

Upowszechnianie sztuki w internecie w czasie pandemii COVID-19 – między nadmiernym pesymizmem a hurraoptymizmem

Popularization of Art on the Internet During COVID-19 Pandemic – Between Excessive Pessimism and Inflated Optimism

DOI 10.25951/4800

Wprowadzenie

Internet jest jednym z najważniejszych środowisk życia i rozwoju współczesnego człowieka. Z tego powodu nader często staje się przedmiotem refleksji badawczych przedstawicieli różnych dyscyplin naukowych, w tym pedagogów. Jego stale rosnącą rolę nieoczekiwanie wzmocniła i uwydatniła pandemia wirusa SARS-CoV-2, w której internet stał się oknem na świat, stwarzając możliwość pracy, nauki i rozrywki dla całych społeczeństw.

Jedną z możliwości, za które ceniona jest globalna sieć, to umożliwienie dostępu do dzieł sztuki i szeregu materiałów edukacyjno-popularyzatorskich, co można określić mianem upowszechniania. Pojęcie „upowszechnianie sztuki” pojmuję tu za Stefanem Szumanem (1990) jako połączenie udostępniania i uprzystępniania. Także w tym zakresie w czasie lockdownu internet został doceniony bardziej niż kiedykolwiek. Jednocześnie pojawiają się pytania, w jakim stopniu taka forma obcowania ze sztuką jest wartościowa, i wątpliwości, czy może ona zastąpić kontakt bezpośredni. W piśmiennictwie na temat różnych aspektów internetu spotykane jest popadanie w skrajności: od wyraźnego optymizmu, który cechuje głównie artykuły publicystyczne (internet rewolucjonizuje sztukę, buduje egalitaryzm kontaktu ze sztuką) (Hernes 2020), aż po nadmierny pesymizm, obecny przede wszystkim w obszerniejszych opracowaniach (internet niszczy więzi międzyludzkie, słyca doznania, negatywnie wpływa na pracę mózgu) (m.in. Keen 2007; Carr 2013). W tym tekście chciałabym spojrzeć na zagadnienie upowszechniania sztuki w internecie z emocjonalnym dystansem, wskazując zarówno

jego pozytywne, jak i negatywne efekty. Najważniejszy sformułowany przeze mnie wniosek związany jest z koniecznością powiązania upowszechniania kultury w środowiskach online i offline.

Instytucje kultury w ostatnich latach znacznie wzbogacają swoją ofertę upowszechnieniową, co jest wyrazem tzw. zwrotu edukacyjnego, który nastąpił w kulturze w latach dziewięćdziesiątych ubiegłego wieku (Nieroba 2017; Abassy 2019). Znaczenia nabrały działania edukacyjne towarzyszące wystawom, festiwalom, koncertom, co znalazło swoje odzwierciedlenie w ofercie kierowanej do odbiorców. Propozycje instytucji kultury wzbogaciły się w stosunkowo krótkim czasie o aktywności takie, jak warsztaty, dyskusje, prelekcje, kierowane do różnorodnych grup odbiorców. W dużych instytucjach powstały albo zostały znacznie rozbudowane działy edukacji. Niezależnie od tego w wielu miastach powstały mniejsze instytucje zajmujące się upowszechnianiem kultury, a te istniejące dotychczas – na przykład domy kultury – znacząco odświeżyły i rozbudowały swoją ofertę. Aktywności internetowe przez pewien czas stanowiły ofertę uzupełniającą. Tę sytuację diametralnie zmieniła jednak pandemia koronawirusa SARS-CoV-2, która wymusiła „usiecznienie” wielu lokalnie umiejscowionych aktywności.

Nieuchronnie budzi to wątpliwości: za pomocą globalnej sieci można skutecznie regulować rachunki i płatności, prowadzić konferencje czy nawet uczyć się języków obcych z *native speakerem*, ale czy da się w satysfakcjonujący sposób obcować ze sztuką oraz – co najważniejsze – przekazać emocje z tym związane? Wielość i różnorodność materiałów związanych ze sztuką umieszczanych w czasie pandemii w internecie – a publikują je zarówno instytucje, jak i osoby prywatne – zdaje się przekonywać, że tak. Wszystko wskazuje na to, że te wirtualne zdobycze – i nie mam tu na myśli tylko wypracowanych rozwiązań technicznych, lecz także, a może przede wszystkim, przyzwyczajenia odbiorców – pozostaną z nami także po zniesieniu obostrzeń epidemiologicznych.

Nadawcy i odbiorcy – nowy podział ról

Internet umożliwia kontynuację wielu działań prowadzonych wcześniej w bezpośrednim kontakcie międzyludzkich, jednocześnie jednak zmienia i modyfikuje role osób w te działania zaangażowanych. W tabeli 1 zestawiono mocne i słabe strony upowszechniania sztuki w internecie.

Mocne i słabe strony upowszechniania sztuki w internecie odpowiadają w większości zaletom i wadom korzystania z internetu w ogóle. Dane zjawisko

można rozpatrywać jako pozytywne lub negatywne w zależności od kontekstu i stopnia jego nasilenia. Przykładem może tu być egalitaryzm przekazów.

Tabela 1. Mocne i słabe strony upowszechniania sztuki w internecie

Zalety	Wady
łatwość dostępu bez względu na miejsce zamieszkania, stan zdrowia, sytuację rodzinną, poziom zamożności	zagrożenie fizycznym przeciążeniem w przypadku nadmiernego korzystania
brak barier czasowych i przestrzennych, możliwość obcowania ze sztuką najwyższej klasy	fragmentaryczność przekazu, brak kontekstu
atrakcyjność dla młodego pokolenia	trudności techniczne i percepcyjne odbiorców w starszym wieku
egalitaryzm przekazów kulturowych (dowartościowanie niektórych form uprawiania sztuki)	egalitaryzm przekazów kulturowych (sąsiadowanie treści o różnym poziomie wartości, brak wskazówek wartościujących)
możliwość aktywności w różnych rolach: nie tylko odbiorcy, lecz także uczestnika, współtwórcy, twórcy, przekaziciela informacji, komentatora	brak bezpośredniego kontaktu z innymi odbiorcami i wspólnego przeżywania sztuki
bogactwo form przekazu	zagrożenie spłyleniem doznań estetycznych
stymulowanie powstawania nowych sposobów artystycznej ekspresji	–
w przypadku dzieci: aktywizowanie rodziców, wzmacnianie ich kompetencji medialnych i estetycznych	w przypadku dzieci: zróżnicowanie możliwości obcowania ze sztuką w zależności od poziomu zaangażowania rodziców i opiekunów oraz ich kompetencji
–	z punktu widzenia twórców i organizatorów przekazów: utrudniona i opóźniona ewaluacja

Źródło: opracowanie własne.

W przestrzeni internetu każdy może się zajmować upowszechnianiem, gdyż każdy może tworzyć i umieszczać w sieci nowe treści oraz powielać te już istniejące. Henry Jenkins (2007) pisze o kulturze uczestnictwa, w której kształt współczesnego krajobrazu medialnego zależy od aktywności poszczególnych użytkowników sieci, nawet pozornie drobnych. Nie istnieje już klarowny podział na „nadawców” i „odbiorców”, bo internauta może występować w obu

tych rolach, co więcej, „przeskakiwać” między nimi i często je zmieniać. Stawia to w jednym szeregu instytucje kulturalne i edukacyjne oraz indywidualnych użytkowników. Z jednej strony pozwala to na dowartościowanie niektórych form uprawiania sztuki, zwłaszcza nowych, takich jak blogi czy krótkie filmiki, z drugiej jednak sąsiedowanie treści o różnym poziomie pozbawia potencjalnych odbiorców wskazówek wartościujących i daje złudne wrażenie równoważnej jakości dzieł.

Wcześniej podział ról był bardziej wyrazisty. „Uprzystępniamy komuś sztukę, ucząc go tak patrzeć na obrazy i rzeźby, tak słuchać muzyki, tak czytać i przeżywać utwory literatury pięknej, by ujawniła mu się ich artystycznie ukształtowana i wyrażona treść” – pisał Szuman (1990, s. 23). Kim są owi „my”? To wychowawcy, edukatorzy estetyczni, artyści. Autor czyni tu zatem wyraźne rozróżnienie na „wiedzących lepiej” i tych, którzy z dostępu mają korzystać. Obecnie podział ten ulega zatarciu i często internauta w jednej dziedzinie sztuki jest tym „wiedzącym lepiej”, by za chwilę samemu korzystać z cudzej wiedzy i doświadczenia. W ten sposób w internecie buduje się pewnego rodzaju egalitaryzm, który przenika też do życia społecznego (Pyżalski 2019).

Upowszechnianie sztuki przez internet kierowane do dzieci, zwłaszcza najmłodszych, wymaga znacznie większego udziału dorosłych – najczęściej rodziców. Przykładem mogą być materiały umuzykalniające dla najmłodszych bazujące na metodzie prof. E.E. Gordona, zakładającej aktywny udział rodziców (Justyńska, Majewska-Owczarek 2021). Wiele takich materiałów zamieszczono w internecie w okresie pandemii. Aktywizuje to rodziców, gdyż bez ich udziału aktywność dziecka po prostu nie mogłaby się odbyć. Niekiedy prowadzi to nawet do rozbudzenia zainteresowań artystycznych dorosłych. Z drugiej jednak strony, następuje pogłębienie różnic między dziećmi w dostępie do kultury w zależności od umiejętności i zaangażowania rodziców, choć dostęp rozumiany dosłownie (posiadanie sprzętu, koszt połączenia z siecią) stanowi coraz mniejszą barierę.

Nowe obszary kreatywności

Internet stymuluje nowe sposoby artystycznej ekspresji. Mamy wówczas do czynienia nie tylko ze sztuką w internecie, lecz także ze sztuką internetu – taką, dla której sieć jest koniecznym warunkiem do zaistnienia. Przykładem może być Museum of Selfies Olivii Muus – strona internetowa i konto na Instagramie, na których skandynawska kuratorka sztuki zamieszcza fotografie znanych

portretów malarskich i rzeźbiarskich przerobionych tak, by wyglądały, jak gdyby postaci robiły sobie selfie (Miaskowska 2019). Co więcej, do tworzenia tego wirtualnego muzeum artystka zaprasza internautów – każdy może przysłać selfie wykonane w takiej konwencji i stać się częścią projektu, który skłania do refleksji nad narcystycznymi cechami kultury współczesnej. Rodzajem sztuki jest tu zatem nie tylko przeróbka znanych dzieł, ale cały projekt. Inny przykład to *glitch art* – estetyka usterki (ang. *glitch* – uszkodzenie, feler), w której do stworzenia pożądanego efektu estetycznego wykorzystuje się błędne zapisy danych cyfrowych.

Przykładów kreatywnych działań w internecie jest wiele, jednak procentowo nie przedstawiają się zbyt imponująco. Stosunkowo niewielu internautów umieszcza w sieci nowe treści, a ich działania ograniczają się do takich, które trudno uznać za twórczość (Pyżalski 2019). Mimo upływu czasu i rozwoju techniki nie zdezaktualizowało się twierdzenie Szumana: „W kulturze estetycznej każdego człowieka występują dwa zasadnicze czynniki: producenci i konsumenci – artyści tworzący dzieła sztuki oraz odbiorcy tych dzieł, tj. widzowie, słuchacze, czytelnicy” (1990, s. 19). Podział na twórców i artystów jest obecnie znacznie bardziej elastyczny niż przed laty, a możliwości uprawiania sztuki na różnych poziomach artyzmu i zaangażowania – większe, nadal jednak większość internautów ogranicza się do działań odtwórczych. Chcą uchodzić za kreatywnych i zaangażowanych, ale pod warunkiem, że nie wymaga to od nich zbyt dużego wysiłku. Zjawisko to zyskało nawet swoją nazwę: slaktywizm (Jabłońska 2018). „Osoba wpisująca się w ramy slaktywizmu – wyjaśnia Jabłońska – pozostaje z reguły biernym obserwatorem wydarzeń rozgrywających się na wirtualnej arenie. Nie podejmuje żadnych działań typowych dla przedstawicieli generacji C: nie tworzy, nie buduje rozległych sieci społecznych, czasem nawet nie komentuje” (2018, s. 33). Osobom faktycznie aktywnym internet sprzyja: korzystają z bezprecedensowych ułatwień dostępu, a hierarchiczna struktura świata sztuki, przez którą trzeba przebrnąć, by w nim zaistnieć, dotyka ich w mniejszym stopniu (Pyżalski 2019).

Mimo wielości inicjatyw indywidualnych wydaje się, że pesymistyczne przewidywania Wojciecha Burszty na temat przyszłości instytucji kultury („większość instytucji kultury nie ma szans na przetrwanie” Burszta 2010, s. 142) jednak się nie sprawdzą. Burszta opisuje odejście od kultury zinstytucjonalizowanej, wyrażające się w powstawaniu internetowych środowisk kulturotwórczych działających podobnie jak instytucje, np. YouTube. Choć od powstania raportu *Młodzi i media*, w którym opublikowano jego diagnozę, minęło tylko 10 lat, już zaszły zmiany w stosunku do przedstawionego stanu rzeczy.

Opisane przez niego internetowe środowiska-instytucje są coraz bardziej wszechstronnie wykorzystywane przez instytucje realnie istniejące. Trudno już wyobrazić sobie muzeum, filharmonię czy teatr, nawet osiedlowy dom kultury, bez własnego profilu na Facebooku czy kanału w serwisie YouTube, a w zależności od profilu działalności także na Soundcloud (treści audio) czy Instagramie (treści wizualne). W ten sposób, oddolnie i pośrednio, polityka państwa w zakresie kultury wpływa także na treści internetowe.

Różnorodne sposoby upowszechniania sztuki w internecie łączy wysoka dynamika przekazów, krótka forma, interaktywność. Wszystkie te cechy, znamienne dla współczesnej kultury w ogóle, są nad wyraz atrakcyjne dla młodego pokolenia. Jednocześnie jednak łączą się ze zjawiskami mniej korzystnymi, takimi jak fragmentaryczność przekazu, która polega na oderwaniu przekazu od jego twórcy lub źródła. Młodzi ludzie, korzystając z treści związanych ze sztuką umieszczanych w sieci przez instytucje kultury, mogą nawet nie być świadomi, że korzystają z zasobów domu kultury czy muzeum. Przeszukując sieć, łatwo przeoczyć źródło danego materiału, zwłaszcza gdy dostęp jest bezpłatny. Fragmentaryczność utrudnia dostrzeżenie kontekstu dzieła sztuki i jego interpretację. To, co nie przeszkadza (choć niekoniecznie nie szkodzi) cyfrowym tubylcom (Jabłońska 2018), stanowi istotne utrudnienie dla cyfrowych imigrantów, czyli osób ze starszych pokoleń. Muszą się one mierzyć nie tylko z trudnościami technicznymi, lecz także z koniecznością zmiany głęboko zakorzenionych nawyków percepcyjnych, co powoduje odczuwalnie mniejszą satysfakcję estetyczną, np. z oglądania w internecie przedstawienia operowego w porównaniu z rzeczywistą wizytą w operze. Można więc mówić o rodzaju wykluczenia cyfrowego z życia artystycznego w czasie kwarantanny.

Działania kreatywne – w obszarze sztuki i poza nią – odgrywają istotną rolę w radzeniu sobie z niekorzystnymi psychologicznymi skutkami lockdownu, na co zwracają uwagę Hansika Kapoor i James C. Kaufman (2020). Autorzy piszą, że okres pandemii, utrudniając standardowe działania zawodowe i kontakty prywatne, wymusza poszukiwanie nowych sposobów samorealizacji, a zaangażowanie w działania twórcze może wspomagać nadawanie sensu trudnym doświadczeniom (tworzenie znaczeń). W tym świetle funkcjonowanie internetu nabiera dodatkowego znaczenia. Działania twórcze rolę protekcyjną spełniają najlepiej wtedy, gdy możliwe jest dzielenie się swoimi dokonaniem i funkcjonowanie w obrębie pewnej grupy o zbliżonych zainteresowaniach, co daje poczucie więzi. „W początkowych miesiącach kwarantanny (od stycznia do kwietnia 2020 w różnych krajach), media społecznościowe stały się wyjątkowo popularną platformą wyrażania takiej kreatywności” (Kapoor, Kaufman 2020).

Znaczenie relacji osobistych w kontakcie ze sztuką

Główne wątpliwości związane z upowszechnianiem sztuki przez internet wiążą się z faktem, że sztuka powstaje i jest percypowana w relacji twórca – odbiorca. „Sztuka sama w sobie jest budowaniem relacji uczestnictwa. Nie sposób jej zrozumieć, nie wchodząc w relację autor – odbiorca, zanurzoną w rzeczywistości dzieła sztuki” – pisze Natalia Bryłowska (2016, s. 40). Internet relację tę utrudnia, czyni mniej oczywistą, osłabia wzajemne oddziaływania obu stron zaangażowanych w artystyczną sytuację. By trudności te zminimalizować, trzeba z jednej strony korzystać z możliwości podtrzymywania relacji online, z drugiej natomiast – odwoływać się do pozainternetowych doświadczeń uczestnika życia kulturalnego.

To, w jakim stopniu internauta skorzysta z możliwości dostępu do sztuki przez internet, jest determinowane jego wcześniejszymi doświadczeniami artystycznymi: rodzinnymi, szkolnymi, związanymi z innymi mediami. Upowszechniania sztuki w sieci nie należy zatem rozpatrywać jako zjawiska osobnego, lecz w połączeniu z innymi możliwościami z nią obcowania. Potwierdzają to wyniki badań, według których internet nie jest przez cyfrowych tubylców przeciwstawiany byciu offline, tylko traktowany jako immanentna część realnego życia (Pyżalski 2019), a „interakcje z odbiorcami [w internecie] odzwierciedlają reguły społeczne istniejące w świecie offline” (Borkowska 2019, s. 62). Relacje z innymi ludźmi są kluczowe zarówno w zakresie inspiracji do podjęcia aktywności artystycznej online, jak i pod względem satysfakcji z tej aktywności, co sprzyja jej podtrzymaniu i rozwijaniu. Wśród badanych aktywnych artystycznie w internecie nastolatków większość wskazywała na czerpanie satysfakcji z relacji z innymi ludźmi, nawiązywanie i utrzymywanie bliskich i serdecznych relacji z odbiorcami (Pyżalski 2019).

Znaczenie internetu jako narzędzia komunikacji potwierdzają badania Euniki Baron-Polańczyk (2020). Wykazały one, że komunikacja sieciowa jest zdecydowanie najważniejszym sposobem korzystania z technologii informacyjno-komunikacyjnych (ICT) przez współczesną młodzież szkolną. Wyprzedza m.in. poszukiwanie informacji dotyczących własnych zainteresowań, a nawet gry komputerowe. Komunikacja sieciowa angażuje, sprawia, że jest się już nie tylko odbiorcą, ale uczestnikiem. Wobec tego można sądzić, że w tej grupie wiekowej najbardziej skuteczne będą takie sposoby upowszechniania sztuki w internecie, które łączą się z tworzeniem pewnej wspólnoty, zbiorowym działaniem, a przynajmniej intensywną wymianą opinii – to wymaga bowiem zaangażowania w komunikację. Upowszechnianie sztuki może odbywać się nie

tylko na przeznaczonych do tego stronach internetowych, lecz także w mediach społecznościowych (w czasie pandemii jest to miejsce najbardziej ożywionych działań), a nawet – w sposób nieformalny – na czatach i w grupach dyskusyjnych. Internetowe treści z zakresu upowszechniania sztuki powinny być obecne także w edukacji szkolnej.

Upowszechnianie kultury w internecie ma wszystkie te słabe strony, które łączą się z korzystaniem z sieci w jakimkolwiek innym celu. Fakt, że internauta obcuje ze sztuką, nie chroni go przed zagrożeniem pokusą autokreacji, wielozadaniowością utrudniającą skupienie, tak jak nie chroni przed wadami postawy czy problemami ze wzrokiem (Jabłońska 2018). Sztuka sama w sobie nie jest magicznym parasolem ochronnym. Nie należy przypisywać internetowi nadzwyczajnych mocy. Jako ludzki wynalazek świadczy o człowieku i jego kondycji, jest odzwierciedleniem świata rzeczywistego. Jeśli ludzie nie są kreatywni, nie obcuje ze sztuką i nie komunikują się między sobą, reagując wrażliwie na innych, tym bardziej nie będą czynić tego w internecie.

Jednocześnie jednak nie należy internetu nie doceniać, uważając, że to tylko nowa forma dla dotychczasowych treści. Jak wskazują autorzy raportu *Nowe media. Młodzi i uczestnictwo w kulturze* (2010, s. 6), „nowe media to nie tylko artefakty z porządku technologii, ale też historycznie nowe sposoby myślenia, czucia i działania w społeczeństwie”. Bez zauważenia powagi zmiany nie nastąpi zmiana sposobów upowszechniania. Obecnie zmiana ta dokonuje się w instytucjach kultury – zarówno dużych, jak i mniejszych, zarówno finansowanych ze środków publicznych, jak i tych prywatnych – nie można się jej natomiast doczekać w edukacji szkolnej. Szkoła (poza nielicznymi placówkami prywatnymi, pracującymi wedle niestandardowych założeń) jawi się jako rezerwuar źle pojmowanej tradycji i przestarzałych, jednokierunkowych sposobów dystrybucji treści, podczas gdy konstruktywnemu korzystaniu z materiałów dotyczących sztuki w sieci sprzyjają: edukacja nakierowana na samodzielność i decyzyjność ucznia, partnerskie relacje nauczyciel – uczeń, uwzględnianie internetowych działań uczniów w ewaluacji, korzystanie z możliwości internetu zamiast jedynie omawiania zagrożeń. W sytuacji wielu problemów organizacyjnych polskiej oświaty i niezadawalającego poziomu kształcenia nauczycieli (na co składają się m.in. brak selekcji kandydatów na studia, zbyt mała liczba godzin niektórych przedmiotów itd.) jako rozwiązanie tymczasowe można wskazać korzystanie z oferty ośrodków kultury, kin studyjnych, filharmonii czy teatrów oferujących programy dla szkolnych grup zorganizowanych w różnym wieku.

Przyszłość internetowego upowszechniania kultury – podsumowanie

Upowszechnianie kultury w internecie jest i będzie w przyszłości ważnym elementem działania zarówno instytucji, jak i indywidualnych artystów, w tym amatorów, zwłaszcza że wpisuje się w założenia *lifelong learning*. Warto odejść od skrajnych ocen tego zjawiska i dostrzegać je w całej złożoności. Najważniejszym wnioskiem wydaje się konieczność postrzegania go łącznie z doświadczeniami w świecie rzeczywistym. Dla jego skuteczności kluczowe jest łączenie działań online i offline – swoista konwergencja, ale już nie mediów, tylko mediów ze światem poza nimi. Internet jest cennym zasobem, stwarzającym szereg nowych możliwości, jednak dla internautów bez zaplecza realnych doświadczeń jego działanie w tym zakresie może okazać się bezwartościowe. W jego wzmocnieniu pomagają aktywności grupowe organizowane online, gdyż internet stanowi szczególnie przykładowy przykład przestrzeni społecznej. Jest to istotna wskazówka m.in. dla pracowników instytucji kultury.

Globalna sieć to nie świetlana przyszłość upowszechniania sztuki, dzięki której wszyscy zyskają dostęp do dzieł i kontakt z artystami i będą z tego skwapliwie korzystać; nie jest też ponurym zagrożeniem, spływającym doznania estetyczne osoby, w której ręku znajduje się komputerowa myszka czy tablet. Internet jest częścią ludzkiego życia i powinien być też częścią upowszechniania sztuki. Częścią – a więc nie jedynym medium. Na sposób korzystania z internetu w celu obcowania ze sztuką oraz głębokość przeżyć estetycznych w takiej sytuacji w znaczącym stopniu wpływają „pozainternetowe” doświadczenia. I to na nich należy się skupić, chcąc modyfikować sposób korzystania z kultury w sieci. Dbając o doznania estetyczne offline, podnosimy jakość internetowego kontaktu ze sztuką.

BIBLIOGRAFIA

- Abassy M. (2019), *Zwrot edukacyjny w perspektywie mechanizmów uczenia się kultury*, „Roczniki Kulturoznawcze”, 2, s. 5–18.
- Baron-Polańczyk E. (2020), *Komunikacja sieciowa w hierarchii ważności działań dzieci i młodzieży w opinii uczniów i nauczycieli (raport z badań)*, „Studia Pedagogiczne. Problemy społeczne, edukacyjne i artystyczne”, 35 (20), s. 221–239.
- Batorski D. (2012), *Internet a uczestnictwo w kulturze poza Siecią*, w: M. Filiciak, J. Hofmokl, A. Tarkowski (red.), *Obiegi kultury. Społeczna cyrkulacja treści. Raport z badań*, Warszawa: Centrum Cyfrowe Projekt Polska, https://creativecommons.pl/wp-content/uploads/2012/01/raport_obiegi_kultury.pdf (data dostępu: 25.06.2020).

- Borkowska A. (2019), *Ważni (nie)znajomi – relacje młodych twórców z odbiorcami*, w: J. Pyżalski (red.), *Pozytywny internet i jego młodzi twórcy. Dobre i złe wieści z badań jakościowych*, Warszawa: NASK, s. 49–62.
- Bryłowska N. (2016), *Tylko dostęp? Tylko obieg? Praktyki sztuki w internecie*, „Kultura Współczesna”, 1 (89), s. 39–47.
- Burszta W.J. (2010), *Opisać rewolucję*, w: M. Filiciak, M. Danielewicz, M. Halawa, P. Mazurek, A. Nowotny (red.), *Młodzi i media. Nowe media a uczestnictwo w kulturze. Raport Centrum Badań nad Kulturą Popularną SWPS*, s. 141–143, portal Szkoły Wyższej Psychologii Społecznej, file:///C:/Users/ms12/Downloads/modzi_i_media__raport_copy1(1).pdf (data dostępu: 25.09.2020).
- Carr N. (2013), *Płytki umysł. Jak Internet wpływa na nasz mózg*, Gliwice: Helion.
- Fliciak M. (2011), *Inny wymiar otwartości. Internetowa reprodukcja i redystrybucja treści kulturowych*, „Przegląd Kulturoznawczy”, 1 (9), s. 65–76.
- Filiciak M., Danielewicz M., Halawa M., Mazurek P., Nowotny A. (2010), *Młodzi i media. Nowe media a uczestnictwo w kulturze. Raport Centrum Badań nad Kulturą Popularną SWPS*, portal Szkoły Wyższej Psychologii Społecznej, file:///C:/Users/ms12/Downloads/modzi_i_media__raport_copy1(1).pdf (data dostępu: 25.09.2020).
- Filiciak M., Hofmokl J., Tarkowski A. (2012), *Obiegi kultury. Społeczna cyrkulacja treści. Raport z badań*. Warszawa: Centrum Cyfrowe Projekt Polska, https://creativecommons.pl/wp-content/uploads/2012/01/raport_obiegi_kultury.pdf (data dostępu: 25.06.2020).
- Hernes M. (2020), *Bez kultury nie ma życia. Za dostęp do niej online prędzej czy później trzeba będzie płacić*, portal internetowy „tu Wrocław”, <https://www.tuwroclaw.com/wiadomosci,bez-kultury-nie-ma-zycia-za-dostep-do-niej-online-predzej-czy-pozniej-trzeba-bedzie-placic-wywiad,wia5-3267-57266.html>, 27.10.2020 (data dostępu: 10.02.2021).
- Jabłońska M. (2012), *Doświadczanie sztuki jako przestrzeń całościowego uczenia się ludzi dorosłych*, w: W. Jakubowski (red.), *Kultura jako przestrzeń edukacyjna. Współczesne obszary uczenia się osób dorosłych*, Kraków: Oficyna Wydawnicza „Impuls”, s. 93–110.
- Jabłońska M.R. (2018), *Człowiek w cyberprzestrzeni. Wprowadzenie do psychologii Internetu*, Łódź: Wydawnictwo UŁ.
- Jakubowski W. (2012), *Kultura jako przestrzeń edukacyjna. Współczesne obszary uczenia się osób dorosłych*, Kraków: Oficyna Wydawnicza „Impuls”.
- Jenkins H. (2007), *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Justyńska M., Majewska-Owczarek A. (2021), *Jak zanurzyć dziecko w muzyce – czyli media we wspomaganiu akulturacji małego dziecka podczas zajęć opartych na teorii E.E. Gordona*, w: M. Sasin (red.), *Kultura i twórczość w czasach zarazy. Doświadczenie pandemii a aktywność artystyczna z punktu widzenia twórcy i odbiorcy*, Łódź: Wydawnictwo UŁ.

- Kapoor H., Kaufman J.C. (2020), *Meaning-Making Through Creativity During COVID-19*, "Frontiers in Psychology", doi: 10.3389/fpsyg.2020.595990.
- Kargul J. (2012), *Upowszechnianie, animacja, komercjalizacja kultury: podręcznik akademicki*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Keen A. (2007), *Kult amatora. Jak Internet niszczy kulturę*, Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Miaskowska M. (2019), *Socialart media. Polska sztuka internetu w obliczu rewolucji komunikacyjnej*, „Sztuka i Dokumentacja”, 20, s. 159–168.
- Nieroba E. (2017), *O potrzebie dialogu. Koncepcja zwrotu edukacyjnego w sztuce*, „Kultura i Społeczeństwo”, 1, s. 135–155.
- Pyżalski J., Zdrodowska A., Tomczyk Ł., Abramczuk K. (2019), *Polskie badanie EU Kids Online 2018. Najważniejsze wyniki i wnioski*, Poznań: Wydawnictwo UAM.
- Pyżalski J. (red.) (2019), *Pozytywny internet i jego młodzi twórcy. Dobre i złe wieści z badań jakościowych*, Warszawa: NASK.
- Pyżalski J. (2020), *Edukacja w czasach pandemii wirusa COVID-19*, Warszawa: EduAkcja Sp. z o.o.
- Szuman S. (1990), *O sztuce i wychowaniu estetycznym*, Warszawa: Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne.

STRESZCZENIE

Ogromna rola internetu w życiu współczesnych społeczeństw została dodatkowo wzmocniona i utwierdzona podczas pandemii koronawirusa SARS-CoV-2. Autorka analizuje znaczenie internetu w procesie upowszechniania kultury w sytuacji ograniczenia kontaktów bezpośrednich i działalności stacjonarnej instytucji kultury. Referat jest próbą pogłębionej refleksji nad mocnymi i słabymi stronami upowszechniania kultury w komunikacji zapośredniczonej. Zaobserwować można m.in. płynność ról nadawców i odbiorców oraz powstawanie nowych sposobów artystycznej ekspresji. W zwiększaniu zaangażowania uczestników w działania artystyczne duże znaczenie odgrywają relacje międzyludzkie, co potwierdza znaczenie komunikacyjnej funkcji sztuki. Wysoka dynamika treści, krótka forma i interaktywność to cechy internetowych komunikatów na temat sztuki, które są atrakcyjne dla młodego pokolenia. Do zjawisk niekorzystnych należą fragmentaryczność przekazu i zubożenie kontekstu. Można przypuszczać, że upowszechnianie kultury w internecie będzie zyskiwało na znaczeniu nawet po wygaśnięciu pandemii. Dla jego skuteczności kluczowe jest łączenie działań online i offline, gdyż jakość wcześniejszych pozainternetowych doświadczeń estetycznych determinuje jakość internetowego kontaktu ze sztuką.

SŁOWA KLUCZOWE: upowszechnianie sztuki, edukacja artystyczna, zwrot edukacyjny, kreatywność, internet, pandemia SARS-CoV-2

SUMMARY

The enormous role of the Internet in the life of modern societies has been additionally strengthened and confirmed during the SARS-CoV-2 coronavirus pandemic. The author analyzes the importance of the Internet in the process of popularizing culture in a case of limiting direct contacts and activities of stationary cultural institutions. The paper is an attempt to in-depth reflection on the strengths and weaknesses of promoting culture in mediated communication. One can observe the fluidity of the roles of broadcasters and recipients and the emergence of new ways of artistic expression. Human relations are of great importance in increasing the participants' involvement in artistic activities, which confirms the importance of the communicative function of art. High content dynamics, short form and interactivity are the features of online art communications that are attractive to the young generation. The unfavorable phenomena include fragmentation of the message and impoverishment of the context. It can be assumed that the popularization of culture on the Internet will gain in importance even when the pandemic is over. For its effectiveness, it is crucial to combine online and offline activities, as the quality of previous non-Internet aesthetic experiences determines the quality of online contact with art.

KEYWORDS: art popularization, art education, educational turn, creativity, internet, pandemic SARS-CoV-2

MAGDALENA SASIN – Uniwersytet Łódzki

Pedagogika / Pedagogy

Przysłano do redakcji / Received: 12.02.2021

Daty recenzji / Revised: 12.09.2021; 11.12.2021

Data akceptacji do publikacji / Accepted: 3.01.2022