązane z popkulturą. Nietrudno przecież wyobrazić sobie zdobywanie

informacji o stylach malarskich, dzięki zwiedzaniu galerii za pomocą Google Art Project, czyli narzędzia umożliwiającego nie tylko wirtualny spacer po przybytkach sztuki, ale także dzielenie się z innymi tym, co się w zbiorach odnalazło i dyskusowanie na temat konkretnych dzieł.

#### Bibliografia:

Filiciak M., Hofmokl J., Tarkowski A., *Obiegi kultury: Spoleczna cyrkulacja treści. Raport z badań*, Warszawa 2012, dostęp: 31.03.2012, [http://creativecommons.pl/wpcontent/uploads/2012/01/raport\\_obiegi\\_kultury.pdf](http://creativecommons.pl/wpcontent/uploads/2012/01/raport_obiegi_kultury.pdf).

Galician, M-L., *Sex, Love and Romance in the Mass Media*, Lawrence Elbaum Associates, Mahwah: Arizona State University, 2004.

Gee J., *Semiotic social spaces and affinity spaces: from The Age of Mythology to today's schools in Karin Tusting (ed.), Beyond Communities of Practice: Language Power and Social Context*, Cambridge: Cambridge University Press, 2005, pp. 214-232.

Johnson S., *Everything Bad Is Good for You: How Today's Popular Culture Is Actually Making Us Smarter*, New York: Riverhead Books, 2005.

Kultura miejska w Polsce z perspektywy interdyscyplinarnych badań jakościowych, pod red. W. Burszty, B. Fatygi, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2010.

Perryman N., *Doctor Who and the Convergence of Media: A Case Study in 'Transmedia Storytelling'*, „Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies”, Vol. 14, No. 1, 2008, pp. 21-39.

Postigo H., *Of Mods and Modders: Chasing Down the Value of Fan-Based Digital Game Modifications*, „Games and Culture”, Vol. 2, No. 4, 2007, pp. 300-313.

Siuda P., *Twórczość fanów – nowe formy*, dostęp: 31.03.2012, <http://www.piotrsiuda.pl/2011/01/tworczosc-fanow-nowe-formy.html>.

Siuda P., *Kultury prosumpcji: O niemożności powstania globalnych i ponadpaństwowych społeczności fanów*, Warszawa 2012: Instytut Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego, ASPRA JR.

Siuda P., Koralewska A., *Japonizacja: Anime i jego polscy fani*, Kraków (w druku).