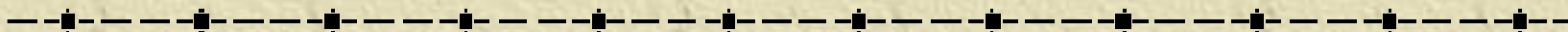
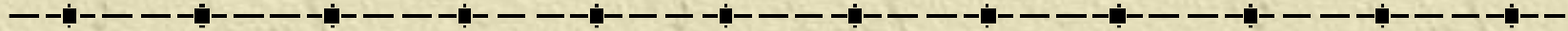


Kazimierz Krzysztofek
Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej
Fundacja Pro Cultura




*Spółeczeństwo sieciowe. Implikacje dla
kultury i edukacji Polaków*

Kongres Bibliotek Publicznych
Warszawa, 22-23.11. 2010

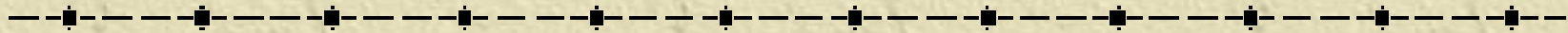


Cyberprzestrzeń zasiedlają ludzie
aby ją oswoić odwołują się do znanych sobie
pojęć i symboli czerpanych z przestrzeni
realnej



W badaniach nad Internetem formułowano trzy hipotezy:

- ✦ Internet jest i pozostanie jedynie środkiem komunikacji, innym niż poprzednie, ale jednak medium,
- ✦ Przez Internet inicjowane będzie organizowanie wspólnot, które z czasem przenosić się będą do świata rzeczywistego
- ✦ Internet staje się nowym środowiskiem społecznym, w którym funkcjonować będą także nowe wspólnoty inne, niż realne.




- ✦ Internet widziano jako medium globalne
- ✦ użytkownicy żyli w centrach globalnych
- ✦ społeczności lokalne w zasadzie nie były doń podłączone

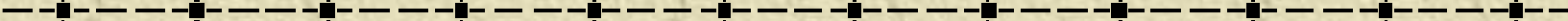
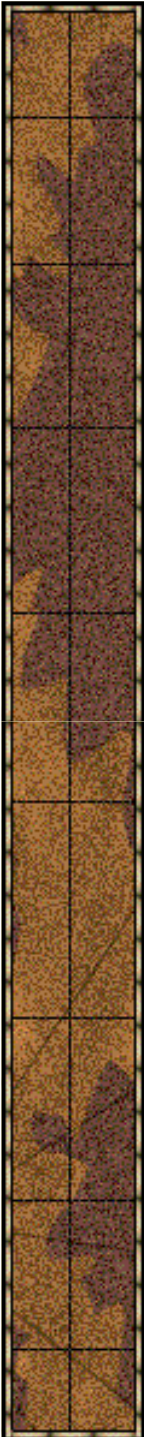
„glokalna wioska”

- ✦ Internet jako suma lokalności
- ✦ Internet będąc oknem na „e-swiat” służy częściej jako platforma budowania mikroświatów społecznych.

Charakterystyki sieci

- ✦ Trudność badania sieci: brak wyraźnych granic i trwałych podziałów na grupy.
- ✦ Słabsza spójność społeczności internetowych
- ✦ Sieci mają dużo większy zasięg i angażują jednostki pod bardzo wieloma względami odległe.

- 
-
- ✦ ludzie potrzebują kontaktów przede wszystkim z najbliższym otoczeniem.
 - ✦ Większość osób korzystających z Internetu posługuje się nim do utrzymywania relacji na poziomie lokalnym.
 - ✦ Internet nie zastępuje innych form komunikacji międzyludzkiej; jest ich uzupełnieniem.



Internet nie tylko nie osłabia wspólnot terytorialnych, lecz, co więcej, rozszerza kręgi sąsiedzkie, choć zarazem rozluźnia więzi.

Internet jako medium socjoaktywne

- ✦ Wspólnota i społeczność
- ✦ Nowe plemiona
- ✦ indywidualizm sieciowy

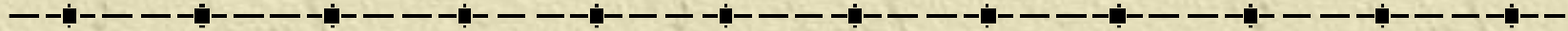
siła słabych więzi

-
- więzi grupowe pozwalają na podtrzymanie starych zasobów, zwłaszcza więzi, przynależności czy wsparcia
 - struktura grupy (mocne więzi), ogranicza pozyskiwanie nowych zasobów,
 - w sieci ludzie, wolni od zobowiązań w grupie nawiązujący słabe więzi poszukują nowych zasobów

Dwie prędkości

-----■-----■-----■-----■-----■-----■-----■-----■-----■-----■-----

W miarę jak rośnie wolumen informacji/wiedzy grupy o wyższym statusie społeczno-ekonomicznym przyswajają nową wiedzę szybciej niż grupy o niższym statusie, co zwiększa lukę kompetencyjną między obu grupami



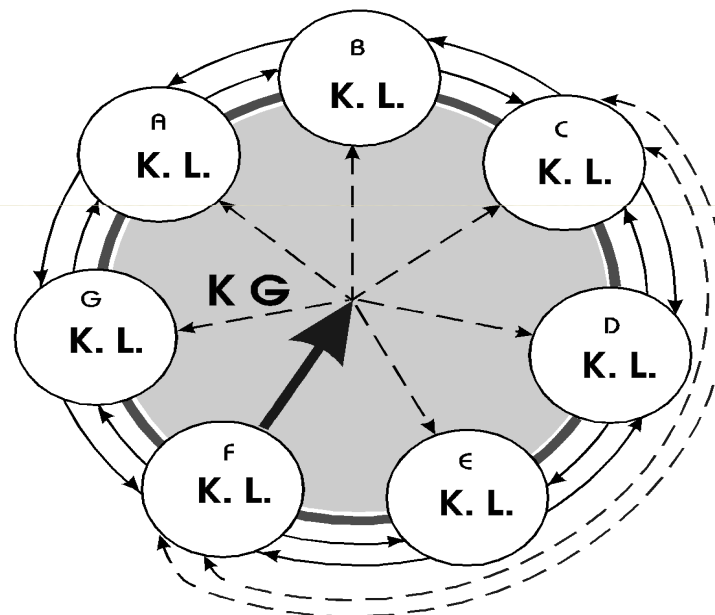
Implikacje dla kultury

Dwie kultury – dwa uczestnictwa

Plany kultury

-
- ✦ w planie **wartości**: etyka, estetyka, sacrum i in., które decydują o człowieczeństwie;
 - ✦ w planie **modernizacji społecznej**: kultura jako zespół wartości, wzorów i instytucji, które motywują ludzi do działania;
 - ✦ w planie **ekonomicznym**: zasoby kultury materialnej i symbolicznej odziedziczone z przeszłości, które można przekształcić w przemysły, kapitał rozwojowy;
 - ✦ w planie **technologicznym** kultura jako symbole zasiedlające cyberprzestrzeń tworzące nowe środowisko kulturowe.

PROSTY MODEL
DYFUZJI KULTURY
W WARUNKACH GLOBALNYCH PRZEPLÝWÓW



Nowe kultury w Internecie

- ✦ Pokolenie sieciowe spędza w cyberprzestrzeni do 80% czasu wolnego
- ✦ Internet tworzy nowe kultury
- ✦ Internauci chcą wchodzić do „swojej wioski”.

Kim będziemy?

Co dalej z narodem?

Kim będziemy jako społeczeństwo sieciowe?
jak różnorodni chcemy być
jaką chcemy mieć kulturę?

Czy www.kulturapolska.pl będzie *edu*, czy *com*?

Od nas samych będzie zależeć,
ile zagospodarujemy tej nowej przestrzeni,
oznakujemy własnym kodem kultury

Jak przekazywać kulturę, polskość?

-
- ✦ Czy upierać się przy tradycyjnym przekazie międzypokoleniowym przez zestaw lektur szkolnych, przez kulturę druku - tradycję tak bliską inteligenckiemu sercu.
 - ✦ Czy przekładać kulturę na nowy język, który ci nowi Polacy będą rozumieć i w którym będą nie gorzej, a może nawet lepiej wyrażać swą duchowość.

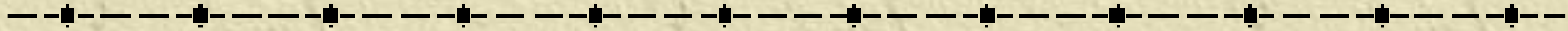
Być kompatybilnym ze światem

Od tego, ile się uda wpuścić w cyfrowy obieg,
zależy:

jak dalece bardziej będziemy kompatybilni ze
światem,

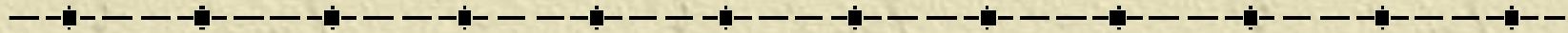
ile będzie on o nas wiedział, o naszej kulturze
także.

Marketing kultury



Potrzeba dobrego marketingu, aby
wypromować smaki, dźwięki, zapachy,
obrazy naszej kultury

Cyfryzacja jeszcze przed nami



W niewielkim stopniu kultura polska została skonfrontowana z cyfryzacją i wszystkimi konsekwencjami, jakie z niej wynikają


SAMOPORTRETOWANIE SIĘ PRZEZ KULTURĘ

- ✦ stworzyć przestrzeń dla “kultury żywego planu”,
- ✦ zachować zdolność do samoportretowania się przez kulturę,
- ✦ odzyskać władzę nad własnymi symbolami
- ✦ nie być zdanym tylko na “globalną” strawę duchową, w której nie odnajdziemy własnych problemów i dylematów.

Wyzwania

Największym wyzwaniem XXI w kulturze będzie włączenie własnego obiegu kultury w obieg europejski i globalny.

- ✦ Unikać skrajności:
- ✦ wessania własnego obiegu przez obieg globalny, a z drugiej pokusy
- ✦ chronienia własnej kultury przed obiegiem globalnym

- 
-
- ✦ większość krajów osiągnie taki standard cywilizacyjny, poziom produkcji, infrastruktury itp., że nie będzie już można dyskutować tego jako atutów promocyjnych.
 - ✦ Wtedy będzie się liczyć coś dodatkowego, pomysł, kreatywność, specyfika, oryginalność.