

Marek Mirosław Pakoński

## CYBERKULTURA JAKO PRZESTRZEŃ DZIAŁAŃ ANIMACYJNYCH. O SZANSACH E-ANIMACJI<sup>1</sup>

Sądy dotyczące Internetu i kultury z nim związanej (cyberkultury) są zazwyczaj bardzo skrajne. Z jednej bowiem strony często są bezkrytycznymi peanami na cześć nowej przestrzeni wolności człowieka i możliwości jego nieskrępowanego tradycyjnymi konwenansami spełniania się. Z drugiej zaś – nieobiektywną i miażdżącą krytyką mierności autorealizacji w Internecie i podważaniem sensu stosowania w stosunku do jej wytworów pojęcia kultury. Internet powoduje ciągle spory, krytyce poddawane są postulowane przez teoretyków cyberkultury<sup>2</sup> główne idee jej przyświecające: wolność komunikowania się, tworzenia i publikowania. Dla jednych są one zaletami, odróżniającymi cyberkulturę<sup>3</sup> od kultury tradycyjnej<sup>4</sup>, mającymi umożliwić w przyszłości powstanie „nowego, wspaniałego świata” – społeczeństwa informacyjnego (*e-society*)<sup>5</sup>, społeczeństwa estetycznego czy też prawdziwej „demokracji sieciowej”. Dla innych uczestników tej dyskusji – te same cechy stanowią przyczynę wieszczonej

<sup>1</sup> „E-animacja” określa działania animacyjne przeprowadzane w przestrzeni Internetu i jest zamienna z pojęciem „animacji cyberkultury” lub „animacji w Internecie”.

<sup>2</sup> Zawarte m.in. M. Castellsa (*Galaktyka internetu*, Poznań 2003), L. Manovicha (*Język nowych mediów*, Warszawa 2006), L. Lessiga (*Wolna kultura*, Warszawa 2005; wydanie internetowe: [www.wolnakultura.org/](http://www.wolnakultura.org/)), T. O'Reilly (*What is Web 2.0*, oraz inne jego artykuły dostępne na stronie internetowej autora: [www.oreillynet.com](http://www.oreillynet.com)), R.W. Kluszczyńskiego (*Społeczeństwo informacyjne. Cyberkultura. Sztuka multimedialności*, Kraków 2001) i teoretyków Internetu i cyberkultury.

<sup>3</sup> Rozumiana jako całość przekazów, wytworów i interakcji zawartych w rzeczywistości wirtualnej – w Internecie, najczęściej nie mających swych odpowiedników poza siecią.

<sup>4</sup> Mianem tym w artykule określa się rzeczywistość pozasieciową i związaną z nią kulturę.

<sup>5</sup> Termin wprowadzony w 1963 roku przez T. Umesao, spopularyzowany przez K. Koyama. Za: *Społeczeństwo informacyjne w Polsce. Wyniki badań statystycznych z lat 2004-2008*, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa 2008, [www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/PUBL\\_spolczenstwo\\_informacyjne\\_w\\_Polsce\\_2004-2006.pdf](http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/PUBL_spolczenstwo_informacyjne_w_Polsce_2004-2006.pdf), s. 7 [stan z dnia 16.06.2008].

i obserwowanej degeneracji twórczej oraz schyłku człowieka i kultury w ogóle. Powodem sporu jest wszak pewne specyficzne narzędzie współczesnego człowieka – ogólnosiwiatowa międzysieć komputerowa, której istnienie ma na celu wymianę informacji i/lub współdzielenie różnych zasobów oraz to, co robią z nią jej użytkownicy.

Internet i współczesne technologie komunikacyjne wpływają na życie użytkownika – współczesnego człowieka – w tak wielkim stopniu, że jest on coraz częściej postrzegany właśnie przez ich pryzmat, jako „człowiek globalny” czyli żyjący nie tyle: „w swoim miejscu świata”, ile: „w świecie”. Rzeczywistość wirtualna<sup>6</sup> – w której typowe reguły stratyfikacji społecznej odgrywają znacznie mniejszą rolę – przekracza granice narodowości, wyznań, ideologii (Internet jest bowiem wszędzie). Wzbogacając o wymiar interakcji to, co przyniosły już wcześniej „stare media”<sup>7</sup> (np. możliwość kontaktowania się i zdobywania wiedzy o odległych zakątkach świata), stała się przestrzenią wspólną wszystkim, globalną rzeczywistością, w której każdy może spotkać się z prawie każdym, każdy ma dostęp do prawie każdej informacji. Pozwala to współczesnemu człowiekowi, często pozbawionemu lokalnego oparcia (które wpływało na jego tożsamość i role społeczne w przeszłości), na wytworzenie sąsiedztwa innego typu – mniej związanego z miejscem i położeniem geograficznym, a bardziej z sąsiedztwem idei, myśli, poglądów, aktywności. Ta nowa lokalność serwisu społecznościowego, forum dyskusyjnego, portalu i czatu paradoksalnie wyrasta z globalnego charakteru sieci, w której wszędzie (i do każdego) jest tak samo blisko.

Na styku lokalności i globalności, za pośrednictwem komputera i poprzez sieć światłowodów, na forach, w portalach i komunikatorach internetowych, wytwarza się nowy typ społeczeństwa zwany społeczeństwem informacyjnym<sup>8</sup>. W 1994 roku Urząd

<sup>6</sup> Ang. *virtual reality* – przestrzeń cyfrowa, na którą składa się infrastruktura komputerowa (dyski twarde komputerów osobistych, serwerów, łącza internetowe) dane, oraz aktywność użytkowników.

<sup>7</sup> Pojęcie w rozumieniu podanym przez Lva Manovicha, ujmowane jako wytwór – oznacza media, które są wytwarzane bezpośrednio przez człowieka, posiadające stopniowalność wartości: oryginał – kopia. W odróżnieniu od nich „nowe media” są wytwarzane cyfrowo, za pomocą oprogramowania komputerowego, dostępne do edycji każdemu i nie mają „oryginału”, a nieokreśloną liczbę różniących się w mniejszym lub większym stopniu od siebie kopii równych sobie wartości. W ujęciu mediów jako pośrednika „stare media” zakładają bierność odbiorcy, „nowe media” są zaś nastawione na aktywny odbiór, przetwarzanie i interakcję, [za:]L. Manovich, *Język nowych mediów*, Warszawa 2006, s. 102.

<sup>8</sup> „Społeczeństwo charakteryzujące się przygotowaniem i zdolnością do użytkowania systemów informatycznych, skomputeryzowane i wykorzystujące usługi telekomunikacji do przesyłania i zdalnego przetwarzania informacji”. (Kongres Informatyki Polskiej, 1994, na podst. Raportu Bangemana dla Rady Europy), [za:]R. Philipp, *E-society, Centrum Wiedzy O Społeczeństwie Informacyjnym*, [www.esociety.spoleczenstwoinformacyjne.pl/index.php?option=com\\_content&task=view&id=43&Itemid=49](http://www.esociety.spoleczenstwoinformacyjne.pl/index.php?option=com_content&task=view&id=43&Itemid=49) [stan z dnia 11. 05. 2008].

Komitetu Integracji Europejskiej charakteryzował jego cechy następująco: „wysoko rozwinięty sektor usług, przede wszystkim sektor usług nowoczesnych (bankowość, finanse, telekomunikacja, informatyka, badania i rozwój oraz zarządzanie); gospodarka oparta na wiedzy; wysoki poziom skolaryzacji społeczeństwa; rosnące znaczenie specjalistów i naukowców w strukturze zawodowej; ogromny rozmiar przepływów informacji; postępujący proces decentralizacji państwa; renesans społeczności lokalnej”<sup>9</sup>. Z jednej strony jest to przestrzeń nowych szans i możliwości ich wyrównywania dla użytkowników sieci, z drugiej – zagrożenie dla tradycyjnych więzi i aktywności w rzeczywistości pozainternetowej. Jakkolwiek byłby to wpływ – jest on tak znaczący, że w 1999 roku Inicjatywa Federacji Europejskich Stowarzyszeń Informatycznych CEPIS, wychodząc z założenia, że idea społeczeństwa informacyjnego gwałtownie zmienia życie wszystkich obywateli i korzyści wynikające z tego przekształcenia muszą być jednakowo dostępne dla wszystkich, zaproponowała Kartę Praw Obywateli Społeczeństwa Informacyjnego<sup>10</sup>. Dr Roger Johnson, ówczesny prezes CEPIS, stwierdził: „Wchodzimy w erę, w której informacja staje się dobrem użyteczności publicznej. Będziemy od niej zależni tak samo, jak od wody czy elektryczności. W tych nowych czasach obywatele będą chcieli gwarancji dostępu do zasobów informacji w Internecie podobnie, jak wiedzą, że nie zabraknie im wody pitnej czy prądu”<sup>11</sup>.

W społeczeństwie informacyjnym, w przestrzeni interakcji pomiędzy użytkownikami i zasobami sieci powstaje charakterystyczna dla Internetu kultura, zwana – dla odróżnienia od kultury tradycyjnej (pozasieciowej) – cyberkulturą<sup>12</sup>. Rzeczywistość tej kultury jest wirtualna, istnieje jedynie w Internecie i na twardych dyskach serwerów i komputerów osobistych. Musi mieć ona postać cyfrową, być zatem zapisem danych w cyfrowym kodzie komputerowym, albowiem na owej cyfracji zasadzają się podstawowe cechy cyberkultury: modularność (każdy obiekt<sup>13</sup> zapisany w postaci

---

<sup>9</sup> Strona internetowa Urzędu Komitetu Integracji Europejskiej, [www.ukie.gov.pl/WWW/serce.nsf/0/6A1F328341480FEAC1256F6A0038762F?Open](http://www.ukie.gov.pl/WWW/serce.nsf/0/6A1F328341480FEAC1256F6A0038762F?Open) [stan z dnia 11. 05. 2008].

<sup>10</sup> Ze względu na obszerność nie zamieszczona w niniejszym artykule. Tłumaczenie dostępne jest na: [www.silesia.org.pl/upload/Nowak\\_Jerzy\\_Spoleczenstwo\\_informacyjne-geneza\\_i\\_definicje.pdf](http://www.silesia.org.pl/upload/Nowak_Jerzy_Spoleczenstwo_informacyjne-geneza_i_definicje.pdf) [stan z dnia 11.05. 2008].

<sup>11</sup> J. Nowak, *Społeczeństwo informacyjne – geneza i definicje*, [www.silesia.org.pl/upload/Nowak\\_Jerzy\\_Spoleczenstwo\\_informacyjne-geneza\\_i\\_definicje.pdf](http://www.silesia.org.pl/upload/Nowak_Jerzy_Spoleczenstwo_informacyjne-geneza_i_definicje.pdf) [stan z dnia 11.05. 2008].

<sup>12</sup> Szczegółowo wyjaśnia to w swojej książce R.W. Kluszczyński (R.W. Kluszczyński, *Społeczeństwo informacyjne. Cyberkultura. Sztuka multimediów*, Kraków 2001).

<sup>13</sup> Pojęcie wzięte z języka programowania komputerowego, szeroko stosowane w określeniu wytworów i artefaktów cyberkultury. Każdy wytwór (obraz, dźwięk, zapis video, animacja, tekst itp.) podczas projektowania i umieszczania na stronie internetowej jest przez język HTML traktowany jako właśnie „obiekt”.

cyfrowej można uczynić składnikiem większej całości, z większej całości można też wyodrębnić zastosowany w niej komponent w odrębny obiekt), automatyzacja (na obiektach można dokonywać operacji, intencji modyfikacji sformułowanych i wykonywanych za pomocą algorytmu wykonywanych następnie dzięki przetwarzaniu programami komputerowymi), wariacyjność (obiekt może być nieskończenie multiplikowany jako duża liczba kopii lub wersji różniących się wielkością, skalą, szczegółami, poszczególnymi elementami, źródłem, zastosowaniem, a nawet typem, może jednocześnie istnieć niezliczona liczba wersji tego samego obiektu, bez stopniowania: oryginał – kopia)<sup>14</sup>. Ta forma, oraz wynikające z niej możliwości (nieograniczona multiplikowalność, nieistotność oryginału, współistnienie obok siebie wielu wersji i odmian danego obiektu oraz prostota przeprowadzania na nim operacji), stanowią podstawowe wyróżniki cyberkultury.

Kolejne różnice między cyberkulturą i kulturą tradycyjną mają wymiar społeczno-kulturalny. Pierwszą jest powszechność i prostota publikacji – każdy może opublikować w Internecie dowolne treści (jeśli nie są one niezgodne z prawem i nie naruszają netykiety<sup>15</sup>, czyli obyczajów Internetu). Drugą jest zrównanie statusu twórców profesjonalnych i amatorów, a także ich wytworów – obiektów. O popularności i znaczeniu obiektu cyberkultury decyduje nie wąska grupa krytyków, a swoisty *vox populi* użytkowników, zarówno znawców, jak i laików. To właśnie ta cecha wywołuje najwięcej kontrowersji w rozważaniach nad cyberkulturą i jej wartościowaniem. Z jednej strony stanowi bowiem szansę zaprezentowania swoich zdolności twórczych każdemu użytkownikowi (również amatorowi), z drugiej – powoduje zapełnianie Internetu obiektami o wątpliwej jakości i wartości. Prostota i łatwość tworzenia (przetwarzania) i publikowania stwarza zatem zagrożenie nie tylko powolnego odrzucania kultury tradycyjnej (w krytyce cyberkultury często utożsamianej z kulturą postulowaną, wysoką, kulturą profesjonalistów), ale przede wszystkim degeneracji zarówno samych twórców, jak i procesu twórczego, który zostaje sprowadzony do szeregu kliknięć myszką: kopiuje -> wklej -> zastosuj algorytm -> zapisz -> opublikuj.

Jako taki – jest Internet w pewnym sensie „mieczem obosiecznym”. W niniejszym tekście ujmuję go przez pryzmat animacji kultury, czyli oddziaływania na człowieka w celu jego pobudzenia twórczego, samospelnienia, autoterapii i uspołecznienia. Animacja kultury polega m. in. na działaniach wyszczególnionych przez Barbarę Jedlewską: „odkrywaniu twórczych potencjałów nie zawsze uświadomionych przez jednostki i grupy; pobudzaniu autentycznego uczestnictwa w kulturze; wyzwaniu

<sup>14</sup> Za: L. Manovich, *op. cit.*, s. 95-102.

<sup>15</sup> Kodeksu określającego normy zachowania się w sieci.

twórczej aktywności podmiotu; uznaniu aktywności podmiotu za wartość autoteliczną; zniesieniu podziału kultury na elitarną i popularną („wysoką” i „niską”); akceptowaniu wartości jednostkowych i grupowych<sup>16</sup>. Wychodzi ona zatem od przekonania o kulturotwórczej roli każdego człowieka, potrzebie zbliżenia kultury do człowieka, opiera się na postmodernistycznej krytyce instytucjonalnych form oddziaływania na jednostkę i grupy społeczne. Za fundament bierze szerokie, antropologiczne ujęcie kultury jako holistycznego, intersubiektywnego procesu, wytworu i środowiska każdego jej uczestnika. „Animacja z jednej strony ma oferować możliwość aktywności kulturalnej tym wszystkim, którzy są kulturą zainteresowani, z drugiej natomiast ma dostarczać motywacji tym, którzy mogliby się nią zainteresować. Animacja kulturalna coraz bardziej wkracza na pole społeczne, co wiąże się z wprowadzeniem tzw. animacji globalnej (całościowej)”<sup>17</sup>. Internet – w oczywisty sposób globalny – spełnia właściwie każdy z tak postawionych postulatów animacji.

### Szanse e-animacji

Na głównych cechach cyberkultury („technicznych”: modularności, automatyzacji i wariacyjności, oraz społeczno-kulturowych: powszechności i prostoty publikacji, zrównaniu statusu twórców) opierają się szczegółowe właściwości Internetu, które wykorzystać można w pracy animacyjnej. Są to przede wszystkim: hipertekstowość, interaktywność, partycypacja, interkonektywność i współanimowanie się użytkowników. Konglomeratem tych cech jest tzw. WEB2.0, oznaczający ukierunkowaną na aktywność użytkownika społeczno-technologiczną rewolucję zarówno w samych mechanizmach Internetu, jak i w jego rozumieniu.

Hipertekstowość to struktura danych, w którą wpisana jest nielinearność treści i aktywność użytkownika. Terminu tego użył po raz pierwszy Ted Nelson w 1965 roku<sup>18</sup>, precyzując go w 1981 roku, jako ideę struktury nadrzędnej nad samym tekstem, możliwość dokonywania operacji na tekście, niesekwencyjny proces pisania

---

<sup>16</sup> B. Jedlewska, *Bierny zachwyty, złudny optymizm czy twórczy niepokój? – rozważania o aktualnej kondycji i perspektywach rodzimego paradygmatu animacji*, [w:] *Dylematy animacji kulturalnej*, red. J. Gajda, W. Żardecki, Lublin 2001, s. 56-57.

<sup>17</sup> B. Jedlewska, *Animatorzy kultury wobec wyzwań edukacyjnych*, Lublin 2001, s. 132.

<sup>18</sup> Termin pojawia się w 1965 roku, w liście T.H. Nelsona do *College Community* (fotokopia listu dostępna pod adresem: [www.xanadu.com/XUarchive/ccnwwt65.tif](http://www.xanadu.com/XUarchive/ccnwwt65.tif)), zaś użyty zostaje na konferencji *Association for Computing Machinery*. W 1975 roku T.H. Nelson tworzy pierwszy komputerowy system archiwum opierający się na idei hipertekstu – *Xanadu*. Definicję hipertekstu T.H. Nelson precyzuje do dnia dzisiejszego. [za: *Chronologia hipertekstu* (wg S. Moulthrop), [www.techsty.art.pl/hipertekst/historia/chronologia.htm](http://www.techsty.art.pl/hipertekst/historia/chronologia.htm) [stan z dnia 28. 09. 2008].

(*non-sequential writing*)<sup>19</sup>. Taki metatekst powoduje powstanie: „ahierarchicznej pod względem znaczeniowym struktury wielu tekstów składowych. Tekst zbudowany w ten właśnie sposób przekształca się w pewną strukturę tekstów, która jest jednocześnie jednym i wieloma tekstami. [...] Świadomość takiego efektu towarzyszy procesowi tworzenia hipertekstu; należy ona do strategii twórczej autora, pozwalającego czytelnikowi na swobodne dobieranie kolejności czytanych tekstów na skutek powstającej sytuacji wyboru kierunku lektury”<sup>20</sup>. Hipertekst składa się więc z połączonych luźnym związkiem fragmentów, rozdziałów, akapitów, nawet zdań i słów. Ów zbiór stanowi podstawę aktywności twórczej autora i czytelnika, fragmenty można bowiem łączyć ze sobą na wiele sposobów odsyłaczami, całość, w zależności od struktury odsyłaczy oraz intencji czytelnika, rozgałęzia się lub skupia, prowadzi do konkretnego pojęcia lub też całościowego ujęcia tematu. Działa zatem na żądanie czytelnika, tworzy się w chwili jego czytania, znosi więc jednoznaczność wymiany informacji zależną od autora („co autor chciał przez to powiedzieć”), wprowadzając na to miejsce wieloznaczność zależną od czytelnika („co autor sugerował, a czytelnik zechciał wyczytać”)<sup>21</sup>.

Z idei hipertekstu wypływa pojęcie interaktywności. Rodzi się ona z braku podziału na twórcę i odbiorcę, charakteryzującego tradycyjne, „stare media”. Jak wskazuje Ryszard W. Kluszczyński – interaktywność to przywrócenie do życia starej, Berkeleyowskiej zasady: *esse est percipi* (istnieję, zatem postrzegam)<sup>22</sup>; „Percepcja staje się na powrót fundamentem twierdzeń ontologicznych [...]. Komunikowanie natomiast uzyskuje obecnie rangę podstawowego obszaru wszelkiej aktywności ludzkiej, w tym

<sup>19</sup> Postać taką przyjmuje [w:] T.H. Nelson: *Literary Machines*. Self-published, 1981. Główne tezy są dostępne w pliku pod adresem [www.dc-mrg.english.ucsb.edu/conference/CNCSC/multimedia/documents/wardrip-fruin.pdf](http://www.dc-mrg.english.ucsb.edu/conference/CNCSC/multimedia/documents/wardrip-fruin.pdf) [dostęp z dnia 26.09.2008].

<sup>20</sup> A.R. Mochola, *Kultura i hipertekstualizm*, [www.mochola.org/hypertext/hypertx1.htm](http://www.mochola.org/hypertext/hypertx1.htm) [stan z dnia 11. 05. 2008].

<sup>21</sup> Za: *Techsty: Literatura i nowe media*, [www.techsty.art.pl/hipertekst/definicje.htm](http://www.techsty.art.pl/hipertekst/definicje.htm) [stan z dnia 11.05.2008]. Internet nie jest pierwszym przykładem użycia hipertekstu. Łamaniem schematu biernego czytelnika są chociażby przypisy (wykraczają poza linearny schemat czytania). Przykładem „przedinternetowej” hipertekstowości są pomysły literackie, jak *Gra w klasy* Julio Cortazara, czy też fabularne gry RPG (tzw. „paragrafówki”). Nielinearną, mozaikową strukturę przekazu znaleźć można również w sztuce filmowej (choćby filmach Q. Tarantino), czy tzw. „sztuce ulicznej” (vleпки, graffiti).

<sup>22</sup> G. Berkeley – osiemnastowieczny filozof, twórca solipsyzmu – poglądu, iż istnieje tylko to, co jest przez kogoś postrzegane. Postrzeganie powołuje do istnienia świat, zaś w chwili, gdy jest niepostrzegany (np. gdy nie obserwujemy jakiś przedmiotów lub innych ludzi), on nie znika, istnieje bowiem w percepcji Boga. W koncepcji Berkeleygo do istnienia świata potrzeba minimum jednej, postrzegającej osoby (JA lub BÓG). Wydaje się, że intencją R.W. Kluszczyńskiego jest wskazanie, że Internet i cyberkultura, ale również każdy internauta, istnieje w sieci egzystencją chwilową, której treść jest zależna w równym stopniu od postrzegania siebie przez użytkownika, jak i od innych internautów.

także i aktywności artystycznej<sup>23</sup>. Postrzeganie jest bowiem podstawową operacją, jakiej dokonuje człowiek w Internecie. Postrzeganie hiperłączy<sup>24</sup> jest stwarzaniem i aktualizacją (w sensie arystotelesowym) dróg wyboru, powoływaniem do istnienia w danym momencie. Hipertekstowa strona internetowa jest w istocie medium stwarzania i wyboru, począwszy od prostego: „czytać, czy nie czytać”, poprzez: „co czytać”, „czy czytać, czy oglądać”, „w jakiej kolejności”, aż po: „dokąd iść dalej”. Aktywności użytkownika Internetu, polegającej na wyszukiwaniu i podążaniu za hiperłączami, odpowiada aktywność twórcy treści umieszczającego je w Internecie i decydującego, co będzie się kryło pod hiperłączami i dokąd będą one prowadziły. Twórca jest więc kreatorem możliwości, użytkownik zaś ich aktualizacją, obaj spełniają się w procesie twórczym, aktywności tworzenia lub korzystania z wyborów. Sprawia to, że Internet i cyberkultura wymagają od człowieka – odbiorcy – nie tyle odbioru, ile współtworzenia. Każda aktywność związana z pozostawieniem w Internecie swojego śladu staje się interaktywnością, pozwala innym na reakcję a samemu użytkownikowi na wybór: wycofać się, czy też działać dalej. Stąd też Internet, społeczeństwo informacyjne i „nowe media” to konglomerat potencjalności, które współczesny człowiek aktualizuje w procesie interaktywnego budowania swojej tożsamości i określania swego miejsca w świecie wirtualnym.

Interkonektywność (w rozumieniu „zbiorowej inteligencji” Derricka de Kerckhove’a) to proces aktywnego i twórczego współtworzenia Internetu, zwiększania kreatywności użytkowników, wymiany informacji opartej nie tylko na ofertach, a na zapotrzebowaniach, zwłaszcza zaś współpracy między użytkownikami. Tak wytwarzająca się cyberkultura jest swoistą wspólną rzeczywistością interaktywną, posiadającą swego rodzaju intersubiektywną świadomość wszystkich użytkowników, która dobudowuje się do osobowości każdego z nich. Tak określone e-society, opiera się na dwóch poziomach, które Manuel Castells określa jako: poziomą, swobodną komunikacją (otwarta i bezgraniczna możliwość komunikacji), oraz usieciowieniem skierowanym na „ja” (zdolność do znalezienia przez każdego własnego miejsca w sieci, a jeśli nie znalezienia – to stworzenia go)<sup>25</sup>. Oto: „publikując w sieci blogi, czyli własne pamiętniki, dzienniki wydarzeń, stajemy się amatorami-dziejopisami. Zakładając własną stronę – z komentarzami, a niekiedy oryginalnymi wiadomościami, tworzymy własną gazetę<sup>26</sup>”.

---

<sup>23</sup> R.W. Kluszczyński, *op. cit.*, s. 96.

<sup>24</sup> Odsyłacz prowadzący do innego fragmentu tekstu, innego obiektu, innego tekstu lub innego miejsca w sieci.

<sup>25</sup> M. Castells, *Galaktyka Internetu*, Poznań 2003, s. 68.

<sup>26</sup> T. Goban-Klas, *Cywilizacja medialna. Geneza, ewolucja, eksplozja*, Warszawa 2005, s. 206.

Współanimowanie się – czyli intersubiektywny proces samoanimowania się użytkowników, jest prostą konsekwencją wcześniejszych cech. W Internecie „cała komunikacja [...] odbywa się metodą »podaj dalej«”<sup>27</sup>, właśnie w ten sposób funkcjonuje zatem wzajemna pomoc i motywowanie się użytkowników. Sama partycypacja internauty w życiu sieci wymusza pewne formy twórczości, integrację z innymi internautami, wytwarza więzi grupowe, stymuluje i prowadzi często do ujawnienia potrzeb samorealizacji i ich spełniania poprzez kreację, przetwarzanie oraz publikowanie obiektów cyberkultury. Współanimowanie się jednostek i grup jest jednym z efektów prawidłowo przeprowadzanej animacji<sup>28</sup>, która zdąża przecież nie do ciągłego twórczego ożywiania ludzi, a do wywołania w nich procesu własnego aktywnego rozwoju oraz pozytywnego i twórczego współwplywania na siebie podmiotów animacji. Jak zauważa Małgorzata Kopczyńska: „Animacja jest zdecydowanie nastawiona ku przyszłości, ku zmianie osób, grup i struktur. Nie ma »animatorów« z jednej strony i »animowanych« – z drugiej: animuje się wspólnie”<sup>29</sup>. Ów cel jest w pewien sposób już spełniany poprzez charakterystykę uczestnictwa w cyberkulturze i mechanizmy działania Internetu. Ich wytwór, *e-society*, jest siecią nieustannej aktywności i kontaktu, na styku użytkowników wciąż wytwarzają się nowe treści, formułują nowe zasady. Jest to społeczeństwo, w którym każdy może zobiektywizować swoje pomysły dotyczące życia społecznego, politycznego czy twórczego, a – co ważniejsze – może te pomysły skonfrontować z pomysłami innych i wprowadzić w czyn. Właśnie ta, wpisana w mechanizmy sieci, intersubiektywna aktualizacja własnych aspiracji jest motorem współanimowania się, oraz jego efektem.

Hipertekst i interaktywność, obserwowane powstawanie interkonektywnego społeczeństwa informacyjnego i objawy współanimowania się, doprowadziły na początku XXI wieku do opracowania idei WEB2.0, która oznaczała wyjście Internetu z pierwotnie nałożonej roli „składnicy informacji i stron internetowych”, którą należało jedynie przeglądać, sortować i odczytywać. Nowe oprogramowanie stron internetowych oraz nowy sposób myślenia programistów projektujących serwisy internetowe wniosły ograniczenie aktywności użytkowników. Internet tworzony w standardzie WEB2.0 ma wpisaną w podstawy tzw. architekturę uczestnictwa, która zachęca

<sup>27</sup> M. Kopczyńska, *Animacja społeczno-kulturalna. Podstawowe pojęcia i zagadnienia*, Warszawa 1993, s. 150.

<sup>28</sup> Zauważyć należy, iż paradoksalnie we współanimowaniu gubi się osoba animatora jako motoru przemian. Sukces animatora – ożywienie i pobudzenie podmiotów do samoanimowania się – jest jednocześnie równoznaczny z zanikiem potrzeby działań animacyjnych, albowiem aktywna, samoanimująca się jednostka przestaje być ich podmiotem, przejmując na siebie rolę animatora.

<sup>29</sup> K. Hrycyk, *Zawodowe kształcenie animatora kultury. Model i jego weryfikacja*, [w:] *Dylematy animacji kulturalnej*, red. J. Gajda, W. Żardecki, Lublin 2001, s. 151-152.



użytkowników do samodzielnego określania własnej formy jego użytkowania, charakterystyki przeglądanych treści i stopnia partycypacji. Sieć uczestnictwa opiera się w WEB2.0 na połączeniu blogów, stron wiki, serwisów społecznościowych<sup>30</sup> możliwemu dzięki zwiększeniu przepustowości łącz internetowych oraz obniżeniu kosztów udostępniania przestrzeni dyskowej serwerów dla pomieszczenia różnych form informacji dostępnych przez Internet. W skrócie WEB2.0 odróżnia od wcześniejszych standardów: „możliwość nawiązywania kontaktów (nie ma serwisu WEB2.0 bez elementów społecznościowych, produkt WEB2.0 musi ułatwiać ludziom nawiązywanie kontaktów); łamanie istniejących zasad (serwisy klasyfikowane jako WEB2.0 powinny dawać użytkownikowi nową wartość, łamać schemat, który do tej pory królował na rynku); partycypacja (serwisy WEB2.0 umożliwiają łatwe dzielenie się i wymienianie informacją, a także aktywne uczestnictwo, nawet osoba która tylko konsumuje informacje, może to robić kiedy chce i jak chce, ma możliwość komentowania i oceniania); kreatywność (dzięki WEB2.0 użytkownicy mają dowolność twórczą i mogą dać upust swojej kreatywności – w świecie Second Life<sup>31</sup> właściwie wszystko od ubrań, poprzez przedmioty codziennego użytku, czy nieruchomości, jest tworzone przez użytkowników); niskie koszty (serwis WEB2.0 to wielokrotnie mniejsze inwestycje, częstokroć utrzymywany jest przez samych użytkowników za pomocą dobrowolnych składek); to czego chcę i kiedy chcę (serwisy WEB2.0 dają użytkownikowi dowolność, dzięki technologiom każdy może decydować jakie treści, kiedy i w jakiej konfiguracji chce konsumować); szybkość (serwis WEB2.0 może powstać relatywnie szybko, jeśli pomysł jest dobry należy go intensywnie realizować, by nie wyprzedziła nas konkurencja); »śmiertelność« (znikanie wielu serwisów z rynku jest nieodłącznym elementem WEB2.0, przedsiębiorcy nie powinni się tym bardzo przejmować, a raczej uczyć na własnych błędach – na tak konkurencyjnym rynku przetrwają tylko produkty, które cieszą się największym powodzeniem wśród użytkowników)<sup>32</sup>.

<sup>30</sup> Blog (od ang. *weblog* – sieciowy dziennik, pamiętnik) to rodzaj strony internetowej, na której autor umieszcza datowane wpisy, wyświetlane kolejno. Wiki – szczególny rodzaj stron internetowych, które można nie tylko oglądać, ale też tworzyć, edytować i zmieniać bezpośrednio za pomocą przeglądarki internetowej. Nazwą tą określa się również oprogramowanie umożliwiające wspólną pracę wielu użytkowników przy tworzeniu zawartości takich stron. Serwisy społeczności internetowych wykorzystują oprogramowanie komputerowe do tworzenia sieci społecznych *online* dla osób podzielających wspólne zainteresowania lub chcących poznać zainteresowania innych. Większość portali społecznościowych funkcjonuje głównie w sieci internetowej, dostarczając użytkownikom wielu sposobów komunikacji, np.: czaty, komunikatory, poczta elektroniczna, wideokonferencje, czaty głosowe, blogi, fora dyskusyjne itp. Najsłynniejsze to: MySpace, YouTube, Facebook, DeviantArt [za:] *Wikipedia*, [www.pl.wikipedia.org](http://www.pl.wikipedia.org) [stan z dnia 11.05.2008].

<sup>31</sup> Interaktywnej gry mającej na celu stworzenie sieciowego *alter ego* każdego użytkownika w wirtualnym świecie.

<sup>32</sup> P. Zalewski, *Osiem cech Web2.0*, [www.internetstandard.pl/news/107199.html](http://www.internetstandard.pl/news/107199.html), [stan z dnia 11. 05. 2008].

Internet po rewolucji, jaką była WEB2.0, stał się „siecią uczestnictwa” – miejscem aktywności ludzkiej, spotkań i współtworzenia. Nadal jest międzysiecią, jednak obecnie jest to już sieć między ludźmi umożliwiająca kreatywność i współdziałanie użytkowników. Co więcej – WEB2.0 właśnie na owej kreatywności i twórczej współaktywności się opiera. „Każdy, kto choć raz przygotowywał prezentację, doświadczył niezwyklej wolności, którą daje architektura Internetu, opierająca się właśnie na zasadzie »wytnij i wklej«. W sekundę można znaleźć niemal każdy obraz, a w ciągu następnej, włączyć go do prezentacji. To jednak dopiero początek. Dzięki Internetowi i dostępnym w nim archiwom, muzycy mogą łączyć kombinacje dźwięków, których wcześniej nie można było sobie nawet wyobrazić, filmowcy mogą kompilować filmy z fragmentów znajdujących się w komputerach na całym świecie”<sup>33</sup>. Te istotne zalety Internetu nie znalazły jak dotąd oddźwięku w refleksjach dotyczących animacji kultury, a przecież ich wartość została zauważona w innych dziedzinach – w socjologicznych i politycznych rozważaniach dotyczących społeczeństwa informacyjnego, jak i na gruncie edukacji dorosłych (poprzez *e-learning* – edukację na odległość z zastosowaniem Internetu), biznesu (*e-biznes* – cała struktura handlu i promocji w sieci), czy administracji państwowej (*e-urzędy*, *e-podpisy*)<sup>34</sup>, a już na pewno przez organizacje pozarządowe, które traktują Internet jako główne miejsce zarówno swych działań, jak i ich promocji.

### Zagrożenia e-animacji

Komputer i Internet są z założenia narzędziami, aczkolwiek spośród innych wyróżnia je niesłychana wielozadaniowość. Komputer miał służyć do pracy, jego elastyczność i użyteczność (uzyskiwana dzięki specjalnym programom komputerowym) przewyższa tradycyjny długopis i ołówek. Dzięki podłączeniu do Internetu pozwala poszukiwać i znajdować potrzebne człowiekowi informacje na skalę jeszcze kilka lat temu niemożliwą do uzyskania. Pozwala też wykorzystywać czas wolny, zapewnia rozrywkę (gry komputerowe, media komputerowe), może też być stosowany jako narzędzie komunikacji z innymi ludźmi (email, komunikatory), często wspomaga ją i przyspie-

<sup>33</sup> L. Lessig, *Wolna kultura. W jaki sposób wielkie media wykorzystują technologię i prawo, aby blokować kulturę i kontrolować kreatywność*, Warszawa 2005, s. 132. Wydanie internetowe: [www.wolnakultura.org](http://www.wolnakultura.org) [stan z dnia 23. 09.2008].

<sup>34</sup> Czy choćby postulaty Urzędu Komitetu Integracji Europejskiej, dotyczące wspomagania rozwoju społeczeństwa informacyjnego, na które składają się: „Internet jako środek komunikacji obywatelskiej i informacji publicznej; Powszechny dostęp do informacji; oraz szeroko pojęta edukacja”. Za: Strona internetowa Urzędu Komitetu Integracji Europejskiej, [www.ukie.gov.pl/WWW/serce.nsf/0/6A1F328341480FEAC1256F6A0038762F?Open](http://www.ukie.gov.pl/WWW/serce.nsf/0/6A1F328341480FEAC1256F6A0038762F?Open) [stan z dnia 11. 05. 2008].

sza (np. translatory językowe), może być też wykorzystywany do pracy twórczej. Jak zauważył Tomasz Goban-Klas: „komputer, maszyna intelektualna nie zmienia świata. [...] Niemniej pomaga zmieniać świat, tworzyć nowe dobra, ingerować w materię i energię. Jest maszyną do przetwarzania informacji, a jednocześnie instrumentem wspomagania intelektualnego”<sup>35</sup>. Te zalety komputera i Internetu stanowią jednocześnie ich wady. Elastyczność i wielozadaniowość powoduje, że wypierają i zastępują inne narzędzia, a także rekreację i aktywne formy wypoczynku. Wielka pojemność i zasób danych znajdujących się w Internecie, ich dostępność, łatwość tworzenia i publikowania obiektów oraz nawyk „wytnij-wklej” sprawiają, że tworzenie może stać się czymś bezrefleksyjnym i coraz bardziej zwyczajnym.

Podstawowym argumentem przeciwników pojmowania wytworów cyberkultury w kategoriach artystycznych jest wtórność obiektów cyfrowych. Zarzuca się, że stanowią one efekt bezrefleksyjnego korzystania z gotowych algorytmów i powodują odchodzenie od tradycyjnych form uprawiania sztuki. Co więcej, cyberprzestrzeń stanowi dla krytyków przestrzeń negatywną – swoiście aformiczny chaos bez żadnych reguł i wartości, w którym uznane za sztukę może być coś, co nigdy nie stałoby się nią w rzeczywistości. „Twórca” obiektu właściwie nie tyle tworzy, ale ustanawia kolejność wykonywania gotowych algorytmów programu komputerowego, w dużym stopniu zunifikowanych – wykluczających zatem, w opinii krytyków, refleksję i ciekawość poznawczą. Powoduje to, iż działanie nie przynosi nic prócz sprawności i pomysłowego wykorzystywania funkcji programu. Efektem zaś jest obiekt – wynik nie dbającego o prawa autorskie bezrefleksyjnego kopiuj-wklej<sup>36</sup>, nie mający żadnej wartości artystycznej. Obiekt taki jest traktowany jako pozbawiona wartości postmodernistyczna mieszanina form i treści, zarówno na poziomie twórczości literackiej i naukowej, jak też i w sztukach wizualnych. „»Wytnij-wklej« to oczywiście dziecinna zabawa w kulturę WEB2.0. Takie wyszukiwarki, jak Google czy Ask mają szansę zamienić młode pokolenia w intelektualnych kleptomatów, którzy uważają, że technologie »wytnij-wklej« świata WWW to pozwolenie na »remiks« pracy innych osób i nazwanie czegoś tego własnym dziełem. Rezultat – w kulturze 2.0 własność intelektualna traci na znaczeniu”<sup>37</sup>.

Kolejnym zarzutem jest zbyt duża atrakcyjność Internetu, która powoduje uzależnienie użytkowników. Światy wirtualne (np. gier komputerowych i sieciowych) kuszą możliwością stworzenia nowej tożsamości, nowych relacji z innymi, zapew-

---

<sup>35</sup> T. Goban-Klas, *op. cit.*, s. 131.

<sup>36</sup> Według badań cytowanych przez A. Keena, w 2006 roku aż 56% studentów Uniwersytetu w Oksfordzie dokonuje plagiatu prac z Internetu, [za:] A. Keen, *op. cit.*, s. 43.

<sup>37</sup> A. Keen, *op. cit.*, s. 42.

niając jednocześnie możliwość anonimowości<sup>38</sup> i wycofania się w każdym momencie. Dysproporcja pomiędzy uwikłaną w sieci społeczne tożsamością rzeczywistą a siecią, którą można zmieniać, „skłamać”, a w ostateczności – po prostu porzucić i zbudować zupełnie nową<sup>39</sup> – powoduje niepokój filozofów, psychologów i socjologów. Możliwości te powodują bowiem gubienie się w nich użytkowników, zarzucanie bytu w rzeczywistości. Przeciwnicy Internetu wskazują na obserwowalną swoistą schizofrenię użytkowników sieci, żyjących często dwoma i więcej żywotami – prawdziwym (w rzeczywistości) i wieloma „poprawionymi” (w sieci). Przerza ich roztapianie się w świecie wirtualnym, alienacja i zanik więzi społecznych, postępujące osamotnienie wyrażające się w modzie na singlowość<sup>40</sup>.

Krytyk Internetu, Andrew Keen, wskazuje na inne jeszcze jego cechy, które niszczą kulturę. Jest to na przykład zauważalne rozmycie prawdy – trudno znaleźć w sieci informację sprawdzoną i pewną, z powodu wariacyjności cyberkultury obok siebie egzystuje jednocześnie mnóstwo wersji tego samego przekazu, a więc obok rzetelnego – także pół i ćwierć prawdy, a także całkowite jej zafałszowania. Koronnym przykładem dla badacza jest Wikipedia, która obiecuje podawać rzetelne informacje, a dzięki umożliwieniu modyfikowania treści przez każdego internautę – może być dowolnie fałszowana i wprowadzać czytelników w błąd<sup>41</sup>. Z tym argumentem wiąże się kolejny – dotyczący cechy wspomnianej wcześniej jako zaleta Internetu. Otóż Keen obawia się zmniejszenia znaczenia fachowców i obniżenia wartości ich opinii (inflację i upadek autorytetów). Obawia się również „psucia talentów” tych, którzy mogliby dążyć do bycia zawodowcem, lecz dzięki możliwościom sieci pozostają w statusie amatora. Jako przykłady wskazuje Keen między innymi tzw. dziennikarstwo obywatelskie – czyli blogi i serwisy oraz wpisy w portalach i forach, mające aspiracje materiałów dziennikarskich. Ponieważ tworzą je laicy, ludzie niemający nie tylko kompetencji, ale – a może przede wszystkim – niestosujący się do kodeksów etycznych obowiązujących profesjonalistów – takie informacje są często nie tylko nierzetelne, ale wręcz wprowadzające w błąd i z gruntu fałszywe<sup>42</sup>. Ze względu na WEB2.0, umożliwiające

<sup>38</sup> Skądinąd złudną, każde działanie pozostawia bowiem w Internecie ślad użytkownika, który mogą wykorzystać zarówno hakerzy, inni cyberprzestępcy, ale także służby publiczne państwa.

<sup>39</sup> Skądinąd – spełnienie rozmytej, amorficznej i tymczasowej tożsamości typu „hipermarket”.

<sup>40</sup> Singiel to osoba samotna, żyjąca w pojedynkę i podejmująca niezobowiązujące kontakty z innymi.

<sup>41</sup> A. Keen za dowód wskazuje choćby akcje pracowników McDonald's, którzy jako zwykli użytkownicy zmieniali wpisy dotyczące firmy na „przychylniejsze”, usuwając z opisu przykłady wykorzystywania pracowników tej sieci restauracji. Za: A. Keen, *op. cit.*, s. 28.

<sup>42</sup> Keen jako przykład wymienia choćby pierwsze relacje dziennikarzy obywatelskich po przejściu huraganu Katrina, które różniły się znacznie od danych przekazywanych w późniejszym czasie przez media profesjonalne, [za:] A. Keen, *op. cit.*, s. 62-63.

wszystkim realizowanie się w przeróżnych dziedzinach (bez konieczności spełniania kryteriów ograniczających taką działalność w rzeczywistości), nie tylko inni użytkownicy są narażeni na wprowadzenie w błąd, ale przede wszystkim tracą swój wpływ wielkie koncerny medialne i uznane ośrodki opiniotwórcze. Powoduje to konieczność zwalniania przez nie wykwalifikowanych pracowników oraz ograniczanie oferty – a zatem niszczenie kultury<sup>43</sup>.

Paradoksalnie drugą stroną medalu jest wada, na którą zwraca uwagę Kazimierz Krzysztofek we wstępie do książki A. Keena. Jest to mechanizm dominacji tzw. Tripple Players – tj. koncernów, skupiających władzę nad trzema newralgicznymi zasobami sieci: zawartością, łączem i dostępem<sup>44</sup>. Połączenie cyberkultury, możliwości WEB2.0, nacisk na aktywność użytkownika i personalizacja mechanizmów portali i serwisów, a jednocześnie mieszanie twórczości amatorskiej (lub mającej taką udawać) z reklamą i politycznym lub biznesowym *public relations* stanowi wielkie zagrożenie, albowiem częstokroć PR „podszywa się” pod sądy i obiekty twórczości amatorskiej (jak choćby filmy video na Youtube sponsorowane przez przeciwne partie polityczne, atakujące kontrkandydatów, czy też recenzje, opinie, sądy i akcje sieciowe sponsorowane przez wytwórców produktów). Właściciele portali społecznościowych w pewnym sensie zwodzą użytkowników obietnicami wpływu na wygląd i treści, oferując finalnie nie tylko personalizację ograniczoną wymogami komercyjnymi, każą im oglądać reklamy, ale również czytać sztuczne, reklamowe (ale udające zwyczajne) wpisy od sztucznych, reklamowych postaci, prowadzonych przez wytrenowanych trendsetterów<sup>45</sup>.

Ostatnim zarzutem A. Keena – najważniejszym dla tematyki niniejszego artykułu – jest jego krytyka amatora, a dokładnie krytyka kultu szlachetnego amatora<sup>46</sup>, który jest środkiem i celem WEB2.0. Amatorów ujmuje Keen klasyczną metaforą miliona małych walących w klawisze maszyny do pisania i czasem przypadkowo tworzących szekspirowski sonet. Amator to ośrodek zła Internetu – oznacza bowiem dyletantwo, rozhisteryzowane miałki tworzenie bezwartościowych obiektów, niszczenie autorytetów profesjonalistów, deprecjację wiedzy i kompetencji, bezkrytyczną głupotę, poddawanie się wpływom i sterowaniu przez innych laików, jak również kult bylejakości. To właśnie uważająca się za coś wartościowego szara masa sterowanych przez koncerny amatorów według A. Keena psuje kulturę. Internet jest miejscem, w którym

---

<sup>43</sup> Przykładem – cięcie kosztów wydawców *Encyklopedii Britannica*, spowodowane sukcesem Wikipedii, [za:] A. Keen, *op. cit.*, s. 59.

<sup>44</sup> Za: A. Keen, *op. cit.*, s. 13.

<sup>45</sup> Sztuczny przyjaciel – wykreowany przez producenta, mający na celu za pomocą kontaktów nieformalnych promować określony produkt lub markę.

<sup>46</sup> A. Keen wręcz dokonuje porównania „szlachetnego amatora” ze „szlachetnym dzikusiem” J.J. Rousseau.

ktoś, kto nie prezentuje żadnych wartości rzeczywistych, może stać się kimś, zaś talent i zdolności najprawdopodobniej znikną w gąszczu bylejakości lub też zostaną stłamszone, zakrzyczone i sprowadzone do poziomu tłumu.

Jak widać – zagrożenia są bardzo poważne. Wynikają one po części z nieznamo-ności przez użytkowników mechanizmów Internetu, jak i (a może przede wszystkim) trudności w dotarciu do prawdy poprzez gąszcz informacji. Oczywiście jest, że argu-menty Keena są ważne i należy je uwzględnić w refleksji nad cyberkulturą, badacz ten jednak – z punktu widzenia każdego animatora – popełnia jeden podstawowy błąd. Traktuje kulturę jako przestrzeń działania profesjonalistów i odmawia kulturo- twórczej roli wszystkim, którzy nie są zawodowcami, podważa zatem również sens istnienia animatorów.

### **Konkluzje w kontekście animacji**

Właśnie animacja może być przecież środkiem na zapobieżenie wieszczonemu przez Keena niszczenia kultury przez Internet i cyberkulturę. Gloryfikacja amatorów i bez- krytyczne podejście do ich aktywności może doprowadzić niektórych do wskazywa- nej przez badacza degeneracji. Dla animatora ważny jest jednak nie profesjonalizm podmiotu, a jego uspiiony potencjał. Animator może pobudzić go do samorealizacji, rozwoju i zdobywania kompetencji, by uczynić w jakiś sposób „lepszym dla niego samego”. Amator Keena – mierny odtwórca i niszczyciel kultury – być może właśnie najbardziej potrzebuje animacji!

Animator pragnący pobudzić internautów do działania i właściwie ukierunko- wać owe działanie musi wejść w rzeczywistość, jaka powstaje na przecięciu zalet i wad Internetu i cyberkultury. Tak samo kilka dziesięcioleci temu musiał „podejść do trze- paka”. Działa bowiem w przestrzeni, która go potrzebuje. Może dzięki temu wykorzy- stać zalety Internetu, by dotrzeć do jak największej liczby ludzi, poznać ich potrzeby i spróbować ich zaktywizować<sup>47</sup>. Elastyczność, jaką daje sieć, pozwala mu zbudować ofertę hipertekstową, a zatem cały wachlarz działań i treści oraz ścieżek wyborów i postępowania (oraz postulować możliwość własnego wyboru, budowanie własnych, spersonalizowanych ofert). Taki animator, e-animator, wykorzystuje i wspiera inter- aktywność, skądinąd wpisaną przecież w działania animacyjne. Dana e-animatorowi w Internecie dzięki WEB2.0 partycypacja użytkowników jest wartością, którą anima- tor otrzymuje „na starcie za darmo” – jego działania powinny być zatem nakierowane

<sup>47</sup> Szczególnie zaś dotrzeć do osób biernych, wykluczonych. W tych rozważaniach nie można również pominąć osób wyłączonych z Internetu, niemających dostępu do cyberkultury, jak również zachowujących bierność w kontekście kultury typowej.

na jej utrzymanie i rozwijanie oraz poszerzanie. Interkonektywność i współanimowanie się użytkowników są konsekwencjami prawidłowo podjętych działań, mogą być więc zarówno środkiem, jak i celem działań, oraz istotną ewaluacją pracy e-animatora.

Internet jest z jednej strony przestrzenią wspólnego uczestniczenia i przeżywania, z drugiej zaś autokreacji i wytwarzania nowych obiektów, nowych form i nowych relacji kulturowych. Jako taki – dla animatora kultury – niczym nie różni się od rzeczywistości. E-animator, wchodząc w sieć, powinien zatem zachować równowagę między cyberprzestrzenią i rzeczywistością, nie kładąc nacisku na żadną z nich. Jednym z zadań animatora cyberkultury będzie bowiem przeciwdziałanie zanikaniu internautów z rzeczywistości. Nie jest przecież jedynie animatorem działań w cyberprzestrzeni, a animatorem działalności człowieka w ogóle. Działając w środowisku rzeczywistym, ma więc możliwość poszerzyć swe działania o kontekst cyberkultury, natomiast działając z grupą w cyberprzestrzeni, może próbować nakłaniać użytkowników do wychodzenia z ich aktywnością poza jej ramy. Zarówno zwykły, „pozasieciowy” człowiek, jak i użytkownik sieci, internauta, mają równe prawa do animacji i poświęconej im pracy animatorów i e-animatorów, a także do działań w obu przestrzeniach – w kulturze i w cyberkulturze.

E-animator, poprzez swoje działania, niejako automatycznie przeciwdziała wadom Internetu. Może to robić zarówno jako zwykły współtowarzysz podmiotu, ale również jako przodownik, przewodnik, czy też hermeneuta. Aktywizując użytkowników, zwiększając świadomość wartości (ale też kontekstów i uwarunkowań) ich działań, wpływa na ich samorozwój oraz wzbogacanie dialogu społecznego, pomaga zrozumieć siebie i swoją rolę w kulturze tradycyjnej i cyberkulturze. Wspomaga też wytwarzanie i wzmocnienie „internetowych małych ojczyzn” – wspólnot wyobraźniowych, a jednocześnie powoduje ich otwarcie na globalność i megawspólnotowość. „Twórcy Internetu wypracowali kulturę, która ceni niezależność, indywidualizm, bezinteresowność, sieciową równość, niechęć do hierarchicznych struktur”<sup>48</sup>. Taka kultura ma tendencję do relatywizacji wartości i norm oraz autorytetów. Zadaniem e-animatora będzie więc pobudzanie fermentu intelektualnego w poszanowaniu dorobku kulturalnego, kierowanie ku tworzeniu nie jako niszczeniu „starego”, lecz transcendencji. Atrybuty cyberkultury zaś (modularność, automatyzacja, wariacyjność) oraz jej postulaty (jak równość twórców), mogą zostać efektywnie wykorzystane również w animacji tradycyjnej.

---

<sup>48</sup> M. Juza, *Elitarne i masowe formy komunikacyjnego wykorzystania Internetu*, [w:] *Re: Internet – społeczne aspekty medium. Polskie konteksty i interpretacje*, red. Ł. Jonak i in., Warszawa 2006, s. 48.

Internet „stanowi tkankę naszego życia. Gdyby technologię przetwarzania informacji uznać za dzisiejszy odpowiednik tego, czym była elektryczność w erze przemysłowej, to Internet, z uwagi na jego zdolność do przekazywania siły informacji na wszystkie sfery ludzkiej działalności, można by porównać zarówno do sieci energetycznej, jak i silnika elektrycznego”<sup>49</sup>. Nie da się ukryć, że jestem już „po drugiej stronie lustra” – zatopiony w kulturze Internetu, korzystam z sieci na co dzień i aktywnie ją współtworzę. Uważam siebie za e-animatora i wiem, że wielu animatorów działa w sieci, nie zdając sobie może sprawy z jej zalet. Być może należałoby docenić cyberkulturę w kształceniu przyszłych animatorów? Stworzyć projekt e-animacji? „Nowy trzepak” jest w cyberprzestrzeni, wokół niego skupieni są różni ludzie, którzy chcą działać. Przecież rolą animatora jest zachęcanie i ożywianie do aktywnego działania. Również w Internecie.

#### CYBERCULTURE AS SPACE FOR CULTURAL ANIMATION. ABOUT OPPORTUNITIES FOR CULTURAL E-ANIMATION

##### Summary

The paper aims at showing the Internet as a new space for cultural animation. Considering the conclusions drawn by theoreticians (M. Castells, L. Manovich, L. Lessig or T. O'Reilly), a visible increase in transferring Net-users' activities to cyberspace, creating Internet poleis and e-societies, the author indicates that contemporary cultural animation faces the opportunity to reach its goals by means of the Internet (forums, social-networking sites, community portals, chatrooms, etc.)

By drawing from L. Manovich's notions the author presents the subject, suggesting that the characteristics of cyberspace (numerical representation, modularity, automation and variability) not only introduces commonness and simplicity to the area of publishing, but most of all lead to amateurs and professionals enjoying equal status. Owing to this, cultural e-animation is provided with the space where one can encounter an amateur that is active and creating, though highly confused. The author presents the drawbacks of this situation from the angle of A. Keen's criticism of an Internet amateur, adding, however, that despite the valid objections, the virtual space is valuable and, in addition, undeveloped in terms of cultural animation. The positive aspects of the Internet (hyper-textuality, interactivity, interconnectivity and cultural co-animation of users [included in the WEB2.0 participation concept]) provide a significant opportunity for a cultural e-animator, who works where he is needed. The Internet offers a wide range of possibilities. It lets the animator reach the largest audience possible, identify their needs and try to activate them. Web of human activities makes it possible to prepare a hyper-textual offer of actions and contents; highly personalized offer of one's own pathways of choices and conduct.

<sup>49</sup> M. Castells, *op.cit.*, Poznań 2003, s. 11.