

**SZTUKA
I WYCHOWANIE
W KULTURZE
KONWERGENCJI**

POD REDAKCJĄ
MIROSŁAWY ZALEWSKIEJ-PAWLAK
I PIOTRA SOSZYŃSKIEGO

**WYZWOLENI
I ZAGUBIENI
W SIECI**



WYDAWNICTWO
UNIwersytetu
ŁÓDZKIEGO

SZTUKA I WYCHOWANIE W KULTURZE KONWERGENCJI

W serii tematycznej dotyczącej sztuki i wychowania w XXI wieku, redagowanej przez prof. dr hab. Mirosławę Zalewską-Pawlak i zespół Katedry Edukacji Artystycznej (Wydział Nauk o Wychowaniu) Uniwersytetu Łódzkiego, ukazały się nakładem Wydawnictwa Uniwersytetu Łódzkiego następujące pozycje monograficzne:

Sztuka i wychowanie w dialogu polsko-włoskim, Łódź 2005 (projekt okładki: dr Paweł Markowski),
Samotność oswojona przez sztukę. Pedagogiczne rozważania i doświadczenia, Łódź 2007 (projekt okładki: dr Sławomir Staniewski),

Sztuka wobec zakresów wolności człowieka liberalnego. Pedagogiczne rozważania i doświadczenia, Łódź 2009 (projekt okładki: mgr Magdalena Kuś),

Szkoła XXI wieku – szkołą edukacji estetycznej. Projekt nadziei, Łódź 2011 (współredaktor: Anna Pikała; projekt okładki: mgr Joanna Ludwiczak),

Sztukmistrze XXI wieku. Rzecz o pedagogach wychowujących przez sztukę, Łódź 2013 (projekt okładki: mgr Joanna Ludwiczak).

Wszystkie okładki książek zaprojektowane zostały przez artystów plastyków z Katedry Edukacji Artystycznej Uniwersytetu Łódzkiego i stanowią graficzne dopełnienie prezentowanego przekazu.



WYDAWNICTWO
UNIwersytetu
ŁÓDZKIEGO

[Kup książkę](#)

SZTUKA I WYCHOWANIE W KULTURZE KONWERGENCJI

WYZWOLENI I ZAGUBIENI W SIECI

POD REDAKCJĄ
MIROSŁAWY ZALEWSKIEJ-PAWLAK
I PIOTRA SOSZYŃSKIEGO



WYDAWNICTWO
UNIwersYTETU
ŁÓDZKIEGO
2015

[Kup książkę](#)

Mirosława Zalewska-Pawlak, Piotr Soszyński – Uniwersytet Łódzki
Wydział Nauk o Wychowaniu, Katedra Edukacji Artystycznej, 91-408 Łódź, ul. Pomorska 46/48

RECENZENT
Sławomir Szobryn

OPRACOWANIE REDAKCYJNE
Urszula Dzieciatkowska

SKŁAD I ŁAMANIE
Piotr Soszyński

PROJEKT OKŁADKI
Tamara Sass

Wydrukowano z gotowych materiałów dostarczonych do Wydawnictwa UŁ

© Copyright by Uniwersytet Łódzki, Łódź 2015

Wydane przez Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego
Wydanie I. W.W.06976.15.0.K

Ark. druk. 22,25

ISBN 978-83-7969-833-2
e-ISBN 978-83-7969-830-1

Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego
90-131 Łódź, ul. Lindleya 8
www.wydawnictwo.uni.lodz.pl
e-mail: ksiegarnia@uni.lodz.pl
tel. (42) 665 58 63, faks (42) 665 58 62

[Kup książkę](#)

Spis treści

Wstęp – Mirosława Zalewska-Pawlak	7
-----------------------------------	---

I. Sztuka w kulturze konwergencji – implikacje pedagogiczne

Grzegorz Sztabiński <i>Kultura konwergencji a tożsamość dzieła sztuki</i>	13
Piotr Soszyński <i>Media a sztuka muzyczna</i>	33
Barbara Kwiatkowska-Tybulewicz <i>La Biennale di Venezia – „doświadczenie Biennale” w kulturze konwergencji</i>	43
Alicja Leśniak <i>Użytkownicy, odbiorcy, twórcy i producenci mediów – uczestnikami konwergencji</i>	55
Mariusz Samoraj <i>Kształtowanie tożsamości kulturowej związanej z małą ojczyzną w kulturze konwergencji</i>	67
Magdalena Sasin <i>Facebook jako nowa przestrzeń edukacji estetycznej na przykładzie fanpage’y instytucji kultury</i>	81
Justyna Żak <i>Kultura konwergencji w przestrzeni muzealnej na przykładzie wybranych berlińskich muzeów</i>	97
Aleksandra Sieczych-Kukawska <i>Teatr współczesny w kulturze konwergencji</i>	111
Agnieszka Dominika Rutkowska <i>Taniec w kulturze konwergencji</i>	121
Anna Majewska-Owczarek <i>Głos „modny” a głos naturalny. Młodzi ludzie wobec medialnych wzorców wokalnych</i>	135
Arkadiusz Kaźmierczak <i>Olimpizm, kultura i sztuka w wymiarze społeczno-kulturowym</i>	147

II. Nowe i stare media w edukacji estetycznej

Mirosława Zalewska-Pawlak	
<i>Być ze sztuką w kulturze konwergencji</i>	159
Anna Pikała	
<i>Udział mediów w procesie edukacji estetycznej dzieci i młodzieży – znaczenie i uwarunkowania</i>	171
Tamara Sass	
<i>Wychowanie do kultury poprzez multimedialność i intertekstualność działań edukacyjnych w obszarze sztuki</i>	187
Elżbieta Szubertowska	
<i>Media w kulturze i edukacji muzycznej – refleksje doświadczonego pedagoga</i>	203
Justyna Hanna Budzik	
<i>Młody widz jako archeolog mediów: stare i nowe media w filmowej wersji baśni o Śnieżce Tarsema Singha</i>	215
Elżbieta Kukuła, Aleksandra Piskorska	
<i>Uczeń jako odbiorca i konsument kultury konwergencji a zmiany we współczesnej szkole</i>	231
Barbara Sarti	
<i>Kultura konwergencji we współczesnej szkole aktywności twórczej</i>	245
Ewa Tomaszewska	
<i>Teatr dla dzieci i młodzieży w płynnej nowoczesności</i>	255
Małgorzata Wiktorko	
<i>Edukacja muzealna w Muzeum Sztuki w Łodzi w kulturze konwergencji</i>	271
Martyna Justyńska	
<i>Miejsce reklamy we współczesnej edukacji</i>	281
Adrian Ziółkowski	
<i>Wartość gier komputerowych w procesie edukacji kulturalnej</i>	297

III. Nowe i stare media we wczesnej edukacji estetycznej

Urszula Szuścik	
<i>Kompetencje estetyczne i kulturowe dziecka w kontekście konwergencji</i>	313
Anna Boguszewska	
<i>O zmianach w formie ilustrowanej książki dla dzieci w Polsce</i>	325
Jarosław Pawlicki	
<i>Animacja poklatkowa jako metoda pracy w edukacji wczesnoszkolnej</i>	341
Autorzy	355

*Każdy z nas 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.*

Henry Jenkins

Wstęp

Współczesna edukacja estetyczna obejmuje trzy wzajemnie przenikające się obszary kulturowe. Są to: sztuka tradycyjna o uznanych i zweryfikowanych wartościach artystycznych, określana także mianem sztuki wysokiej, kultura popularna i kultura medialna¹.

Od kilkunastu lat obserwujemy niezwykle dynamiczny proces rozwoju technologii informatycznej, co szczególnie wzmacnia i rozszerza przekazy kultury popularnej i zmienia konteksty odbioru sztuki tradycyjnej. Proces ten jest badany i rozważany przez wielu współczesnych specjalistów: kulturoznawców, medioznawców i pedagogów. Ci ostatni doceniają wagę przemian kulturowych wywołanych nowymi technologiami, podkreślając ich znaczenie w wychowaniu i samowychowaniu dzieci i młodzieży. Jak stwierdził Zbyszko Melosik:

Technologia staje się dla człowieka jednym z decydujących układów odniesienia w konstruowaniu własnej tożsamości i życia. Jest częścią matrycy stworzonej przez interakcje wolności i zniewolenia, podmiotowości i podporządkowania matrycy, z której nie można wyjść².

¹ Według M. Wrońskiej kultura medialna w rozumieniu obiektywnym to dotychczasowy dorobek w zakresie mediów (urządzenia hardware, produkty, software) oraz w rozumieniu subiektywnym – właściwość człowieka, jego aktywność, poziom rozwoju intelektualnego i moralnego. Por.: M. Wrońska, *Kultura medialna w kontekście edukacyjnym*, [w:] D. Hejwosz, W. Jakubowski (red.), *Kultura Popularna – Tożsamość – Edukacja*, Kraków 2010, s. 200.

² Z. Melosik, *Kultura popularna i tożsamość młodzieży. W niewoli władzy i wolności*, Kraków 2013, s. 411.

Media – najbardziej dynamiczny, wręcz inwazyjny czynnik kulturotwórca, przenikający wszystkie sfery życia, konstytuują wszechogarniającą reprezentację nazwaną przez Baudrillarda hiperrealnością bądź rzeczywistością upozorowaną. Hiperprzestrzeń stwarza nieograniczone możliwości kreowania bytów wyobrażeniowych, zawieszając przymus rzeczywistości, oferuje **wyzwolenie** od jej reguł i nacisków aż do pełnej wolności tworzenia.

Jednocześnie samorealizacja w hiperprzestrzeni sprzyja zagrożeniu jednowymiarowością istnienia. Człowiek zaistnieje, kiedy zostanie zaaplikowany na różnych internetowych kontach i portalach³. Istniejący poprzez swoje aplikacje i wchodzący coraz częściej w relacje ze światem poprzez media człowiek odczuwa bezradność i **zagubienie**, gdy jakiegoś problemu nie może rozwiązać z powodu braku dostępu do technologii czy po prostu dostępu do sieci.

Henry Jenkins w swojej koncepcji kultury konwergencji wyjaśnił i uporządkował wiele zjawisk kulturowo-medialnych, ujawniając przestrzeń aktywności odbiorcy i jej znaczenie w relacji producenci mediów – adresaci. Pojęcie konwergencji wyjaśnił jako „przepływ treści pomiędzy różnymi platformami medialnymi, współpracę różnych przemysłów medialnych oraz migracyjne zachowania odbiorców mediów”⁴.

Wzrastająca aktywność odbiorców może zmienić proporcje w relacji producenci mediów – adresaci ze względu na ich udział we współtworzeniu kultury. Trudno takiej perspektywy nie wykorzystać jako zaproszenia do dialogu pedagogów teoretyków i praktyków, artystów i estetyków.

Szósta monografia w serii o sztuce i wychowaniu, zainspirowana i wydana staraniem Katedry Edukacji Artystycznej Uniwersytetu Łódzkiego, zawiera prezentację stanowisk i doświadczeń różnych środowisk akademickich w kraju wnoszących wkład w rozwój teorii wychowania estetycznego XXI wieku.

W przedstawionym tomie wyróżniono dwie części. Pierwsza zawiera teksty autorów, którzy przedmiotem swoich rozważań uczynili sztukę tworzoną bądź współzależną od medialności na etapie tworzenia lub upowszechniania. Teksty zawierają wiele przesłanek lub postulatów dla wychowania.

³ Stanowisko J. Ellula, opisane w: Z. Melosik, *Kultura popularna...*, s. 410–411.

⁴ H. Jenkins, *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, przeł. M. Bernatowicz, M. Filiciak, Warszawa 2007, s. 9.

W części drugiej przedstawiono rozważania o problemach i możliwościach edukacji estetycznej realizowanej w sytuacjach przenikania starych i nowych mediów. Z uwagi na znaczenie inicjacji kulturalnej dzieci wydzielono niewielką ale bardzo istotną część publikacji dotyczącą wczesnej edukacji estetycznej z wykorzystaniem starych i nowych mediów.

Ceniony medioznawca Lev Manovich uznał, że nowe media są zwiastunem znacznie szerszego procesu kulturowej rekonceptualizacji⁵. Zatem zaangażowane uczestnictwo w tym procesie pedagogów sztuki jest oczywiste.

Mirosława Zalewska-Pawlak

⁵ L. Manovich, *Język nowych mediów*, przeł. P. Cypriański, Warszawa 2006.

Część I

Sztuka w kulturze konwergencji – implikacje pedagogiczne

Kultura konwergencji a tożsamość dzieła sztuki

Zagadnienie konwergencji, podejmowane przez Henry Jenkinsa, można odnosić wyłącznie do medialnej kultury popularnej. Za taką interpretacją jego koncepcji zdaje się przemawiać fakt, że autor poddaje analizie przede wszystkim programy telewizyjne, takie jak *Robinsonowie* czy *Amerykański idol*, albo serie filmów o Harrym Potterze lub Matriksie. Dodatkowym uzasadnieniem wspomnianego przypuszczenia są uwzględniane wciąż przez Jenkinsa odniesienia do kwestii platform medialnych, współpracy przemysłów medialnych i maksymalizacji oglądalności. W tym kontekście ujmowane są zachowania współczesnych odbiorców, którzy zdaniem autora wykazują niezwykłą aktywność przejawiającą się nie tylko w docieraniu do wybranych programów, ale również w przemieszczaniu się między płaszczyznami medialnymi i „braniu spraw w swoje ręce”. Prowadzą oni „dialog z mediami masowymi, tworzą własne społeczności sieciowe, uczą się myśleć, pracować i przetwarzać kulturę na nowe sposoby”¹.

Jenkins uważa, że prowadzi to do „fantastycznie kreatywnych” efektów. Oczywiście wszystkie te zagadnienia rozważane są także w kontekście efektów ekonomicznych. Atmosferę dyskusji podczas „adoracji przy ołtarzu konwergencji” studzi lub rozgrzewa perspektywa zwiększenia lub spadku sprzedaży. Uczestniczą w tym odbiorcy, którzy wykazując szczególną kreatywność mogą nawet mieć udział w podziale dochodów z udanej interakcji, która zaistniała w sieci.

Czy jednak powyższy punkt widzenia w stosunku do koncepcji kultury konwergencji jest słuszny albo nawet wyłącznie możliwy? Uważam, że przyjęcie go ograniczałoby sens idei Jenkinsa. Dlatego w przedstawionych tu rozważaniach spróbuję zastanowić się także nad konsekwencjami kultury konwergencji dla twórczości artystycznej określanej jako „wysoka” lub

¹ H. Jenkins, *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, przeł. M. Bernatowicz, M. Filiciak, Warszawa 2007, s. VII.

„elitarna”. Uderzający jest fakt, że amerykański autor nie uwzględnia tych pojęć, a przynajmniej nie poświęca szczególnej uwagi oznaczanym przez nie kwestiom. Tymczasem wcześniejsze, dwudziestowieczne, teorie kultury masowej lub popularnej tworzone były w odniesieniu do relacji między kulturą masową i „kulturą wyższą” (Clement Greenberg, Dwight Macdonald) albo sztuką elitarną i popularną (Richard Shusterman). W pierwszym przypadku wskazywano, że są one antagonistyczne i teorię kultury masowej tworzone na zasadzie przeciwstawienia jej cech prawdziwej twórczości artystycznej. W drugim przypadku autor, powołując się na idee pragmatyzmu filozoficznego, wskazywał, że między kulturą elitarną i popularną nie ma zasadniczych, nieprzekraczalnych różnic, a ponadto możliwa jest tendencja (określona przez niego jako „melioryzm”) polegająca na możliwości doskonalenia kultury popularnej². Jenkins nie przyjmuje żadnej z tych opcji, a ponadto w pewnym sensie ignoruje podział na sztukę masową, popularną i elitarną.

Kultura masowa, co zauważali jej badacze, powstawała jako rezultat przejęcia i przetworzenia form i treści czerpanych zarówno z kultury ludowej jak i historycznego dorobku różnych dziedzin sztuki. Prowadziło to do upadku lub zachwiania różnych odmian integralności estetycznej. Macdonald pisał:

Podobnie jak dziewiętnastowieczny kapitalizm, kultura masowa jest dynamiczną, rewolucyjną siłą, burzącą przegrody klasy, tradycji, smaku i zacierającą kulturalne odrębności. Miesza i rozbełtuje wszystko razem, wytwarzając to co można nazwać homogenizowaną kulturą³.

Proces ten nie zakładał jednak zatarcia podziału na wytwórcę i odbiorcę. Przeciwnie, podział ten był podkreślany poprzez zdecydowane egzekwowanie praw autorskich w stosunku do komercyjnych wytworów kultury masowej⁴. O ile więc, jak pisał Macdonald:

² Por.: R. Shusterman, *Żywe piękno i refleksja nad sztuką*, przeł. A. Chmielewski, E. Ignaczak, L. Koczanowicz, Ł. Nysler, A. Orzechowski, Wrocław 1998, s. 224.

³ D. Macdonald, *Teoria kultury masowej*, przeł. Cz. Miłosz, [w:] *Kultura masowa*, oprac. Cz. Miłosz, Paryż 1959, s. 15.

⁴ Jenkins cytuje wypowiedź Lawrence’a Lessiga, który pisał, że w imię ideału własności intelektualnej zmieniono prawo tak, żeby „nikt nie mógł zrobić korporacji Disneya tego, co Walt Disney zrobił braciom Grimm” (H. Jenkins, *Kultura konwergencji...*, s. 136). On sam dodaje, że firmy medialne chcą abyśmy „patrzeli na treści medialne, ale ich NIE dotykali. Kupowali, ale NIE używali” we własny sposób i dla własnych celów (ibidem, s. 137).

[kultura masowa] jest bardzo, bardzo demokratyczna: odrzuca kategorycznie dyskryminację przeciwko komukolwiek, pomiędzy kimkolwiek i czymkolwiek⁵,

nie dopuszczała ona, poza wyjątkowymi sytuacjami, demokratycznego równouprawnienia odbiorców w zakresie działań kreatywnych. Nie mogła dopuścić, gdyż byłoby to sprzeczne z interesami handlowymi jej producentów. Zaangażowano więc aparat prawny, aby uniemożliwić uczynienie z kultury komercyjnej „wspólnego dobra”. Zdaniem Jenkinsa proces taki jednak następuje obecnie.

Poprzednia amerykańska kultura ludowa – pisze on – została zbudowana na zapożyczeniach z różnych ojczyzn. Nowoczesne media masowe budują na zapożyczeniach z kultury ludowej. Nowa kultura konwergencji będzie zbudowana na zapożyczeniach z różnych konglomeratów medialnych⁶.

Koncepcja Jenkinsa nie jest jednak oparta na akceptacji prostego kopiowania czy plagiatu. Działanie przy użyciu fotokopiarki, czy drukowanie z komputera, to tylko początek procesu. Dalsze etapy polegają na korzystaniu przez odbiorców ze znalezionej materiału zgodnie z ich własnymi celami, na łączeniu poszczególnych składników według nowych skojarzeń. Nie chodzi bowiem o proste zlepianie tego, co wcześniej traktowane było jako przynależne do różnych całości formalno-znaczeniowych, różnych gatunków, wreszcie do różnych mediów. Proces ten idzie dalej. Istniejące wcześniej utwory, klasyfikacje rodzajowe czy stosowane nośniki przestają być traktowane jako wiążące, istotne, zobowiązujące do przestrzegania właściwych dla nich zasad. Bardzo dobrym przykładem takiej sytuacji jest opisany przez Jenkinsa przypadek Amerykanina filipińskiego pochodzenia, ucznia szkoły średniej, który przy użyciu programu Photoshop połączył w jednym kolażu wizerunek Osamy bin Ladena i postać Berta z *Ulicy Sezamkowej*, chcąc pokazać dwie postacie złe. Jednak historia nie kończy się na zestawieniu tego, co przynależy do politycznych programów informacyjnych i tego, co pochodzi z telewizyjnego widowiska dla dzieci. Nowy kolaż został przechwycony przez wydawcę z Bangladeszu, który wydrukował go na antyamerykańskich plakatach, koszulkach i transparentach. Z kolei w politycznym programie informacyjnym prezentowanym przez reporterów CNN można było oglądać takie transparenty niesione przez rozwścieczony tłum Arabów podczas manifestacji antyamerykańskiej. Wędrówka wyrywanych z pierwotnego kontekstu elementów przekracza więc

⁵ D. Macdonald, *Teoria kultury...*, s. 15.

⁶ H. Jenkins, *Kultura konwergencji...*, s. 135.