

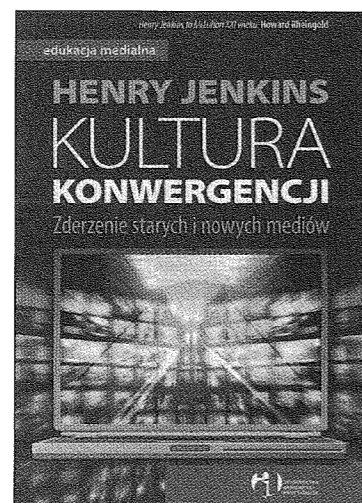
Z punktu widzenia czysto historycznego, dokumentalnego, czytane dzisiaj – mniej więcej siedemdziesiąt lat po ich literackiej premierze – obydwaj tomy podróży Michaux emanują wdziękiem starego, nieco przykurzonego bibelotu. Nie ma już takiego świata, który opisywał Michaux, nie ma jego samego. Robią wrażenie pożółkłych już nieco fotografii. Oglądanych z sentymentem, ale raczej bez nadmiernych porywów. Ich urok w tym, że mówią: „to było”. Tak było. Tak kiedyś wyglądał ten świat. W pisanej po latach, w roku 1967, nowej przedmowie do *Barbarzyńcy w Azji* czytamy: *Książka ta należy do przeszłości. Do przeszłości odrętwiałej i pełnej napięcia, tak charakterystycznego wtedy dla tego kontynentu.* A w posłowie skreślonym w roku 1984, roku swojej śmierci, Michaux pisał, że jeśli w tych impresjach rozczarowanego podróżnika jest dzisiaj coś do uratowania, to właśnie ów zapomniany smak *niezwykłych czasów międzywojennych*, rzeczywistości, dla większości z nas, trudnej do wyobrażenia.

Michaux ma rację. Nie umiemy już odnaleźć się w tamtym świecie. Opowiada on przecież o czasie przeszłym dokonanym. Nierzadko boleśnie dokonanym. O Chinach przed cywilizacyjnym potopem rewolucji kulturalnej, o Indiach kolonialnych, z trudem wybijających się na niepodległość, o poczciwej himalajskiej lokomotywie, której nie śniła się ultranowoczesna droga kolejowa do Lhasy. Od tamtego czasu ziemia obróciła się wiele razy, strącając w niebyt te anachroniczne dzisiaj scenografie. Ślad po nich pozostał jednak w tekstach Michaux. Może nie od rzeczy tedy sądzić, że co zapisane, nie wszystkim umarło.

Kończąc czytać *Barbarzyńcy w Azji*, rozmyślałem już nie tylko o jawajskim teatrze cieni, czy osobliwościach chińskich ideogramów. Roztrząsałem kwestię znacznie bardziej przyziemną i mniej egzotyczną: Michaux a sprawa polska. Zastanawiałem się mianowicie skąd Zbigniew Herbert zapożyczył pomysł na tytuł sławnego tomu swoich śródziemnomorskich esejów... No właśnie: skąd?

Pop-prorok

Edwin Bendyk



PRZED KILKU laty sięgnąłem po wydany przez Wydawnictwo Literackie tom *Kultura masowa*, zawierający teksty wybrane i przetłumaczone przez Czesława Miłosza. Nie wiedziałem, że jest to wznowienie książki opublikowanej już w 1959 r. przez Instytut Literacki w Paryżu, czyli po prostu przez Jerzego Giedroycia. Zarówno Redaktor, jak i Poeta wykazali się pół wieku temu wielką intuicją, szukając źródła wiedzy o współczesnym społeczeństwie w badaniach dotyczących kultury przeżywanego i konsumowanej przez masy, podmiot tegoż społeczeństwa. Kultura masowa, zwana dziś raczej popularną, niezależnie czy się ją lubi czy równa z błotem, jest dziś naturalnym środowiskiem komunikacyjnym. To ona produkuje kody i znaczenia służące porozumiewaniu się ludzi epoki, której największym wynalazkiem jest masowa demokracja.

W filmie *Królowa* Stephen Frears doskonale pokazał dramatyczną dynamikę odkrywania reguł, jakie obowiązują w demokracji masowej. Elżbieta II ze zdumieniem odkrywa, że jej ukochany lud, słyszący rzekomo z umiaru, powściągliwości i dobrego smaku mówi sentymentalnym językiem kultury popularnej. W gramatyce tego języka ważniejsze miejsce zajmuje Diana, *People Princess*, księżniczka ludu niż monarchini wywodząca się z tysiącletniego rodu. „Świat się zmienił”, mówi Elżbieta II. Odkrycie tyle banalne, co wcale nieoczywiste.

Wszak lud zawsze posługiwał się swoją kulturą, którą od XIX w. z przychylnym zainteresowaniem zaczęli badać etnografowie. Naturalnym miejscem dla kultury ludowej był jednak skansen, a nie sfera publiczna. Tu obowiązywały inne reguły, inny język tworzony w laboratorium oświeconych elit. W końcu jednak lud się wyemancypował, a jego kultura zdominowała przestrzeń publiczną, dowodząc swojej siły zarówno pozycją na komercyjnym rynku, jak i w polityce.

Giedroyc i Miłosz dostrzegli tę zmianę znacznie wcześniej, niż brytyjska królowa. Co jednak zmieniło się od publikacji *Kultury masowej*? Doskonale na to pytanie odpowiada Henry Jenkins, profesor Massachusetts Institute of Technology, badacz mediów i kultury

zwany czasem McLuhanem XXI wieku. Właśnie ukazała się (niemal jednocześnie w Stanach Zjednoczonych i w Polsce) jego książka *Kultura konwergencji*. Wydawca, warszawskie Wydawnictwo Akademickie i Profesjonalne, opatrzył tom etykietą „edukacja medialna” – Czytelniku, nie daj się jednak wprowadzić w błąd! W istocie jest to bowiem rozprawa o przemianach współczesnego społeczeństwa, opowiedziana przez pryzmat rewolucyjnych przemian, jakie dokonały się w kulturze popularnej. Kluczem do ich zrozumienia jest przywołanie pojęcia, jakiego już w 1983 roku użył inny wybitny profesor MIT, Ithiel de Sola Pool. Ogłosił on wówczas książkę *Technologies of Freedom (Technologie wolności)*, w której proroczo zapowiadał, że komputery osobiste (dopiero pojawiające się na rynku) połączone sieciami teleinformatycznymi będą miały ten sam wpływ na kulturę i społeczeństwo, jak wynalazek prasy drukarskiej 500 lat wcześniej. De Sola Pool wskazywał jednocześnie dość precyzyjnie potencjalne pola konfliktów, jakie wywoła rozwój nowych mediów – wiele z tych konfliktów, jak choćby próby wprowadzenia nowych form cenzury, wchodzi właśnie w fazę pełnego rozkwitu.

Jenkins bada skutki rozwoju zapowiedzianych przez swojego poprzednika technologii wolności, dla których synonimem jest dziś internet i związane z nim takie choćby zjawiska, jak Web 2.0, do którego zalicza się i Wikipedię, i niezliczone blogi, i YouTube z dziesiątkami milionów amatorów cyfrowego filmowania, i wiele innych zjawisk.

Zjawiska te Jenkins próbuje uporządkować, odnajdując kluczowe ich cechy. Po pierwsze więc współczesna kultura popularna jest kulturą konwergencji, w której stare formy medialne, jak film, serial telewizyjny, prasa wchodzi w konfrontację z przejawami nowej aktywności, umożliwionej przez rozwój nowych technologii komunikacyjnych. Efektem nie jest, jak zapowiadają katastrofiści, śmierć „starych mediów”. Dzieje się coś innego, bardzo ciekawego.

Media pojmują się dzisiaj przede wszystkim jako zagrożenie, nie jako zasób. Mocniejszy akcent kładzie się na niebezpieczeństwa manipulacji niż na możliwości uczestnictwa, na ograniczanie dostępu – wyłączenie telewizora i powiedzenie „nie” Nintendo – zamiast powiększania umiejętności wykorzystywania mediów do własnych celów i zmieniania znanych historii, danych nam przez naszą kulturę. Jednym ze sposobów, w jaki możemy kształtować przyszłość kultury mediów, jest stawianie oporu tym sposobom alfabetyzacji medialnej, które odmawiają władzy użytkownikom. Musimy ponownie przemyśleć cele edukacji medialnej, tak by młodzi ludzie mogli zacząć myśleć o sobie jako producentach i uczestnikach kultury, a nie tylko jej konsumentach – krytycznych czy nie. By osiągnąć ten cel, potrzebujemy też edukacji medialnej dla dorosłych. Rodzice otrzymują na przykład mnóstwo porad związanych z tym, czy powinni pozwolić dzieciom ustawić telewizor w pokoju lub też na ile godzin konsumowania mediów w tygodniu powinni się zgodzić. Ale prawie nikt nie informuje ich, jak mogliby pomóc swoim dzieciom w budowaniu bogactw w znaczenia związków z mediami.

Henry Jenkins

Henry Jenkins, *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, tłum. M. Bernatowicz, M. Filiciak, seria: Edukacja Medialna, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2007.

Najlepsze seriale telewizyjne, jak *Losts*, nie tracą widowni. Ale jest to już inna widownia, uzbrojona we wspomniane „technologie wolności”. Służą one kontroli nad producentem programu – widz już nie tylko ogląda, ale komentuje z innymi widzami bieżącą produkcję, odkrywa sztuczki i nieczyste zagrania, próbuje odgadnąć kolejne posunięcia, wywiera presję, gdy mu się zachowanie producenta nie podoba.

Kultura popularna, jako kultura konwergencji, jest kulturą partycypacji, aktywnego uczestnictwa. Z badań nad amerykańską młodzieżą wynika, że 57 proc. nastolatków w USA coś tworzy i publikuje w Sieci. W większości są to blahostki. Jenkins rozpoczyna swoją książkę od prezentacji historii Dina Ignacio, amerykańskiego ucznia szkoły średniej. W chwilach wolnych za pomocą powszechnie dostępnego oprogramowania tworzy na swoim komputerze kolaże, w których łączy popularne telewizyjne postaci. W 2001 r. realizując cykl *Bert jest zły* wziął na warsztat postać Berta z *Ulicy Sezankowej* przedstawiając go a to z Adolfem Hitlerem, a to uprawiającego seks z Pamelą Anderson. Ignacio swoje dzieła publikował na swojej witrynie WWW. W końcu wpadł na pomysł, by połączyć Berta z Osamą bin Ladenem.

Ten kolaż, za sprawą wyszukiwarki internetowej, wpadł w oko pakistańskiego wydawcy, który poszukiwał dobrej ilustracji do plakatów, jakie miały być wykorzystane podczas antyamerykańskiej manifestacji. Dzieło Ignacio zwielokrotnione tysiące razy wyszło na ulice pakistańskich miast, co natychmiast dostrzegli reporterzy CNN. Oczywiście program CNN oglądali producenci *Ulicy Sezankowej*, którzy wydali natychmiast oświadczenie: *Jesteśmy oburzeni, że stworzone przez nas postaci mogą być wykorzystywane w tak niefortunny i niesmaczny sposób* i podjęli działania prawne.

Jak widać jest to jednak nie tylko kultura uczestnictwa, ale także globalnego rażenia. Amerykanie odkrywają świat japońskiego filmu animacji, Japończycy przeżywają na swój