

Jakkolwiek od tej chwili, gdy Alvin Toffler opisał w *Trzeciej fali* nadciągające procesy prosumpcji, minęły ponad cztery dekady, to jednak pojęcie to znalazło się stosunkowo niedawno w sercu debat nad kształtem kultury współczesnej. Oto bowiem – jak chcą jedni – doczekaliśmy czasów swobodnego i spontanicznego przepływu ekspresji i oddolnie tworzonych dóbr kulturowych, które kwestionują istnienie tradycyjnych podziałów na producentów i konsumentów. Orędownicy prosumenckiej utopii wskazują na obszary kultury, w jakich owa idea oddolnej kreacji i partycypacji sprawdza się szczególnie, a więc na sferę kultury popularnej ukierunkowanej sieciowo (2.0) i fanowsko. Z kolei sceptycy – patrząc z dystansem na zjawiska prosumpcji – zwykli widzieć w niej jeszcze jedną chytrą neoliberalną sztuczkę, której istotą jest „miękkie” i odbywające się pod szczytnymi hasłami wprzęgnięcie konsumentów w procesy produkcji (najczęściej: na rzecz wielkich korporacji). Osobną sprawą, podnoszoną wszelako zarówno przez entuzjastów, jak i oponentów prosumpcji, jest wartość „amatorskiej” (czy aby zawsze?) produkcji dóbr kultury i konsekwencje jej hegemonii.

Prosumpcja: pomiędzy podejściem apokaliptycznym a emancypującym jest książką wskazującą odmienne teoretyczne konteksty i usytuowania omawianych praktyk. To także tom niestroniący od studiów przypadków (dotyczących m.in. fanów gier RPG, prosumenckiej aktywności wokół *Wiedźmina*, przemian tradycyjnego fandomu science fiction). Niezmiernie cenne wydaje się także osadzenie problematyki prosumpcyjnej w kontekście prawodawstwa Unii Europejskiej.

Nie mam też wątpliwości, że książka pod redakcją Piotra Siudy i Tomasza Żaglewskiego spotka się z dobrym i żywym przyjęciem przez wszystkich zainteresowanych problematyką kultury współczesnej.

prof. Mariusz Czubaj

cena detaliczna 35 zł

ISBN 978-83-63434-33-5



pod redakcją Piotra Siudy i Tomasza Żaglewskiego



pod redakcją
Piotra
Siudy

PROSUMPcja: POMIĘDZY PODEJŚCIEM APOKALIPTYCZNYM A EMANCYPUJĄCYM

i Tomasza
Żaglewskiego

KATEDRA
WYDZIAŁU NAUK HUMANISTYCZNYCH

**PROSUMPcja: POMIĘDZY PODĘJCIEM
APOKALIPTYCZNYM A EMANCYPUJĄCYM**



pod redakcją
Piotra
Siudy

**PROSUMPcja: POMIĘDZY PODEJŚCIEM
APOKALITYCZNYM A EMANCYPUJĄCYM**

i Tomasza
Żaglewskiego

KATEDRA
WYDAWNICTWO NAUKOWE

Recenzja: prof. Mariusz Czubaj

Copyright by Wydawnictwo Naukowe Katedra 2014

Wszystkie prawa zastrzeżone

Wydanie publikacji dofinansowane
przez Uniwersytet Kazimierz Wielkiego w Bydgoszczy

Wydanie pierwsze

Projekt okładki: Anna M. Damasiewicz

Projekt layoutu i skład:



biuro@dialogo.pl; www.dialogo.pl

ISBN 978-83-63434-33-5

Wydawnictwo Naukowe Katedra

<http://wnkatedra.pl>

email: redakcja@wnkatedra.pl

Spis treści

Piotr Siuda, Tomasz Żaglewski, <i>O potrzebie odkrycia trzeciej drogi w badaniach prosumpcji</i>	7
Kazimierz Krzysztofek, <i>Rozproszone społeczeństwo: od wielkich centrów wytwórczych do osobistych przemysłów</i>	23
Bartosz Mika, <i>Prosumpcja – niedoszła rewolucja</i>	63
Dominik Porczyński, <i>Prosumpcja w polskim fandomie gier fabularnych</i>	99
Radosław Bomba, Grzegorz D. Stunża, <i>Panorama praktyk prosumenckich wśród fanów i twórców gry komputerowej Wiedźmin. Przyczynek do netnografii</i>	139
Stanisław Krawczyk, <i>Prosumpcja polskich miłośników literatury fantastycznej</i>	175
Anna Kęsicka, <i>Kondycja polskiego prosumenta</i>	211
Sebastian Skolik, <i>Uwarunkowania prosumpcji. Studium przypadku rozwoju projektów Fundacji Wikimedia</i>	235
Michał A. Michalski, <i>Prosumpcja, wolność, państwo opiekuńcze</i>	269
Autorzy tomu	301



Piotr Siuda
Tomasz Żaglewski

**O potrzebie odkrycia
trzeciej drogi
w badaniach prosumpcji**





Na początku stycznia 2014 roku fani amerykańskiego kompozytora muzyki filmowej Hansa Zimmera mogli przez chwilę odczuć na własnym przykładzie korzyści płynące z poprosumentckich tendencji współczesnych przemysłów popkultury. Oficjalne kanały komunikacyjne poświęcone twórczości wspomnianego muzyka szybko rozpropagowały wieść o możliwości wzięcia udziału w dwóch najnowszych projektach Zimmera. Po pierwsze chodziło o możliwość zdobycia zaproszenia do jego studia i uczestnictwa w sesji nagraniowej do filmu *Niesamowity Spider-Man 2* (*The Amazing Spider-Man 2*¹). Wystarczyło jedynie przekazać datek na rzecz organizacji humanitarnej Not On Our Watch, ufundowanej i wspieranej przez globalne gwiazdy, na przykład George'a Clooneya, Matta Damona czy Brada Pitta, aby otrzymać szansę nie tylko na goszczenie w pracowni niezwykle popularnego artysty, ale i (jak informowały materiały promocyjne) poznanie kulis filmowego warsztatu muzycznego. Drugi z projektów, w którym wykorzystane zostało nazwisko Zimmera, był już o wiele bardziej

¹ Zob. *Score the Amazing Spider-Man 2 with Hans Zimmer*, [online:] http://www.omaze.com/experiences/amazingspider-man-2?utm_source=facebook-celeb-hans&utm_medium=social&utm_campaign=NotOnOurWatch&utm_content=9 [dostęp 2.04.2014].

„twórczym” wyzwaniem dla potencjalnych uczestników. Pod hasłem „Hans Zimmer Wants You”² zorganizowano konkurs polegający na zaproszeniu fanów do zabawy odnoszącej się do specjalnie skomponowanego przez muzyka utworu *Destiny's Door*, dostępnego na portalu SoundCloud. Uczestnicy konkursu mieli przygotować trwającą około dwóch minut przeróbkę utworu; następnie oceniało ją jury złożone z gigantów branży muzycznej. W skład jury wchodził chociażby doskonale rozpoznawalny DJ Junkie XL.

Do zaprezentowanych egzemplifikacji jeszcze wróćmy; na razie zaznaczymy, że przykłady te, choć są od siebie odległe (powiązane tylko osobą głównego „animatora” obu eventów), obrazują pełne spektrum tematów związanych z pojęciem prosumpcji; odnoszą się do mitów dotyczących owego zjawiska oraz mniej lub bardziej oczywistych korzyści, jakie pojawiają się wraz z nastaniem, jak chcą George Ritzer i Nathan Jurgenson³, prosumpcyjnego kapitalizmu.

Dzisiaj nadeszła „epoka prosumenta”⁴, czyli kogoś, kto jest konsumentem i producentem zarazem. Prosumpcja to kategoria opisująca sytuację, w której kruszą się tradycyjne podziały na produkcję i konsumpcję, dominujące we wcześniejszych epokach i wyznaczające trajektorie ich życia społecznego. Produkcja szczyt swojej potęgi osiągnęła w XIX wieku, a jej ucieleśnieniem stała się fabryczna praca robotników. Konsumpcja była istotna w drugiej połowie XX wieku, kiedy zrozumiano, że powodzenie społeczeństwa

² Zob. [online:] <http://www.hanszimmerwantsyou.com/> [dostęp 2.04.2014].

³ Zob. G. Ritzer, N. Jurgenson, *Production, Consumption, Prosumption: The Nature of Capitalism in the Age of the Digital 'Prosumer'*, „Journal of Consumer Culture” 2010, nr 10 (1), s. 13–36.

⁴ Zob. G. Ritzer, P. Dean, N. Jurgenson, *The Coming of Age of the Prosumer*, „American Behavioral Scientist” 2012, nr 56 (4), s. 379–398.

zależy od tego, jak intensywnie ludzie konsumują (oczywiście im intensywniej to robią, tym lepiej dla dobra ogółu).

Współcześnie na czołową pozycję wysunęła się prosumpcja, a stało się tak z dwóch podstawowych – i powiązanych ze sobą – powodów⁵. Pierwszy z nich nazwać można ogólnie zmianą systemu produkowania, na którą składa się wiele różnych procesów. Na przykład mamy do czynienia z tak zwanym zanikiem pracy w fabryce; o wytwarzaniu przestaje się myśleć tak, jak myślało się kiedyś. Obecnie jej wynikiem nie musi być coś namacalnego, fizycznego i materialnego. Produkowanie nabrało znamion niematerialnych (*immaterial labour*), co oznacza, że już nie odbywa się w zamkniętej przestrzeni fabryki, ale w tak zwanej fabryce społecznej (*social factory*⁶) dostarczającej nie tyle rzeczy, ile pomysły oraz idee. To właśnie one stają się dzisiaj czymś szczególnie wartościowym w sferze gospodarki, czego dowodem jest powstanie potężnych – bowiem silnie oddziałujących na wyobraźnię ludzi – marek opartych na jakichś wartościach.

Jeśli uznamy, że produkcja zmienia się we wspomniany sposób, łatwiej jest zrozumieć, dlaczego konsument może być zaprzęgnięty do pracy. Praktycznie każdy z nas jest w stanie wejść do owej społecznej fabryki i podjąć działania na rzecz danej marki; może być twórcą znaczeń, którymi ona obrasta. Jeśli na dodatek udostępni się nam odpowiednie narzędzia technologiczne, możemy nasze pomysły przekuwać na bardziej namacalne wytwory.

Postęp technologiczny to drugi powód dominacji prosumpcji. Przede wszystkim chodzi tutaj o tak zwaną

⁵ Zob. tamże.

⁶ Zob. T. Terranova, *Free Labour: Producing Culture for the Digital Economy*, „Social Text” 2000, nr 18, s. 33–58.

demokratyzację narzędzi tworzenia. Dzisiaj, za sprawą internetu, każdy konsument dostaje pakiet użyteczności, za pomocą których może stać się producentem. Nie ma większego sensu opisywać wszystkich portali społecznościowych (*social networking sites*) i miejsc sieci, gdzie możemy stać się dostawcą zawartości. Z Facebookiem, Twitterem, blogami i innymi ikonami rewolucji Web 2.0 obcujemy na co dzień, a o odbywającym się w internecie produkowaniu przez użytkowników treści napisano już bardzo dużo⁷. Jedno jest pewne: patrząc na to, co się twierdzi o sile sieci związanej z wzbudzaniem kreatywności i stymulowaniem twórczości użytkowników, uznać można, że w internecie właśnie prosumpcja objawia się szczególnie wyraźnie.

Być może dlatego trendy prosumenckie często opisuje się, podając przykłady ze sfery kultury popularnej (jak zrobiliśmy to my na początku artykułu). W jej wypadku prosumencki charakter internetu może być dobrze wykorzystywany przez producentów, bowiem powiązanie obydwu obszarów (sieci i popkultury) jest bardzo mocne, a co więcej, mają one wiele punktów stycznych (na przykład każdy film hollywoodzki musi mieć stronę na Facebooku, kanał YouTube czy profil twitterowy⁸). Oczywiście prosumpcja występuje także w innych sferach życia społecznego, zarówno w różnych sektorach gospodarki, jak i w przypadku innych, mniej rynkowych zjawisk. Piszemy o tak zwanych sektorach samoobsługowych

⁷ Zob. J. Burgess, J. Green, *YouTube: Video online a kultura uczestnictwa*, przeł. T. Płudowski, Warszawa: PWN 2011; J. W. Rettberg, *Blogowanie*, przeł. M. Szczubiałka, Warszawa: PWN 2012; Ph. Simon, M. Joel, *The Age of the Platform: How Amazon, Apple, Facebook, and Google Have Redefined Business*, Henderson: Motion Publishing 2011.

⁸ Zob. P. Siuda i in., *Prosumpcjonizm pop-przemysłów. Analiza polskich przedsiębiorstw z branży rozrywkowej*, Warszawa: Collegium Civitas Press 2013.

(fast foody, hipermarkety), które można uznać za ucieleśnienie idei prosumpcji w bezpośredniej sprzedaży⁹. Istnieją publikacje traktujące w duchu prosumenckim politykę¹⁰ czy sztukę¹¹. Nie zmienia to faktu, że to właśnie kultura popularna nadaje się do zobrazowywania prosumpcji, a procesy zachodzące w obrębie popkultury są podstawą krytyki bądź pochwały trendów prosumenckich w ogóle.

W dyskursie poświęconym tematyce prosumpcji dominuje dość jaskrawy podział na głosy jednoznacznie wobec niej krytyczne (podejście apokaliptyczne) i przychylne (podejście emancypujące). Oba stanowiska – dla których symbolicznymi niemalże postaciami mogą być odpowiednio: Andrew Keen oraz Henry Jenkins – nie pozwalają jednak w sposób wyczerpujący opisać prosumpcji jako zjawiska charakterystycznego dla współczesnego modelu nadawczo-konsumpcyjnego.

Przeciwnicy aplikowania terminu „prosumpcja” na grunt dzisiejszych praktyk ekonomicznych zwracają uwagę na dwa zasadnicze zarzuty, dla których rozwinięciem jest właśnie twórczość Keena¹². Owymi niedającymi się przyjąć przez przeciwników prosumpcji skutkami teżę mają być amatoryzacja kultury i stopniowe „odrealnienie” czy też raczej „odcieleśnienie” wymiany handlowej. To odrealnienie

⁹ Zob. G. Ritzer, N. Jurgenson, dz. cyt.

¹⁰ Zob. Sh. Hershkovitz, *Masbirim Israel: Israel's PR campaign as globalized and globalized political prosumption*, „American Behavioral Scientist” 2012, nr 56 (4), s. 511–530.

¹¹ Zob. S. Nakajima, *Prosumption in art*, „American Behavioral Scientist” 2012, nr 56 (4), s. 550–569.

¹² Zob. A. Keen, *Kult amatora: jak internet niszczy kulturę*, przeł. M. Bernatowicz, K. Topolska, Warszawa: WaiP 2007; tenże, *Digital Vertigo: How Today's Online Social Revolution Is Dividing, Diminishing, and Disorienting Us*, New York: St. Martin's Press 2012.

sam Keen z nostalgią opisał, powołując się na powodowany sprzedażą internetową upadek tradycyjnych (niesieciovych) profesjonalnych sklepów muzycznych czy księgarń. Mówiąc o amatoryzacji, Keen podkreślał jej zatrważające konsekwencje, wskazując na marnej jakości amatorskie propozycje kulturowe. Skutkiem opisywanych procesów ma być gwałtowne obniżenie poziomu kultury.

Na tym jednak negowanie prosumpcji się nie kończy. Wielu akademików, pozostając w duchu keenowskiej krytyki, zauważa, że mamy w wypadku omawianych zjawisk do czynienia ze swoistym wyzyskiem ludzi. Prosumpcja ma być „wybiegiem” producentów-kapitalistów, chcących mieć nabywców i wmawiać im, że mają wpływ na proces produkcji. Chodzi naturalnie o generowanie zysku, bowiem fałszywie przekonani o swojej emancypacji konsument z chęcią i emocjonalnym zaangażowaniem zacznie kupować. Prosumpcja ma być zatem marketingowym humbugiem, nic nieznaczącym z perspektywy realnej wytwórczości, tym bardziej że przecież rzekomym prosumetom nic się za ich pracę nie płaci. To kolejny argument – wysuwany przez przeciwników wskazywanych trendów – za tym, że owe trendy są niczym innym jak przejawem kapitalistycznej chciwości i nikczemności¹³.

Zostawiając na chwilę kwestię wyzysku, wróćmy do amatorskości. O tym, że jej estetyka zaczyna przenikać całą

¹³ Zob. M. Andrejevic, *The kinder, gentler gaze of Big Brother: Reality TV in the era of digital capitalism*, „New Media & Society” 2002, nr 4 (2), s. 251–270; tenże, *Watching Television Without Pity: The Productivity of Online Fans*, „Television & New Media” 2008, nr 9 (1), s. 24–46; J. Teurlings, *Media literacy and the challenges of contemporary media culture: On savvy viewers and critical apathy*, „European Journal of Cultural Studies” 2010, nr 13 (3), s. 359–373.

współczesną kulturę audiowizualną i że jest to estetyka – mówiąc delikatnie – słaba jakościowo, nie trzeba przekonywać nikogo, kto choć raz miał w swym życiu styczność z serwisami pokroju YouTube czy też programami typu talent show. To właśnie tam bycie naturszczykiem – obdarzonym wokalnym talentem lub filmującym zabawne zachowanie własnego kota – staje się powszechnie akceptowanym i pożądanym atrybutem. Mimo to stwierdzenie, że prosumpcja przyczynia się do promowania treści jałowych, jest daleko idącym nadużyciem. Nawet jeśli owe teksty nie spełniają pewnych (profesjonalnych) wymogów estetycznych, to stanowią przecież przykład twórczości spontanicznej i niezapoeđredniczanej przez instytucjonalne pojmovanie sztuki.

Brak tego drugiego elementu – owego „nadzorcy” kontrolujacego przeplyw kulturowej zawartości – znowu jednak budzi obawy przeciwników mechanizmów prosumenckich. Chociaż nie twierdzą oni bezpośrednio, że potrzebna jest kontrola nad dostępem do kultury, podskórnie odczuwają brak takiej kontrolujacej instancji (niech to będzie krytyk czy sprzedawca), czyli osoby majacej wiedzieć oraz widzieć więcej i lepiej.

Skutki prosumpcji nie mogą być trafnie podsumowane przez przedstawione „keenowskie” skrajne opinie na jej temat. Bo czy rzeczywiście jesteśmy świadkami totalnego wypierania tego, co wartościowe, przez to, co amatorskie, albo zastępowania producencko-dystrybucyjnego porządku przez chaos torrentów?

Podobnie jak rozpatrywanie prosumpcji wyłącznie przez pryzmat jej krytyki jest niewystarczające, a czasem zwyczajnie zwodnicze, także koncentrowanie się tylko na pozytywnych aspektach zjawiska nie wyczerpuje

bogactwa podjętego tematu. W swoistej biblii przychylnego patrzenia na prosumpcję – książce *Kultura konwergencji* Henry’ego Jenkinsa¹⁴ – depresyjna perspektywa zaproponowana przez Keena ulega odwróceniu. To już nie prymitywni amatorzy zagrażają poważnym artystom i reprezentującym ich koncernom, ale globalne firmy i zapatrzone we własne ego gwiazdy krępują swobodną twórczość internautów, ścigając dzieci za niewinne pisanie opowiadań o Harrym Potterze¹⁵.

Ten wyłaniający się z możliwości oferowanych przez nowe media folklor nie jest anty-Kulturą (celowo pisaną wielką, nobilitującą literą), ale być może pierwszą autentyczną kulturą wytwarzaną i dystrybuowaną nie pomiędzy artystami i ich menedżerami, ale członkami najważniejszego, bo konsumpcyjnego ogniwa wymiany kulturalnej. Mechanizmy prosumpcji, jak marzył o tym inicjator dzisiejszego myślenia o tym zjawisku Alvin Toffler¹⁶, zwracają kulturę indywidualnym jednostkom, uwalniając ją spod kontroli sprawowanej przez chciwych biznesmenów, kryjących się – o zgrozo – pod pocziwą maską Myszkę Miki. Mamy zatem do czynienia nie z fałszywą emancypacją konsumentów, ale faktyczną jej odmianą.

Prawda o prosumpcji jest jednak zupełnie inna, niż chcą przedstawiciele obydwu podejść zaprezentowanych w tym tekście. Znaczące naukowo mówienie o prosumpcji musi przewyżczać ten swoisty apokaliptyczno-emancypujący

¹⁴ H. Jenkins, *Kultura konwergencji: zderzenie starych i nowych mediów*, przeł. M. Bernatowicz, M. Filiciak, Warszawa: WAiP 2006.

¹⁵ Zob. H. Jenkins, S. Ford, J. Green, *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture*, New York: New York University Press 2013.

¹⁶ Zob. A. Toffler, *The Third Wave*, New York: Bantam Books 1980.

dualizm, umieszczając sens prosumenckich przemian w bardziej umiarkowanej i przede wszystkim mniej wartościującej perspektywie. Bo przecież ogrom zjawisk, które umieścić można pod hasłem prosumpcji, wymyka się jednoznacznym ocenom i stanowi w takim samym stopniu przykład korporacyjnego wyzysku, jak i fanowskiej zabawy. Właśnie dlatego konieczne jest wykształcenie swoistej trzeciej drogi w badaniach prosumpcji. Obranie owej drogi polegałoby na zwracaniu uwagi zarówno na argumenty zwolenników podejścia apokaliptycznego, jak i podejścia emancypującego. Trzeba odejść od ograniczającego ogląd okopywania się w obozie zwolenników prosumpcji czy naukowców pokazujących jej ciemne strony. Chodzi o zauważenie janusowego oblicza prosumpcji oraz badanie jej w sposób nietracący z oczu obydwu stanowisk.

Powrócić należy w tym miejscu do zaprezentowanych na początku dwóch proproumenckich przykładów. Można je opisać, posługując się zarówno językiem skrajnej krytyki, jak i nomenklaturą wyzwalającą. Któż bowiem nie zgodziłby się ze stwierdzeniem, że oferowanie konsumentom możliwości kontaktu z ich ulubionym wykonawcą w zamian za wsparcie charytatywnego przedsięwzięcia nie jest oburzającym przykładem kapitalistycznego wyzysku, a nawet oszustwa? Dodatkowo atrakcja, która ma stać się tutaj nagrodą – udział w sesji nagraniowej – ma jawnie promocyjny charakter. Nagroda służy przyszłym interesom koncernu Sony w kumulowaniu zysków związanych z rozwijaniem ich wyjątkowo lukratywnej franszyzy, jaką jest postać Spider-Mana. Można jednak na cały pomysł spojrzeć inaczej, to jest podkreślać fakt, że danie szansy spotkania uwielbianej gwiazdy jest godną podziwu strategią służącą

otwieraniu się tego, co profesjonalne, na to, co amatorskie (nawet jeśli owa szansa jest zarezerwowana wyłącznie dla mieszkańców Stanów Zjednoczonych).

Również kampanię „Hans Zimmer Wants You” opisać można w swoistocie janusowym stylu. W kakofonii utworów skrajnie nieprofesjonalnych, którymi zalani zapewne zostali pomysłodawcy akcji, zwycięży remiks przygotowany przez półprofesjonalistę. Nawet jeśli nie ma on jeszcze wstępu na salony branży muzycznej, to z racji wykształcenia, doświadczenia czy talentu posiada wszelkie predyspozycje, aby na te salony się dostać. Wielkie kłamstwo prosumpcji zakładające, że „wszyscy jesteśmy artystami”, wydaje się tutaj wyjątkowo sugestywne, ale z drugiej strony podobne strategie skłaniać mogą właśnie ów kakofoniczny margines do podjęcia wysiłku, nawet mimo że często skazanego na niepowodzenie.

Przystępując do lektury książki *Prosumpcja: między podejściem apokaliptycznym a emancypującym*, warto zatem uświadomić sobie kilka ważnych kwestii. Przede wszystkim tę, że prosumpcja jest zjawiskiem wymykającym się jednoznacznym ocenom i kwalifikacjom. Taki też ton staraliśmy się zachować w ramach książki, nie podsuwając czytelnikowi gotowego odczytania prezentowanej problematyki, ale raczej skłaniając go do samodzielnego zajęcia stanowiska w sprawie. Zwłaszcza dwa artykuły zawarte w monografii posłużyć mogą jako drogowskazy dla odczytania owej książki w kategoriach całości podkreślającej potrzebę wyjścia poza apokaliptyczno-emancypujący dualizm. Kazimierz Krzysztofek i Bartosz Mika proponują dwa spojrzenia na tematykę prosumpcji, w pewnym sensie kontynuujące zarysowany wcześniej podział. „Optymistą”

jest Krzysztofek, dla którego nastanie ery prosumenciej, to znaczy dwukierunkowej i niwelującej dychotomii nadawca – odbiorca komunikacji, stanowi logiczne następstwo nowomediów rewolucji. Nie bez znaczenia jest tutaj zaistnienie globalnej sieci internetowej. Z kolei Mika rozpatruje całe zagadnienie z o wiele bardziej sceptycznej, ale przez to równie interesującej, perspektywy „prosumpcji jako niedoszłej rewolucji”. Nie podważając sensowności samego zjawiska, autor pyta, na ile jest ono faktyczną zmianą społeczno-ekonomiczną, a na ile stanowi jedynie marketingową nowomowę, służącą „miękkemu” kierowaniu konsumentem poprzez mamienie go iluzją samodzielności.

Posuwając się dalej w lekturze, Czytelnik rozpocząć może samodzielną rekonstrukcję prosumenckiego oblicza konkretnych fenomenów wskazanych przez autorów kolejnych opracowań. Analizując społeczności fanów gier typu RPG (Dominik Porczyński) oraz gier z serii *Wiedźmin* (Radosław Bomba, Grzegorz D. Stunża), podążając w ślad za członkami polskich miłośników skupionych wokół tematyki fantastycznej (Stanisław Krawczyk) czy też dekonstruując szczegółowe zachowania internautów (Anna Kęsicka i Sebastian Skolik), można zdecydować o charakterze prosumpcji. Dzięki otrzymaniu jasno zarysowanego materiału badawczego rozstrzygnąć można, czy prosumpcja jest faktycznie kolejnym etapem ewolucji medialno-konsumentckiej, czy raczej zwodniczym pseudozjawiskiem. Dodatkowych komplikacji dostarczają tu obserwacje Michała Michalskiego, pytającego o wzajemne uwarunkowania prosumpcji, idei państwa opiekuńczego i regulacji prawnych Unii Europejskiej. Wprowadza to kolejny, niezwykle ważny poziom dla prosumenckiej debaty.

Różnorodność refleksji i obserwacji zawartych w niniejszej monografii stanowi o kolejnej kwestii, na którą powinien przygotować się Czytelnik. Poza otwartością na niejednoznaczne wartościowanie samego zjawiska winien on ukierunkować się także na rozpatrywanie go na różnych polach badawczych, obejmujących zarówno literackie fantasy, jak i strukturę nowoczesnego państwa.

Wierzymy, że prezentowana książka – wskutek wielości zawartych w niej poglądów – będzie stanowić ważny punkt inicjujący dyskusję o obecności fenomenu prosumpcji na polskim gruncie. Jeśli bowiem jest coś bardziej szkodliwego dla prosumenckiego dyskursu poza bezzasadnymi uprzedzeniami lub zbyt daleko idącymi pochwałami, to jest to z całą pewnością ignorowanie zjawiska prosumpcji, która coraz bardziej zauważalnie przenika także polską (pop) kulturę i gospodarkę.

Bibliografia

- Andrejevic M., *The kinder, gentler gaze of Big Brother: Reality TV in the era of digital capitalism*, „New Media & Society” 2002, nr 4 (2), s. 251–270.
- Andrejevic M., *Watching Television Without Pity: The Productivity of Online Fans*, „Television & New Media” 2008, nr 9 (1), s. 24–46.
- Burgess J., Green J., *YouTube: Wideo online a kultura uczestnictwa*, przeł. T. Płudowski, Warszawa: PWN 2011.
- Hershkovitz Sh., *Masbirim Israel: Israel's PR campaign as glocalised and globalised political prosumption*, „American Behavioral Scientist” 2012, nr 56 (4), s. 511–530.
- Jenkins H., Ford S., Green J., *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture*, New York: New York University Press 2013.

- Jenkins H., *Kultura konwergencji: zderzenie starych i nowych mediów*, przeł. M. Bernatowicz, M. Filiciak, Warszawa: WAiP 2006.
- Keen A., *Digital Vertigo: How Today's Online Social Revolution Is Dividing, Diminishing, and Disorienting Us*, New York: St. Martin's Press 2012.
- Keen A., *Kult amatora: jak internet niszczy kulturę*, przeł. M. Bernatowicz, K. Topolska, Warszawa: WAiP 2007.
- Nakajima S., *Prosumption in art*, „American Behavioral Scientist” 2012, nr 56 (4), s. 550–569.
- Rettberg J. W., *Blogowanie*, przeł. M. Szczubiałka, Warszawa: PWN 2012.
- Ritzer G., Dean P., Jurgenson N., *The Coming of Age of the Prosumer*, „American Behavioral Scientist” 2012, nr 56 (4), s. 379–398.
- Ritzer G., Jurgenson N., *Production, Consumption, Prosumption: The nature of capitalism in the age of the digital 'prosumer'*, „Journal of Consumer Culture” 2010, nr 10 (1), s. 13–36.
- Simon Ph., Joel M., *The Age of the Platform: How Amazon, Apple, Facebook, and Google Have Redefined Business*, Henderson: Motion Publishing 2011.
- Siuda P. i in., *Prosumpcjonizm pop-przemysłów. Analiza polskich przedsiębiorstw z branży rozrywkowej*, Warszawa: Collegium Civitas Press 2013.
- Terranova T., *Free Labour: Producing Culture for the Digital Economy*, „Social Text” 2000, nr 18, s. 33–58.
- Teurlings J., *Media literacy and the challenges of contemporary media culture: On savvy viewers and critical apathy*, „European Journal of Cultural Studies” 2010, nr 13 (3), s. 359–373.
- Toffler A., *The Third Wave*, New York: Bantam Books 1980.



Kazimierz Krzysztofek

**Rozproszone społeczeństwo:
od wielkich centrów
wytwórczych do osobistych
przemysłów**





Wprowadzenie

„Społeczeństwo” opatruje się różnymi przymiotnikami, mającymi je dookreślić, a jednocześnie znamionować megatrendy, które nadają mu dynamiki. Problem w tym, że jeśli wyśledzi się jakiś trend, to nie wystarczy nazwać społeczeństwa tym przymiotnikiem. Nie wiadomo bowiem, jak trwały to trend, jaki kontrtrend on prowokuje, i nie wiemy też, jaka jest ich wypadkowa¹. Z perspektywy jednego badacza widać tylko „kawałek słonia”, nie wiadomo, jak wygląda „cały słoń”. Niemal każde zjawisko społeczne rodzi dialektyczne sprzeczności.

W ostatnim czasie wskazuje się na zjawiska, które trudno zbiorczo nazwać, a które dynamizują procesy społeczno-ekonomiczne w kierunku ich różnicowania się, ujawniania się mnóstwa wektorów zmian. Symptomy tych procesów w gospodarce anonsowali już pod koniec lat osiemdziesiątych Scott Lash i John Urry, określając je jako „koniec zorganizowanego kapitalizmu”². Dwie dekady później amerykański socjolog i ekonomista Jeremy Rifkin

¹ Zob. E. Morin, *Comment sortir du XXème siècle*, Paris: Fayard 1981.

² S. Lash, J. Urry, *The End of Organized Capitalism*, Oxford: Blackwell 1987.

nazywa je *distributed capitalism*³. Chodzi o kompleksyfikację, dezorganizację, chaotyzację, co można by zbiorczo nazwać „rozproszonym kapitalizmem”, tyle że nie wiadomo, czym jest dzisiaj kapitalizm, dlatego bezpieczniej jest mówić o „rozproszonym społeczeństwie”.

Obecnie proces ten wiąże się z trzecią rewolucją przemysłową (TRP). Sformułowanie to znalazło się w 2007 roku w oficjalnych dokumentach Unii Europejskiej, a od 2011 także ONZ (UNIDO). Rząd niemiecki w ramach programu *Energiewende* (zwrot energetyczny) przyjął TRP jako długofalową strategię rozwoju kraju. Zwraca uwagę fakt, że mowa jest o rewolucji przemysłowej, a nie poprzemysłowej.

Pierwsza rewolucja to epoka pary i węgla jako głównych źródeł energii. Druga zaczęła się dzięki zapoczątkowaniu na szeroką skalę wykorzystywania paliw płynnych do napędzania silników spalinowych. Obie rewolucje to zwielokrotnienie, przede wszystkim dzięki elektryczności, potencjału energetycznego człowieka, który w ten sposób radykalnie zwiększał skalę przetwarzania materii, aby nakarmić, odziać i dać schronienie rosnącej liczbie ludności.

Trzecią rewolucję znamionuje użytkowanie już w skali masowej technologii cyfrowych i internetu. Ta rewolucja zwielokrotniła potencjał informacyjny człowieka. Tak jak potencjał przemysłowy był konieczny do wzrostu przetwarzania przyrody, tak potencjał informacyjny stał się niezbędny do przetwarzania olbrzymiej masy danych i informacji, do czego nie wystarczał już mózg w jego funkcji

³ Zob. J. Rifkin, *The Third Industrial Revolution: How Lateral Power Is Transforming Energy, the Economy, and the World*, New York: Palgrave Macmillan 2011.

procesorycznej, kalkulacyjnej i pamięciowej. Potrzebna była „inteligencja pomocnicza”.

Istotą pierwszych dwu rewolucji była koncentracja produkcji, powstawanie wielkich molochów przemysłowych, do czego przyczyniła się automatyzacja produkcji związana z taśmą Taylora/Forda i ekonomią skali, co doprowadziło do umasowienia wytwórczości, a następnie konsumpcji. Ta logika umasowienia objęła wszystkie sfery życia i produkcji, z kulturą włącznie, która stała się masowa za przyczyną umasawiających ją mediów, przemysłów kultury, rozrywki i popularnej wiedzy. Również tu powstawały wielkie centra-molochy docierające z tymi samymi jednokierunkowymi przekazami do wielomilionowych audytoriów i widowni. Industrialna gigantomania doskwierała wielu ludziom marzącym o ekonomii ludzkiej skali. Ernst Friedrich Schumacher umieścił w tytule swej znanej książki z lat siedemdziesiątych trzy słowa: „małe jest piękne”. Przesłanie było czytelne: człowiek jest fizycznie mały i artefakty, jakie tworzy (zakłady produkcyjne, organizacje i in.), powinny być też na jego małą skalę. Wtedy to była jednak utopia: system przemysłowy był zaprogramowany i zaprojektowany na wielkie centra wytwórcze. Zmniejszenie skali nie było możliwe, mogłoby bowiem oznaczać niemożność zaspokojenia potrzeb egzystencjalnych miliardów ludzi.

Trzecia rewolucja przemysłowa rozgrywa się na naszych oczach. Nie jest to już prognoza, lecz stwierdzenie tendencji rozwojowej. Nie spekuluje się, czy nadejdzie, lecz rozważa się, w jakim kierunku ewoluuje. To bowiem, że postępuje i określa ramy naszego życia indywidualnego i zbiorowego, jest już faktem. Jest to społeczeństwo najbardziej

w historii nasycone techniką i zależne od niej. Zapowiada dalece zautomatyzowaną i zrobotyzowaną produkcję, co stanowi zagrożenie dla pracy żywej. Palmę pierwszeństwa przejmie „praca martwa” – praca maszyn, w której będzie zmaterializowana ludzka inteligencja. Maszyny będą wypychać ludzi w coraz wyższe rewiry intelektualne. Potrzebni będą „mądrzejsi” od nich, ale ilu ludzi będzie na to stać? W tej kwestii trwa spór o to, czy rzeczywiście technologie cyfrowe to *jobkiller*, jak twierdzą jedni, czy *jobenabler*, jak chcą inni. Jest to temat do odrębnego namysłu.

Chodzi w każdym razie o minimalizację ryzyka, jakie pod tym względem niesie IT. Szansy upatruje się w rozproszeniu pracy materialnej i niematerialnej, czyli przeniesieniu logiki internetu na wszystkie sfery wytwórczości, a także jej personalizacji. Będzie to możliwe dzięki temu, że technologie informacyjne odwracają kierunek rozwoju oparty na umasowieniu produkcji, konsumpcji, społeczeństwa w ogóle, naprowadzając cywilizację na inną trajektorię, którą jest odmasowienie. Nowa infrastruktura techniczna w epoce komputera i sieci pozwoliła na rozproszone tworzenie i obieg informacji rozumianej tu szeroko jako zawartość symboliczna sieci.

Przyjrzyjmy się kulturze: kasta wielkich wytwórców nie ma już monopolu; nastąpiło rozproszenie produkcji, dystrybucji i konsumpcji treści. Tak jak społeczeństwo przemysłowe powołało do życia masowego odbiorcę, tak społeczeństwo sieciowe powołuje masowego odbiorcę i wytwórcę „w jednym”. Konsumpcja symboli przez „konsumtariat” jest jednocześnie ich namnażaniem⁴. W tej re-

⁴ Zob. A. Bard, J. Söderqvist, *Netokracja: Nowa elita władzy i życie po kapitalizmie*, przeł. P. Cypryański, Warszawa: WAiP 2006.

wolucji chodzi już nie tyle (czy nie tylko) o dostęp, ile o narzędzia do tworzenia zawartości, zredukowanie niemal do zera bariery publikowania, która istniała we wszystkich poprzednich epokach. Tę barierę stanowiły koszty drukarni, wydawnictw, maszyn rotacyjnych, studiów radiowych, telewizyjnych oraz związanych z nimi licencji. Komputer podłączony do sieci te bariery eliminuje. Na razie żyjemy w okresie zalewu tej zawartości, co francuski filozof sieci Pierre Lévy nazywa „drugim potopem”.

Nowy cykl?

Mamy do czynienia z jakimś nowym cyklem kultury jeszcze trudnym do zdefiniowania, ale nawiązującym do najwcześniejszych epok w kulturze. Przez większość swych dziejów ludzie sami produkowali kulturę dla siebie. Tak jak to było w społecznościach przednowoczesnych, przedprzemysłowych, których kultura popularna wyrażała z ich doświadczenia, pracy, lęków, mitów, legend, wierzeń tworzonych na własny użytek. Była to swoista prosumpcja, by użyć terminu upowszechnionego przez Alvina Tofflera. W sieci zacierają się role między nadawcą a odbiorcą; każdy może być jednym i drugim, co nazwano *sendceivingiem* (*sending & receiving*).

Można by to określić samozaopatrzeniem ludycznym i poznawczym. Dzisiejsze technologie pozwalają na powrót do czasów spontanicznej komunikacji, jej swoistej rearchaizacji, wtórnej oralności. Miliardy SMS-ów, MMS-ów, tweetów, e-maili, dziesiątki tysięcy grup dyskusyjnych, blogów itp. każą wierzyć w to, że rodzi się jakaś postać inteligencji kolektywnej. Powstają nowe kultury,

których badanie wymaga nowej antropologii. Kultura przepływa w sieciach i z pewnością jest bardziej ulotna niż ta w „galaktyce Gutenberga”, choć pozostawia ślady elektroniczne. Jest to na powrót kultura rozmowy, skrótowa, rozproszona, niedbała, bez kanonu. Jest to raczej kultura działania społecznego niż instytucji. Energia społeczna przepływa z instytucji do sieci. Jürgen Habermas, który rozwinął teorię działania komunikacyjnego, powiada, iż rodzi się nowa wspólnota komunikacyjna. Intersubiektywność, kolektywna inteligencja prowadzi do wzajemnego porozumienia jednostek bez przymusu. Taka kultura tworzy nowe tożsamości i redefiniuje pojmowanie obywatelstwa. Ile nieznanych kultur regionalnych, lokalnych, etnicznych, ile nowych fenomenów kulturowych mogło zaistnieć dzięki internetowi?

Chris Anderson wprowadził do obiegu pojęcie „długiego ogona”. Definiując go najkrócej, oznacza on model biznesowy, który polega na sprzedawaniu mniejszej liczby produktów w długich, masowych seriach, ale za to więcej asortymentów i w sumie więcej produktów (*less of more*). Taką strategię stosują sieciowe tuzy, jak Amazon, ale także mniejsi twórcy i wytwórcy działający w niszach i dzięki sieciom utrzymujący się na powierzchni bez obawy, że zostaną wchłonięci przez moźnych, co było normą w czasach przemysłowej koncentracji produkcji. „Długi ogon” jest podstawą nowej ekonomii, nazywanej gospodarką 2.0 czy gospodarką sieciową. „Długi ogon” wymaga więcej pracy niematerialnej, koncepcyjnej, innowacyjności, aby trafić w potrzeby użytkowników, zidentyfikować potencjalnych nabywców, wymyślić nowe asortymenty.

Don Tapscott i Anthony Williams nazwali tę gospodarkę wikinomią⁵, w nowszej pracy – makrowikinomią⁶, zaś Yochai Benkler, autor *Bogactwa sieci*⁷, tytułem swojej książki nawiązuje do *Bogactwa narodów* Adama Smitha, nie ukrywając intelektualnej aspiracji do porównywania rangi swego dzieła z dziełem pioniera klasycznej nauki o ekonomii rynkowej. Benkler nie pisze tego wprawdzie wprost, ale sugeruje, że tak jak Smith znalazł klucz do odkrycia praw rządzących gospodarką rynkową, tak on znalazł ten klucz do ekonomii politycznej w epoce sieci.

Istota (makro)wikinonii sprowadza się do tego, że nowa infrastruktura technologiczna pozwala na rozproszony obieg informacji, wiedzy, kultury itp., dzięki czemu każdy prosument może dotrzeć do każdego odbiorcy, każdy użytkownik potencjalnie do każdego współużytkownika. Od wielu lat z tej możliwości korzystają firmy handlujące w sieci; obecnie każdy użytkownik może być wytwórcą i handlowcem.

Wynika z tego, że rośnie siła indywidualnego użytkownika w sieci. Każdy może być superwzmocnioną jednostką⁸ czy netokratą⁹, dysponuje bowiem narzędziem-hipermedium, dzięki któremu może „zrobić różnicę” na plus i na minus.

⁵ Zob. D. Tapscott, D. A. Williams, *Wikinomia. O globalnej współpracy, która zmienia wszystko*, przeł. P. Cypryański, Warszawa: WAiP 2008.

⁶ Zob. tychże, *Makrowikinomia: Reset świata i biznesu*, przeł. D. Bakalarz, Warszawa: Studia Emka 2011.

⁷ Zob. Y. Benkler, *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*, Yale: Yale University Press 2006.

⁸ Zob. M. Castells, *Spółeczeństwo sieci*, przeł. M. Marody i in., Warszawa: PWN 2006; L. T. Friedman, *Świat jest płaski: krótka historia XXI wieku*, przeł. T. Hornowski, Poznań: Rebis 2006.

⁹ Zob. A. Bard, J. Söderqvist, dz. cyt.

Przykładów można podać bez liku¹⁰. W poprzedniej epoce monopol na posiadanie zaawansowanych technologii, aparatu wytwórczego miały firmy i służby publiczne. Przyjrzyjmy się, jaką drogę przeszedł komputer: od funkcji arytmometra, sortera, tabulatora, kalkulatora, maszyny do pisania itp. aż po hipermedium — potężne narzędzie codziennej produkcji zawartości, które występuje w bardzo wielu wcieleniach (komputer domowy czy przenośny, tablet, smartfon, PDA i inne). Bruce Sterling z braku lepszego określenia nazwał je *gizmo* („ustrojstwo”), z którego każdy może zrobić własny użytek, wykreować swój niepowtarzalny świat, przepuścić je przez swój filtr mentalny i kulturowy, tworzyć własne reprezentacje, za pomocą których jednostki organizują otaczający je świat i nadają mu znaczenia; słowem: może spersonalizować narzędzie, co nie było możliwe w epoce maszyn, które algorytmizowały ich użycie.

Aby być superwzmocnioną jednostką, trzeba mieć ku temu predyspozycje, ale też pracować nad kompetencjami i umiejętnościami na poziomie strategicznym, to znaczy takim, który pozwala na stworzenie refleksyjnego projektu życiowego, a także pomysłu na własny start-up. Najnowsza historia internetu zna tysiące przykładów udanego brania spraw we własne ręce przez młodych ludzi, często nastolatków, którzy zakładają firmy w internecie i osiągają spektakularne sukcesy, a także duże pieniądze. Skłania to niektórych ekonomistów

¹⁰ Interesującym przykładem jest casus Amerykanki Kristen Christian, której wpis na Facebooku z września 2011 r., krytykujący zachłanność jednego z amerykańskich banków komercyjnych, narzucającego dodatkowe opłaty za prowadzenie konta, wywołał efekty w skali globalnej. W ciągu kilku tygodni ponad pół miliona Amerykanów, zainspirowanych wpisem Christian, wycofało oszczędności z banku, przenosząc je do bardziej przyjaznych unii kredytowych, co wpłynęło na zmianę strategii inkryminowanego banku.

do przeświadczenia, że z zatrudnieniem młodych wykształconych ludzi nie poradzą sobie rządy, nie ma też co liczyć na korporacje, bowiem struktura społeczna musi się dostosować do rynku, a nie odwrotnie; młodzi ludzie muszą być samodzielnymi i nie powinni „oburzać się” na śmieciowe umowy w pracy ani okupować placów publicznych, lecz sami kreować zasoby pracy, znajdując nisze na rynkach, w których można się uplasować z własnym start-upem¹¹.

Przede wszystkim muszą trafiać w potrzeby ludzi, rośnie bowiem waga innowacji w zakresie nauk o człowieku i społeczeństwie i związanych z tym technologii kulturowych. Kluczowa staje się umiejętność badania coraz bardziej zaawansowanych innowacji technologicznych pod kątem potrzeb konkretnych jednostek, społeczności, grup społecznych, kultur i różnych innych zbiorowości. W dzisiejszym społeczeństwie tworzenie bogactwa i miejsc pracy bazuje na innowacjach i nowych ideach, na naukach społecznych i nauce o organizacji, sztuce, nowych procesach biznesowych, trafianiu w potrzeby konsumentów związane z produkcją niszową, specjalistycznymi produktami i usługami nastawionymi na jakość życia, atrakcyjny design, odwoływanie się do indywidualnych gustów.

Wiele firm urosło w siłę nie dlatego, że dokonały odkryć w fizyce, biologii molekularnej, biomedycynie czy chemii, lecz dzięki innowacyjności ludzkiej pracy i praktyk organizacyjnych przeprowadzanych w radykalnie nowy sposób. Do stworzenia potężnych innowacji techno-kulturowych w sieci¹²:

¹¹ Zob. L. Gratton, *Future of Work*, „Business Strategy Review” 2010, nr Q3.

¹² C. T. Hill, *Scientific and Technology Information for Congress: Isn't Wikipedia Enough?*, „Journal of the Washington Academy of Sciences” 2009, vol. 95, nr 3, s. 59–66.

Google, YouTube, E-Bay, Facebook i wielu innych nie trzeba było inwestować w badania podstawowe. Dwaj studenci o relatywnie niewielkiej wiedzy matematycznej stworzyli potężny algorytm PageRank Google wart w szczytowym okresie 150 miliardów dolarów. Wystarczyła im wiedza logiczno-matematyczna na poziomie magisterskim (*Master of Science*). Radykalnie obniża się wiek wynalazców w zakresie technologii sieciowych. Innowacje są coraz częściej dziełem bardzo młodych ludzi – „dzieciaków-sieciaków”. Dlatego tak ważny jest dostęp do wiedzy młodocianych innowatorów, którzy nie mają środków, aby nabyć wartościową wiedzę. Liczy się nie tyle specjalizacja, co integracja: synteza, design, wyobraźnia. To są „silniki tworzenia” – *Engines of Creation*, by użyć określenia Erica Drexlera z jego znanej książki o nanotechnologii. Nabiera ekonomicznej i kulturowej wagi nurt w naukach społecznych i humanistycznych nazywany psychologią, socjologią i antropologią kreatywności.

Użytkownicy kreują własną przestrzeń autoregulacji. Stało się to możliwe dzięki upowszechnieniu smartfonów i innych urządzeń mobilnych. Użytkownik ma kontrolę nad ofertą handlową, wie, kto i za ile oferuje dany towar – wystarczy zeskanować kod kreskowy i umieścić go na porównywarce cen. Przed epoką telefonii mobilnej można było „wcisnąć ciemnotę” producentom gdzieś w interiorach, ponieważ z powodu braku łączności nie byli obeznani z cenami na rynku. Dziś każdy w tych interiorach ma komórkę i może się szybko zorientować w realiach cenowych¹³.

¹³ Ciekawą i wielce wymowną ilustracją ekonomicznego *empowerment* za pośrednictwem IT jest handel liśćmi tytoniu w internecie. To z jednej strony przykład na to, jak technologia wyprzedza prawo, z drugiej zaś, jak to prawo można ominąć. Dealerzy unikają handlu wyrobami tytoniowymi, który jest nielegalny bez licencji, i handlują właśnie liśćmi, co jest legalne, podobnie jak

Odchodzi do lamusa to, co nazywaliśmy *digital divide*, czyli luka cyfrowa dzieląca bogate, wykształcone i biedne, zapóźnione cywilizacyjnie społeczeństwa o wysokim odsetku analfabetów, w tym analfabetów komputerowych i internetowych. Dziś w biednych krajach nie ma już analfabetyzmu cyfrowego, posiadanie lub nieposiadanie telefonu mobilnego nie jest oznaką zamożności bądź ubóstwa, „dzieciaki-sieciaki” mają kompetencje techniczne nie mniejsze niż ich rówieśnicy w krajach centrum¹⁴. Badania w New Delhi sprzed dziewięciu lat pokazują, że sieci lokalne zawiązywane przez młodych ludzi pozwalają uniknąć degradacji skupisk podmiejskich – syndromu kalkutyżacji¹⁵. Suburbia New Delhi, które magistracy biurokraci i urbaniści przestrzenni uważali do niedawna za nierozwiązywalny problem slumsów stolicy Indii, nabierają dynamiki dzięki samoorganizacji ludzi wspartych internetem. „Walizkowi przedsiębiorcy” i uliczne „złote rączki” tworzą swe bieda-biznesy, często nierejestrowane, montują komputerowe zestawy sieciowe ze starych części i odpadów, budując w ten sposób miękką infrastrukturę przedmieścia. Organizują się w sieć, która aktywizuje życie ekonomiczne i społeczne, tworząc pulsującą, trochę chaotyczną lokalność, podczas gdy antyseptyczne centrum jest po godzinach pracy puste i jałowe. Jest to życie w niszy, poza przestrzenią korporacji, czas płynie tam wolniej, ale ludzie odnajdują się w aktywności, nie czekając

przetwarzanie tych liści na krajankę tytoniową, z której robi się papierosy. Bez internetu ten handel byłby znacznie utrudniony albo wręcz niemożliwy.

¹⁴ Zob. Ch. Mims, *There is no Digital Divide*, „MIT Technology Review” 2012, [online:] <http://www.technologyreview.com/view/428043/there-is-no-digital-divide/> [dostęp 2.04.2014].

¹⁵ Zob. J. Thackara, *Reflection On Doors 8 In New Delhi*, 2005, [online:] <http://doors8delhi.doorsofperception.com> [dostęp 2.04.2014].

biernie na to, że ktoś odmieni ich egzystencję. Na drugim krańcu globu w centrach biznesowych metropolii mamy do czynienia z odwrotnym procesem: po 11 września panujący tam wielokulturowy żywioł ustępuje miejsca uporządkowanej przestrzeni zasiedlonej przez nowych aktorów: drogie sklepy i biura wielkich firm. Przez większą część doby nic się nie dzieje w śródmieściach.

Luka cyfrowa dotyka zatem nie tyle biedniejszych, ile starszych, liczy się czynnik pokoleniowy i odnosi się to nie tyle do świata, co do poszczególnych społeczeństw, nawet zamożnych. „Tubylcy sieciowi” (młodsza część populacji), jak ich nazywa Marc Prensky, są bardziej odporni na manipulację za pośrednictwem nowych technologii niż „imiigranci do sieci”, czyli starsi użytkownicy (pokazuje to np. struktura wiekowa „naciągniętych” przez Amber Gold).

Dotychczas rozproszenie kapitalistycznej gospodarki widać było w tworzeniu i dystrybucji danych, informacji czy kultury. Tu wielcy gracze – „głowa”, by znowu nawiązać do Andersona – mieli się dobrze, ale „długi ogon” jeszcze bardziej się wydłuża. Na przykład Google ma nadal dominującą pozycję na rynku wyszukiwarek, ale coraz bardziej funkcję *searchengines* pełnią serwisy społecznościowe, jak Facebook czy Twitter, na których „znajomi” i „przyjaciele” świadczą sobie usługi w tym zakresie, sami zaopatrują się w informacje, zastępując tym profesjonalne wyszukiwarki.

Web 2.0 przetarł szlaki ku rozproszonemu społeczeństwu. Powołał do życia kulturę 2.0, naukę 2.0, medycynę 2.0 itp. Centra kultury i wiedzy przestały być tylko „katedrami” – by użyć metafory Erica Raymonda¹⁶ – czyli naznaczonymi

¹⁶ Zob. E. S. Raymond, *The Cathedral and the Bazaar: Musing on Linux and Open Source by an Accidental Revolutionary*, New York: O'Reilly Media 2001.

instytucjonalną powagą i namaszczonej przez wielowiekową tradycję depozytariuszami informacji, wiedzy i kultury. Stały się po części „bazarem”, gdzie można wszystko dostać i gdzie tworzenie i udostępnianie treści dokonuje się w otwartym modelu, pozwalającym na swobodne korzystanie z kultury i wiedzy przez wszystkich niezależnie od statusu, modyfikowanie treści, indywidualną dystrybucję zawartości.

Rozproszona produkcja to przede wszystkim praca niematerialna, której efekty łatwo transferować przez sieci. W skomputeryzowanym i usieciowionym społeczeństwie taką pracę wykonują wszyscy użytkownicy stanowiący „załogę” społecznej fabryki, w której ludzie nie są „dostawianii do maszyn”, jak w klasycznej fabryce.

Ta logika rozproszonej pracy w myśl założeń trzeciej rewolucji przemysłowej powinna się przenieść na inne sfery wytwórczości, poza sferę przetwarzania symboli, przede wszystkim produkcję energii, której spożycie wraz z rosnącą technologizacją pracy i życia systematycznie rośnie. Choć przy tym wytwarza się coraz bardziej oszczędne pod względem zużycia energii narzędzia, to jednak odbiorników prądu z sieci, baterii czy akumulatorów ciągle przybywa; w każdym gospodarstwie domowym jest ich już co najmniej kilkadziesiąt. Z jednej strony nakaz oszczędzania, odzyskiwanie każdego grama pierwiastka z recyklingu, inteligentny dom z e-licznikiem elektrycznym integrującym dane o kosztach eksploatacji mediów w organizacjach i gospodarstwach domowych oraz umożliwiający ich optymalizację, z drugiej zaś rosnąca liczba energożernych urządzeń.

Optymiści są przekonani o dobroczynnych skutkach technologii informacyjnych dla zrównoważonego

rozwoju¹⁷. Ich zdaniem w relatywnie niedługim czasie wynalazki (m.in. nanotechnologie) pozwolą na zastosowanie nowych sposobów przechowywania informacji i energii w małych przestrzeniach. Umożliwi to ograniczenie konsumpcji energii, surowców i wody i przyniesie pozytywne skutki dla środowiska naturalnego. Postęp techniczny pozwoli zwiększyć wydajność przetwarzania surowców, napędów, aerodynamiki, struktur, paliw, silników i systemów. Nowe technologie istotnie na plus zmienią reżymy produkcji dóbr materialnych. Dzięki temu będziemy zużywać o wiele mniej energii na jednostkę, lepiej zarządzać zasobami wody pitnej, odpadami i emisją zanieczyszczeń. Rezultatem tego będzie amelioracja właściwości produktów spożywczych, mieszkań, ubrań, pojazdów, sprzętu domowego i osobistego mobilnego ekwipunku informacyjnego (szybki bezprzewodowy internet, telefony komórkowe nowej generacji itd.). Technologie umożliwią jednostkom i organizacjom nadzorowanie i regulowanie własnych zużyć energii, wody, surowców; pozwolą także na nadzór nad gromadzonymi zasobami.

Zdaniem innych autorów to podejście jest zbyt optymistyczne, energii może zabraknąć. „Wykidajło może wyłączyć prąd w środku dnia”, jak powiada poetka w znanej piosence. Bez prądu z sieci, baterii i innych zasilaczy nie ma internetu, kreatywności, innowacji czy komunikacji. Nie ma pracy niematerialnej bez materialnego prądu. Dlatego imperatywem staje się rozproszona produkcja prądu, czyli przeniesienie logiki sieci na tę sferę. Istotą TRP mają być elektroenergetyczne sieci gridowe, dzięki którym każdy,

¹⁷ Zob. J. Attali, *Une breve histoire de l'avenir*, Paris: Fayard 2007.

kto ma ku temu możliwości, może przez nie przesyłać wytworzony przez siebie „energetyczny kontent”, w każdej chwili powinien go móc wysłać do sieci i pobierać, jeśli go potrzebuje. Analogicznie do długiego ogona tworzenia wartości w sieci miałyby to być „długi ogon energii”.

Sieci gridowe to logiczna konsekwencja usieciowienia jako nowego systemu socjotechnicznego. Warto tu przybliżyć rozumienie tego systemu przez Erharda Schütza¹⁸. Pojmuje on technikę jako fuzję technicznych układów rzeczowych oraz ich powiązań w działaniach społecznych. Jesteśmy obecnie w czwartej fazie rozwoju tego systemu. Pierwsza faza to greckie τέχνη, czyli sfera działania ludzkiego, rozwiązywania problemów dzięki zdobytej wiedzy, umiejętnościom, znajomości reguł, osiągnięciu mistrzostwa w danej dziedzinie, przy użyciu dostępnych narzędzi lub konstruowaniu własnych. Faza druga to naśladowanie lub reprodukcja procesów naturalnych dzięki znajomości praw przyrody (odrodzenie i wczesne czasy nowożytne). Trzecia faza to maszyny, para, elektryczność, silnik spalinowy, fabryka, taśma produkcyjna, przetwarzanie przyrody na wielką skalę, dzięki zaangażowaniu wielkich energii (wiek XIX i pierwsza połowa XX wieku). Obecna, czwarta faza, to kompleksowe łączenie technologii w sieci, co tworzy nową infrastrukturę cywilizacyjną. Najpierw dotyczyło to technologii analogowych, a w ostatnich dekadach – cyfrowych.

Sieci międzyludzkie pojawiły się, gdy ludzie po raz pierwszy zaczęli się wymieniać dobrami na skrzyżowaniach dróg, wydeptali pierwsze ścieżki i drogi, potem

¹⁸ Zob. E. Schütz, *Wprowadzenie*, w: *Kultura techniki: Studia i szkice*, red. E. Schütz, przeł. I. Sellmer, S. Sellmer, Poznań: Wydawnictwo Poznańskie 2001.

zbudowali koleje, wyruszyli na morskie i podniebne szlaki. Niesieciowe „wygódki”, lampy naftowe, studnie, które nie były „terminalami”, zostały zastąpione odpowiednio przez sieciowe spłuczki klozetowe, żarówki, wodociągi. Tak jak nie potrzeba mieć własnej elektrowni w domu, żeby mieć prąd, ani własnego ujęcia, żeby mieć dostęp do wody, tak nie potrzeba już dysponować własnymi cyfrowymi środkami produkcji (*software*), aby przetwarzać dane i tworzyć nowe treści w sieci. Można korzystać z zasobów w chmurze danych (jak to już od dawna ma miejsce w przypadku GPS czy Gmail). W ten sposób wkroczyliśmy w epokę, w której skazani jesteśmy na stałe przebywanie „w chmurze”, co znakomicie promuje i ułatwia pracę rozproszoną.

Żyjemy w świecie sieciowych terminali, aż wreszcie przez przedłużenia sami się tymi terminalami stajemy. I oto pojawia się technologia, która potencjalnie może usieciować wszystko, podłączyć każdy przedmiot. Internet przestanie być internetem ludzkich aktorów, stanie się – dzięki technologii RFID – także internetem rzeczy: *thing-sthatthink*. Jak się szacuje, obecnie podłączonych do sieci jest ponad 35 miliardów urządzeń, a w ciągu najbliższych lat liczba ta może sięgnąć 1 biliona, a wtedy proporcje urządzeń w sieci do ludzi żyjących na planecie będą się kształtować jak 12 do 1¹⁹.

Jak pisze autor książki o fenomenie Google – John Battelle, „[...] w najbliższej przyszłości wyszukiwanie opuści swoją kołyskę, sieć WWW, rozprzestrzeniając się swobodnie na wszystkiego rodzaju urządzenia [...] wyszukiwanie

¹⁹ Zob. T. Leighton, *Internet nie był zaprojektowany do obsługi video*, 2012, [online:] http://forsal.pl/artykuly/644371,leighton_internet_nie_byl_zaprojektowany_do_obsługi_video.html [dostęp 2.04.2014].

zostanie wbudowane we wszystkie istniejące urządzenia cyfrowe. Telefon, samochód, telewizor, wieża stereo, najdrobniejszy przedmiot z układem scalonym i możliwością łączenia się — wszystko będzie umożliwiało wyszukiwanie w sieci”²⁰. Rzeczywistość, w której żyjemy, to rodzący się świat skomunikowanych urządzeń tworzących nowy krwiobieg informacyjny, który można porównać do procesów informacyjnych wywoływanych przez kod DNA w naturze. To sprawia, że powiększa się pula informacji, która nie jest związana z ich przetwarzaniem i transferem w procesie żywej komunikacji interpersonalnej. Chodzi o zaszczepianie aktywnej formy informacji (software’u) do maszyn oraz materii, które dotąd były go pozbawione. To pozwala włączać coraz większą część urządzeń do sieci internetowej, co poszerza skalę komunikacji, w tym na komunikację M2M (*machine-to-machine*). Międzyludzka „komunikacja żywego planu” staje się relatywnie coraz mniejszym wycinkiem całego ruchu sieciowego.

Rośnie wrażliwość ludzi na technologie. Była ona silna już w epoce elektryczności „siłowej”, napędzającej wszelkiego rodzaju silniki, roboty kuchenne, generatory ciepła, światła itp.²¹ To była faza analogowa. Uczeń i kontynuator McLuhana Derrick de Kerckhove²²

²⁰ J. Batelle, *Szukaj: Jak Google i konkurencja wywołali rewolucję biznesową i kulturową*, przeł. M. Baranowski, Warszawa: PWN 2006.

²¹ Co do tego ostatniego można się spierać: dzięki niemu czas czuwania przeznaczony na zajęcia intelektualne, np. czytanie, znacznie się wydłużył. Z tego punktu widzenia „niesieciowa” lampa naftowa odegrała podobną rolę, choć na mniejszą skalę. To był polski skromny wkład w społeczeństwo informacyjne.

²² D. de Kerckhove, *Przeciw architekturze*, w: *Kody McLuhana: topografia nowych mediów*, red. M. Derda-Nowakowski, A. Maj, Katowice: Wydawnictwo Naukowe ExMachina 2009.

powiada, że wkroczyliśmy już w fazę elektryczności kognitywnej, której efektem jest intensyfikacja usieciowienia. Zaczęliśmy żyć w świecie sieciowych terminali, aż wreszcie przez przedłużenia sami się tymi terminalami staliśmy. Kryterium zaawansowania cywilizacyjnego został wskaźnik korzystania z technologii kognitywnych, w tym komunikacyjnych.

Osobiste przemysły

Praca materialna (o niematerialnej za chwilę) jest grą między wytwórcą z jednej strony a materią, energią i informacją z drugiej. Informacja jest niezbędnym elementem kontroli procesu wytwórczego, określa kształt, estetykę, przeznaczenie i funkcje wyrobu. W epoce analogowej informacja to – by użyć metafory – „software w mózgu”, produkt istniał w nim wirtualnie, zanim przyobekł się w realny kształt, jak drzewo czy żywe istoty w programie DNA zawartym w nasionach i nasieniu. Rzemieślnik stając przed zadaniem wytworzenia produktu, prefigurował go w głowie.

Można powiedzieć, że każda praca z materią wymagała intelektualnej prekognicji i prekoncepcji. W epoce maszyn tę prefigurację przekazywano im w postaci algorytmów, które „klonowały” kopie produktu. Zaprojektowanie modelu Forda T i produkującej go fabryki wymagało owej intelektualnej prefiguracji, czyli software’u w głowie. Im bardziej zaawansowana technicznie maszyna, tym bardziej skomplikowany musiał być algorytm. Wszystko to dokonywało się w trybie analogowym.

I oto następuje zwrot cyfrowy. Komputer jest pierwszą maszyną cyfrową, która jednak działa w otoczeniu

analogowym. Jeszcze przez wiele lat analogowa jest na przykład cała komunikacja telefoniczna, dzięki której doszło do powstania sieci komputerowej. Dociekając istotnych różnic między tym, co analogowe, a tym, co cyfrowe, można ułożyć dwa długie szeregi ukazujące przejście od jednego stanu do drugiego i zastanawiać się nad tym, jaka jest dynamika tego przejścia, co się dygitalizuje najszybciej, a co wolniej, co będzie tylko w postaci cyfrowej, a co w obu postaciach, i wreszcie co na pewno musi pozostać tylko analogowe.

Cyfryzacja to na nowo zakodowane społeczeństwo, ekonomia, kultura, polityka, nauka itp. Wskaźnikami nowych form życia codziennego są zmiany w sferze języka potocznego: chatowanie, SMS- i MMS-owanie, blogowanie, tweetowanie, surfowanie, cyberrandkowanie itp. To sygnały zmian w życiu codziennym. Można więc powiedzieć, że rodzi się nowy ekosystem. „Eko” odnosi się zazwyczaj do środowiska przyrodniczego, co zawęża jego pierwotne znaczenie. Tymczasem etymologia tego słowa każe je rozumieć o wiele szerzej jako środowisko życia, bo greckie *oikos* oznacza dom w sensie symbolicznym, miejsce, w którym żyje najmniejsza wspólnota ludzka, a *oikumene* to wspólnota w sensie szerszym. „Eko” to wszystko naraz: przestrzeń i ludzie ze swymi kulturami, którzy ją wypełniają. W ekosystemie cyfrowym żyje coraz więcej organizmów ekonomicznych, społecznych i kulturowych. Facebook, smartfony itp. to nowe środowisko naturalne, coraz mniej zauważalne, jak powietrze, którego nie widzimy, a bez którego nie da się żyć. W ekosystemie cyfrowym lokujemy własne zasoby i korzystamy z zasobów lokowanych tam przez innych. Smartfon wyrasta na centrum osobistego ekosystemu, w którym są przetwarzane i analizowane cyfrowe dane z sensorów rejestrowane i transmitowane przez różnego rodzaju

opaski, okulary i inne urządzenia biometryczne, a wnioski na bieżąco są dostarczane użytkownikowi komórki.

Nie jesteśmy jeszcze w stanie ogarnąć myśla, co oznacza to wchłanianie rzeczywistości cyfrowej przez społeczeństwo, gospodarkę i kulturę. Przede wszystkim stwarza to niesamowite możliwości eksperymentowania, społecznego tworzenia rzeczywistości. Jest to forma rozpowszechniania wirtualnej koncepcji pieniądza, pracy i własności. Rozciągnięcie obrotu na dobra cyfrowe znakomicie poszerza zakres usług i produktów. Większość tych dóbr to jeszcze cyfrowe kopie tych, które istnieją w realnej rzeczywistości społecznej. Pojawia się jednak coraz więcej dóbr i usług, które są „urodzone w sieci”, co podwaja, a w każdym razie zwiększa ofertę rynkową.

Komunikacja wszystkiego ze wszystkim zapowiada rewolucję produktywności. Pisał już o niej Peter Drucker. Antonio Negri i Michael Hardt wiążą to z usieciowieniem wytwarzania, swoistą reakcją łańcuchową²³. Nie ma sieci, która nie byłaby powiązana z innymi przez jakiś węzeł pełniący funkcje *switcha*, co czyni z sieci układ policentryczny. W procesie wytwórczym osiągają one olbrzymią energię i akcelerację. Kontrola nad komunikacją i informacją odgrywa centralną rolę w produkcji:

- w przestrzeni przepływów dokonują się akty twórcze i wytwórcze;
- ciągi komunikacyjne stają się decydującym elementem procesu generowania wartości dodanej;

²³ Zob. M. Hardt, A. Negri, *Multitude: War and Democracy in the Age of Empire*, New York: Penguin Press 2004.

- faza surowcowa i narzędziowa oraz infokomunikacyjna są splecione w informacyjnym procesie wytwórczym jak syjamskie bliźniaczki;
- produkt/usługa oparta jest na ciągłej wymianie informacji i wiedzy między wytwórcą a rynkiem;
- wymiana informacji dokonuje się przez komputery i sieci (coraz mniej informacji nie przepływa przez nie); od szybkości tej wymiany zależy efektywność wytwarzania;
- produktywność wypływa z interaktywności sieci komunikacyjnej, która jest środowiskiem „produktousługi”;
- sieci wymuszają dekoncentrację produkcji, czynią z aparatu wytwórczego „fabrykę epistemologiczną” – fabrykę wiedzy;
- taśmę produkcyjną zastąpiła „taśma informacyjna”, która przepływy pracy zamienia w przepływy informacji; wirtualne *teamworks* to przeniesienie taśmy Taylora/Forda do cyberprzestrzeni (można więc mówić nie tyle o postfordyzmie, co fordyzmie 2.0).
- każdy produkt staje się sieciowy; tak jak wielu poddostawców dostarczało części do produktu finalnego, tak dziś wielu kooperantów sieciowych świadczy usługi przez sieć.

Technologie cyfrowe to miękkie technologie – bo tak należałoby przetłumaczyć *software* w różnych wcieleniach cyfrowych z interfejsem użytkownika na czele. Są to zarazem technologie kulturowe. Rozwój tych technologii definiowanych zbiorczym określeniem „nowe media” to przede wszystkim rozwój *software’u*/interfejsu. To bodaj największa zmiana kulturowa. Żadna praktyka społeczna

dokonująca się w cyfrowym świecie nie jest taka sama jak w świecie analogowym. Wysłanie maila jest czymś innym niż wysłanie listu na pocztę, choć cel tej czynności jest ten sam – akt komunikacji. Rośnie liczba działań i zdarzeń społecznych, które są *Webnative* – mają postać wyłącznie cyfrową. Bez cyberprzestrzeni by ich po prostu nie było i to jest ta wartość dodana technologii kulturowych. Transformują one całą współczesną kulturę – kodują ją na nowo, a także inne sfery – ekonomię, naukę oraz w coraz większym stopniu także politykę i administrację, w tym bezpieczeństwo i obronność. Słowem: software pozwala na stworzenie bardziej wydajnej kultury i bardziej wydajnego społeczeństwa. Software staje się powszechnym, dostępnym każdemu technologicznym elementem codziennej rzeczywistości, a także istotnym elementem regulacji społecznej, podstawą nowej ekonomii, statusu jednostki w społeczeństwie, nowych form innowacyjności i twórczości. Komunikowanie się zapośredniczone przezeń zyskuje rangę zwyczajnie kulturowanej na co dzień praktyki społecznej. Jeszcze mało wiemy, co się dzieje ze społeczeństwem, w którym styczności fizyczne są zastępowane czy choćby tylko uzupełniane przez te wirtualizowane²⁴.

Znaleźliśmy się we władzy software'u. „Software Takes Command” – wyrokuje Lev Manowich w swej najnowszej książce²⁵. Coraz powszechniejsze jego użycie powoduje eksplozję śladów cyfrowych, co skutkuje rozwojem analityki cyfrowej. Lawinowy wzrost danych pozwala na coraz

²⁴ Zob. K. Krzysztofek, *Świat w wersji hiper: od hipermedium do hiperspołeczeństwa*, w: *Kulturowe kody technologii cyfrowych*, red. P. Celiński, Lublin: WSPiA 2011, s. 135–157.

²⁵ Zob. L. Manowich, *Software Take Command: Extending the Language of New Media*, New York: Bloomsbury Academic 2013.

bardziej zaawansowane modelowanie procesów, produktów i usług²⁶.

Analogowość 2.0, czyli reanalogizacja wytwórczości

Przejście od analogowości do cyfrowości było pierwszym etapem procesu. Jaskółką drugiej fazy było „przełożenie” software’u na twardą kopię w postaci wydruku na materialnym nośniku (papier). To była materializacja 2D. Zamknięcie cyklu nie zatrzyma się na relacji analogowość – cyfryzacja, bo to ograniczałoby wytwórczość tylko do produkcji niematerialnej. Obecnie otwiera się cykl produkcji rozproszonej 3D, którą można nazwać reanalogizacją (rematerializacją) produkcji w tak zwanym fablabie (*fabrication laboratory*) stworzonym w wylęgarni innowacji (MIT) i upowszechniającym się wyspowo w dziesiątkach krajów od Afganistanu po Ghanę. Program cyfrowy staje się w ten sposób algorytmem, który przerabia surowiec na produkt, tak jak wcześniej robiła to analogowa maszyna. Można więc mówić o analogowości 2.0.

Z braku lepszego słowa nazwijmy to wydrukiem trójwymiarowym, czyli wytwarzaniem z programu komputerowego najróżniejszych przedmiotów: od butów, przez odzież, a w perspektywie aż po domy, a nawet druk kopii własnych organów zgodnie z programem DNA. Projekty mogą być własne lub pochodzić z biblioteki programów. To na razie praca-eksperyment, koszt zaawansowanego fablabu sięga 20 tysięcy dolarów, mogą sobie na nie pozwolić

²⁶ Zob. K. Krzysztofek, *BIG DATA SOCIETY. Technologie samozapisu i samopokazu: ku humanistyce cyfrowej*, „Kultura i Historia” 2012, nr 21.

uniwersytety czy centra badawcze. Będą one jednak sukcesywnie tanieć, jak wszystkie technologie, które na początku są przedmiotem zainteresowania i nabywania przez garstkę zamożnych *early adopters* (wczesnych użytkowników), następnie wczesną mniejszość, a na końcu przez późną większość, co oznacza, że nastąpi pełna dyfuzja, czyli każdy może mieć własny przemysł w ręku. Przyszłość to praca dla siebie – wyrokuje Daniel Pink w książce *The Free Agent Nation. The Future of Working for Yourself*²⁷.

Zaawansowane technologicznie fablabby są, jak stwierdzono, w dyspozycji firm i organizacji. Drukarnie analogowe też miały monopol na drukowanie, druk cyfrowy sprawił, że każdy ma własną drukarnię w domu. Ten cykl się powtórzy: można będzie mieć fablab w domu i produkować sobie różne rzeczy w 3D. To indywidualizacja i rozproszenie wytwarzania, a jednocześnie demokratyzacja designu, każdy może być designerem. W ten sposób, stwierdza Witold Marciszewski, nastąpi prawdziwe zakończenie ery przemysłowej; rozwój sztucznej inteligencji i nanotechnologii doprowadzi do opracowania metod samoreplikacji i samodzielnej reprodukcji dóbr materialnych. Informatyka osiągnie dominującą rolę w wytwarzaniu dochodu narodowego, z czasem dojdzie do całkowitego zastąpienia technik przemysłowych technikami informatycznymi²⁸.

Taśmę mechaniczną zastąpiła taśma cyfrowa, na której dokonują się przepływy pracy. To jest esencja trzeciej rewolucji przemysłowej, która zasadza się na idei, że wielkie

²⁷ D. Pink, *The Free Agent Nation. The Future of Working for Yourself*, New York: Warner Books 2002.

²⁸ Zob. W. Marciszewski, *Spółeczeństwo informacyjne: koniec historii*, 1999, [online:] <http://www.calculumus.org/lect/mes99-00/spin/5marc.html> [dostęp 2.04.2014].

innowacje, centra produkcji są potrzebne każdemu społeczeństwu, ale liczy się także suma małych wkładów twórczych i wytwórczych na miarę przeciętnego użytkownika. Kumulacja takich wkładów prowadzi do zaskakujących emergencji, nowej jakości w różnych dziedzinach wiedzy. To kreuje społeczeństwo rozproszone, które jest efektem synergicznym technologii cyfrowych i „pracy wielości” (*Multitude*).

Pojęcie *Multitude*, wielości (nazywanej też rzeszą/mrowiem/inteligentnym tłumem) wprowadzili do obiegu wspomniani Michael Hardt i Antonio Negri²⁹. Pracę *Multitude* określa się jako ekonomię polityczną społecznej kreatywności³⁰. Wykorzystuje się także wprowadzone do dyskursu o społeczeństwie „trzeciej fali” przez Alvina Tofflera wspomniane wcześniej pojęcie „prosumpcji” do nazwania dzisiejszego kapitalizmu „kapitalizmem prosumpcyjnym”. Prosumpcja to konsumowanie czyichś wytworów, ale także własna produkcja na użytek innych, poza rynkiem. To jest właśnie fenomen Web 2.0. Zarazem prosumpcja to praktyki współczesnego biznesu, który zachęca użytkowników (fanów, miłośników, amatorów) do pomnażania złóż kultury, informacji, wiedzy, z których biznes czerpie bez ograniczeń w celach *trendhuntingu* – wychwytywania trendów dzięki zastosowaniu odpowiednich narzędzi analitycznych (*analytical engines*), które penetrują te złoża.

Ważną tendencją w uspołecznionym internecie jest sieciowy *crowdsourcing* (ściślej: *netsourcing*). Odwoływanie

²⁹ M. Hardt, A. Negri, dz. cyt.

³⁰ Zob. L. Boltanski, *Od rzeczy do dzieła. Procesy atrybucji i nadawania wartości przedmiotom*, w: *Wieczna radość: ekonomia polityczna społecznej kreatywności*, przeł. P. M. Bartolik i in., Warszawa: Fundacja Bęc Zmiana 2012, s. 17–48.

się do aktywności i kreatywności „tłumu sieciowego” w nadziei na modyfikowanie, poprawianie, aktualizowanie produktów, zwłaszcza software’owych, przez użytkowników chroni je przed starzeniem moralnym, dzięki temu, że nie są one zamrożone w jednym finalnym kształcie, lecz stale odnawiane. Chroni także przed opóźnieniem kulturowym, które pojawia się wtedy, gdy użytkownicy nowych technologii nie mogą ich dopasowywać do swoich potrzeb, lecz sami muszą się do nich adaptować, co zwykle wymaga czasu. A poza tym wszystkim wersja beta zachęca do innowacyjności. Można zatem powiedzieć, że komunikacja online podniosła marketing produktów w wersji beta, przede wszystkim cyfrowych, do rangi zasady biznesowej. Zarazem mamy tu do czynienia ze społecznym tworzeniem nie tylko rzeczywistości, ale także technologii.

Blisko połowa produktów i usług software’owych Google’a oferowana jest w wersji beta (jednym z ostatnich wypuszczonych do testowania jest darmowy GPS). Wyłania się z tego zależność: im więcej społecznego internetu, tym większy poligon doświadczalny. Wypuszczanie produktów beta się opłaca. Z kilku powodów, przede wszystkim dlatego, że wersja beta jest niestabilna i dzięki użytkowaniu może być udoskonalona, jest więc testowana za darmo. Tu widać filozofię Google’a, który nastawia się na wytwarzanie i udostępnianie usług software’owych w sieci, dzięki czemu stanowią one poletko doświadczalne *crowdsourcingu*.

W analizie nowych trendów na czoło wysuwają się pojęcia „niematerialnej pracy”, którą w skomputeryzowanym i usieciovionym społeczeństwie wykonują wszyscy, oraz „społecznej fabryki”, a więc zjawiska, poprzez które proces produkcji został przeniesiony z tradycyjnych zakładów

wytwórczych na całe społeczeństwo. To jest propozycja nowej ekonomii politycznej, która wyjaśnia społeczną produkcję zawartości poza korporacjami i rynkiem przeważającej już nad zawartością kreowaną przez korporacyjnych aktorów czy instytucje publiczne (rządy). Tak jak zaciera się granica między czasem wolnym a pracą, tak zmianie ulega relacja między kapitałem a pracą na rzecz relacji kapitał – życie, bo życie kreuje twórczość w codziennych aktach: pamięć, wiedza, ego, kultura, seks. Życie po prostu wytwarza złoża „społecznego software’u”, z którego czerpie się „pełną myszką”, przekształcając te zasoby w kapitał³¹.

Wiąże się z tym problem, w jakim zakresie do nowej ekonomii odnoszą się prawa ekonomii rynkowej. Widzimy próbę rozciągania tych praw – ochrona własności intelektualnej, kupowanie społeczności (YouTube, My Space i innych) przez korporacje sieciowe. Serwisy społecznościowe to reprodukcja więzi, bez których rozpada się każdy system społeczny, stąd pokusa przejmowania już istniejących społeczności w celach marketingowych czy – ogólniej – biznesowych. Nie wiadomo, jaki będzie efekt, czy działają tu jakieś inne prawa wynikające ze zmiany natury własności. Widzimy zmaganie się starej ekonomii z nową, próbuje się na tę drugą rozciągnąć prawa ekonomiczne, choć nie bardzo się to udaje.

Dziś prosumpcja dokonuje się zwłaszcza w sieciach, w doskonały sposób dyskontując zarazem odwieczną ludzką potrzebę tworzenia i dzielenia się z innymi³². Eksploatując pracę wielości i czerpiąc z niej zyski, kapitalizm prosumpcyjny

³¹ M. Lazzarato, *From Capital-Labour to Capital-Life*, „Ephemera” 2004, nr 4 (3).

³² Tu częste są odwołania do Marcela Maussa kultury i ekonomii daru (*do ut des*).

żyje z tego, że inni tworzą; mają bowiem potrzebę takiego tworzenia, jak pszczoły znoszenia nektaru kwiatowego i przetwarzania go na miód. Jednocześnie nie odbiera to wielości poczucia *empowerment*, uczestnictwa, upodmiotowienia czy samorealizacji. I nie przeszkadza w tym kryzys ani „oburzeni”. To wyjaśnia powody, dla których biznes sieciowy sam podsuwa użytkownikom technologie kooperacji³³.

Marshall McLuhan mówił o mediach elektronicznych, zwłaszcza telewizji, że przekształciła świat w globalną wioskę. Wedle wielu opinii taką samą funkcję ma internet – ze swej natury prosumpcyjny, który przeobraża świat w globalną wioskę 2.0. W świetle powyższych wywodów można za całkiem prawomocny uznać pogląd, że internet to medium, które rozproszyło świat, powinniśmy więc mówić raczej o „wioskach na globie”. Wchodzimy w świat, w którym każdy powinien wytwarzać zasoby, co czyni się już w kulturze 2.0, a w przyszłości w energii itp. Nowa epoka będzie wynikiem połączenia internetu z różnymi dziedzinami – energią, kulturą, nauką czy medycyną. Logika internetu musi opanować wszystkie orientacje aktywności ludzi: ekspresywną, ludyczną, poznawczą, instrumentalną i wytwórczą.

Informacja jako kontrola nad procesami społecznymi i produkcyjnymi

Rozproszenie informacji i wytwórczości nie oznacza anarchii, istnieją coraz skuteczniejsze systemy (m.in. cała rodzina

³³ Np. udostępnia się w szerokim zakresie software ułatwiający tworzenie aplikacji dla smartfonów przez samych ich użytkowników. Służy temu oprogramowanie typu AppMakr czy ApplInventor; narzędzie, dzięki któremu nawet bez większej wiedzy informatycznej amatorzy mogą tworzyć aplikacje do urządzeń pracujących w systemie Androida.

BI), które służą integracji zasobów informacyjnych. IT daje możliwość uporządkowania na masową skalę rozproszonych zasobów informacji, tak jak techniki przemysłowe dają możliwość uporządkowania rozproszonych surowców naturalnych. Bez kontroli nad informacją nie ma także kontroli produkcji dóbr i usług. Bez tego nie byłoby nowoczesnej korporacji. W każdej z nich dzieli się pracę załogi na dziesiątki procedur rozpisanych w szczegółach. Wykonywanie zadań sprowadza się do realizacji drobiazgowych instrukcji, algorytmów. Koszty każdego działania obliczone są co do grosza.

Amerykański badacz James Beniger w książce *Control Revolution* twierdzi, że miarą cywilizacyjnego zaawansowania jest poziom kontroli procesów społecznych i ekonomicznych, co oznacza pozyskiwanie jak największej liczby danych i informacji o tych procesach, które po przetworzeniu stanowią substrat dla podejmowania optymalnych decyzji³⁴. To jest zarazem podstawa sprawnego zarządzania, którego istota sprowadza się do kontroli nad zasobami i możliwie najlepszego ich wykorzystania.

Beniger dokonał oceny rozwoju technologicznego w Stanach Zjednoczonych od początku rewolucji przemysłowej. Jego zdaniem w XIX wieku i na początku wieku XX Stany Zjednoczone były świadkiem *control crisis* z powodu deficytu informacji: organizacyjne i komunikacyjne środki kontroli nad procesami społecznymi i wytwórczymi pozostawały w tyle za wielkością, szybkością i złożonością fizycznej produkcji, wydobyciem surowców i transportem. Wkradł się chaos, który był widoczny w braku koordynacji dostaw, kłopotach w masowym transporcie, zaopatrzeniu, dystrybucji i sprzedaży

³⁴ J. Beniger, *The Control Revolution: Technological and Economic Origins of the Information Society*, Cambridge: Harvard University Press 1986.

dóbr. To się nawarstwiało aż do wielkiej depresji przełomu lat dwudziestych i trzydziestych ubiegłego wieku.

Deficyt kontroli został zażegnany dzięki pierwszej rewolucji informacyjnej i komunikacyjnej. Rewolucja ta powołała do życia nowoczesną biurokrację państwową i korporacyjną, która stała się efektywnym, w ówczesnych warunkach, systemem organizacyjnym, a jednocześnie informacyjnym, powstała nowa infrastruktura transportowa skutecznie zarządzana dzięki innowacjom telekomunikacyjnym – telegrafowi i telefonowi, powstały środki komunikacji masowej oraz rozwinęto badanie społeczeństwa pod kątem potrzeb i preferencji konsumpcyjnych, co dało impuls do stymulowania, a jednocześnie kontroli produkcji i konsumpcji przez marketing i reklamę³⁵. Powstał także rynek papierów wartościowych jako efektywny mechanizm alokacji pieniędzy. Rozstrzygające znaczenie miała jednak rewolucja w mediach i telekomunikacji. Sortery, arytmometry i tabulatory pozwoliły na akumulowanie informacji o ludziach, poczynając od ewidencji ludności. Niebagatelną rolę odegrała fotografia, dzięki której mogły powstać osobiste dowody tożsamości z podobizną posiadacza.

Zdaniem Benigera komputer zastąpił biurokrację jako najważniejszy instrument kontroli informacji w drugiej połowie XX wieku. Cała generacja technologii informacyjnych oparta na komputerze i konwergująca niemal całą sferę technologii produkcyjnych i użytkowych to, jak twierdzi Beniger, druga rewolucja informacyjno-komunikacyjna.

³⁵ Zob. B. Winston, *Media technology and Society: A history from the Telegraph to Internet*, London: Routledge 1998.

Ale znowu pojawił się *control crisis* za przyczyną hipermedium – tego samego komputera, ale już sieciowego. Komputer, który miał być uniwersalną maszyną analityczną służącą do kontroli transferów informacyjnych wszelkiego rodzaju, sam przyczynił się do tego, że z powodu powszechnej cyfryzacji mamy do czynienia z nowym deficytem i kryzysem kontroli, co objawia się w niekontrolowanej produkcji danych i informacji, w tym pieniądza. Znowu do procesów wytwórczych zakradł się chaos, który rodzi nieprzewidywalne zjawiska emergentne komplikujące zarządzanie sferą prywatną i publiczną oraz podejmowanie optymalnych decyzji także na rynkach finansowych. Wyraził to sekretarz skarbu USA Henry M. Paulson – choć nie nazywa tego po imieniu – w słowach: „[...] przeżywamy najbardziej dotkliwy i nieprzewidywalny kryzys finansowy w naszym życiu, ale nie ma instrukcji obsługi kryzysu, jakiego jeszcze nie było”³⁶. Doskwiera dyskomfort utraty kontroli nad pęczniejącym wolumenem danych i informacji oraz ich dystrybucją. Z tego płynie prosta konkluzja: źródłem kryzysów jest niedostatek kontroli nad informacją, który bierze się z jej pozornego nadmiaru.

Ten nadmiar danych i informacji w stosunku do tego, co konieczne, wynika z hiperredundancji informacyjnej. Jego źródłem jest permanentny *backingup* – ilość informacji przekraczająca minimum wymagane do funkcjonowania danego systemu. Często celowe zwiększenie redundancji danych jest uzasadnione dla ułatwienia ich odtworzenia po częściowej utracie czy uszkodzeniu, co ma istotne

³⁶ H. M. Paulson, *Paulson o planie Paulsona*, 2008, [online:] http://www.archiwum.wyborcza.pl/Archiwum/1,0,5216024,20081122RP-DGW,Paulson_o_planie_Paulsona,.html [dostęp 2.04.2014].

znaczenie dla bezpieczeństwa funkcjonowania systemów. W dzisiejszych czasach nadmiarowość, zarówno pożądana, jak i niepożądana, jest cechą każdego systemu informacyjnego przesyłającego jakieś dane cyfrowe.

System informacyjny, którym jest każdy system kultury, tworzy zapasowe informacje zapewniające odporność przekazu na uszkodzenia. Istnieje prosta korelacja pozytywna między taniością informacji a poziomem redundancji: im więcej tanich informacji, tym więcej redundancji. Systemy autopojetyczne, samoregulatywne, na przykład język, zawierają wiele nadmiarowych informacji. Bez tych zasobów redundantnych nie byłoby inteligencji. Gdyby ich nie było w naszych głowach, nie moglibyśmy odczytać i zrozumieć częściowo zniszczonych napisów czy niewyraźną mowę. Dodatkowo nadmiarowość bywa stosowana do podkreślenia znaczenia. Niecelowa nadmiarowość (np. w wyrażeniach „miesiąc lipiec”, „okres czasu”, „cofnąć się w tył”) jest uważana za błąd językowy, ale jest to zarazem redundancja właśnie. Skrajnym przypadkiem braku redundancji jest tekst w jednym egzemplarzu, na drugim zaś biegunie jest nieograniczona ilość kopii, paratekstów, klonów tekstu, co jest możliwe dzięki cyfryzacji. W epoce mediów naturalnych, biologicznych, kiedy do przekazu potrzebna była cielesna obecność wszystkich uczestników interakcji, możliwości reprodukcji były ograniczone (trzeba było dokładnie zapamiętać, aby móc powtórzyć).

Im mniej swobody interpretacji, polisemii (zróżnicowanego odczytania tekstu), tym mniej redundancji; im więcej semiozy (ujednoznaczniania), tym więcej redundancji. Tekst nieredundantny zaskakuje oryginalnością – każdy

odczytuje po swojemu nowy, nieznany kod. Taki tekst dostarcza dreszczyku – pozytywnej emocji wynajdywania nowego sensu, nowatorskiego wzoru myślowego, którego nie można odnieść do żadnej znanej konfiguracji.

Multiplikowanie obiegów w kulturze pełni ważną funkcję – można dzięki nim dotrzeć do maksymalnej liczby uczestników. Redundancja ma wtedy zwiększyć szansę dotarcia przekazu. Dlatego reklama jest redundantna, powtarzana do znudzenia, przekaz neredundantny niesie bowiem ryzyko, że nie dotrze. Ale tu jest pewien problem: „grzebanie” w wysypisku danych stale powiększanym przez procesy redundancji pochłania mnóstwo czasu i energii. Biblioteka jest też morzem informacji, ale przez wieki nauczyliśmy się po nim nawigować, docierać szybko do celu, dzięki precyzyjnym systemom wyszukiwawczym. Internet stwarza sytuację bezkresu, jak ocean, ciągle nie mamy bowiem inteligentnego systemu nawigacji.

Konkluzje

Poszukiwanie skutecznych środków kontroli nad tymi sferami staje się zatem kwestią przetrwania w złożonym środowisku informacyjnym, zwłaszcza w sytuacji, gdy wartość informacji (software’u) w wielu urządzeniach, a także wiedzy, umiejętności i kompetencji koniecznych do ich zaprojektowania przekracza wartość materii, z której zostały wytworzone, oraz energii niezbędnej do ich produkcji i wprowadzenia w ruch.

Kontrolna funkcja informacji wyraża się w kontroli nad językiem. W potocznym rozumieniu języka chodzi o władzę definiowania ludzi, wydarzeń, procesów itp.,

czyli władzę semiotyczną, narzucania znaczeń. Zróżnicowanie kodów komunikacyjnych nie było wielkim problemem w poprzednich epokach, kiedy ludzie żyli w światach równoległych, ale zaczęło już doskwierać w społeczeństwie przemysłowym, które potrzebowało standaryzacji i integracji owych światów. Rola języka jako kodu komunikacji rosła w miarę rozwoju cywilizacji technicznej, która potrzebowała algorytmów do funkcjonowania maszyn. Jeszcze większe znaczenie mają te kody w społeczeństwie informacyjnym. Kto ustanawia kody, ten ma wiedzę i władzę (wiedzę-władzę, jak to określa Foucault), a wiedza poszerza władzę ustanawiania kodów jako artefaktów (kod binarny jako narzędzie cyfryzacji), a także odkrywania tych, które występują w naturze, jak DNA. Istnieje pokusa, aby patentować już nie tylko kody sztucznie tworzone (software jest w Stanach Zjednoczonych przedmiotem ochrony patentowej, w Unii Europejskiej jest chroniony w reżimie praw autorskich, choć były próby rozciągnięcia na nie ochrony patentowej), ale także odkrywane (próba opatentowania mapy genomu ludzkiego odczytanej przez Craiga Ventera).

Problem kontroli nad procesami wytwórczymi i społecznymi ma długą historię i wyrażał się w próbach scjentyfikacji języka naturalnego, aby uczynić nauki społeczne naukami ścisłymi. Tę pozytywistyczną tęsknotę zapoczątkował ojciec socjologii Auguste Comte. Pozytywiści wszechmoc religii wcześniejszych epok pragnęli zastąpić imperializmem nauki i rozciągnąć jej prawa na wszystkie sfery życia, co im się w znacznym stopniu udało. Do tego potrzebny był zdyscyplinowany, scjencyficzny język, bez którego nie można naukowo badać świata. Chodziło o to, aby

wszędzie zapanowała jednoznaczność (semioza), w wieloznaczności (polisemii) niech się pławią poeci. Wszystko bowiem zależy od mędrca szkiełka i oka, a nie „czucia” poety. Kultura masowa, jaką wytworzyło społeczeństwo przemysłowe, doskonale ilustruje to ujednoznacznianie.

Jest jednak problem kultury i zakorzenionego w niej języka. Jeśli globalne społeczeństwo informacyjne ma się stać w całym tego słowa znaczeniu społeczeństwem komunikacyjnym, to problem języka jako jego kodu staje się kluczowy. Zróżnicowanie kodów wzbogaca komunikację, ale wiedzie do rozmaitych zakłóceń, wśród których na czoło wysuwają się zakłócenia semantyczne i aksjologiczne (wartościowanie symboli). Najogólniej mówiąc, chodzi o przełożenie narracji idiomatycznej, zrozumiałej tylko na gruncie danego języka, na narrację dyskursywną pozwalającą przełożyć idiomy, zrozumieć kontekst kulturowy, zestandaryzować, aby był zrozumiały dla wszystkich uczestników procesu komunikacyjnego, aby globalne społeczeństwo informacyjne miało swoje *global language commons*.

Jak będzie w przyszłości? „Nie można całkowicie wykluczyć takiego rozwoju metod i narzędzi matematycznej analizy nieliniowej, dzięki którym możliwe stanie się opisanie przy pomocy funkcji i równań całej złożonej rzeczywistości biologicznej, psychologicznej i społecznej, i to z uwzględnieniem ich dynamiki, rozwoju i zdolności do transgresji. Można jednak sądzić, że nawet gdyby udało się to kiedyś osiągnąć, to uzyskany wzór na życie biologiczne, życie psychiczne lub życie społeczne, pozostałby wysoce abstrakcyjnym zapisem, którego wartość praktyczna nie wykraczałaby poza możliwości dokonywania

komputerowych symulacji, ukazujących chaotyczność i losowość tego, co owym wzorem zostało zapisane”³⁷.

Bibliografia

- Attali J., *Une breve histoire de l'avenir*, Paris: Fayard 2007.
- Bard A., Söderqvist J., *Netokracja. Nowa elita władzy i życie po kapitalizmie*, przeł. P. Cypryański, Warszawa: WAiP 2006.
- Batelle J., *Szukaj: Jak Google i konkurencja wywołali rewolucje biznesową i kulturową*, przeł. M. Baranowski, Warszawa: PWN 2006.
- Beniger J., *The Control Revolution: Technological and Economic Origins of the Information Society*, Cambridge: Harvard University Press 1986.
- Benkler Y., *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*, Yale: Yale University Press 2006.
- Boltanski L., *Od rzeczy do dzieła. Procesy atrybucji i nadawania wartości przedmiotom*, w: *Wieczna radość: ekonomia polityczna społecznej kreatywności*, przeł. P. M. Bartolik i in., Warszawa: Fundacja Bęc Zmiana 2012, s. 17–48.
- Castells M., *Spółeczeństwo sieci*, przeł. M. Marody i in., Warszawa: PWN 2006.
- Friedman L. T., *Świat jest płaski: krótka historia XXI wieku*, przeł. T. Hornowski, Poznań: Rebis 2006.
- Gratton L., *Future of Work*, „Business Strategy Review” 2010, nr Q3.
- Gratton L., *The Shift: Future of Work is already here*, London: Collins 2011.
- Hardt M., Negri A., *Multitude: War and Democracy in the Age of Empire*, New York: Penguin Press 2004.

³⁷ M. J. Łuczak, *Przestrzenie komunikacji społecznej*, maszynopis, Poznań 2012, s. 7.

- Kerckhove D. de, *Mapowanie mediów*, w: *Kody McLuhana: topografia nowych mediów*, red. M. Derda-Nowakowski, A. Maj, Katowice: Wydawnictwo Naukowe ExMachina 2009.
- Kerckhove D. de, *Przeciw architekturze*, w: *Kody McLuhana: topografia nowych mediów*, red. M. Derda-Nowakowski, A. Maj, Katowice: Wydawnictwo Naukowe ExMachina 2009.
- Krzysztofek K., *BIG DATA SOCIETY. Technologie samozapisu i samopokazu: ku humanistyce cyfrowej*, „Kultura i Historia” 2012, nr 21.
- Krzysztofek K., *Świat w wersji hiper: od hipermedium do hiperspołeczeństwa*, w: *Kulturowe kody technologii cyfrowych*, red. P. Celiński, Lublin: WSPiA 2011, s. 135–157.
- Lash S., Urry J., *The End of Organized Capitalism*, Oxford: Blackwell 1987.
- Lazzarato M., *From Capital-Labour to Capital-Life*, „Ephemera” 2004, nr 4 (3).
- Leighton T., *Internet nie był zaprojektowany do obsługi video*, 2012, [online:] http://forsal.pl/artykuly/644371,leighton_internet_nie_byl_zaprojektowany_do_obsługi_video.html [dostęp 2.04.2014].
- Łuczak M. J., *Przestrzenie komunikacji społecznej*, maszynopis, Poznań 2012.
- Manovich L., *Software Take Command: Extending the Language of New Media*, New York: Bloomsbury Academic 2013.
- Marciszewski W., *Społeczeństwo informacyjne: koniec historii*, 1999, [online:] <http://www.calculamus.org/lect/mes99-00/spin/5marc.html> [dostęp 2.04.2014].
- Mims Ch., *There is no Digital Divide*, „MIT Technology Review” 2012, [online:] <http://www.technologyreview.com/view/428043/there-is-no-digital-divide/> [dostęp 2.04.2014].
- Morin E., *Comment sortir du XXème siècle*, Paris: Fayard 1981.
- Paulson H., *Paulson o planie Paulsona*, 2008, [online:] http://www.archiwum.wyborcza.pl/Archiwum/1,0,5216024,20081122RP-DGW,Paulson_o_planie_Paulsona,.html [dostęp 2.04.2014].

- Pink D., *The Free Agent Nation: The Future of Working for Yourself*, New York: Warner Books 2002.
- Raymond E. S., *The Cathedral and the Bazaar: Musing on Linux and Open Source by an Accidental Revolutionary*, New York: O'Reilly Media 2001.
- Rifkin J., *The End of Work: The Decline of the Global Labor Force and the Dawn of the Post-Market Era*, New York: Putnam Publishing Group 1995.
- Rifkin J., *The Third Industrial Revolution: How Lateral Power Is Transforming Energy, the Economy, and the World*, New York: Palgrave Macmillan 2011.
- Schütz E., *Wprowadzenie, w: Kultura techniki: Studia i szkice*, red. E. Schütz, przeł. I. Sellmer, S. Sellmer, Poznań: Wydawnictwo Poznańskie 2001.
- Simon Ph., Joel M., *The Age of the Platform: How Amazon, Apple, Facebook, and Google Have Redefined Business*, Henderson: Motion Publishing 2011.
- Tapscott D., Williams D. A., *Makrowikinomia: Reset świata i biznesu*, przeł. D. Bakalarz, Warszawa: Studia Emka 2011.
- Tapscott D., Williams D. A., *Wikinomia. O globalnej współpracy, która zmienia wszystko*, przeł. P. Cypryński, Warszawa: WaiP 2008.
- Thackara J., *Reflection On Doors 8 In New Delhi*, 2005, [online:] <http://doors8delhi.doorsofperception.com> [dostęp 2.04.2014].
- Wellman B., *Physical place and cyber-place: The rise of networked individualism*, „International Journal for Urban and Regional Research” 2001, nr 25, s. 227–252.
- Winston B., *Media technology and Society: A history from the Telegraph to Internet*, London: Routledge 1998.

Bartosz Mika

**Prosumpcja –
niedoszła rewolucja**





Wprowadzenie

Prosumpcję możemy zdefiniować, odwołując się do dorobku jednej z najlepiej odpisanych społeczności prosumenckich – Wikipedii. Wirtualna encyklopedia proponuje lakoniczne określenie prosumpcji stwierdzające, iż jest to: „idea ekonomiczna, zgodnie z którą konsument dobra jest jednocześnie jego producentem. Idea opiera się na koncepcji konsumpcji innowacyjnej i przedsiębiorczej, która nie tylko nie umniejsza finansów konsumenta, ale, połączona z jego własną inwencją i aktywnością gospodarczą, zapewnia mu dochód”¹. Jak widać, określenie to wyklucza z grona prosumentów samych wikipedystów, uznając, że ci pierwsi działają na rynku komercyjnym w zamian za dochód. Większość definicji terminu, jakim zajmujemy się w niniejszym opracowaniu, nie jest tak restrykcyjna i choć zakłada obopólność korzyści klienta i producenta, nie wspomina o kryterium dochodowym. Jak powiedzieliśmy, wątek ten jest interesujący, bowiem Wikipedia często stawiana jest jako wzór tofflerowskiej prosumpcji; produkcji dokonywanej przez odbiorców na własny i cudzy użytek. Co więcej,

¹ Hasło „prosumpcja”, Wikipedia, [online:] <http://pl.wikipedia.org/wiki/Prosumpcja> [dostęp 14.04.2013].

Wikipedia opiera się na zasadzie otwartości treści, a więc jest powszechnie dostępna bez opłat (nie uczestniczy bezpośrednio w konkurencji na rynku komercyjnym). Organizacja procesów powstawania wirtualnych treści okazała się tak skuteczna, że wyparła z rynku drukowanych encyklopedii *Encyklopedię Britannicę*². Trudno o lepszy dowód na słuszność tez postawionych przez Alvina Tofflera w *Trzeciej fali*.

Jednakże fakt, że prosumpcja została wprowadzona do języka refleksji nad rzeczywistością jako termin profetyczny, futurologiczny, antycypujący przyszłość, nie pozostaje bez wpływu na jego recepcję. Zdaje się, że popularność tego pojęcia jest ogromna – obejmuje nie tylko nauki społeczne, ale przenika również do publicystyki, a nawet języka potocznego. Sytuacja ta tyleż świadczy o znaczeniu prosumpcji, co powoduje liczne komplikacje teoretyczne. Terminy zyskujące popularność i sławę są często nadużywane i szybko przeradzają się w coś, co Leon Petrażycki nazywał pojęciem skaczącym; nieprecyzyjnym, bo zbyt wąskim i jednocześnie zbyt szerokim dla opisu otaczającej badacza rzeczywistości. Kłopoty tego rodzaju są trudne do uniknięcia. Czy jednak przekreślają doniosłość samego fenomenu, który określają? Nie musi tak być, jednak jednoznaczna odpowiedź na to pytanie powinna pociągać za sobą możliwie precyzyjną dekonstrukcję pojęcia, odwołanie do jego genezy, desygnatów, konkretnych zastosowań oraz konfrontacji tych ustaleń z empirią. W przypadku

² Zob. *After 244 Years, Encyclopaedia Britannica Stops the Presses*, [online:] http://mediadecoder.blogs.nytimes.com/2012/03/13/after-244-years-encyclopaedia-britannica-stops-the-presses/?_php=true&_type=blogs&_r=0 [dostęp 17.04.2013].

prosumpcji jest to szczególnie trudne właśnie za sprawą futurystycznego rodowodu tego pojęcia. Świecki profetyzm ma tę wadę, z naukowego punktu widzenia, że odwołuje się do nieokreślonej przyszłości. Zawsze więc może bronić się odroczeniem realizacji przepowiedni. W pracy Tofflera przybiera to formę przeplatania się ze sobą diagnoz śmiałych, trafnych i demitologizujących otaczającą autora rzeczywistość, z tymi błędnymi, a czasem jawnie ideologicznie zaangażowanymi.

Dalszą część wywodu rozpoczniemy więc od odwołania do rozumienia prosumpcji zaproponowanego przez Tofflera, by wskazać jego mocne i słabe strony. Następnie przejdziemy do omówienia posttofflerowskich zastosowań opisywanego terminu, akcentując szczególnie jego relacje z innymi pokrewnymi pojęciami. W toku tego wywodu odniesiemy się krytycznie do prosumpcji, by na zakończenie spróbować wskazać obszary, w których pojęcie to może być heurystycznie użyteczne.

Trzecia fala

Wykorzystany tu do nazwania paragrafu tytuł najbardziej znanej książki Tofflera odsyła nas do cyklicznej wizji dziejów, zgodnie z którą rozwój społeczny można podzielić na trzy wielkie fale. „W czasach pierwszej fali ludzie korzystali głównie z tego, co sami wyprodukowali. Nie byli oni producentami ani konsumentami w powszechnym sensie. Można by ich było natomiast nazwać *prosumentami*”³. Druga fala „wbiła klin” między obie funkcje, prowadząc

³ A. Toffler, *Trzecia fala*, przeł. E. Woydyło, Warszawa: PIW 1997, s. 407.

do rozdzielenia procesów wytwarzania i konsumowania przez wprowadzenie instytucji mediującej, jaką był (i jest) rynek. Trzecia fala to widmo trudnej do określenia przyszłości, kiedy dojdzie do ponownego złączenia wytwarzania i konsumowania, a tym samym do renesansu prosumpcji. Toffler nie jest oczywiście naiwny i zastrzega, że Sektor A „obejmuje całą tę bezpłatną pracę wykonywaną przez ludzi bezpośrednio dla siebie”, natomiast Sektor B „obejmuje produkcję dóbr i usług na sprzedaż lub wymianę”⁴, oba sektory współwystępują we wszystkich trzech falach. Różnica polega na rozłożeniu akcentów: o ile w czasach pierwszej fali dominował sektor A, o tyle w drugiej przeważa sektor B. Trzecia fala natomiast będzie... no właśnie, czym? W tym miejscu zaczynają się pierwsze trudności z propozycją Tofflera. Nie bardzo wiadomo, czy jego wizję należy odczytywać jako cyrkularną zapowiedź powrotu do świata prosumpcji czy jako dialektyczny schemat: teza (dominacja sektora A), antyteza (dominacja sektora B), synteza (świat prosumpcji). Obie interpretacje wsparte są istotnymi przesłankami.

Pierwsza z nich może być podparta między innymi takimi wypowiedziami autora: „[k]lient staje się »wytwórca«, dzięki czemu coraz większa część działalności produkcyjnej przechodzi z sektora B do sektora A, będącego domeną prosumpcji”⁵. Kolejny cytat jest jeszcze bardziej wyrazisty: „[d]awny podział na czas pracy i czas wolny od pracy stanie się nieaktualny, gdy stwierdzimy, że sporą część tak zwanego czasu wolnego spędzamy w rzeczywistości na produkcji, czyli na wytwarzaniu dóbr i usług na

⁴ Tamże, s. 408.

⁵ Tamże, s. 420.

nasz własny użytek”⁶. Przyjmując taką interpretację, należy uznać, że czeka nas powrót do przeszłości, w której ludzie wytwarzali dobra niezbędne do życia samodzielnie lub z pomocą najbliższego otoczenia społecznego. Gdyby trzymać się tego, charakterystycznego dla pierwszej fali, rozumienia prosumpcji, należałoby zanegować cały złożony podział pracy, jaki wykształcił się od tego czasu. Toffler, podobnie jego następcy, popełnia tu błąd, który w logice nazywa się entymematem. Pomija zagadnienie, które w tradycji marksowskiej określa się jako uspołecznienie produkcji, uznając je prawdopodobnie za oczywiste. „Polega ono [tj. uspołecznienie] na tym, że w wyniku rozwoju środków produkcji i podziału pracy mamy do czynienia ze stopniowym zastępowaniem i marginalizowaniem prac prywatnych. Praca staje się coraz bardziej złożoną kombinacją prac indywidualnych, coraz częściej wytwarzanie gotowego produktu przez samotną jednostkę staje się niemożliwe”⁷. Uwzględniając ten dobrze znany fakt, trudno wyobrazić sobie powrót do samodzielnego wytwarzania produktów na własnych użytek.

Z sytuacją taką w czystej postaci mieliśmy do czynienia ostatni raz w okresie zbieracko-łowieckim, kiedy niewielkie wspólnoty plemienne mogły zapewnić sobie egzystencję materialną samodzielnie i w zupełnym odizolowaniu. Początek państwowości w dorzeczu wielkich rzek (Nilu, Tygrysa i Eufratu, Gangesu, Rzeki Żółtej) położył kres pełnej dominacji – mówiąc za Tofflerem – sektora A. Rosnące uspołecznienie procesów wytwarzania powodowało stopniowy wzrost znaczenia rynku, wymiany, podziału

⁶ Tamże, s. 423.

⁷ J. Kochan, *Socjalizm*, Warszawa: Scholar 2013, s. 60.

zadań itd. Nadwyżki powstałe na wsi, w rolnictwie zaopatrywały miasto. Wykształciły się – mówiąc językiem Webera – stany hierokratyczne, biurokratyczne i polityczne. W ich społecznym sąsiedztwie powstawała – choćby w starożytnym Rzymie – kategoria *proletarii*, zdeklasowanych, których Weber zaliczył do negatywnie uprzywilejowanych klas posiadania⁸. Ludzie ci nie posiadali nic, co miałoby jakąkolwiek wartość, łącznie z dającą się zmienić na szanse życiowe (wciąż mówiąc językiem Webera) zdolnością do świadczeń. W czasach nowożytnych klasa ta została nazwana przez Marksa i Engelsa lumpenproletariatem, a jej cechą wyróżniającą jest niezbywalność, najczęściej zdeprecjonowanej, siły roboczej.

Fakty te skłaniają nas do ważnej – umykającej Tofflerowi – konstatacji. Historyczne odseparowanie producentów i konsumentów wiąże się przede wszystkim z uspołecznieniem procesów wytwórczych, a podział na sektory A i B nabiera bardzo konkretnego znaczenia. W sektorze B przebiegają procesy zapewniające dostęp do dóbr niezbędnych dla podtrzymania egzystencji. Wracając do języka Weberowskiego, rynkowe spożytkowanie dóbr i świadczeń dostarcza środków utrzymania, podczas gdy nierynkowe nie daje takiej szansy. Toffler pyta w tym kontekście retorycznie: „[c]o naprawdę oznacza bezrobocie? Czy robotnik zwolniony z fabryki samochodów, który sam kryje dachem swój dom albo przeprowadza remont kapitalny swojego auta – jest bezrobotny w takim samym sensie jak ktoś, kto siedzi beczynnie w domu, oglądając mecze futbolowe

⁸ Zob. M. Weber, *Gospodarka i społeczeństwo. Zarys socjologii rozumiejącej*, przeł. D. Lachowska, Warszawa: PWN 2002.

w telewizji?”⁹. Amerykański futurysta chciałby, aby odpowiedź na to pytanie była niejednoznaczna. Jest jednak inaczej, obaj bezrobotni robotnicy nie sprzedają aktualnie swojej siły roboczej, narażając się na szereg negatywnych konsekwencji tego stanu rzeczy¹⁰. Różnica zaistnieje, jeśli pierwszy z nich zatrudni się jako dekarz lub mechanik samochodowy, uruchamiając swoje nowe umiejętności na rynku. Wtedy jednak nie będzie to żadna prosumpcja.

Podsumowując, prosumpcja interpretowana jako powrót do przeszłości nie uwzględnia uspołecznienia procesów wytwarzania i elementarnej różnicy między zdobywaniem środków do życia za pośrednictwem rynku a działalnością pozarynkową. Taka prosumpcja może być ograniczona jedynie do izolowanych społeczności, komun, spółdzielni o charakterze lokalnym itp. (Toffler podaje zresztą przykład mormonów ze stanu Utah tworzących rodzaj takiej [prawie] samowystarczalnej społeczności).

Druga interpretacja – bardziej uprawniona i bardziej doniosła poznawczo – skłania nas do poszukiwań dialektycznego ujęcia procesu historycznego u Tofflera. W tym ujęciu prosumpcja trzeciej fali to nie prosty powrót do przeszłości, a rodzaj syntezy tego, co rynkowe, z tym, co pozarynkowe. „Rynek oczywiście, całkowicie nie zniknie. Nie zamierzamy wracać do przedrynkowych systemów gospodarczych”¹¹. Toffler więc *expressis verbis* odcina się od przedstawionej wyżej interpretacji, podkreślając wciąż znaczącą rolę rynku. Jednakże podkreśla jednocześnie: „[j]est wszakże pewne, że wszelka istotna zmiana proporcji

⁹ A. Toffler, dz. cyt., s. 431.

¹⁰ Nie będziemy ich tu wymieniać, większość z nich jest dobrze znana.

¹¹ A. Toffler, dz. cyt., s. 422.

między produkcją na użytek własny i produkcją na wymianę podziła niczym ładunek wybuchowy eksplodujący pod fundamentem naszego systemu gospodarczego oraz naszego systemu wartości”¹². Kluczowe jest zatem określenie tego, na czym miałyby ta zmiana polegać, czym w istocie jest ten ładunek wybuchowy i jak zmienił on „nasz”¹³ system gospodarczy.

Podobnie jak wcześniej także w tym miejscu możemy zarzucić amerykańskiemu uczonemu błąd logiczny. Jego wywód kończy się wnioskami niewynikającymi z przesłanek, a więc nosi znamiona błędu *non sequitur*. W pracy Tofflera znaleźć możemy szereg doniosłych uwag na temat relacji pomiędzy sektorami A i B, akcentujących ich współzależność. Zacząć można od stanowczego i całkowicie słusznego stwierdzenia: „sektor B – czyli oficjalnie uznawana i ceniona gospodarka – nie mógłby w ogóle istnieć bez dóbr i usług wytwarzanych w sektorze A”¹⁴. Dalej Toffler precyzuje, wskazując na fenomen znany w środowiskach feministycznych pod pojęciem pracy reprodukcyjnej (głównie wykonywanej przez kobiety): „[w]szystkie te cechy charakteru, postawy, wartości, umiejętności i motywacje – niezbędne do uzyskania wysokiego wskaźnika wydajności w sektorze B [...] są wytwarzane lub raczej powstają w drodze prosumpcji w sektorze A”¹⁵. Drugą stroną tego samego medalu jest absorpcja przez sektor A negatywnych skutków nacisków w dziedzinie wydajności w sektorze B. Powodują one „w rezultacie falę chorób związanych ze

¹² Tamże, s. 426.

¹³ Cudzyśłów wynika z faktu, że kiedy Toffler pisał cytowane słowa, z polskiej perspektywy to wciąż był obcy (ich) system gospodarczy.

¹⁴ A. Toffler, dz. cyt., s. 408.

¹⁵ Tamże s. 429.

stresami, rozpad życia rodzinnego lub wzrost spożycia alkoholu”¹⁶. Toffler bardzo trafnie dostrzega szereg napięć pomiędzy sektorami A i B związanych nie tylko z kwestią świadczenia pracy, ale również nacisków na elastyczność, inflacji cen produktów konsumpcyjnych, wzrostu cen wysokospecjalistycznych usług, istnienia szarej strefy itp.

Znamienne, że w tym ostatnim przypadku przyznaje gospodarce cienia (*shadow economy*) pozytywną funkcję, zaliczając ją do obszaru prosumpcji. Obserwując wzmiankowane współzależności sektorów A i B, Toffler zauważa również wzrost aktywności w dziedzinie majsterkowania, samopomocy czy współpracy sąsiedzkiej. Już w tym miejscu można mieć wątpliwość, czy te rodzaje aktywności noszą znamiona prosumpcji. Wyłączając samopomoc, która mogłaby stanowić przedmiot osobnych debat¹⁷, gospodarka nieoficjalna nie może być jednoznacznie zaliczona do prosumpcji. Poza domeną jawnego, oficjalnego podziału pracy można odnaleźć odpowiedniki większości klas społecznych funkcjonujących w obrębie legalnej gospodarki; poczynawszy od proletariatu zaangażowanego w działalność przestępczą (np. bezpośredni producenci narkotyków) po podziemną burżuazję (baronów narkotykowych, monopolistów nielegalnego handlu bronią itp.¹⁸). Toffler oczywi-

¹⁶ Tamże, s. 430.

¹⁷ Tak się zresztą stało po publikacjach Roberta Putnama dotyczących zaufania i kapitału społecznego. Sam autor wyrażał wątpliwości na temat poziomu tego ostatniego na terenie Stanów Zjednoczonych. Zob. R. Putnam, *Samotna gra w kręgle. Upadek i odrodzenie wspólnot lokalnych w Stanach Zjednoczonych*, przeł. P. Sadura, S. Szymański, Warszawa: WaiP 2008.

¹⁸ Zob. B. Mika, *Wszystkie odcienie szarości – kilka uwag o gospodarce ukrytej*, w: *Struktura klasowo-stanowa społeczności Poznania*, red. J. Tittenbrun, Poznań: Nakom 2010, s. 211–244.

ście nie te kategorie miał na myśli. Utożsamiał nieoficjalną gospodarkę z pracą na własny użytek (lub współpracą sąsiedzką), jednak i w tym przypadku mamy raczej do czynienia ze świadczeniem usług lub drobną produkcją osobistą, nie zaś z prosumpcją.

Tak czy inaczej, prosumpcja nie sprowadza się jedynie do samopomocy i współpracy sąsiedzkiej. Toffler zaobserwował również szereg zmian w relacjach firm działających na rynku z ich klientami. Większość kontynuatorów amerykańskiego futurysty do tego wątku najczęściej odnosi pojęcie prosumpcji. Tymczasem właśnie w tym punkcie Toffler ewidentnie popełnia błąd *non sequitur*, uznając cedowanie obowiązków wcześniej zarezerwowanych dla kadry zatrudnionej przez przedsiębiorstwo na klientów za objaw samodzielnego wytwarzania (czyli prosumpcji). Przykłady, jakich dostarcza autor *Trzeciej fali*, są wielce pouczające. Oto kilka z nich: „[j]eszcze w 1972 roku tylko bardzo niewiele przyrządów medycznych sprzedawano nielekarzom. Obecnie coraz więcej urządzeń przeznaczonych do domowego użytku”; „abonent – czyli [...] konsument usług telefonicznych – wziął na siebie zadanie, które przedtem wykonywała dla niego telefonistka”; „[klient] zatelefonował. Odezwał się przedstawiciel firmy, który telefonicznie pokierował całą naprawą: objaśniając, jakie śruby odkręcić [...], a następnie – jaką część wymienić”¹⁹. Do tej listy możemy dodać jeszcze samoobsługowe stacje benzynowe, supermarkety, wzrost sprzedaży materiałów budowlanych niespecjalistom, samodzielne składanie mebli i wiele innych. Wszystkie te rodzaje aktywności polegające – jak

¹⁹ A. Toffler, dz. cyt., s. 407–414.

pisał sam Toffler – na uzewnętrznieniu wkładu pracy amerykański autor klasyfikuje jako prosumpcję. Jeśli tak, to największymi firmami promującymi prosumpcję są obecnie Castorama, Obi, a pewnie również IKEA. To zadziwiające, że autor, który doskonale zdawał sobie sprawę z grabieżczej ekspansji rynków²⁰, nie zauważył, że opisuje w istocie kolejny objaw tego samego procesu.

Słuszne przesłanki doprowadziły Tofflera do błędnych wniosków. Uzewnętrznienie kosztów pracy utożsamiał on z samodzielną pracą, z wykonywaniem (produkcją) dóbr na własny użytek. Tymczasem nadal: nie leczymy się sami, nie jesteśmy zdolni stworzyć pozarynkowej sieci telefonicznej, usunąć wszystkich usterek w pralce bez kontaktu z rynkiem²¹, syntetyzować własnej benzyny, samemu produkować żywności i mebli. Rzecz jasna część z tych czynności można wykonać samodzielnie lub we współpracy z – na przykład – sąsiadem. Nie dostrzegając jednak uspołecznienia procesów wytwórczych, pominiemy znamienny fakt, że materiał, z którego budujemy meble, znalazł się w markecie budowlanym na skutek szeregu transakcji rynkowych. Aparatura diagnostyczna czy drobne narzędzia do majsterkowania zostały przekazane klientowi indywidualnemu w efekcie procesu targetyzacji po to, by poszerzyć rynek (sektor B), nie by go zmniejszać. Pozornie prosumpcyjna rola doradców po drugiej stronie słuchawek w *call center* możliwa jest dzięki niespotykanemu

²⁰ Pisał na przykład: „[p]erswazją i siłą skłoniono samowystarczalne plemiona Afryki, żeby – kopiąc miedź – zbierały raczej pieniądze niż plonów” – A. Toffler, dz. cyt., s. 434.

²¹ Wszak pracownik *call center* to również osoba zaangażowana w stosunki rynkowe.

w dwudziestowiecznym przemyśle intensyfikowaniu i kontroli procesów pracy²². Przykłady można mnożyć.

Ktoś powie, że zgodnie z podejściem dialektycznym Tofflerowi nie chodziło o zastąpienie sektora B przez sektor A, tylko o syntezę obu. Na skutek tej syntezy współwystępują procesy samodzielnego wykonywania czynności przez konsumenta z dostarczaniem warunków konsumpcji przez producenta, dokładnie tak jak opisał Toffler. Argument tego rodzaju tylko pozornie rozstrzyga problem. O prosumpcji w całym tego słowa znaczeniu moglibyśmy mówić, gdyby jednocześnie zniknął podział na rynek dostarczający środków do życia i działalność pozarynkową, hobbystyczną itp. Wikipedia raz jeszcze dowiodła swej przydatności. Definicja, którą zacytowaliśmy na początku, jasno wskazywała, że aby synteza produkcji i konsumpcji była pełna, musi zawierać oba elementy, a więc pozwalać na utrzymanie prosumenta²³. Tak oczywiście nie jest, prosumenci opisani przez Tofflera nie uzyskują tą drogą środków niezbędnych do życia, a beneficjentem ich wysiłku jest głównie firma cedująca na nich zadania dotychczas zarezerwowane dla pracowników. Podsumowując, prosumpcja opisana przez amerykańskiego futurystę jest albo specyficznym rodzajem

²² Zob. S. Hauptfleisch, *The experience of work in a call centre environment*, „Journal of Industrial Psychology” 2006, nr 32, s. 23–30; D. Zapf i in., *What is typical for call centre jobs? Job characteristics, and service interactions in different call centres*, „European Journal of Work and Organizational Psychology” 2003, nr 12, s. 311–340; R. Kossakowski, *Między dramaturgią a totalnością – call center w zwierciadle socjologii Ervinga Goffmana*, „Studia Socjologiczne” 2008, nr 1, s. 77–98.

²³ Nie jest to określenie całkiem ściśle, wynika bowiem z czysto rynkowej orientacji. Z punktu widzenia procesu wytwarzania sprawa wygląda nieco inaczej, rozwiniemy tę myśl w dalszej części tekstu.

produkcji lub usług świadczonych na osobisty użytek (pomoc sąsiedzka, majsterkowanie), albo specjalnym rodzajem uzewnętrznienia kosztów pracy, czyli tym, co Weber nazwał racjonalizacją.

McProdukcja

Nie jest przypadkiem, że autor głośnej swego czasu *Makdonaldyzacji społeczeństwa*, współczesny McWeber²⁴, jest jednocześnie głównym promotorem pojęcia kapitalizmu prosumpcyjnego²⁵. W procesach, które Ritzer nazywał makdonaldyzacją²⁶, odnajdujemy nic innego tylko opisaną wiele dekad wcześniej Weberowską racjonalność gospodarczą. Racjonalizację wyjątkową o tyle, o ile ma ona charakter niemal czystej racjonalności formalnej. Wskazywany przez Parsonsa uniwersalizm amerykańskiej kultury pozwolił osiągnąć wysoki stopień zgodności pomiędzy wymogami materialnymi i formalnymi racjonalności, co z kolei dało szansę powstania organizacji takich jak bary szybkiej obsługi. Opisywane przez Ritzera zasady rządzące tego rodzaju miejscami stanowiły coś, co możemy nazwać zapowiedzią prosumpcji²⁷. Włączenie gości restauracji do procesu serwowania posiłków i sprzątania po nich dobrze

²⁴ Trawestuję tu określenie, jakie Jerzy Kochan konsekwentnie stosuje wobec Fukuyamy, określając tego intelektualistę mianem McHegla i autora poeptorii końca historii.

²⁵ Zob. G. Ritzer, N. Jurgenson, *Production, Consumption, Prosumption: The Nature of Capitalism in the Age of the Digital 'Prosumer'*, „Journal of Consumer Culture” 2010, nr 1, s. 13–36.

²⁶ Zob. G. Ritzer, *Makdonaldyzacja społeczeństwa*, przeł. S. Magala, Warszawa: Muza 1997.

²⁷ Zob. P. Siuda, *Mechanizmy kultury prosumpcji, czyli fani i ich globalne zróżnicowanie*, „Studia Socjologiczne” 2012, nr 4 (207), s. 109–132.

wpasowuje się w określenia stosowane przez Tofflera. Klient McDonalda zostaje osadzony w dobrze znanych regulach, które obligują go do daleko posuniętej samoobsługi. Mówiąc kategoriami Ritzera, gość baru typu fast food jest współtwórcą zysku przedsiębiorstwa, biorąc na siebie część kosztów (związanych z obsługą kelnerską i personelem sprzątającym). McWeber w przeciwieństwie do Maksa Webera zapomniał tylko o jednym: racjonalny rachunek gospodarczy, na którym Ritzer oparł swoje zasady makdonaldyzacji, prowadzony jest z punktu widzenia przedsiębiorstwa (Tofflerowskiego sektora B). Podmiot zorientowany gospodarczo dokonuje kalkulacji opartej na pieniądzu, orientuje się na rynkową efektywność (lub mówiąc bardziej ogólnie – szanse zaopatrywania w dobra), planowość swoich poczynań oraz możliwości dysponowania użytecznymi świadczeniami (dobra i pracą). Jego postępowanie musi wprawdzie być – zgodnie ze słowami Webera – zorientowane rynkowo, a więc musi uwzględniać możliwość uruchomienia własnych szans rynkowych, jednak pozostaje cechą podmiotu gospodarującego, nie zaś konsumującego. Ritzer pamięta o tym zastrzeżeniu w początkowych partiach *Makdonaldyzacji społeczeństwa*, przedstawiając cechy barów szybkiej obsługi jako typowe dla takiej, a nie innej organizacji świadczenia usług. Później jednak zapomina o tym, argumentując na rzecz współudziału konsumenta w wytwarzaniu zysku dostawcy usług.

Można chyba bez przesady powiedzieć, że cała nowożytna myśl ekonomiczna dostrzegała immanentne napięcie pomiędzy podażą a popytem. Kapitał uruchomiony w procesach wytwarzania zawsze poszukuje równowagi pomiędzy zbytem – znów mówiąc za Weberem – wytworzonych

przy określonych kosztach środków zaopatrywania a zapewnieniem sobie popytu efektywnego, czyli takiego, który będzie w stanie wchłonąć wyprodukowane dobra. Wielu autorów posługujących się pojęciem prosumpcji zapomina o tej elementarnej prawdzie ekonomicznej.

Zastrzega się na przykład, że badacze skoncentrowani na stronie produkcyjnej nie dostrzegają tej współkreacji wartości powstającej w wyniku prosumpcji. Nic bardziej błędnego. Cały problem z tak rozumianą prosumpcją da się sprowadzić właśnie do owej współkreacji. Odwołując się ponownie do pracy Ritzera, możemy przywołać czwartą cechę makdonaldyzacji: zastępowanie technologii wymagającej obecności człowieka procedurami i technikami czyniącymi go zbędnym²⁸. Z punktu widzenia autorów akcentujących stronę produkcyjną zagadnienie to jest kluczowe, uwidacznia bowiem asymetrię stosunków produkcji. Ritzer ujął to tak: „[d]aleko posuniętej manipulacji, zwykle o wiele bardziej rażącej i bezpośredniej niż w przypadku klientów, poddawani są pracownicy przedsiębiorstw zmakdonaldyzowanych. Wykonują oni kilka podstawowych czynności, ale tak jak ich nauczono [...] dyscypliny pilnują kierownicy i inspektorzy”²⁹. Uniwersalizacja procedur i depersonalizacja konsumenta stoją tu w jaskrawej sprzeczności z romantyczną wizją kreatywnego prosumenta będącego partnerem przedsiębiorstwa w rozwijaniu kształtu produktu lub usługi. Dokładnie to samo dzieje się we wspomnianych wcześniej *call center*, gdzie nadzór i kontrola nad procesem pracy opierają się tyleż na stosowaniu nowoczesnych technologii, co ścisłych, zobiiektywizowanych procedur.

²⁸ Zob. G. Ritzer, dz. cyt.

²⁹ Tamże, s. 35.

Znów przydatny będzie cytat związany z pracowniczymi kosztami prosumpcji: „[n]adzór pracujących sięga daleko głębiej poza widoczne środki kontroli. Doskonały nadzór to taki, który jest zarówno niewidoczny i skuteczny, nie-drażniący i pragmatyczny, obiektywny i nieustający”³⁰ oraz depersonalizacją pracowników: „[n]awet osoby oceniające rozmowy (określa się ich mianem »aniołów« – »czuwają« nad jakością pracy konsultantów) nie słyszą ich początku, zawierającego moment przedstawienia się konsultanta z imienia i nazwiska. Liczy się tylko proceduralna zgodność treści [...]”³¹. Nacisk na efektywność pracowniczą jest dobrze znaną techniką zwiększania zysków przedsiębiorstwa i ma doprawdy niewiele wspólnego z potocznie rozumianą prosumpcją. Wzrost wydajności pracy w czasach zwanych kapitalizmem kognitywnym – kontrowersyjny zresztą³² – osiągany jest przede wszystkim za pomocą nacisków na uelastycznienie czasu pracy, intensyfikacji samej pracy oraz wzmożenia płynności kanałów zaopatrzenia. Tak między innymi wyglądają kulisy wielkiego sukcesu Amazona. Wzorowa korporacja nowej gospodarki korzysta z efektu skali, ale jej rozsiane po całym świecie magazyny zachowują zdolność do odpowiedzi na potrzeby klientów właśnie dzięki wymienionym czynnikom uelastycznienia.

Na marginesie można dodać, że w tym kontekście często pojawia się błąd, który, parafrazując Parsonsa, można nazwać uniwersalizacją partykularnego. Omawiając

³⁰ R. Kossakowski, dz. cyt., s. 93.

³¹ Tamże, s. 92.

³² Chodzi oczywiście o kontrowersje wokół znanego paradoksu Solowa. Ten amerykański noblista z dziedziny ekonomii miał swego czasu powiedzieć, że widzi komputery wszędzie, tylko nie w statystykach wydajności pracy, co wywołało lawinę trwających do dziś dyskusji.

zmienne wzoru, amerykański socjolog zwracał uwagę na możliwe nieporozumienia w interpretacji jednej z nich: uniwersalizm – partykularyzm. Część partykularnych reguł stwarza bowiem pozory uniwersalizmu, na przykład: czcij matkę swoją. Jest to jednak norma partykularna, bowiem zawsze odnosi się do jednej tylko matki, nie do wszystkich³³. Podobny błąd możemy dostrzec przy ocenie sposobu produkcji określanego jako postfordowski. Zmiana organizacyjno-techniczna, jaka się na jego skutek dokonała, implikuje często wniosek o końcu produkcji masowej, podczas gdy zindywidualizowana produkcja w nowoczesnej fabryce³⁴ jest nadal produkcją na masową skalę. Dokonane zmiany, na przykład w wyniku dywersyfikacji rynków, są oczywiście doniosłe, ale nie przekreślają masowego charakteru wytwarzania. Można powiedzieć więcej: dzięki niektórym zmianom organizacyjnym możliwa stała się masowa produkcja, mimo jej zindywidualizowanego charakteru.

Wracając do przykładu gigantów amerykańskiej branży IT, nie bez znaczenia w kontekście ich sukcesu jest automatyzacja pewnych działań oraz interesująca nas tu, a powiązana z automatyzacją³⁵, prosumpcja. Swego czasu Microsoft i Amazon stały się głównymi aktorami dramatu, jaki rozegrał się wokół prób powstania związków zawodowych zrzeszających pracowników wiedzy³⁶. Zatrudniając rzesze

³³ Norma uniwersalna w tym przypadku brzmiałaby: czcij [wszystkie] matki.

³⁴ Pojęcia tego używam tu hasłowo, nie mając na myśli jedynie wielkoprzemysłowej fabryki.

³⁵ Pewne czynności mogą być dokonywane przez konsumentów/amatorów właśnie dzięki automatyzacji.

³⁶ Zob. D. D. van Jaarsveld, *Collective Representation among High-Tech Workers at Microsoft and Beyond: Lessons from WashTech/CWA*, „Industrial Relations” 2004, nr 43, s. 364–385.

pracowników tymczasowych, obie korporacje nowych mediów robiły wszystko, aby utrudnić kolektywne działanie swoich pracowników. Głównymi środkami prewencyjnymi w tym zakresie były (i nadal są): automatyzacja, outsourcing usług poza granice USA i *crowdsourcing*. Ten ostatni często podawany jest jako przykład wydajnej, pozwalającej konsumentom na uzyskanie dochodu prosumpcji. Cóż, jeśli zważymy na wysokość tych dochodów (około 1 Euro za godzinę pracy dla Amazona), to wciąż daleko nam do prosumpcji pozwalającej na samodzielne utrzymanie³⁷. Fakt ten nie pozostaje bez znaczenia dla oceny omawianego pojęcia oraz jego doniosłości, szczególnie w środowisku cyfrowym. Wrócimy do tego wątku w dalszej części tekstu.

Ważniejsze jest jednak coś innego, procesy nazywane często prosumpcją pozwalają nie tylko na ujarzmienie pracy, ale również na coś, co można określić ujarzmieniem konsumpcji. Polegałoby ono na przyswojeniu sobie – darmowo – wysiłku konsumentów w celu obniżenia kosztów działalności przedsiębiorstwa. Jacek Wójcik wyrażał szereg wątpliwości na temat kategorii prosumpcji, pisząc w konkluzji swojego lakonicznego wykładu, że przypomina ona bardziej humanistyczną ideę niż realny fakt ekonomiczny³⁸. Na czym miałyby jednak polegać szczytność owej idei? Zasadnicze jest tu planowanie procesów wytwarzania w taki sposób, aby maksymalnie wykorzystać wysiłek konsumenta (zupełnie jak w barach fast food). Oczywiście uzasadnieniem takiego stanu rzeczy jest wsłuchanie się

³⁷ Zob. J. Söderberg, *Iluzje wyzwolenia przez technologię*, „Le Monde Diplomatique. Edycja Polska” 2013, nr 1 (83), s. 6–7.

³⁸ Zob. J. Wójcik, *Prosument – współczesny mit marketingowy*, w: *Kontrowersje wokół marketingu w Polsce. Niepewność i zaufanie a zachowania nabywców*, red. L. Grabski, J. Tkaczyk, Warszawa: WAIp 2009.

w potrzeby klienta, odpowiedź na rosnącą dywersyfikację rynku, uwolnienie kreatywności, otwartość i wiele innych „humanistycznych” uzasadnień. Frédéric Lordon, badacz opierający się na dorobku Marksa i Spinozy, demaskuje ten rodzaj – mówiąc językiem Vilfredo Pareto – derywacji, wskazując na historyczną rolę oderwania afektów towarzyszących procesom konsumpcji od afektów związanych z pracą. „Jako niezmierna potęga fiksacji pragnienia – towar – wynosi na wyższy poziom zależność od pracy najemnej, a zarazem wyposaża ją w radosny afekt pieniężnego nabywania”³⁹. Radość z nabywania pozwala wzbogacić afektywny – trzymając się języka Spinozy – krajobraz kapitalizmu. Jednak jego największym sukcesem była „zdolność dyskursu broniącego panującego porządku do oddzielenia figury konsumenta od figury pracownika, aby doprowadzić jednostki do pełnej identyfikacji z tym pierwszym, kosztem tego drugiego”⁴⁰. W rezultacie „nikt lub prawie nikt nie dostrzega związku pomiędzy korzyściami, które uzyskuje jako konsument, a podporządkowaniem i cierpieniem, które znosi jako pracownik”⁴¹. Gdyby jednak sprawa kończyła się na tym, trudno by było nawiązać tu wprost do prosumpcji. Jednakże, jak zastrzega Lordon, kapitalizm nie poprzestaje na budowaniu afektów pozytywnych związanych z radosną maksymą „pracuj, żeby żyć, nie żyj, żeby

³⁹ F. Lordon, *Kapitalizm, niewola i pragnienie. Marks i Spinoza*, przeł. M. Kowalska, M. Kozłowski, Warszawa: Instytut Wydawniczy Książka i Prasa 2012, s. 52.

⁴⁰ Tamże, s. 53.

⁴¹ Tamże, s. 54. Lordon dodaje w dalszej części tego fragmentu znamiennej uwagę przypominającą nam o znaczeniu uspołecznienia podziału pracy: „Dzieje się tak także dlatego, że konsumowane przedmioty wytwarzane zostały przez innych, zbyt nieznanymi i dalekimi, aby ich pracownicze podporządkowanie doszło do świadomości konsumenta”.

pracować”. Celem dyskursu jest przyznanie samej pracy pozytywnego afektu. „Pragnienie zaangażowania pracowniczego nie powinno być już tylko pragnieniem pośrednim dóbr, które pracownik może zdobyć, lecz dotyczyć wewnętrznego pragnienia działania dla niego samego”⁴². Innymi słowy, pracownik powinien cieszyć się z własnej pracy, widzieć jej głęboki sens, dostrzegać w jej procesach możliwość afirmacji własnej osobowości itd. Oczywiście taki status mogą realnie osiągnąć tylko bardzo nieliczni, ale dokładnie tak samo miała się sprawa z wysokim poziomem ekskluzywnej konsumpcji. Jedno i drugie pozostawało poza zasięgiem maluczkich, co nie przeszkadzało i nie przeszkadza wyznaczać tych pozycji jako punktu dojścia powszechnych aspiracji. Pracownik artysta, typowy przedstawiciel kategorii pracowników wiedzy, nie był i prawdopodobnie nie będzie figurą powszechną we współczesnych stosunkach praca – kapitał. Pozostaje jednak wzorem, do którego należy dążyć. I tak jak powszechny konsumeryzm był substytutem elitarnej, ostentacyjnej konsumpcji, tak prosumpcja może być interpretowana jako kreatywny, podmiotowy suplement ujarzmionej na co dzień pracy. Rutynowy pracownik serwisu zatrudniony w Microsoftzie lub Amazonie nie tylko nie posiada stabilnej pracy, ale również trudno mu rozwijać swoje umiejętności w wyniku utrudnionego dostępu do szkoleń i kursów⁴³. Rozwiązaniem jest praca przy projektach *open source*, internetowe dzielenie się twórczością, rozwijanie własnych umiejętności oparte na szerokiej kooperacji zorganizowanej za pośrednictwem internetu.

⁴² Tamże, s. 80.

⁴³ Zob. D. D. van Jaarsveld, dz. cyt.

Prosumenci w sieci

W tym miejscu dochodzimy do kolejnego, chyba najważniejszego przejawu prosumpcji. Piotr Siuda pisał o tym tak: „[p]odstawowy dla powstania kapitalizmu prosumpcyjnego jest internet, a szczególnie jego oblicze nazywane Web 2.0, którego istotą jest niespotykana do tej pory skala dzielenia się przez internautów informacjami oraz tak zwany *user-generated content*”⁴⁴. To właśnie w sieci lub za jej pośrednictwem odbywać się ma współpraca konsumentów i producentów na niespotykaną dotąd skalę. Apologeci takiego stanowiska stwierdzą zapewne, że opisane wcześniej analogowe formy prosumpcji mogą być dyskusyjne, ale cyfrowa jej postać jest już trudna do podważenia.

Cała Web 2.0 to jedna wielka prosumpcyjna maszyna napędzająca treścią naczynia przygotowane przez producentów. Tapscott i Williams odnieśli się do gry *Second Life*, pisząc: „jest [ona] nieograniczoną platformą innowacyjnych rozwiązań tworzonych przez klientów, a nie produktem”⁴⁵. Autorzy głośnej *Wikinonii* (której aspektem jest prosumpcja) odcinają się przy tym od czysto marketingowego spojrzenia na omawiane zagadnienie, zaznaczając: „większość wciąż myli prosumpcję z »koncentracją na kliencie«, która polega na tym, że firmy decydują o podstawowej strukturze produktu, a klienci mają możliwość modyfikowania niektórych jego elementów”⁴⁶. Obawy amerykańskich autorów są słuszne, wciąż większość specjalistów do spraw marketingu

⁴⁴ P. Siuda, dz. cyt., s. 111.

⁴⁵ D. Tapscott, D. A. Williams, *Wikinomia. O globalnej współpracy, która zmienia wszystko*, przeł. P. Cypriański, Warszawa: WAiP 2008, s. 187.

⁴⁶ Tamże, s. 185.

pisząc o prosumpcji, stawia ją w jednym rzędzie z takimi trendami w konsumpcji, jak: wirtualizacja, indywidualizacja, domocentryzm, homogenizacja, ekologizacja, serwicyzacja czy dekonsumpcja⁴⁷, lub w sąsiedztwie takich pojęć, jak marketing relacji lub *permission marketing*⁴⁸. Tapscott i Williams skłonni są przekonywać swoich czytelników, że zupełnie nie o to chodzi. Prosumpcja to trend polegający na wytwarzaniu podczas konsumpcji, na tworzeniu treści przez konsumenta. Pomijają oni jednak przy tym ważne pytanie stawiane na przykład przez Wójcika⁴⁹: jaka jest skala prosumpcji? Mało który autor posługujący się omawianym terminem skłonny jest podawać konkretne dane empiryczne. Ilu rzeczywiście jest prosumentów? Czy należy ich badać globalnie, czy w odniesieniu do konkretnych produktów?⁵⁰ W jakich dziedzinach produkcji ich wkład jest najbardziej doniosły? Te i wiele podobnych, odnoszących się do empirii, pytań zostawimy na inną okazję.

Wróćmy do zagadnień teoretyczno-praktycznych. *Wikinomia* Tapscotta i Williamsa jest chyba najbardziej znaną publikacją promującą prosumpcję. Autorzy piszą z upodobaniem o „inteligentnych firmach” potrafiących skorzystać z potencjału internetowych wspólnot⁵¹. W czym jednak tkwi

⁴⁷ Zob. E. Frąckiewicz, *Opinie mieszkańców regionu szczecińskiego wobec tradycyjnych i nowoczesnych zachowań konsumenckich*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego” 2010, nr 16 (609), s. 23–30.

⁴⁸ Zob. J. Wójcik, dz. cyt.

⁴⁹ Tamże.

⁵⁰ Mam na myśli pytanie, czy prosumpcja to uogólniona postawa konsumenta (może nie tylko konsumenta), czy może konkretne działania odnoszące się do poszczególnych produktów (wówczas mówimy o prosumencie konkretnego produktu, usługi itp.).

⁵¹ Już na tym etapie widać, że beneficjentem prosumpcji ma być właśnie owa „inteligentna firma”.

ten potencjał? Przede wszystkim – zgodnie ze stanowiskiem autorów – dotyczy on innowacji. Innowacje traktowane jako etap procesu wytwarzania stanowią niezwykle ciekawy przedmiot studiów, umożliwiając wskazanie kluczowej ciągłości współczesnych procesów gospodarczych z ich dziejowymi poprzednikami. Polega ona na surowym systemie praw własności, który pozwala traktować obiekty niematerialne jak przedmioty. Enzo Rullani pisał, że wartość wymienna wiedzy jest całkowicie związana z praktyczną zdolnością do ograniczenia jej swobodnego rozpowszechniania⁵². Analogicznie argumentował Kleiner, mówiąc, że system *copyright* ma na celu „spowodowanie, że konkretne typy dóbr niematerialnych zachowywać się będą jak dobra materialne, a więc będzie je można posiadać, kontrolować i wymieniać itp.”⁵³. Natomiast Christopher May podsumowywał: „[j]ednym z kluczowych aspektów rewolucji informacyjnej była, w dużej mierze udana, próba przekształcenia gospodarki informacyjnej na kształt istniejącej wcześniej gospodarki dóbr materialnych. W szczególności cel ten został osiągnięty dzięki wykorzystaniu oraz legitymizacji własności wiedzy w postaci praw własności intelektualnej”⁵⁴. Dzięki funkcjonowaniu w obrębie surowego reżimu praw własności prosumpcja będzie, po raz kolejny, przykładem uzewnętrznienia kosztów pracy.

Proces przywłaszczania sobie przez właścicieli kapitału rezultatów pracy zatrudnionej siły roboczej nie może być bardziej ewidentny – co zresztą wyraźnie podkreśla

⁵² Zob. E. Rullani, *Le capitalisme cognitive: du deja vu?*, „Multitudes” 2000, nr 2, s. 87–94.

⁵³ D. Kleiner, *The Telekommunist Manifesto*, Amsterdam: Network Notebooks 2010, s. 13.

⁵⁴ Ch. May, *The Information Society: a Sceptical View*, Cambridge: Polity Press 2002, s. 72.

cytowany wcześniej Lordon – niż w przypadku pracowników opracowujących innowację. Przygotowanie nowego rozwiązania technologicznego jest efektem – jak by powiedział Moulier-Boutang – kooperacji międzymózgowej (oraz, o czym często się zapomina, uruchomienia środków produkcji w postaci urządzeń laboratoryjnych, pomieszczeń, narzędzi itp.). Jednak efekt tego rodzaju „pracy kreatywnej” nie pozostaje własnością pracowników lub zewnętrznych wobec firmy amatorów, którzy go wytworzyli, lecz jest własnością firmy. Jest to typowa sytuacja alienacji pracy (jeśli mówimy o zatrudnionych), a jej ewidentność jest tym bardziej uderzająca, że produkty niematerialne (jak idee) zachowują swój własnościowy charakter jedynie dzięki rozwiązaniom legislacyjnym przyjmującym postać praw własności intelektualnej.

Perspektywa ekonomii głównego nurtu, a wraz z nią Tapscott i Williams, zupełnie odrzuca taką argumentację, zakładając, że „kreatywni profesjonaliści są wynagradzani za swój wysiłek głównie prawem własności do ich dzieła: przyznawane im są (oraz korporacjom, które ich zatrudniają) prawa autorskie, patenty, nazwy lub znaki towarowe. Te prawa własności z kolei tworzą czasową wyłączność, czasowy monopol, który podważa nieograniczony dostęp do rynków, tak ceniony w teorii ekonomicznej”⁵⁵. Wskazywany tu fakt monopolistycznego korzystania z pewnością ma miejsce, jednak Nakamura zapomina o tym, że własność wytworów cenionych przez niego kreatywnych umysłów należy wyłącznie do firm, które je opłacają. Prawniczka Catherine Fisk prześledziła doniosłe z naszego punktu widzenia

⁵⁵ I. L. Nakamura, *Economics and the New Economy: the Invisible Hand Meets Creative Destruction*, „Business Review of Philadelphia Federal Reserve Bank” 2000, s. 17.

przesunięcie w pojmowaniu praw własności intelektualnej⁵⁶. Dopóki wiedza wytwarzana i nabywana przez pracowników w toku ich pracy była trudna do mierzenia i kodyfikowania, nikomu nie przychodziło do głowy, że należy ona do kogośkolwiek innego niż sam pracownik. Jednak kiedy – głównie na skutek automatyzacji i mechanizacji – udało się wydajnie mierzyć przyrost wiedzy, sytuacja zaczęła się zmieniać na korzyść właścicieli środków produkcji obsługiwanych przez wysoko wykwalifikowaną pracę najemną.

Podsumowując, można powiedzieć, że przykłady prosumpcji wymienione przez Tapscotta i Williamsona można potraktować w sposób analogiczny do przykładów Tofflera. Albo mówimy tu o amatorskiej produkcji, albo o uzewnętrznieniu kosztów pracy. Niematerialność świata, w którym te procesy zachodzą, ma tu pewne znaczenie (zaraz do tego wrócimy), ale dzięki reifikacyjnej sile praw własności zostaje ona ograniczona do minimum. Z socjo-ekonomicznego punktu widzenia rozbiór prosumpcji na konsumpcję i produkcję prowadzi do wniosku, że ich synteza w jeden proces jest bardzo wątpliwa. Nie oznacza to jednak, że nie ma nigdy miejsca.

Prosumpcja

Cyfrowa, niematerialna postać niektórych dóbr może mieć znaczenie dla precyzyjnie zdefiniowanej prosumpcji. Cytowany Kleiner⁵⁷ pochopnie odrzucił benklerowską⁵⁸ produkcję

⁵⁶ Zob. C. Fisk, *Employee Innovation and the Rise of Corporate Intellectual Property, 1800–1930*, Chapel Hill: University of North Carolina Press 2009.

⁵⁷ D. Kleiner, dz. cyt.

⁵⁸ Y. Benkler, *Bogactwo sieci. Jak produkcja społeczna zmienia rynki i wolność*, przeł. R. Próchniak, Warszawa: WAiP 2008.

partnerską, chrzcząc ją specjalnym rodzajem dystrybucji. Kontrowersje mogą tu dotyczyć tego, czy jest to istotnie produkcja czy usługa, ale nie powinny negować faktu powstawania nowej wartości.

Na pojęciu wartości możemy oprzeć definicję prosumpcji. Jeśli uznamy, że jest nią takie działanie konsumenta, które oddziałuje nie tylko na wartość wymienną, ale również na wartość użytkową towaru, wówczas możemy mówić o jej precyzyjnym określeniu. Marksowskie rozróżnienie jest w tym wypadku bardzo pomocne, unaocznia bowiem różnice między typową konsumpcją a konsumpcją wnoszącą wkład w wartość towaru. Z tym pierwszym zjawiskiem społeczno-ekonomicznym mieliśmy do czynienia od bardzo dawna. Niemal każdy towar posiada symbole wskazujące na jego pochodzenie. Tym samym konsumenci są wykorzystani jako chodzące reklamy tego, co sami konsumują (mówiąc oczywiście w dużym uproszczeniu). Taki klient podnosi wartość wymienną produktu, nie wpływając jednak na jego wartość użytkową. Inaczej jest z prosumentem, który współtworzy wartość towaru. Czym ta definicja różni się o Tofflerowskiej i następnych? W tym przypadku współudział w powstawaniu towaru nie ma charakteru udziału w jego wytwarzaniu, a powstaje przez samą tylko konsumpcję⁵⁹.

Musimy być w tej sprawie tyleż stanowczy, co ostrożni. Ostrożności wymaga szczególnie, najczęściej darmowy, wkład klientów w produkcję lub produkcja jako taka. Z tym

⁵⁹ Nadal nie mamy tu do czynienia z zarobkiem po stronie prosumentów. Oznacza to tyle, że prosumpcja najczęściej nie może być środkiem utrzymania. Podtrzymana zostaje więc jej pośrednia zależność od kapitału, jednak nie zmienia to faktu oddziaływania na wartość użytkową produktu.

pierwszym mamy do czynienia, kiedy mówimy o wkładzie w innowacje przedsiębiorstwa, wówczas klienci uczestniczą w procesach produkcyjnych, a ich wkład jest przyswajany za darmo przez firmę. Druga sytuacja odnosi się do partnerskiego wytwarzania programów komputerowych (choć oczywiście nie tylko), ale również do często omawianej przy okazji prosumpcji twórczości fanów. Oba przypadki bardzo wiele dzieli⁶⁰, ale łączy powstawanie nowych treści. Można tu pójść za uwagami Davida Graebera⁶¹ krytykującego retorykę zamykającą każdą aktywność niebędącą bezpośrednim wytwarzaniem w pojęciu konsumpcji. Oddajmy cesarzowi co cesarskie. Marek Krajewski pisał: „zmiany technologiczne, które przeobraziły odbiorców w nadawców, dostarczyły każdemu z nas już nie tylko środków, dzięki którym tworząc, możemy dorównywać (techniczną przede wszystkim biegłością) profesjonalistom, ale też ujawniać swe kreacje innym”⁶². Są to kreacje właśnie, wytwory utalentowanych umysłów. Inna rzecz, że często przyswajane przez korporacje. Jest to jednak twórczość, nie prosumpcja. Nawet jeśli powstała w fandomie na modłę partyzanckiego oporu wobec komercyjnej rzeczywistości⁶³, nadal pozostaje twórczością. Z punktu widzenia korporacji, właściciela praw autorskich do pierwowzoru, ma ona najczęściej pewien wpływ na wartość wymienną, niezależnie od moralnego i/lub prawnego stosunku do tego rodzaju

⁶⁰ Zob. B. Mika, *Korzyść z Marksa w debacie na temat obiektów własności intelektualnej*, „Nowa Krytyka” 2013, nr 29, s. 205–228.

⁶¹ Zob. D. Graeber, *Consumption*, „Current Anthropology” 2011, nr 4, s. 489–510.

⁶² M. Krajewski, *Kultura dystrybucji – deficyty uwagi i strategię jej kumulacji*, 2013, [online:] <http://krajewskimarek.blox.pl> [dostęp 10.01.2013].

⁶³ Zob. P. Siuda, *Cierpliwość fana fantastyki. O tym czy fan to marionetka czy partyzant*, „Kultura i Społeczeństwo” 2010, nr 2, s. 75–91.

aktywności. Jednak podobnie jak inne rodzaje konsumpcji oddziałuje na wartość wymienną, nie użytkową. Nie jest więc z naszego punktu widzenia prosumpcją.

Do tej ostatniej zaliczymy więc strony internetowe takie jak YouTube czy Facebook, które są tym cenniejsze, im więcej użytkowników na nie wraca. Google może proponować precyzyjne wyszukiwanie, ponieważ każdy internauta korzystający z tej wyszukiwarki przyczynia się do jej sukcesu, pozostawiając w niej swój cyfrowy ślad. Amazon buduje swoją spersonalizowaną ofertę na podstawie zakupów dokonanych w przeszłości przez klienta. Allegro jest wartościową alternatywą dla tradycyjnego rynku (pierwotnego i wtórnego), ponieważ przyciąga miliony użytkowników. Przykłady można mnożyć. Efekt skali uzyskany dzięki stałemu zainteresowaniu odbiorców podnosi już nie tylko wartość wymienną strony (Google kupił YouTube w 2006 roku za 1,65 miliarda dolarów), ale również jej wartość użytkową. Amazon jest bardziej użyteczny, kiedy precyzyjniej trafia z ofertą w gust konsumenta. Allegro jest bardziej użyteczne, kiedy mogę tam znaleźć nawet najbardziej niszowe produkty (na zasadzie „długiego ogona”), Wikipedia i inne podobne inicjatywy, pomimo że działają poza rynkiem, również posiadają potencjalną wartość użytkową i wymienną⁶⁴.

Zatem sednem wąsko zdefiniowanej prosumpcji jest podnoszenie wartości użytkowej niematerialnego dobra poprzez samo jego użycie. W obrębie stosunków gospodarczych opartych na wymianie przedmiotów materialnych

⁶⁴ Lawrence Lessig podawał w jednej ze swoich publikacji, że potencjalna wartość handlowa Wikipedii wynosiłaby około 100 milionów dolarów, a warto dodać, że pisał te słowa w pierwszych latach nowego stulecia.

konsumpcja mogła wpływać na wartość wymienną. Użytkownik określonej marki samochodu, konsument butów takiego, a nie innego producenta czy mieszkaniac prestiżowego osiedla byli jednocześnie nośnikami informacji o tych produktach i przez to propagowali konsumowane przez siebie rzeczy. Ewidentnym przykładem tej funkcji jest proste słowo „reklamówka”, używane w odniesieniu do toreb przeznaczonych do transportu zakupionego towaru noszących logo producenta lub dystrybutora. Taka reklamówka miała⁶⁵ informować napotkane osoby o źródle pochodzenia produktu i być jednocześnie formą reklamy. Inaczej sprawa przedstawia się, kiedy mówimy o dobrach niematerialnych, ponieważ – jak zwracaliśmy uwagę – ich konsumpcja może podnosić wartość użytkową. Odbyna się to w ten sposób, że szerokie grono odbiorców skutecznie podnosi atrakcyjność towaru, nie tylko przyciągając do niego kolejnych konsumentów, ale swoją obecnością tworząc dla nich wartość.

Konkluzje

Pojęcia są tylko nośnikami znaczeń. Pojęcia popularne są nośnikami wielu znaczeń, w wyniku czego – jak wskazywaliśmy – tracą ostrość. Przeglądając współczesną literaturę przedmiotu, możemy stwierdzić, że prosument może równie dobrze oznaczać inteligentną konsumentkę torebki Dolce Gabbana (owa konsumentka wie, co kupuje

⁶⁵ Używamy tu czasu przeszłego, bowiem tego rodzaju aktywność przechodzi powoli do lamusa. Obecnie znaczna część sklepów wielkopowierzchniowych żąda dopłaty za siatkę, której powierzchnia często pozostaje pusta (bez logo firmy). Zmiana spowodowana jest – przynajmniej deklaracyjnie – proekologiczną polityką sieci handlowych skłaniających klientów do korzystania z toreb wielokrotnego użytku.

i dlaczego), jak i nastoletniego, ściganego przez prawników wielkich korporacji mistrza remiksu. Prosument to konsument, który wytwarza, lub wytwórca, który konsumuje. Może to być też twórca pracujący na bazie istniejących wcześniej środków pracy, hacker rozwijający program, autor amatorskiego przekładu filmowego, twórca Fanaru, a pewnie i przeciętny Kowalski skręcający w domu szwedzkie meble.

Powyższy wywód mógł sprawiać wrażenie jednoznacznie krytycznego, nie miał jednak na celu zupełnej deprecjacji pojęcia prosumpcji, a jedynie jego uściślenie. Prosumpcję nazwano tu niedoszlą rewolucją, bowiem miała ona zrewolucjonizować stosunki pomiędzy wytwarzaniem i konsumowaniem. Tymczasem powszechnie pojmowana prosumpcja jest kolejnym narzędziem dyskursywnej manipulacji oraz marketingowego oddziaływania. Po intelektualnej kompromitacji konsumeryzmu przyszedł czas na nowe słowo, które – podążając za myślą Lordona – wprowadzi do procesów pracy pozytywny afekt. Tym razem afekt nie dotyczy już tylko możliwości nabywania, ale także współtworzenia, innowacyjności i artyzmu. Podobnie jak nie każdy mógł być ostentacyjnym konsumentem, tak nie każdy może być pracownikiem wiedzy (wąsko rozumianym), za to każdy może być prosumentem. Powszechnie krytykowany z niemal wszystkich pozycji intelektualnych konsumeryzm został oswojony. Teraz nie tylko nabywamy, ale jeszcze przyczyniamy się do powstawania dobra. Kompulsywne i nieracjonalne kupno zastąpiła twórcza prosumpcja. W jej blasku konsumeryzm nie jest już taki straszny.

Inna rzecz, że z socjoekonomicznego punktu widzenia bardzo wiele aktywności powszechnie zaliczanych do

prosumpcji nie nosi jej znamion. Z jednej strony to, co bywa nazywane prosumpcją, to różne formy – najczęściej amatorskiej – twórczości. Z drugiej strony kryją się za nią – i jest to element tytułowej niedoszłej rewolucji – starzy dobrzy znajomi: obniżanie kosztów, elastyczność, uzewnętrznienie wydatków, przyswajanie przez firmę potencjału twórczego, badania marketingowe, promocja, reklama itp. Nie oznacza to oczywiście, że sama prosumpcja nie istnieje. Istnieje i odgrywa bardzo istotną rolę wszędzie tam, gdzie same procesy konsumpcji kreują wartość użytkową produktu.

Bibliografia

- Benkler Y., *Bogactwo sieci. Jak produkcja społeczna zmienia rynki i wolność*, przeł. R. Próchniak, Warszawa: WAIp 2008.
- Fisk C., *Working Knowledge: Employee Innovation and the Rise of Corporate Intellectual Property, 1800–1930*, Chapel Hill: University of North Carolina Press 2009.
- Frąckiewicz E., *Opinie mieszkańców regionu szczecińskiego wobec tradycyjnych i nowoczesnych zachowań konsumenckich*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego” 2010, nr 16 (609), s. 23–30.
- Graeber D., *Consumption*, „Current Anthropology” 2011, nr 4, s. 489–510.
- Hauptfleisch S., *The experience of work in a call centre environment*, „Journal of Industrial Psychology” 2006, nr 32, s. 23–30.
- Jaarsveld D. D. van, *Collective Representation among High-Tech Workers at Microsoft and Beyond: Lessons from WashTech/CWA*, „Industrial Relations” 2004, nr 43, s. 364–385.
- Kleiner D., *The Telekommunist Manifesto*, Amsterdam: Network Notebooks 2010.
- Kochan J., *Socjalizm*, Warszawa: Scholar 2013.

- Kossakowski R., *Między dramaturgią a totalnością – call center w zwierciadle socjologii Ervinga Goffmana*, „Studia Socjologiczne” 2008, nr 1, s. 77–98.
- Krajewski M., *Kultura dystrykcji – deficyty uwagi i strategię jej kumulacji*, 2013, [online:] <http://krajewskimarek.blox.pl> [dostęp 10.01.2013].
- Lordon F., *Kapitalizm, niewola i pragnienie. Marks i Spinoza*, przeł. M. Kowalska, M. Kozłowski, Warszawa: Instytut Wydawniczy Książka i Prasa 2012.
- May Ch., *The Information Society: a Sceptical View*, Cambridge: Polity Press 2002.
- Mika B., *Korzyść z Marksa w debacie na temat obiektów własności intelektualnej*, „Nowa Krytyka” 2013, nr 29, s. 205–228.
- Mika B., *Wszystkie odcienie szarości – kilka uwag o gospodarce ukrytej*, w: *Struktura klasowo-stanowa społeczności Poznania*, red. J. Tittenbrun, Poznań: Nakom 2010, s. 211–244.
- Nakamura I. L., *Economics and the New Economy: the Invisible Hand Meets Creative Destruction*, „Business Review of Philadelphia Federal Reserve Bank” 2000, s. 15–30.
- Putnam R., *Samotna gra w kręgle. Upadek i odrodzenie wspólnot lokalnych w Stanach Zjednoczonych*, przeł. P. Sadura, S. Szymański, Warszawa: WAIp 2008.
- Ritzer G., Jurgenson N., *Production, Consumption, Prosumption: The Nature of Capitalism in the Age of the Digital ‘Prosumer’*, „Journal of Consumer Culture” 2010, nr 1, s. 13–36.
- Ritzer G., *Makdonaldyzacja społeczeństwa*, przeł. S. Magala, Warszawa: Muza 1997.
- Rullani E., *Le capitalisme cognitive: du deja vu?*, „Multitudes” 2000, nr 2, s. 87–94.
- Siuda P., *Cierpliwość fana fantastyki. O tym czy fan to marionetka czy partyzant*, „Kultura i Społeczeństwo” 2010, nr 2, s. 75–91.

- Siuda P., *Mechanizmy kultury prosumpcji, czyli fani i ich globalne zróżnicowanie*, „Studia Socjologiczne” 2012, nr 4 (207), s. 109–132.
- Söderberg J., *Iluzje wyzwolenia przez technologię*, „Le Monde Diplomatique. Edycja Polska” 2013, nr 1 (83), s. 6–7.
- Tapscott D., Williams D. A., *Wikinomia. O globalnej współpracy, która zmienia wszystko*, przeł. P. Cypryański, Warszawa: WAiP 2008.
- Toffler A., *Trzecia fala*, przeł. E. Woydyło, Warszawa: PIW 1997.
- Weber M., *Gospodarka i społeczeństwo. Zarys socjologii rozumiejącej*, przeł. D. Lachowska, Warszawa: PWN 2002.
- Wójcik J., *Prosument – współczesny mit marketingowy*, w: *Kontrowersje wokół marketingu w Polsce. Niepewność i zaufanie a zachowania nabywców*, red. L. Grabski, J. Tkaczyk, Warszawa: WAiP 2009.
- Zapf D., Isic A., Bechtoldt M., Blau P., *What is typical for call centre jobs? Job characteristics, and service interactions in different call centres*, „European Journal of Work and Organizational Psychology” 2003, nr 12, s. 311–340.



Dominik Porczyński

Prosumpcja w polskim fandomie gier fabularnych





Wprowadzenie

Fandom to pojęcie używane w naukowym dyskursie dla określenia społeczności fanów różnych tekstów kultury popularnej. Nie jest ono jednak wytworem badaczy, ale stanowi kod *in vivo*, zaczerpnięty z języka osób tworzących te zbiorowości; nazwę, której sami fani używają dla opisu swojej społeczności. Autor zetknął się z tym pojęciem podczas badania społeczności miłośników gier fabularnych i początkowo stanowiło ono rodzaj dysonansu poznawczego, ponieważ działania obserwowanych grup przywodziły na myśl raczej coś, co w literaturze funkcjonuje pod pojęciem nowoplemienności. Analiza tekstów podejmujących problematykę, a także same badania pozwoliły jednak stwierdzić, że wzory kulturowe, które można określić jako elementy fandomu, przypominają albo są tożsame z aktywnością nowoplemienną.

Tekst traktuje o problemie prosumpcji, wychodząc właśnie z perspektywy neotrybalizmu. Aby jednak scharakteryzować przyjęte założenia, ukazane są najpierw praktyki, które skłaniają do traktowania pojęć fandomu i nowoplemienia jako synonimów. Autor zaznacza jednak, że owa tożsamość występuje jego zdaniem w przypadku

społeczności fanów RPG, a ewentualne rozszerzenie zakresu stosowalności koncepcji wymaga dalszych badań.

Praktyki plemienne

Koncepcja nowoplemienia została wprowadzona do socjologii pod koniec lat osiemdziesiątych ubiegłego wieku przez Michela Maffesoliego¹ na określenie efemerycznych zbiorowości spajanych przez wspólną pasję. Socjolog ten dowodził, że w społeczeństwach późnonowoczesnych organizacje formalne tracą na znaczeniu, ustępując miejsca temporalnym, nieformalnym kolektywom luźno ze sobą powiązanych jednostek. Kryterium przynależności stanowi pewien zestaw symboli, które są podzielane przez członków plemienia i stanowią pewien znak rozpoznawczy. Symbolami tymi może być ubiór, muzyka, filmy, gry, sport, taniec itd. Podstawą funkcjonowania nowoplemion jest bliskość emocjonalna, nie zaś racjonalna. Wspólnie podzielana pasja zbliża ludzi do siebie. Idea ta jest zakorzeniona bezpośrednio w koncepcjach społeczności tradycyjnych², gdzie właśnie bliskość i „wola naturalna” jest podstawą funkcjonowania. Nie oznacza to, że nowoplemienność jest literalnym przeniesieniem związków wywiedzionych z przednowoczesnych organizacji społeczno-politycznych. Pojęcie plemienia należy traktować raczej jako rodzaj metafory naukowej³, która

¹ Zob. M. Maffesoli, *Czas plemion. Schyłek indywidualizmu w społeczeństwach ponowoczesnych*, przeł. M. Bucholc, Warszawa: PWN 2008.

² Zob. F. Tönnies, *Community and Civil Society*, Cambridge: Cambridge University Press 2001, s. 22–24; É. Durkheim, *The Division of Labor in Society*, London: Macmillan 1994, s. 31–63.

³ Zob. V. Turner, *Gry społeczne, pola i metafory. Symboliczne działanie w społeczeństwie*, przeł. W. Usakiewicz, Kraków: Wydawnictwo UJ 2005, s. 17.

pomaga uporządkować elementy teorii, lecz jednocześnie pewne wskaźniki zawartości pojęciowej bierze w nawias. Stwierdzenie, że nowoplemię odwzorowuje społeczności tradycyjne, jest uproszczeniem, biorąc pod uwagę wielość formalnych i zrytualizowanych wzorów kulturowych składających się na aktywność tych w ramach tych drugich⁴. Na korzyść użycia omawianego pojęcia wskazuje fakt, że nawet we współczesnej antropologii kulturowej nie ma zgodności, czym plemię jest, a czym nie, i ostatecznie za podstawowe kryterium przynależności jednostki do niego uznaje się autodeklarację⁵, co wkomponowuje się w szeroki kontekst współczesnych teorii kulturowych, akcentujących właśnie ten aspekt członkostwa grupowego⁶.

Ważną rolę w nowoplemionach odgrywa estetyka. Jak to ujmował Maffesoli, stanowią one wspólnoty estetyczne⁷. Estetyka może się przejawiać w różny sposób, może to być funkcja zachowań⁸, ale również symboli, wokół których integrują się aktorzy lub ich wytwory. Członkowie współczesnych plemion korzystają z produktów komercyjnych, ale również wytwarzają swoje, nawiązujące do nich, lub je przetwarzają do swoich potrzeb. Analogiczne zjawisko było widoczne w kontrkulturze. Hippisi propagowali powrót do natury, tworzyli „plemienne” wspólnoty, a ubrania dekorowali lub wykonywali samodzielnie. Nie bez znaczenia były

⁴ Zob. Z. Bauman, *Wieloznaczność nowoczesna, nowoczesność wieloznaczna*, przeł. J. Bauman, Warszawa: PWN 1995, s. 284.

⁵ Zob. M. Fried, *On the Concepts of 'Tribe' and 'Tribal Society'*, „Transactions of the New York Academy of Sciences” 1966, nr 28 (4), s. 369.

⁶ Zob. D. Muggleton, *Wewnątrz subkultury. Ponowoczesne znaczenie stylu*, przeł. A. Sadza, Kraków: Wydawnictwo UJ 2005.

⁷ Zob. M. Maffesoli, dz. cyt.

⁸ Zob. K. Kolbowska, *Capoeira w Polsce. Wędrowanie wątków kulturowych*, Warszawa: Trio 2010, s. 105.

też braterskie stosunki pomiędzy muzykami rockowymi a widownią. Ci pierwsi byli traktowani jako swoi, jako osoby wywodzące się z własnego grona⁹.

Bliskość nadawcy i odbiorcy jest charakterystyczna dla społeczności tradycyjnych. Estetyka (ubiór, zdobnictwo) była elementem podkreślającym przynależność do danej społeczności¹⁰. Nie istniało precyzyjne rozróżnienie na artystę i jego klientów, większość z tych rzeczy wytwarzano w domach. To zbliżenie jest również dystynktywną cechą zjawiska, które jest zwane prosumpcją¹¹, *produsage*¹² czy kulturą uczestnictwa¹³. Jak dowodzą badacze¹⁴, taka zależność jest wyznacznikiem aktywności w ramach fandomów, co wskazuje na pierwszą cechę wspólną z nowoplemieniem. Przynależność do fandomu oraz współczesnego plemienia nie jest kwestią formalną ani przymusową, opiera się na wspólnocie zainteresowań, co w przypadku tego pierwszego zawężyć się może do pewnych tekstów kultury i zbioru związanych z nimi praktyk. Idąc dalej, śladem charakterystyki nowoplemion opisanej przez Mariana Golkę¹⁵, nie są to wspólnoty lokalne czy sąsiedzkie, zaprzeczają też tradycyjnemu rozumieniu gangu lub subkultury¹⁶; nie

⁹ Zob. D. Mackay, *The Fantasy Role-Playing Game. A New Performing Art*, Jefferson: McFarland & Company 2001, s. 7.

¹⁰ Zob. K. Piwocki, *Dziwny świat współczesnych prymitywów*, Warszawa: WAIiF 1980, s. 17; J. Jackowski, *Polska sztuka ludowa*, Poznań: UAM 2007, s. 278–280.

¹¹ Zob. A. Toffler, *The Third Wave*, New York: Bantam Books 1980, s. 266.

¹² Zob. A. Bruns, *Produsage. A Working Definition*, [online:] <http://produsage.org/node/9> [dostęp 13.08.2013].

¹³ Zob. H. Jenkins, *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, przeł. M. Bernatowicz, Warszawa: WAIiP 2007, s. 9.

¹⁴ Zob. H. Jenkins, *Textual Poachers*, London: Routledge 1992, s. 46.

¹⁵ Zob. M. Golka, *Socjologia kultury*, Warszawa: Scholar 2008, s. 200.

¹⁶ Zob. D. Hebdige, *Subculture. The Meaning of Style*, London: Routledge 1979.

spotykają się na co dzień, choć mają wypracowane jakieś wzory kulturowe dotyczące takich spotkań (konwenty, kluby, puby). Członkami obu formacji można być bez względu na wiek, wykształcenie czy zawód. Spotyka się fanów mających trzynaście, trzydzieści, a nawet pięćdziesiąt lat. Faktem jest też, że duży wpływ na rozwój tego typu zbiorowości miało pojawienie się nowych form komunikacji, takich jak telefonia komórkowa i internet – często nie są one jedynie narzędziem ułatwiającym kontakt.

Istotą fandomów jest działanie oparte na symbolach związanych z kulturą popularną: filmach, komiksach, książkach, grach itd. Członkowie czerpią z produkcji kulturowej, a ich dalsze działania wypływają ze znaczeń wytworzonych w jej ramach. Specyficzne przejawy twórczości są nieraz mocno powiązane z kulturami i bez zrozumienia kontekstu, w jakim powstają, mogą być poza nim zupełnie niezrozumiałe¹⁷. Fani podtrzymują te znaczenia. Produkcja kulturowa daje fanom impuls do dalszych inicjatyw, napędza ich twórczą działalność, pomimo że ma ona często wartość jedynie w obrębie ich społeczności.

Podstawowym celem jest ukazanie procesów prosumpcji w polskim fandomie gier fabularnych, wskazanie obszarów, w jakich działania te się odbywają, czynników na nie wpływających oraz zrozumienie ich specyfiki, bowiem fandom gier fabularnych (*role-playing games* – RPG) na tle fandomów „medialnych” wykazuje cechy unikatowe. Profil członków do pewnego stopnia pokrywa się z fanami fantastyki, ale nie wszyscy gracze traktują ją jako główny obszar zainteresowań. Czytanie, oglądanie, dyskutowanie, granie,

¹⁷ Zob. C. Geertz, *Wiedza lokalna. Dalsze eseje z zakresu antropologii interpretatywnej*, przeł. D. Wolska, Kraków: Wydawnictwo UJ 2005, s. 124.

zabawa – te wszystkie procesy to aktywność czasu wolnego, rozrywka, szeroko pojmowana sfera ludyczna. Można więc przyjąć, że istnieje wiele elementów wspólnych, ale miłośnicy gier fabularnych nie tylko dzielą się wrażeniami na temat seriali, ale też grają. Autor zakłada, że specyfika RPG otwiera nowe obszary badań nad prosumpcją, co niniejszy tekst ma na celu wykazać.

Zarys badań nad prosumpcją w fandomie RPG

Metodologia

Opisy praktyk, których analiza jest przedmiotem tego tekstu, są wynikiem obserwacji prowadzonych przez autora w latach 2010–2013. Podstawowym źródłem materiałów były badania jednego z podkarpackich klubów fantastyki. Autor prowadził obserwację, uczestnicząc w życiu społeczności, stosując podejście „obserwatora jako uczestnika”¹⁸, na które składało się uczestnictwo w spotkaniach odbywających się w jednym z miejskich domów kultury oraz aktywna partycypacja w sesjach gier fabularnych. Drugim etapem badań było przeprowadzenie serii wywiadów swobodnych ze standaryzowaną listą poszukiwanych informacji¹⁹. W tej fazie przeprowadzono 19 rozmów: 10 z członkami społeczności, 5 z graczami z innych środowisk

¹⁸ M. Angrosino, *Badania etnograficzne i obserwacyjne*, przeł. M. Brzowska-Brywczyńska, Warszawa: PWN 2010, s. 107.

¹⁹ Zob. K. Konecki, *Studia z metodologii badań jakościowych. Teoria ugruntowana*, Warszawa: PWN 2000, s. 169.

oraz 4 z ekspertami – osobami znanymi i zaangażowanymi w aktywność fandomową, projektantami gier i wydawcami. Perspektywą badawczą przyjętą w niniejszych dociekaniach była metodologia teorii ugruntowanej²⁰, co implikowało zastosowanie techniki próbkowania teoretycznego, czego przejawem są nie tylko różne grupy rozmówców, ale również przeprowadzenie obserwacji podczas konwentu PolCon 2012 oraz korzystanie z dodatkowych źródeł danych: podręczników gier fabularnych oraz materiałów pochodzących z internetu. W drugim wypadku podstawowym materiałem porównawczym było przedsięwzięcie „Karnał blogowy RPG”, w które zaangażowanych jest kilkadziesiąt erpegowców prowadzących blogi.

Podstawowym założeniem było uznanie świata społecznego graczy jako istniejącego w działaniach podtrzymujących go jednostek. Za świat społeczny uznaje się obszar działań ludzkich skoncentrowanych na tworzenie i podtrzymanie pewnych symboli²¹. Podstawą analizy są zachowania w ramach świata społecznego gier fabularnych oraz wyniki tych działań: szeroko pojmowane symbole. Perspektywa badawcza jest wobec tego zakorzeniona w teorii interakcjonizmu symbolicznego²², ale podobną można znaleźć również w tekście Matta Hillsa²³ (był „wykrzyczany”, „wykonujący pracę kulturalną”). Z perspektywy niniejszego tekstu centralnym elementem, który jest

²⁰ Zob. K. Charmaz, *Teoria ugruntowana. Praktyczny przewodnik po analizie jakościowej*, przeł. B. Komorowska, Warszawa: PWN 2010.

²¹ Zob. H. Becker, *Art Worlds*, Berkeley: University of California Press 2008, s. 34.

²² Zob. H. Blumer, *Interakcjonizm symboliczny: perspektywa i metoda*, przeł. G. Woroniecka, Kraków: Nomos 2008.

²³ Zob. M. Hills, *Fan Cultures*, London: Routledge 2002, s. 4.

punktem odniesienia do owych interakcji, są gry fabularne, stąd badaczka interesowała aktywność pozostająca z nimi w związku.

Elementy gry fabularnej

Skatalogowanie różnych przejawów działań erpegowców może okazać się dużym wyzwaniem ze względu na rozmycie pojęcia gry fabularnej. W tym więc miejscu należy wprowadzić pierwsze rozróżnienie na grę jako symbol – punkt odniesienia (tekst kultury, stanowiący element integrujący pewne zbiorowości) oraz na rozgrywkę, czyli wdrażanie w sferę aktywności zasad i elementów świata wyobrazonego. W każdym z tych przypadków pojawiają się różne obszary, w których obrębie mogą być realizowane działania prosumpcyjne.

W centrum uwagi będą „papierowe”, towarzyskie (*pen-and-paper*, *tabletop*) gry fabularne, które można zdefiniować jako gry pozwalające „pewnej liczbie graczy przyjmować role wyobrażonych postaci i działać z pewnym stopniem swobody w wyobrażonym środowisku”²⁴. W tej definicji przykłada się uwagę do działania, stąd stanowi ona raczej odniesienie do samej rozgrywki. Standardowymi elementami gry fabularnej są uczestnicy (aktorzy społeczni), zasady (mechanika) oraz setting (świat gry). Sesja RPG to rodzaj spotkania, a ściślej interakcja zogniskowana²⁵. W nią zaangażowani są uczestnicy, spośród których

²⁴ G. A. Fine, *Shared Fantasy. Role-playing Games as Social Worlds*, Chicago: The University of Chicago Press 1983, s. 6.

²⁵ Zob. E. Goffman, *Spotkania. Dwa studia z socjologii interakcji*, przeł. P. Tomanek, Kraków: Nomos 2010, s. 5.

jeden przyjmuje rolę mistrza gry – prowadzącego rozgrywkę. Mistrz gry (MG) czerpiąc inspirację z różnych tekstów kultury (omówione będą w dalszej części tekstu), przygotowuje ramy sesji, będące punktem wyjścia działań wyobrażonych postaci, w które wcielają się gracze. Najczęściej odbywa to się w ten sposób, że MG opisuje pewną sytuację, w której znajdują się bohaterowie graczy (BG), gracze opisują, jak ich postacie reagują na tę sytuację i jakie działania podejmują, a prowadzący opisuje efekty ich działań.

Wskazówek do tego, jakie działania mogą być podejmowane i jak należy je interpretować, w dużej mierze dostarczają zasady gry. Najczęściej ich lista jest zgromadzona w podręczniku, który zawiera instrukcje dotyczące tworzenia postaci, wykorzystywania ich umiejętności oraz interpretowania wyników rzutów kośćmi. Te ostatnie odpowiadają za czynnik losowy i używane są do rozstrzygania sytuacji, w których bezstronność MG mogłaby być podana w wątpliwość. Kości są istotnym elementem gier fabularnych, przy czym zakres ich stosowalności jest zależny od rodzaju gry oraz zwyczajów danego kręgu graczy. *Pathfinder* zakłada duży ich udział w rozgrywce, zaś specyfika pewnych gier, jak np. *Wampira: Maskarady*, skłania graczy raczej do skupienia się na narracji i teatralnej stronie RPG.

Setting to zestaw elementów, odnośników wykorzystywanych do projektowania sytuacji, w których bohaterowie się znajdują, a także do planowania samych działań. Można przyjąć, że setting to świat gry, ale jego opis w podręczniku różnić się może od wyobrażenia, które mają na jego temat sami gracze, stąd lepiej jest założyć, że podręcznik dostarcza raczej pomysłów niż jest rzeczywistym

przedstawieniem fantastycznego świata. Settingi mogą być rozmaite. *Pathfinder* to przykład średniowiecznego fantasy, czyli świata, w którym poziom rozwoju cywilizacyjnego odpowiada mniej więcej średniowiecznej Europie, wzbogaconego jednak dużą ilością magii i fantastycznych istot, jak elfy, krasnoludy czy smoki. *Star Wars d20* cechuje setting przeniesiony z uniwersum *Gwiezdnych Wojen*, czyli odległa przyszłość wraz z odpowiednio zaawansowaną technologią. *Wampir: Maskarada* osadzony jest w teraźniejszości, jednak zakłada istnienie stworzeń takich, jak wampiry czy wilkołaki. Specyfika settingu w pewnym stopniu ukierunkowuje zachowania i wybory postaci. To, co jest możliwe w świecie przyszłości, nie będzie bowiem możliwe w średniowieczu.

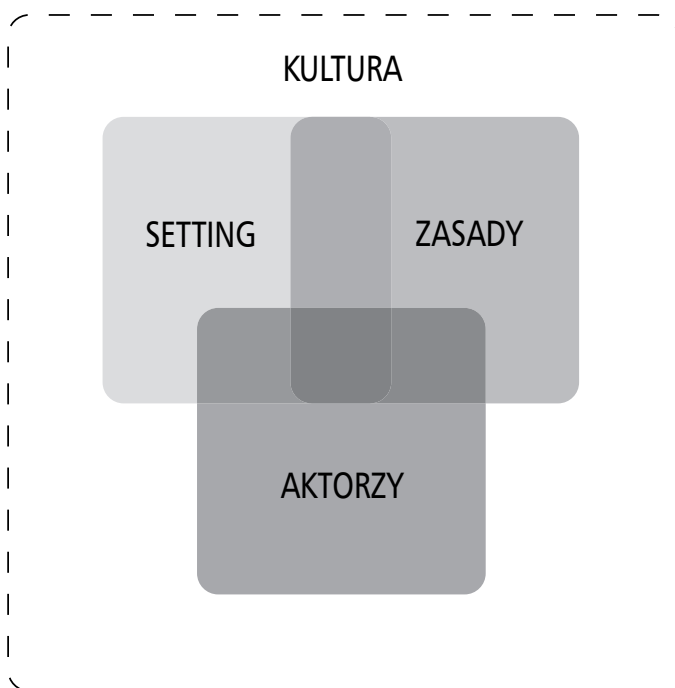
Wymienione elementy gry: uczestnicy, zasady i setting w pewnym stopniu korespondują z trzema schematami budowy gier proponowanymi przez Katie Salen i Erica Zimmermana²⁶, którymi są kultura, gra i rozgrywka (*game, culture, play*). Według tych badaczy gry można projektować i interpretować, używając wspomnianych elementów. Kultura stanowi najszerszy schemat, odnosi się do kontekstu, w którym gra jest tworzona i rozgrywana; gra z kolei to struktura formalna gry oparta na regułach logiki i matematyki; rozgrywka zaś to sam akt grania – wdrożenie w życie zasad, interakcja ze światem gry oraz pozostałymi graczami. Aby zidentyfikować obszary presumpcji w grach fabularnych, należy zdefiniować najpierw relacje między obydwoma modelami, a następnie między poszczególnymi ich elementami.

²⁶ Zob. K. Salen, E. Zimmerman, *Rules of Play. Game Design Fundamentals*, Cambridge: MIT Press 2004, s. 5–6.

Setting a kultura – drugie z wymienionych pojęć jest szersze, bowiem uwzględnia różne teksty kultury, które stanowią inspirację przy projektowaniu gry; setting jest tworzony na podstawie pomysłów projektantów, jednak bardzo często można wskazać, co dany pomysł zainspirowało, źródła są podawane bezpośrednio. Nietrudno zauważyć na przykład wpływy twórczości Johna R. R. Tolkiena na wiele dostępnych na rynku tytułów RPG. Inspiracji dostarczają mitologie, powieści czy inne gry.

Zasady a gra – te pojęcia stanowią synonim, odnoszą się do podstawowych czynników regulujących zachowanie graczy. Najbardziej podstawowe ujęcie postaci to zestaw liczb zapisanych na kartce, obrazujących jej cechy. Liczby te w połączeniu z czynnikiem losowym – wynikiem rzutu kośćmi – pozwalają określić, czy czynność wykonywana przez bohatera zakończyła się sukcesem; wynik ten może następnie być poddany interpretacji prowadzącego i wzbogacony o literacki opis czynności; „masz skradania 13, wyrzuciłeś na kostce 10, czyli udało ci się przejść niepostrzeżenie” i „wstrzymując oddech i kryjąc się w cieniu, udało Ci się przejść za plecami strażników” odnosić się może do tego samego zdarzenia w świecie gry, jednak pierwszy opis odnosi się do warstwy zasad, drugi zaś do warstwy kultury.

Uczestnicy a rozgrywka – obszar rozgrywki to sesja (interakcja zogniskowana), w której biorą udział gracze i mistrz gry. Ich aktywność jest regulowana przez odniesienia do tekstów kultury (przede wszystkim settingu) oraz zasad; rozgrywka nie może więc istnieć bez uczestników. Wymienione elementy można zestawić w ramach poniższego modelu (rycina 1):



Rycina 1. Wzajemne zależności składników gry fabularnej

Źródło: opracowanie własne.

Pojęcie kultury w powyższym nie jest rozumiane wyłącznie jako zestaw pewnych symboli, ale uwzględnia również aktywność używających ich ludzi, stąd dla większej przejrzystości nie wprowadzano dodatkowego podziału na sfery społeczną i tekstów kultury. Teksty kultury stanowią podstawę do stworzenia settingu, ale również zasad. Aktywność aktorów społecznych, która jest w pewien sposób ustrukturyzowana poprzez odniesienia do settingu i zasad, składa się na rozgrywkę. W tym wypadku wymienione elementy

są składowymi interakcji. Jeśli jednak potraktować je jako symbole, wokół których integrują się pewne grupy, staną się elementami kultury czy też świata społecznego RPG. Obszarami prosumpcji są te miejsca, w których dochodzi do przenikania sfer.

Obszary prosumpcji w grach fabularnych

Prosumpcja jako wbudowany mechanizm – sesja

Gra fabularna w przeciwieństwie do książki czy filmu nie jest dziełem zamkniętym, można raczej przyjąć, że stanowi zestaw narzędzi, których odpowiednie użycie skutkuje wytworzeniem zjawiska estetycznego. Powyższe stwierdzenie nie oznacza, że autor przyjmuje tezę o tak zwanym biernym odbiorcy za fakt. Chodzi raczej o to, że teksty kultury, które są podstawą wyodrębnienia innych (nieerpegowych) fandomów, mają relatywnie mniej ingardenowskich miejsc nie-dookreślonych²⁷. Można zaryzykować tezę, że gra fabularna w swojej istocie zakłada zachowania prosumenckie. W blogosferze RPG można zaobserwować liczne potwierdzenia tej tezy. Katalog zachowań prosumenckich rozpoczyna rozegranie sesji RPG, a kończy tworzenie własnych systemów: „Mówi się, że każdy Mistrz Gry ma w szufladzie system autorski. Dla jednego będzie to kalka *Warhammera*, *Neuroshima* z »poprawioną« mechaniką albo d20 ze stworzonym podczas kampanii światem, dla drugiego liczący setki stron podręcznik, powstały w pocie czoła podczas wielu lat intensywnej gry.

²⁷ Zob. R. Ingarden, *Wybór pism estetycznych*, Kraków: Universitas 2005, s. 8–14.

Jeszcze inny bez wahania wskaże jako autorskie systemy, które ukazały się drukiem – fakt wydania nie cofnie czasu, nie wpłynie na to, jak gra powstawała, w jaki sposób ją testowano ani z myślą o kim autor tworzył tego erpega. Ile osób, tyle definicji systemu autorskiego” (Enc, KB RPG #35).

Na podstawie ryciny 1 można stwierdzić, że głównymi obszarami, w których mogą zachodzić działania mające na celu wytwarzanie/przetwarzanie elementów kulturowych, to obszary wspólne: settingu i aktorów, zasad i aktorów, settingu i zasad; połączenie zaś tych trzech sfer składa się na sesję. Przenikanie się zarysowanych pól odnosi się do faktu, że zależność między nimi nie jest jednostronna. Nie tylko zasady czy setting warunkują zachowanie aktorów, ale również aktorzy mają wpływ na zasady i setting. Nie jest to przenoszenie symboli w sferę aktywności, ale również aktywne przetwarzanie tych symboli.

Henry Jenkins opisywał różne przejawy działalności fanów, polegające między innymi na dobieraniu elementów tekstów kultury i tworzeniu na ich podstawie własnych wytworów²⁸. W przypadku RPG wydawcy w zasadzie pomijają fazę pierwszą i dostarczają gotowy zestaw elementów, które gracze mogą wykorzystać zgodnie ze swoimi upodobaniami. Najważniejsze spośród tych elementów to oczywiście setting i zasady, na których podstawie mistrz gry przygotowuje sesję, a gracze tworzą i odgrywają swoje postacie. Rozegranie sesji jest istotą gry fabularnej. Co prawda zdarzają się osoby, które kupują, czytają, kolekcjonują podręczniki RPG, ale nie jest to sednem tej rozrywki. Rozmówcy są zgodni, że aby uznać kogoś za erpegowca,

²⁸ Zob. H. Jenkins, *Textual...*, dz. cyt., s. 165–180.

musi on grać. Ta aktywność, nie zaś posiadanie podręczników czy innych elementów kulturowych, decyduje o przynależności do świata społecznego RPG.

Wynikiem interakcji mistrza gry i graczy jest sesja – rozgrywka. Zdefiniowanie jej statusu może sprawiać problemy. W literaturze podejmowane są próby określenia sesji mianem opowieści²⁹, co stanowi echo dyskusji na temat narracji w grach³⁰. W niniejszym artykule nie neguje się istnienia opisów czy elementów narracji w grach fabularnych, jednak uznaje się je za rodzaj interakcji. Sesja może być kanwą powstania narracji (np. relacje z rozgrywki w formie opowiadania, zamieszczane na blogach), jednak samej sesji bliżej jest do metafory performansu. Sesja nie jest odegraniem gotowego scenariusza (co się zdarza, ale przez graczy uznawane jest za patologię RPG), lecz improvizacją rozwijaną w reakcji na zmieniające się realia. Dopiero z perspektywy czasu można stwierdzić, że poprzez swoje działania gracze stworzyli pewną narrację.

Pośród samych graczy nie ma jednoznacznej opinii co do idei rozgrywki. Niektórzy spośród nich skłaniają się do opisywania jej jako pewnego rodzaju opowieści, inni

²⁹ Zob. J. Z. Szeja, *Gry fabularne: nowe zjawisko kultury współczesnej*, Kraków: Rabid 2004.

³⁰ Zob. J. Murray, *From Game-story to Cyberdrama*, w: *First Person. New Media as Story, Performance and Game*, red. N. Wardrip-Fruin, P. Harrigan, Cambridge: The MIT Press 2004; G. Aarseth, *Genre Trouble. Narrativism and the Art of Simulation*, w: *First Person. New Media as Story, Performance and Game*, red. N. Wardrip-Fruin, P. Harrigan, Cambridge: The MIT Press 2004; M. Eskelinen, *Towards Computer Game Studies*, w: *First Person. New Media as Story, Performance and Game*, red. N. Wardrip-Fruin, P. Harrigan, Cambridge: The MIT Press 2004; G. Frasca, *Ludolodzy też kochają opowiadania – notatki na temat sporu, który nigdy nie miał miejsca*, w: *Światy z pikseli. Antologia studiów nad grami komputerowymi*, red. M. Filiciak, Warszawa: Academica 2010.

jednak cały czas podkreślają jej „growość”, a także społeczny charakter (spotkanie towarzyskie): „Znam ludzi, którzy nie do końca się ze mną zgodzą, bo oni bardzo, na przykład, lubią liczyć i turlać kostkami i dla nich to RPG jest bardziej grą. Dla mnie RPG jest bardziej opowiadaniem historii i ogólnie aktywnością społeczną, gdzie można sobie usiąść z kolegami, coś zrobić, opowiedzieć jakąś historię” (Albert).

Rozbieżności w definiowaniu są związane ze stylami grania (i prowadzenia), ale również z rodzajem gier. Można wyodrębnić dwa kontinua, w których ramach w pewien sposób da się zamknąć różne style grania. Pierwsze z nich to railroading vs. sandbox, które odnosi się do stopnia swobody, jaki mają gracze w rozgrywce kierowanej przez mistrza gry. Railroiding odnosi się do stylu, w którym BG są przeprowadzani od sceny do sceny i mogą podejmować jedynie takie działania, jakie MG wziął pod uwagę w swoim scenariuszu, sandbox zaś skupia się na decyzjach graczy. Prowadzący przygotowuje zarys świata i pewne ważne lokacje. To, w którą stronę pójdzie rozgrywka, zależy wyłącznie od pomysłów graczy. Drugie kontinuum to narracja vs. kości. Można przyjąć, że ten podział odnosi się do stopnia zawartości czynnika losowego w grze. Z jednej strony jest on zminimalizowany, a akcja gry posuwa się do przodu poprzez opisy i odgrywanie ról, z drugiej zaś rozgrywka opiera się głównie na mechanice, a większość sytuacji rozwiązywana jest poprzez rzuty kośćmi. Istniejące na rynku systemy nie są względem tych podziałów neutralne. Ich mechanika oraz założenia harmonizują z danym stylem. Przykładowo *Wampir: Maskarada* wspiera railroading i narrację, zaś mechanika *Dungeons & Dragons* lepiej współgra z sandboxem i częstym rzucaniem kośćmi (dlatego nieraz fanów tego systemu nazywa się „turlaczami”).

Obszar pomiędzy zasadami i settingiem symbolizuje wzajemny wpływ tych czynników. Na rynku są dostępne mechaniki uniwersalne (np. „GURPS”, „FATE”, „Savage Worlds”), które można zaadaptować do dowolnego settingu i w teorii rozegrać sesję. W praktyce specyfika świata wyobrażonego wymusza nieraz zmianę zasad. Chodzi o „przetłumaczalność” logiki zasad na logikę elementów wyobrażonego uniwersum:

„DP: Czyli jest możliwe zagranie na przykład w *7th Sea* na mechanice *Warhammera* albo na odwrót?

Gienek: Byłoby to możliwe, aczkolwiek bardzo trudne, trzeba by... trzeba by ograniczyć możliwości, jakie daje system, żeby to faktycznie było możliwe, chociaż ogólną zasadę mechaniki da się przenieść.

DP: Ale czy to ma sens?

G: To zależy. To zależy od tego, co mistrz gry chce osiągnąć, bo *7th Sea* jest oparte na tych filmowych akcjach, widowiskowych zagrywkach i tak dalej, które mają oddać klimat filmów płaszcza i szpady, kiedy *Warhammer* jest tym światem... ponurym światem pogrążonym w wojnie, gdzie nikt nie ufa nikomu tak naprawdę, więc czy mistrz gry ma jakiś powód, żeby tak naprawdę mieszać te mechaniki i settingi, jeżeli tak, myślę, że jest w stanie odpowiednio przerobić te mechaniki, żeby dało się to zrobić”.

Standardowym przykładem przywoływanym przez rozmówców jest casus gier *Warhammer* i *Dungeons & Dragons* (czy raczej mechaniki d20, na której ta gra się opiera). Erpegowcy są zdania, że mechanikę można przenieść, ale jest to bezpodstawne, ponieważ ideą grania w pierwszą

z wymienionych gier jest ciągła obawa o życie. Bohaterowie są niewiele potężniejsi od przeciętnego człowieka i postępując nierozważnie – giną. W przypadku *D&D* gracze wcielają się w herosów dysponujących dużo potężniejszą mocą, po dłuższym czasie grania mogących stawić w pojedynkę czoła całym armiom. Mechanika obu gier wspiera więc inny styl grania i przenoszenie jej między nimi godziłaby w ich specyfikę. W teorii więc można rozdzielić mechanikę i setting, w praktyce jest to nieraz trudne i bezzasadne.

W trakcie obserwacji gracze opowiadali o kampanii prowadzonej na podstawie książki (i serialu) *Gra o tron*. Ponieważ na rynku nie było dostępnej gry fabularnej osadzonej w świecie George’a R. R. Martina, Albert przygotował setting na podstawie dostępnych materiałów, a mechanikę zapożyczył z jednej z gier dostępnych na rynku. Ta niestety po jakimś czasie przestała się sprawdzać w ramach stylu gry, który MG zakładał, stąd spróbował on zaimplementować inne zasady. Te również przestały mu odpowiadać i zaproponował zapożyczenie ich z jeszcze innego systemu.

Aktorzy a zasady

Wydawałoby się, że idealna sytuacja pojawia się wtedy, gdy wyobrażenie świata gry odzwierciedlane w książkowych opisach jest idealnie przenoszone w sferę działania, a wszystkie zasady są stosowane dosłownie. Szachy mają ściśle zdefiniowany zestaw reguł, które regulują możliwości wykonywania przez graczy ruchów. Ścisłe przestrzeganie zasad zdarza się i w RPG, jest to jednak rzadkość. Według Fine’a spotyka się to wyłącznie na konwentach, co ma zapobiegać kontrowersjom związanym z różnymi

interpretacjami zasad, a także koniecznością wdrażania nowych graczy w modyfikacje³¹. Doświadczenia autora jednak tego nie potwierdzają. Również podczas sesji konwentowych mistrzowie wprowadzają pewne przekształcenia. Kręgi graczy wprowadzają „house rules”, które są modyfikacjami mechanik gier. Mogą to być minimalne zmiany procesu tworzenia postaci albo dalej idące przekształcenia systemów umiejętności czy rozstrzygania efektów działań bohaterów: „Był taki czas, kiedy stosowałem każdą regułę z podręcznika, bojąc się odejść od nich na milimetr; nawet gdy dostrzegałem ich idiotyzm. Wahadło odchyliło się w drugą stronę i w pewnym momencie odrzuciłem wszystkie zasady na rzecz storytellingu, narracji i klimatu. Potem ustatkowałem się i jak to zwykle bywa, poszedłem śródkową drogą, balansując między dwiema skrajnościami. Prowadząc, staram się stosować pewne zasady, ale nie trzymam się ich kurczowo, jednak jest kilka, których przestrzegam. Z tym, że nie wszystkie są opisane w podręcznikach” (Paladyn, KB RPG #5).

Większość elementów gry fabularnej może zostać poddana modyfikacjom, czemu zresztą sprzyjają sami wydawcy. W społeczności fanów RPG funkcjonuje tak zwana złota zasada, która mówi, że każdą zasadę w RPG można zmienić lub usunąć, jeśli psuje przyjemność czerpaną z rozgrywki, a informacje o tym podtrzymują również twórcy³². Wiele z tych reguł modyfikowanych jest doraźnie, pod wpływem chwili, w wyniku dyskusji rodzącej się wobec nieprzystawalności danego elementu formalnego do samej rozgrywki. Można stwierdzić, że w tym przypadku

³¹ Zob. G. A. Fine, dz. cyt., s. 24.

³² Zob. Marszałik i in., 2001, s. 60.

występuje prosumpcja *ad hoc*, którą zdefiniować można jako wytwarzanie/przetwarzanie elementów kulturowych dotychczas istniejących pod wpływem chwili. W tworzeniu zasad *ad hoc* przoduje mistrz gry, ale potrzeba zmian może również wyjść ze strony graczy. Konieczność wprowadzenia nowego rozwiązania mechanicznego może pojawiać się, gdy system nie uwzględnia jakiegoś aspektu świata gry albo działania bohaterów trudno zinterpretować przy użyciu dostępnych zasad. Przykładowo w *Pathfinderze* bohater chcący nakłonić mieszkańców świata wyobrazonego do wykonania jego poleceń rzuca kością dwudziestościenną i dodaje do wyniku rzutu wartość umiejętności „dyplomacja”. Im wyższa suma, tym lepiej sobie radzi. Podczas jednej z sesji jeden z bohaterów miał za zadanie poderwać tłum mieszkańców wyspy do walki. Mistrz gry doszedł do wniosku, że sam rzut na „dyplomację” to za mało, i powiedział, że w wyniku uwzględni również poprzednie dokonania drużyny, jak i jakość tekstu przemówienia, jeśli takie zostanie przygotowane i wygłoszone przez gracza.

Obszar manipulacji zasadami może zawierać przetworzenia gotowych zasad, implementację części zasad z innego systemu, wykorzystanie mechaniki innej gry albo tworzenie nowych mechanik. Najbardziej podstawowe zmiany można zauważyć w sytuacji rozpoczęcia nowych kampanii. *Warhammer* zakłada rzucanie dwoma kośćmi dziesięciocściennymi po kolei na każdą z podstawowych statystyk, a także losowanie profesji postaci. Uczestnicy uznawali, że tak duży stopień randomizacji może zniweczyć założenia gracza co do swojego bohatera. Przykładowo ktoś chciał grać wojownikiem, a wyniki rzutu na umiejętności „walki wręcz” i „siły” były niskie – wtedy mistrz gry pozwala

na przyporządkowanie wyników zgodnie z uznaniem. Podobnie rzecz się miała z profesjami. Gracz wylosował np. szczurołapa, a chciał grać najemnikiem. W większości sesji gry *Warhammer*, w których autor miał okazję uczestniczyć, MG pozwalał wybierać graczom profesję wedle uznania, aby kurczowe trzymanie się zasad nie psuło przyjemności z zabawy. Tworzenie postaci w *Pathfinderze* z kolei zakłada możliwość wyboru postaci, mistrz gry może jednak zawęzić dostępność niektórych, a nawet przygotować postacie tak, aby współgrały z jego pomysłami na fabułę. Przykładowo Albert planując kampanię, przywiązywał dużą rolę do strony fabularnej, dlatego najpierw rozpisał życiorysy bohaterów i wkomponował ich w ramy przygotowywanego świata, a potem dał graczom możliwość wyboru jednej spośród tak przygotowanych postaci.

Opisywane modyfikacje wyróżnia niewielki poziom ingerencji w samą mechanikę. Można jednak wyróżnić dalej idące przekształcenia, dotyczące nie tylko tworzenia postaci, ale również pewnych istotnych cech systemu. W badanej grupie dokonano implementacji zasad ze spokrewnionej skądinąd z *Warhammerem* gry *Dark Heresy*, przenosząc część możliwych do wyboru umiejętności oraz zmieniając zasady związane z mechanizmem poczytalności postaci. W obydwu grach bohaterowie narażeni na traumatyczne przeżycia (spowodowane na przykład groźnymi ranami lub zetknięciem z demonem) mogą powoli pograżać się w obłędzie, przy czym zasady zarządzające tym elementem w obu grach są inne. Rozwiązanie tego problemu zaproponowane w drugim z systemów wydawało się graczom korzystniejsze, stąd zaimplementowano je do pierwszego. Niewielkie modyfikacje to jednak nie wszystko. Jak

opisywano wcześniej, sferę zasad można z różnym powodzeniem oddzielić od sfery settingu. Może to nastąpić w przypadku, gdy standardowa mechanika danego systemu według graczy nie spełnia swojej roli. W jednej z obserwowanych grup mistrz gry niezadowolony z funkcjonalności zasad systemu *Wiedźmin* pozostawił same realia, ale swoją kampanię oparł na mechanice *Klanarchii*.

Największą możliwą operacją, jaką aktor może wykonać na zasadach, jest stworzenie własnej mechaniki od podstaw. Taki wytwór może zakończyć się na fazie pisania i nigdy nie być nawet przetestowany, czasami jego stosowanie może ograniczać się do wąskiego grona znajomych, a czasami w wyniku zabiegów autorów i procesu wydawniczego może zostać upubliczniony szerokiemu gronu graczy. Niektóre spośród gier dostępnych na rynku przeszły cały ten proces. Nawet najstarsza gra fabularna, czyli *Dungeons & Dragons*, została zapoczątkowana jako modyfikacja gier bitewnych i wynik pracy amatorów³³. W okresie obserwacji autor był świadkiem powstawania i testowania nowej mechaniki, nad którą pracowało kilku spośród członków badanej społeczności. Projektowanie odbywało się podczas spotkań twarzą w twarz, ale pewne informacje były wymieniane oraz komentowane również za pośrednictwem forum stowarzyszenia.

Aktorzy a setting

Gracze tworząc swoje postacie, dążą do tego, aby podczas sesji stać się elementem świata wyobrażonego. Charakter

³³ Zob. L. Schick, *Heroic Worlds: a History and Guide to Role-Playing Games*, New York: Prometheus Books 1991, s. 15–20.

settingu określa, kim można grać, i do pewnego stopnia określa możliwe zachowania. Systemy oparte na pulpowej fantasy, takie jak *D&D*, nie narzucają dozwolonego repertuaru zachowań, choć gracze wiedzą, że przy interakcji ich postaci z, na przykład, księciem należy wykazać się dobrymi manierami. Jednak w takich systemach pojawiają się role, które mogą być ściśle podporządkowane odpowiednim wzorom kulturowym. Najlepszym przykładem może być paladyn, który stanowi archetyp szlachetnego rycerza wywodzący się między innymi z mitów arturiańskich. Paladyn ma być odważny, honorowy i uczciwy. Wzorców dostarcza nie tylko opis w podręczniku, ale również literatura (*Rycerze Okrągłego Stołu*, *Roland*, *Don Kichot*) oraz historia (Zawisza Czarny). Bernard w jednej z kampanii wcielał się właśnie w paladyna. W większości przypadków starał się przestrzegać wyznaczonych reguł, ale czasami zachowywał się niezgodnie z wyobrażonym etosem. W takich sytuacjach pozostali gracze mniej lub bardziej złośliwie przypominali mu, że jego działania są niegodne paladyna.

O ile cechy rycerza są dość łatwe do zdefiniowania i interpretacji, to inne elementy symboliczne występujące w RPG są podatne na różnorodne interpretacje, co w przypadku zetknięcia się osób przyzwyczajonych do różnych stylów grania może prowadzić do nieporozumień. Różnorodność interpretacji nie jest niczym nowym – badacze literatury zwracają uwagę na to, że dzieło literackie również może być odczytywane i rozumiane na wiele sposobów³⁴. W tych jednak przypadkach interpretacje powstają na poziomie wyobrażeń, podczas gdy w przypadku RPG są

³⁴ Zob. np. R. Barthes, *Śmierć autora*, „Teksty Drugie” 1999, nr 1/2, s. 247–251.

możliwe do zaobserwowania, zarówno w wersji performatywnej (sesja), jak i jako produkty: settingi, opowiadania, scenariusze przygód.

Sfera zależności wydawców i graczy stanowi obszar dość złożony. Produkcja gier i suplementów, która teoretycznie powinna pobudzać aktywność ze strony graczy, na dobrą sprawę może ją też ograniczać. Publikacje wspierające działalność graczy można uporządkować następująco (od najbardziej ogólnych do najbardziej szczegółowych): zasady, suplementy zasad (dodatkowe klasy postaci, czary itp.), settingi, opisy wybranych elementów świata wyobrażonego, scenariusze przygód. O ile same zbiory zasad motywują mistrza również do tworzenia własnego settingu (akcja gry musi się przecież toczyć w jakimś świecie), to wykorzystanie kolejnych suplementów zaczyna zawężać możliwości wyboru: „Pamiętam jak po raz pierwszy otworzyłem drugoedycyjny box do *Forgotten Realms*. Gdy zacząłem czytać *Grand Tour of the Realms* i rozłożyłem mapy, to złapałem się za głowę. Gdzie, do wszystkich diabłów, mam umieścić swoją kampanię? Dalelands – zbyt szczegółowe, Cormyr i Sembia – nie ten klimat, Western Heartlands – brak sensownych miast, okolice Westgate – wszystko psuje obecność Nocnych Masek, a północ morza Fallen Stars – Zhentarimu. Wszystkie potencjalnie ciekawe miejsca zostały rozpisane przez autorów” (Key-gawhr).

Settingi mogą więc z jednej strony pomagać w przygotowywaniu kampanii, z drugiej zaś zawężać możliwości. Wykorzystanie bardziej szczegółowych przewodników po światach wyobrażonych ogranicza je dodatkowo. Używając gotowych scenariuszy przygód, w najgorszym razie sprowadza rolę prowadzącego do odczytywania opisów

poszczególnych lokacji z kartki i pytania graczy, co ich bohaterowie robią w danej sytuacji. Każdy jednak z tych wytworów daje możliwości wytwarzania znaczeń. Wychodząc od poziomu, na którym produkcja jest najbardziej ograniczona, czyli od gotowego scenariusza, efektem działań jest niepowtarzalna sesja. Niepowtarzalna, bo nawet jeśli będzie poprowadzona przez tego samego mistrza gry, z wykorzystaniem tych samych materiałów, to działania graczy i czynnik losowy (różne wyniki rzutów kostką) doprowadzą z perspektywy czasu do stworzenia różnych narracji. Nic nie stoi również na przeszkodzie, aby wykorzystać jedynie fragmenty scenariusza, a te, które w jakiś sposób nie odpowiadają prowadzącemu, przetworzyć. Mistrz gry opierając się na settingu, może przygotować własny scenariusz przygody (jeśli oczywiście nie prowadzi jej w stylu sandboxa). Taki scenariusz może mieć formę luźnych zapisów dotyczących miejsc, w których BG się znajdują, oraz postaci, które spotkają. Mogą być też o wiele bardziej szczegółowe i zawierać wszystkie aspekty, które w jakiś sposób będą dotyczyć postaci. Scenariusze są bardziej dokładnie opracowane, jeśli autor przewiduje w jakiś sposób ich upublicznienie. W latach dziewięćdziesiątych były one publikowane w czasopiśmie („Magia i Miecz”), natomiast wraz z rozwojem internetu i upadkiem prasy erpegowej stały się dostępne również za pośrednictwem portali i blogów. Twórcy scenariuszy mogą również wziąć udział w konkursie na najlepszy scenariusz, takim jak Quentin.

Podobnie jak w przypadku scenariusza setting daje wiele możliwości na jego modyfikowanie. Sam scenariusz czy kampania jest już w pewnym sensie modyfikacją zawartości dostarczonej przez producenta. Na mapie Imperium

z gry *Warhammer* są zaznaczone jedynie najważniejsze elementy krajobrazu i największe miasta, co daje duże możliwości wprowadzania własnych danych. Jeden z mistrzów gry, u których autor miał okazję grać, wprowadził akcję sesji do wymyślonej przez siebie miejscowości Durhof, osadzonej na terenie prowincji Ostermark. Kolejne posunięcia bohaterów prowadziły do wprowadzania zmian w mapie (i historii) regionu. Podobnie jednak jak w przypadku fanfiction wprowadzających modyfikacje do uniwersów stworzonych w ramach wydawnictw komercyjnych³⁵, tak w przypadku wpływania przez setki drużyn na losy Imperium ich poczynania nie są uwzględnione ani przez inne drużyny, ani przez wydawców. Sami gracze także nie muszą uwzględniać modyfikacji. Po zakończeniu kampanii mogą rozpocząć nową, opierając się na stanie Imperium sprzed poprzedniej.

Modyfikacje wprowadzone do settingu nie muszą się ograniczać do działań przeprowadzanych przez działania BG w trakcie kampanii. Albert przygotowując ciąg swoich sesji, opierał się na settingu Inner Sea, będącym rozszerzeniem systemu *Pathfinder*. O ile jednak podstawą była nadal zmodyfikowana mechanika d20, to w samym settingu wprowadził daleko idące zmiany. W zasadzie pozostawił jedynie nazwy państw i narodów oraz panteon bóstw wyznawanych przez mieszkańców wyobrażonych krain. Wprowadził nowy podział geograficzny i historię świata, nowe państwa i siły polityczne. W ten sposób stworzył w zasadzie nowy setting, bazując na pewnych elementach starego.

³⁵ Zob. H. Jenkins, *Textual...*, dz. cyt., s. 165–180.

Najszerzy zakres działań umożliwia utworzenie settingu od podstaw. Tworząca go osoba nie jest wtedy krępowana ograniczeniami systemu, na jakim bazuje. Stworzenie wyobrazonego świata daje także dużą nad nim kontrolę. Jeśli prowadzący jest również autorem settingu i wprowadza weń graczy, rozbieżność w interpretowaniu elementów świata przez niego i graczy ma mniejszą szansę zaistnienia w porównaniu z przypadkami grania na podstawie settingów dostępnych na rynku. Uczestnicy nie mają podstaw do kwestionowania niezgodności koncepcji mistrza gry z podręcznikiem, bo takiego może go nie być.

Podobnie jak w przypadku mechanik wiele settingów dostępnych na rynku również powstawało jako systemy autorskie. Przykładowo Greyhawk, będący światem pierwszych przygód *D&D*, był tworzony przez Gary'ego Gygaxa podczas jego własnych kampanii³⁶. Rzadko który świat wyobrażony ma jednak możliwość przedostać się do szerszego obiegu. Często znajomość takich realiów nie wychodzi poza wąski krąg znajomych. Tworzenie własnych światów wydaje się jednak zajmować istotną rolę w hierarchii aktywności erpegowców i jest to uniwersalna cecha, charakteryzująca nie tylko polskich graczy³⁷. Dyskutanci „Karnawału Blogowego RPG” chętnie przyznają się do tworzenia w przeszłości i obecnie settingów, przy czym często nie porzucali na jednym pomysłe. W badanym środowisku Gienek opierając się na mechanice *FantasyCraft*, stworzył swój setting od podstaw. To jak ważną rolę odgrywa

³⁶ Zob. Sh. Appelcline, *Designers & Dragons: a History of the Role-Playing Game Industry*, Swindon: Mongoose Publishing 2011, s. 7.

³⁷ Zob. J. G. Cover, *The Creation of Narrative in Role-Playing Games*, Jefferson: McFarland & Company 2010.

fabrykowanie nowych światów RPG, może obrazować fakt wydawania podręczników mających wspomóc ten proces (vide *Światotworzenie* Andrzeja „Enca” Stója). Tylko nie-liczne mają jednak szansę na publikację, a tym bardziej tłumaczenie na obce języki i przeniknięcie na rynki zagraniczne. Autor jest w stanie przytoczyć kilkanaście settingów autorskich, z którymi miał do czynienia, ale niektóre nie wyszły poza etap kilku sesji. Opublikowanie settingu i upowszechnienie za granicą, tak jak w przypadku *Nemezis* i *Wolsunga* (jest to właściwie cały system, setting i mechanika), jest prawdziwą rzadkością.

Poziomy prosumpcji

Dotychczasowa analiza pokazuje, że poszczególne przejawy prosumpcji w fandomie gier fabularnych odnoszą się do określonych kręgów fanów. Najbardziej podstawowym przejawem aktywności producenta-użytkownika jest sesja, która nie wykracza poza krąg graczy. Oparcie się na komunikacji twarzą w twarz nie sprzyja upowszechnianiu sesji rozumianej w tym wypadku jako performans poza grono osób zaangażowanych. Oczywiście przebieg sesji może być i nieraz *post factum* jest układany w narrację i upowszechniany za pośrednictwem blogów czy opowydany w dyskusji podczas konwentów, jednak taki rodzaj twórczości nie jest wysoko ceniony przez samych fanów: „[...] wie, że już kilka osób go zna i zaczyna strasznie po prostu kozakować. I tak naprawdę [niezroz.] taki o: *O, bo ja tutaj sobie grałem w sesję, ona była taka zajebista*” (Bazyli). Należy również dodać, że samo granie nie jest warunkiem wystarczającym do uznania za członka fandomu. Musi również występować

wymiana informacji: uczestnictwo w konwentach lub publikowanie treści w internecie.

W trakcie sesji tworzone są znaczenia, które często nie są zrozumiałe dla nikogo poza samymi uczestnikami. Niektóre sytuacje są źródłem żartów, a przywoływane w szerszym gronie wzbudzają pozytywną (bądź negatywną) reakcję jedynie w osobach, które były bezpośrednio zaangażowane w dane zdarzenia. Również modyfikacje zasad, settingów, tworzenie własnych scenariuszy i światów wyobrażonych może nie wykraczać poza krąg osób uczestniczących w kampanii prowadzonej przez jednego mistrza gry.

Media pozwalają na dzielenie się swoimi pomysłami i dotarcie z nimi do szerszego grona odbiorców. W ostatniej dekadzie XX wieku i w pierwszej XXI wieku istotną rolę w upowszechnianiu twórczości polskich erpegowców odgrywały czasopisma, przede wszystkim „Magia i Miecz”, a później także „Portal”. Wraz z rozwojem internetu czasopisma w formie papierowej straciły na znaczeniu, erpegowcy otrzymali za to narzędzie, dzięki któremu mogli dotrzeć ze swoimi wytworami do o wiele szerszego grona odbiorców. Na blogach i portalach internetowych znajduje się znaczna liczba scenariuszy, modyfikacji zasad, ale także „tradycyjnych” fanfików i fanartów: opowiadań osadzonych w realiach danej gry oraz ilustracji.

Erpegowcy dzielą się również swoimi przemyśleniami dotyczącymi poziomu „meta”, czyli konstrukcji samych gier, technik odgrywania i prowadzenia: „Mówiąc pokrótce: modyfikuję zasady wszelkich gier, które prowadzę. Cały czas. Powód jest prosty – żadna mechanika nie jest w stu procentach dostosowana do wymogów chwili. W zasadzie

wystarczy mi, żeby była plastyczna, elastyczna i wytrzymała na maksymalne przeciążenia :) Czasem wręcz im prościej, tym lepiej (vide antyczny już silnik z *RuneQuesta*, używany z powodzeniem do dziś w *Zewie Cthulhu* – im więcej dziur i niedopowiedzeń, tym łatwiej zapchać je swoimi wymysłami” (Omlet, KB RPG #9). Podobna wymiana myśli występuje podczas konwentów. Przykładowo PolCon 2012 obejmował panele poświęcone grom fabularnym, z prelekcjami: *Storytelling a kostki*, *O nieprzewidywalności gracza i łamaniu klimatu*, *Jak nagradzać graczy w trakcie sesji* itd. Można więc zauważyć, że fandom RPG funkcjonuje równocześnie w świecie rzeczywistym i w przestrzeni wirtualnej.

Z przestrzenią oddziaływania wydaje się korelować profesjonalizacja działań niektórych fanów. Dzisiejsi wydawcy, tłumacze, projektanci gier, a także pisarze fantastyki rozpoczynali w latach dziewięćdziesiątych ubiegłego wieku jako zwykli gracze, następnie angażując się w aktywność fandomową – organizacje konwentów (należy się w tym miejscu zgodzić z Piotrem Siudą³⁸, że tego typu działania są również przejawem prosumpcji) i publikując w czasopiśmie. Niektórzy z nich, używając teorii Pierre’a Bourdieu³⁹, zgromadzony w ten sposób kapitał społeczny i kulturowy zaczęli przekształcać w ekonomiczny. Taki typ osoby można uznać za idealny przykład „człowieka zabawy” opisywanego przez Floriana Znanieckiego⁴⁰. Profesjonalizacja daje możliwość

³⁸ Zob. P. Siuda, *Kultury prosumpcji. O niemożności powstania globalnych i ponadpaństwowych społeczności fanów*, Warszawa: ASPRA-JR 2012, s. 75.

³⁹ Zob. P. Bourdieu, *Distinction. A Social Critique of the Judgement of Taste*, Massachusetts: Harvard University Press 1984, s. 303.

⁴⁰ Zob. F. Znaniecki, *Ludzie terażniejsi a cywilizacja przyszłości*, Warszawa: PWN 2001, s. 225.

przeniknięcia poza ramy polskiego fandomu RPG. Jest to związane również z tym, że nawet wysoka aktywność i publikowanie nie jest gwarancją popularności: „[...] są ludzie, którzy zrobili dziesiątki konwentów, a nikt o nich nie słyszał, a są ludzie, którzy zrobili jeden konwent i wszyscy o nich wiedzą. Są znani ogólnie w kręgach fandomowych” (Ekspert 3).

Znajomość twórczości amatorskiej danej osoby może ograniczać się do własnej grupy, środowiska lokalnego, a nawet polskiego fandomu RPG, ale mało prawdopodobne będzie jej przeniknięcie poza fandom, do polskiego mainstreamu kulturowego czy do zagranicznych fandomów. Osoba znana i szanowana przez erpegowców poza ich światem społecznym może znaczyć niewiele. Jeden z ekspertów określał osobę znaną w fandomie mianem „joktocelebryty” (od przedrostka jokto-, równego 10^{-24}): „[...] to jest największe, co cię może spotkać w fandomie, bo jeśli w tym fandomie jest pięć tysięcy ludzi, a taki jest, powiedzmy tak zwany fandom wędrowny w Polsce, czyli liczba osób, które jeżdżą na przynajmniej jeden konwent zamiejscowy, to jest koło pięciu, ośmiu tysięcy ludzi [...]. Tak, więc.. możesz zostać wielkim celebrytą i być właśnie.. sławny na całą wieś” (Ekspert 6).

Twórczość fanów gier fabularnych ma niewielką szansę przebicia się poza granice fandomu, ponieważ ich wytwory trudno rozpatrywać w oderwaniu od kontekstu. Są bezpośrednio związane z grami i bez powiązania z konkretną aktywnością scenariusze, settingi, zasady czy całe systemy autorskie – w przeciwieństwie do fanfików – nie znajdują żadnego zastosowania. Te elementy kulturowe są potrzebne do grania, a jak wcześniej wspomniałem, nawet

wśród fanów tradycja kolekcjonowania podręczników i suplementów jest dość rzadka. Owszem, bez wykorzystania w działaniu (podczas gry) są oceniane – zarówno w sposób nie- jak i zinstytucjonalizowany (za pośrednictwem portali) – ale zawsze recenzuje osoba związana ze środowiskiem. Laik (osoba nie mająca pojęcia o RPG) nie będzie w stanie dokonać recenzji.

W przeciwieństwie do fandomu medialnego erpegowcy mają więcej możliwości zarabiania na swoim hobby. John Fiske dowodził, że kapitał kulturowy fana jest w zasadzie nieprzekształcalny na kapitał ekonomiczny, pojawia się wręcz obawa przed zarabianiem pieniędzy w fandomie, jedynym wyjątkiem są fani-artyści, którzy sprzedają swoje prace na konwentach⁴¹. W fandomie RPG przejście z pozycji odbiorcy na pozycję twórcy nie powoduje obiekcji, a może być raczej źródłem prestiżu. Wydanie swojego systemu jako produktu profesjonalnego nie jest źródłem ostracyzmu, chyba że jest to produkt niskiej – według innych erpegowców – jakości. Należy w tym miejscu zaznaczyć, że podział na producentów i odbiorców nie jest do końca słuszny. Autor podręcznika czy wydawca (przynajmniej w Polsce) wraz z rozpoczęciem profesjonalnej działalności nie przestaje być członkiem fandomu, cały czas jest za takiego uważany. Jego twórczość jest adresowana przede wszystkim do innych erpegowców i bliska więź jest cały czas podtrzymywana. Nawet zachodnie wydawnictwa dają w pewien sposób wyraz uzależnienia od fanów. Beta-testy nowo wprowadzanych systemów i feedback ze

⁴¹ Zob. J. Fiske, *The Cultural Economy of Fandom*, w: *The Adoring Audience. Fan Culture and Popular Media*, red. L. A. Lewis, London: Routledge 1992, s. 34.

strony zaangażowanych w nie graczy może być tego wyrazem (to, czy sugestie graczy zostaną uwzględnione, to już inna kwestia).

Profesjonalizacja produkcji daje możliwość zwiększenia pola oddziaływania, nie tylko poprzez dotarcie do większej liczby graczy w Polsce, ale także poza granice kraju. Istnieje wiele rodzimych systemów, które cieszą się sporą popularnością wśród polskich graczy, ale niekoniecznie są znane poza granicami kraju; należą do nich np. *Kryształy Czasu*, *Neuroshima*, *Monastyr* czy *Dzikie Pola*. Niektórym polskim produktom udaje się jednak przebić na rynki zagraniczne, przykładami takich, które zostały przetłumaczone i opublikowane za granicą, są *De Profundis*, *Wolsung*, *Klanarchia* i *Nemesis*. Można jednak przypuścić, że nie zdobędą takiej popularności, jak systemy amerykańskie, takie jak *Dungeons & Dragons* czy *Wampir: Maskarada*.

Na koniec warto dodać, że pomimo trudności z przebiem się z produkcją kulturową skoncentrowaną na samym RPG poza fandom, erpegowcy nie izolują się od kulturowego mainstreamu. Gry nie powstają w próżni, lecz bazują na tekstach kultury, które nie są adresowane wyłącznie do miłośników gier fabularnych. Tworząc swoje produkty, gracze czerpią z szeroko pojętej kultury (patrz rycina 1): fantastyki, horroru, westernu, tekstów historycznych, mitologicznych, archeologicznych itd. W scenariuszach gier fabularnych nietrudno dopatrzyć się fascynacji niedawno obejrzanym filmem czy przeczytaną książką. W jednej z prowadzonych przez Alberta sesji gracze bardzo szybko dopatrzili się wątku zaczerpniętego z filmu *Czarna śmierć*. Osoby związane z RPG nie kryją swoich inspiracji tekstami „nieerpegowymi”

bez względu na to, czy ich wytwory są adresowane do kręgu przyjaciół, do nieokreślonego grona czytelników bloga czy też do potencjalnych graczy na całym świecie. Profesjonalność wytworu nie ma tutaj nic do rzeczy.

Jak dowodzi Daniel Mackay, gdyby nie rozkwit popularności gier fabularnych, nie nastąpiłby rozwój pewnych dziedzin kultury popularnej⁴². Filmy takie jak *Conan Barbarzyńca* czy *Gwiezdne Wojny* nie pojawiłyby się, gdyby nie rozwój zainteresowania fantastyką na przełomie lat siedemdziesiątych i osiemdziesiątych ubiegłego wieku. Przenikanie do filmów i seriali (*The X Files*, *Dexter's Laboratory*, *The Big Bang Theory*, *Włatcy Móch*) wizerunków graczy i odwołania do gier fabularnych również może być uznane za rodzaj zwrotnego wpływu RPG na kulturę.

Konkluzje

W tekście ukazana została perspektywa badań nad fandomem zakorzeniona w teorii nowoplemienności. Spowodowane jest to przekonaniem autora, że na aktywność w społecznościach fanowskich składają się wzory kulturowe odpowiadające elementom tych teorii. Działania erpegowców koncentrują się wokół gier, które można traktować w sposób dwojaki. Po pierwsze jako teksty kultury, które stanowią element integrujący ich zbiorowości; w takim aspekcie fandom RPG może być traktowany podobnie jak fandomy medialne. Gra fabularna to jednak nie tylko podręcznik i dyskusje na temat jego zawartości, ale także zestaw narzędzi do tworzenia innego rodzaju zjawiska

⁴² Zob. D. Mackay, dz. cyt., s. 20–22.

społecznego czy estetycznego. Tworzenie sesji i jej rozgrywanie jest wskaźnikiem tego, że prosumpcja jest zakodowana w samej idei RPG.

Przeprowadzona analiza wskazuje na obszary, w których zachodzą działania prosumpcyjne. Na ich specyfikę wpływają trzy sfery: kultury, zasad i aktorów społecznych, które składają się na grę, jednak nie są one wyizolowane z szerszego kontekstu kulturowego, lecz wzajemnie z nim oddziałują. Elementy gry mogą być wykorzystywane do tworzenia pewnego rodzaju performansu, ale mogą też jako artefakty podlegać przetwarzaniu i być punktem wyjścia konstruowania nowych symboli. Może to być konstrukcja w skali mikro (w małych kręgach, niekoniecznie związanych z fandomem), ale poprzez użycie sieci komunikacyjnych (społecznych i elektronicznych) może angażować większą liczbę osób.

Porównując fandom RPG z fandomami medialnymi, warto wziąć pod uwagę trzy kwestie. Po pierwsze gra fabularna umożliwia inny rodzaj prosumpcji. Po drugie zainteresowanie grą nie wykracza poza fandom. Ludzie niedeklarujący się jako członkowie fandomu czytają zaś książki i oglądają seriale. Po trzecie erpegowcom nie przeszkadza zarabianie na przedmiocie swojego uwielbienia. Profesjonalizacja jest raczej obiektem prestiżu, nie zaś potępienia.

Bibliografia

- Aarseth E., *Genre Trouble. Narrativism and the Art of Simulation*, w: *First Person. New Media as Story, Performance and Game*, red. N. Wardrip-Fruin, P. Harrigan, Cambridge: The MIT Press 2004, s. 45-55.

- Angrosino M., *Badania etnograficzne i obserwacyjne*, przeł. M. Brzozowska-Brywczyńska, Warszawa: PWN 2010.
- Appelcline Sh., *Designers & Dragons: a History of the Role-Playing Game Industry*, Swindon: Mongoose Publishing 2011.
- Barthes R., *Śmierć autora*, „Teksty Drugie” 1999, nr 1/2, s. 247–257.
- Bauman Z., *Wieloznaczność nowoczesna, nowoczesność wieloznaczna*, przeł. J. Bauman, Warszawa: PWN 1995.
- Becker H., *Art Worlds*, Berkeley: University of California Press 2008.
- Blumer H., *Interakcjonizm symboliczny: perspektywa i metoda*, przeł. G. Woroniecka, Kraków: Nomos 2008.
- Bourdieu P., *Distinction. A Social Critique of the Judgement of Taste*, Massachusetts: Harvard University Press 1984.
- Bruns A., *Prodsage. A Working Definition*, [online:] <http://produsage.org/node/9> [dostęp 13.08.2013].
- Charmaz K., *Teoria ugruntowana. Praktyczny przewodnik po analizie jakościowej*, przeł. B. Komorowska, Warszawa: PWN 2009.
- Cover J. G., *The Creation of Narrative in Role-Playing Games*, Jefferson: McFarland & Company 2010.
- Durkheim É., *The Division of Labor in Society*, London: Macmillan 1994.
- Eco U., *Dzieło otwarte. Forma i nieokreśloność w poetykach współczesnych*, przeł. L. Eustachiewicz, Warszawa: W.A.B. 2008.
- Eskelinen M., *Towards Computer Game Studies*, w: *First Person. New Media as Story, Performance and Game*, red. N. Wardrip-Fruin, P. Harrigan, Cambridge: The MIT Press 2004, s. 35–44.
- Fine G. A., *Shared Fantasy. Role-playing Games as Social Worlds*, Chicago: The University of Chicago Press 1983.
- Fiske J., *The Cultural Economy of Fandom*, w: *The Adoring Audience. Fan Culture and Popular Media*, red. L. A. Lewis, London: Routledge 1992, s. 30–49.
- Frasca G., *Ludolodzy też kochają opowiadania – notatki na temat sporu, który nigdy nie miał miejsca*, w: *Światy z pikseli*.

- Antologia studiów nad grami komputerowymi*, red. M. Filiaciak, Warszawa: Academica 2010, s. 78–89.
- Fried M., *On the Concepts of 'Tribe' and 'Tribal Society'*, „Transactions of the New York Academy of Sciences” 1966, nr 28 (4), s. 527–540.
- Geertz C., *Wiedza lokalna. Dalsze eseje z zakresu antropologii interpretatywnej*, przeł. D. Wolska, Kraków: Wydawnictwo UJ 2005.
- Goffman E., *Spotkania. Dwa studia z socjologii interakcji*, przeł. P. Tomanek, Kraków: Nomos 2010.
- Golka M., *Socjologia kultury*, Warszawa: Scholar 2008.
- Hebdige D., *Subculture. The Meaning of Style*, London: Routledge 1979.
- Hills M., *Fan Cultures*, London: Routledge 2002.
- Ingarden R., *Wybór pism estetycznych*, Kraków: Universitas 2005.
- Jenkins H., *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, przeł. M. Bernatowicz, Warszawa: WAIp 2007.
- Jenkins H., *Textual Poachers*, London: Routledge 1992.
- Kolbowska K., *Capoeira w Polsce. Wędrowanie wątków kulturowych*, Warszawa: Trio 2010.
- Konecki K., *Studia z metodologii badań jakościowych. Teoria ugruntowana*, Warszawa: PWN 2000.
- Mackay D., *The Fantasy Role-Playing Game. A New Performing Art*, Jefferson: McFarland & Company 2001.
- Maffesoli M., *Czas plemion. Schyłek indywidualizmu w społeczeństwach ponowoczesnych*, przeł. M. Bucholc, Warszawa: PWN 2008.
- Muggleton D., *Wewnątrz subkultury. Ponowoczesne znaczenie stylu*, przeł. A. Sadza, Kraków: Wydawnictwo UJ 2005.
- Murray J., *From Game-story to Cyberdrama*, w: *First Person. New Media as Story, Performance and Game*, red. N. Wardrip-Fruin, P. Harrigan, Cambridge: The MIT Press 2004, s. 2–11.
- Piwocki K., *Dziwny świat współczesnych prymitywów*, Warszawa: WAIp 1980.
- Salen K., Zimmerman E., *Rules of Play. Game Design Fundamentals*, Cambridge: MIT Press 2004.

Schick L., *Heroic Worlds: a History and Guide to Role-Playing Games*, New York: Prometheus Books 1991.

Siuda P., *Kultury prosumpcji. O niemożności powstania globalnych i ponadpaństwowych społeczności fanów*, Warszawa: ASPRA-JR 2012.

Szeja J. Z., *Gry fabularne: nowe zjawisko kultury współczesnej*, Kraków: Rabid 2004.

Toffler A., *The Third Wave*, New York: Bantam Books 1980.

Tönnies F., *Community and Civil Society*, Cambridge: Cambridge University Press 2001.

Turner V., *Gry społeczne, pola i metafory. Symboliczne działanie w społeczeństwie*, przeł. W. Usakiewicz, Kraków: Wydawnictwo UJ 2005.

Znaniecki F., *Ludzie teraźniejsi a cywilizacja przyszłości*, Warszawa: PWN 2001.

**Radosław Bomba
Grzegorz D. Stunża**

**Panorama praktyk
prosumenckich wśród fanów
i twórców gry komputerowej
Wiedźmin. Przyczynek
do netnografii**



Wprowadzenie

Świat *Wiedźmina* stworzony pierwotnie w opowiadaniach i rozbudowany w sadze książkowej Andrzeja Sapkowskiego jest szczególnym tekstem dla polskiej kultury popularnej. Przede wszystkim jest to tekst transmedialny, który funkcjonował jako książka, komiks, film, serial, gra fabularna i wreszcie gra komputerowa. W swoich analizach postanowiliśmy skupić się na grze komputerowej, pod kątem realizowanych w niej działań prosumenckich. Wybór umotywowany był z jednej strony zasięgiem medium. Obie części *Wiedźmina* uzyskały niebywałą popularność w Polsce, ale stały się także rozpoznawalne za granicą. Zainteresowało nas, w jaki sposób polska firma działająca na płaszczyźnie globalnej inspiruje fanów do działań prosumenckich. Problem ten powiązany był z grantem badawczym *Prosumpcjonizm pop-przemysłów. Analiza polskich przedsiębiorstw z branży rozrywkowej*¹.

Projekt, którego pomysłodawcą i kierownikiem był Piotr Siuda (w skład zespołu badawczego wchodził również Radosław Bomba, Magdalena Kamińska, Grzegorz D. Stunża, Anna Szylar, Marek Troszyński i Tomasz Żaglewski), finansowany

¹ P. Siuda i in., *Prosumpcjonizm pop-przemysłów: Analiza polskich przedsiębiorstw z branży rozrywkowej*, Warszawa: Collegium Civitas Press 2013.

był w 2013 roku ze środków Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego w ramach programu „Obserwatorium kultury” i przy współpracy z Fundacją Wiedza Lokalna. Podczas prowadzenia badań zorientowanych głównie na działania twórców gry odkryliśmy niebywałą różnorodność wytworów fanowskich. Była to twórczość literacka, artystyczna, rzemieślnicza, filmowa i multimedialna. Postanowiliśmy bliżej przyjrzeć się tym wytworom, scharakteryzować je i zaproponować typologię tej twórczości. W tym celu wykorzystaliśmy metodę netnografii, czyli badań antropologicznych prowadzonych w internecie. Naszym terenem badawczym były oficjalny Fan Page *Wiedźmina* na portalu Facebook, forum internetowe gry, kanały na YouTube i inne sieciowe miejsca.

W ten sposób powstała antropologiczna panorama, która w kompleksowy sposób podejmuje problematykę prosumpcji związaną z grą komputerową *Wiedźmin*. W ramach badań przeanalizowaliśmy zachowania proprosumenckie firmy CD Projekt RED, twórcy gry *Wiedźmin*. Na tej problematyce skupia się pierwsza część prezentowanego tekstu, która opiera się na zrealizowanych badaniach. Druga część materiałów dotyczy samych fanów. Jest to niejako spojrzenie oddolne z perspektywy osób bezpośrednio zaangażowanych w praktyki prosumenckie, jakie powstały wokół gry.

Netnografia

Badanie zostało przeprowadzone z wykorzystaniem metody netnograficznej. Odwołujemy się do terminu Roberta Kozinetsa, który określił tym mianem badania etnograficzne prowadzone w specyficznych, zapośredniczonych medialnie warunkach. W dziele *Netnography. Doing Ethnographic*

Research Online Kozinets napisał: „Ta książka jest przewodnikiem dla badaczy nowego pokolenia. Jej tematem jest netnografia – specjalna forma etnografii zaadaptowana do unikalnych mediatyzowanych komputerowo uwarunkowań dzisiejszych światów społecznych”². Autor odwołał się wyraźnie do etnografii, zaznaczając, że unowocześniona metoda jest adaptacją do nowego typu relacji społecznych. Wykorzystanie metody etnograficznej w sieci to niezupełnie nowy i nieoderwany od tradycyjnych badań sposób prowadzenia dociekań. Należałoby raczej mówić o dostosowaniu się do wyzwań, jakie przed badaczami stawiają media, i wejściu na kolejny poziom badawczej elastyczności (częstszej przecież dla badań terenowych).

Nie wszyscy badacze przyjmują termin Kozinetsa jako najlepszy do opisu działań podejmowanych w środowisku medialnym. Według Michaela Angrosino „Bez wątpienia etnografia może być prowadzona on-line”³. Chociaż badacz nie widzi przeszkód co do realizowania badań etnograficznych w sieci, w dalszej części swojej książki napisał o etnografii wirtualnej. Rozróżnił ten sposób prowadzenia badań ze względu na konieczność rozważenia nowych wyzwań, między innymi etycznych, związanych choćby z podmiotowością osób uczestniczących w zapośredniczonej medialnie komunikacji: „Z uwagi na fakt, że badacze zajmujący się cyberprzestrzenią mają do czynienia z formacjami społecznymi, które mają zarówno charakter potencjalny, jak i faktycznie istniejący w czasie rzeczywistym (tzn. są stale »w budowie«),

² R. Kozinets, *Netnografia. Badania etnograficzne online*, przeł. M. Brzozowska-Brywczyńska, Warszawa: PWN 2012, s. 1.

³ M. Angrosino, *Badania etnograficzne i obserwacyjne*, przeł. M. Brzozowska-Brywczyńska, Warszawa: PWN 2010, s. 168.

potrzebna staje się etyczna postawa zarazem »aktywna« i uczestnicząca, w przeciwieństwie do – w istocie – reaktywnej etyki właściwej wcześniejszym postaciom badań”⁴.

Autorzy książki *Etnography and Virtual Worlds. A Handbook of Method*⁵ odnieśli się do tworzenia nowych terminów dość chłodno, traktując badania w zapośredniczonych przestrzeniach podobnie jak Angrosino. Nie zdecydowali się oni jednak na wyróżnianie w ten sposób prowadzonych badań ze względu na potencjalne drobne różnice pomiędzy typowym a medialnym terenem dociekań czy wyzwania stawiane przed badaczami. Jednak, jak sami przyznali, używają nowo tworzonych terminów, jednak bez specjalnego przywiązania: „Jak wielu akademików, okazjonalnie i w wyniku pewnej konwencji, używamy pojęć takich jak etnografia cyfrowa, wirtualna etnografia czy etnografia internetowa. Mimo to uważamy, że terminy te wprowadzają w błąd, ponieważ metodologia etnograficzna w sposób elegancki i płynny nadaje się do zastosowania w wirtualnych światach. Postrzegamy siebie jako etnografów prowadzących badania w światach wirtualnych, a nie jako wirtualnych etnografów. O ile specyficzność tych miejsc rzeczywiście rodzi zestaw konkretnych problemów, paradygmat badań etnograficznych nie musi przechodzić fundamentalnej zmiany czy zniekształcać się w swojej podróży do wirtualnych miejsc, dlatego że podejścia etnograficzne zawsze są modyfikowane w zależności od terenu badań oraz w trakcie trwania samych dociekań”⁶.

⁴ Tamże, s. 171.

⁵ T. Boelstroff i in., *Ethnography and Virtual Worlds: A Handbook of Method*, Princeton: Princeton University Press 2012.

⁶ Tamże, s. 4.

My sami w naszych analizach odwołujemy się do terminu Kozinetsa nie ze względu na chęć zerwania z tradycją badawczą, ale w celu podkreślenia, że nowe przestrzenie badawcze wymagają nieco innego podejścia do badanego terenu. Choć elastyczność można potraktować jako cechę etnograficznych dociekań, zastosowane przez nas terminologiczne wyróżnienie (netnografia) ma podkreślić specyficzność warunków badawczych powstających dzięki wykorzystaniu technologii medialnych.

Warto podkreślić, że w podjętej przez nas netnografii nie zdecydowaliśmy się na partycypacyjny charakter działań, czyli nie podjęliśmy interakcji z fanami. Należy zaznaczyć, że metodologowie rozpatrujący kwestie netnografii jako metody badawczej nie rozstrzygają, czy w takiej sytuacji badania nie mają już charakteru etnograficznego. W antropologii istnieje metoda obserwacji uczestniczącej – wykorzystywana z powodzeniem przez socjologów, pedagogów i przedstawicieli innych dyscyplin badań społecznych – mająca charakter jawny bądź ukryty. Dlatego też, przyjmując metodę ukrytej obserwacji uczestniczącej, nadal pozostaliśmy w kręgu badań etnograficznych. Poniższy artykuł, bazując na metodach netnografii, postawił sobie za cel naszkicowanie szerokiej panoramy działań prosumenckich, które rozwinęły się wokół gry komputerowej *Wiedźmin*. Rozważania rozpoczynamy od przedstawienia wyboru praktyk prosumenckich inicjowanych przez twórców gry – firmę CD Projekt RED. Dopełnieniem tych analiz jest próba typologii praktyk prosumenckich podejmowanych przez fanów gry. Dodatkowo należy stwierdzić, że w naszych analizach uczestnicy społeczności internetowych (fani) nie byli paradoksalnie najważniejsi. Chodziło nam bowiem o analizę

działań prosumenckich podejmowanych przez producentów. Badaliśmy echa starań producentów, widoczne w wypowiedziach badanych. Fragmenty tekstu ukazały się wcześniej w raporcie *Prosumpcjonizm pop-przemysłów. Analiza polskich przedsiębiorstw z branży rozrywkowej*⁷.

Wiedźmin

Firma CD Projekt RED, producent *Wiedźmina*, w dużym stopniu zachęca fanów do tworzenia oddolnych produkcji i promuje ich wytwory na swoich stronach lub specjalnie do tego stworzonych miejscach w sieci. W większości produkcje wielbicieli mają charakter multimedialny. Na stronach WWW, portalach społecznościowych i forach często pojawiają się konkursy na stworzenie teledysku lub fanowskiego traileru do gry. Jako przykład posłużyć może konkurs zorganizowany na forum Warownia Starego Morza (<http://www.witchersite.pl/>) przy współpracy z CD Projekt RED (odnośniki do wszystkich przywoływanych w tekście cytatów ze stron WWW wskazane są na końcu artykułu: „Przykład tego, czego oczekujemy, jest podany na samym początku informacji – zrobienie teledysku pod dowolną piosenkę, soundtrack czy cokolwiek innego z linią melodyczną. Ale jest jedno zastrzeżenie. Praca ma mieć coś wspólnego z *Wiedźminem*. Radzimy użyć kawałków z cut-scenek, gameplayów, trailerów, etc. Nie jest to jednak ścisła zasada. Sam teledysk może mieć charakter humorystyczny lub poważny. Nagrody: miejsce pierwsze – *presspack* i figurka Geralta” [1]).

⁷ Zob. P. Siuda i in., dz. cyt.

Przywołany konkurs spotkał się ze stosunkowo dużym zainteresowaniem. W wątku znaleźć można ponad sześćdziesiąt postów. Niektóre z nich dotyczą samego konkursu lub mają formę pytań i próśb o pomoc dotyczącą stworzenia filmu (na przykład jakiego programu użyć do montażu lub gdzie znaleźć materiały). Warto zaznaczyć, że CD Projekt RED około roku po premierze *Wiedźmina 2* stworzył również rozbudowany edytor REDkit umożliwiający fanom kreowanie własnych modów (amatorskie modyfikacje gry, w jakiś sposób zmieniające rozgrywkę). Dodatkowo na specjalnej stronie, z której można było pobrać edytor, zamieszczano część fanowskich modów. Były one oceniane przez innych wielbicieli, a najlepsze specjalnie wyróżniane (można powiedzieć, że producenci promują i upowszechniają teksty fanowskie w postaci modów). Oto jak producenci zapowiadali (na głównej stronie gry) swój edytor: „Chwila, na którą wszyscy czekali wreszcie nadeszła! Z dumą ogłaszamy, że REDkit właśnie wszedł w fazę otwartej bety, a co się z tym wiąże, mogą się nim cieszyć wszyscy posiadacze gry *Wiedźmin 2: Zabójcy Królów* w wersji na komputery PC. Dostępny zupełnie za darmo na edytor, bazuje na narzędziach używanych do produkcji wielokrotnie nagradzanej gry stworzonej przez CD Projekt RED, *Wiedźmin 2: Zabójcy Królów*. Edytor pozwoli wszystkim czekającym na *Wiedźmina 3* wrócić do poprzedniej części serii i stworzyć własne questy lub po prostu zagrać w nowe przygody już wykreowane przez moderów” [2].

Wychodząc naprzeciw potrzebom wielbicieli, producenci gry chętnie udostępniają zrzuty ekranu, tapety, fragmenty filmów i pozwalają miłośnikom tworzyć własne

produkcje filmowe czy przewodniki. Za przykład takiego działania posłużyć może konkurs aktywizujący fanów, w którym zadaniem było dopisanie dialogów (komiksowych dymków) do udostępnionych zrzutów ekranu z gry (wygrywał najzabawniejszy dialog). Poza tym CD Projekt RED udostępnił wielbicielom do bezpłatnego pobrania muzykę z trailerów gry. Powstała również specjalna strona z materiałami z *Wiedźmina 2* (plakaty, muzykę itp.).

Dodatkowo twórcy gry rozesłali wybranym fanom tysiąc darmowych egzemplarzy „dwójki” z prośbą o recenzje. Najlepsze z nich wzięły udział w konkursie, w którym zwycięzcy mogli liczyć na nagrody oraz publikację swojej pracy w branżowych portalach: „Jakiś czas temu wysłaliśmy 1000 egzemplarzy gry *Wiedźmin 2* na konsolę Xbox 360 do graczy, którzy postanowili zrecenzować naszą produkcję. Jeżeli otrzymaliście grę i stworzyliście jej recenzję, udostępnicie link do niej na naszym profilu na facebooku, w komentarzach poniżej, lub napiszcie na review@thewitcher.com. A teraz czas na wielką niespodziankę! Adam Biessener z serwisu Game Informer wybierze najlepsze recenzje. Prace zwycięzców będą opublikowane na www.gameinformer.com, a ich autorzy dostaną upominki od CD projekt RED. Także jeśli prowadzicie bloga, kanał wideo lub dowolne miejsce, gdzie możecie pokazać swoją recenzję, podzielcie się z nami adresem. Nagrody już na Was czekają!” [3].

Na forum producentów (<http://pl.thewitcher.com/forum/>) często można natknąć się na materiały tworzone przez fanów na bazie treści gry. Potwierdza to tezę, że producenci na pierwszym miejscu stawiają dobre relacje z wielbicielami, a nie kwestię praw autorskich. W wątku forum zatytułowanym „Działalność fanowska” zamieszczone są materiały i projekty

tworzone przez miłośników. Na oficjalnym wiedzmińskim fanpejdżu facebookowym znajduje się zakładka FanArt, gdzie zamieszczane są zdjęcia *cosplay* (kostiumy mające upodobnić wielbicieli do bohaterów), rysunki i ilustracje, a nawet projekty i zdjęcia tatuaży inspirowanych *Wiedźminem* (we wszystkich wyżej wymienionych przypadkach producent nie narzuca konkretnych rozwiązań, przysmykając oko na wykorzystanie oficjalnych treści w produkcjach fanowskich). Przy tym wszystkim fani, dzieląc się swoimi tekstami, zachęcają innych do korzystania z nich: „Witam, chciałbym przedstawić śmieszny zbiór scenek z odrinem. Filmik nie jest jakiś pro ani długi, ale pośmiać zawsze się można” [4]. „Korzystając z okazji rzucę coś od siebie, nie jest to oczywiście ta sama półka co trailer wyżej wymieniony, ale jestem z niego całkiem – wyłączając zakończenie – zadowolony” [5]. „Rozpocząłem pracę nad kompletnie nowym fan trailerem *Wiedźmin 2: Edycja Rozszerzona*. Posłużę się muzyką, której gwarantuję, że nigdy wcześniej nie słyszeliście. Pochodzi z kompletnie nowego, hybrydowego albumu. Postanowiłem też użyć moich własnych napisów, renderowanych w Adobe After Effects” [6].

Spośród licznych form współpracy z fanami rozwijanych przez CD Projekt RED naszą uwagę szczególnie zwróciła niekonwencjonalna forma promocji *Wiedźmina 2*. Firma ogłosiła konkurs zatytułowany *Twoja twarz w naszej grze*. Zadaniem uczestników było przygotowanie jak najlepszego przebrania (*cosplay*) związanego ze światem *Wiedźmina*. W konkursie mogły wziąć również udział osoby, które nabyły grę na platformie Steam (system cyfrowej dystrybucji gier stworzony przez Valve Corporation). Zdjęcia kreacji były oceniane przez producentów, a nagrodą było wykorzystanie twarzy zwycięzcy

w jednej z przyszłych gier studia CD Projekt RED: „Jak zapewne pamiętacie, we wrześniu odbył się konkurs zatytułowany *Twoja twarz w naszej grze*. Główną nagrodą było pojawienie się w jednej z przyszłych produkcji CD Projekt RED, a do konkursu można było przystąpić na dwa sposoby; przebierając się za ulubioną postać z naszych dotychczasowych gier lub kupując we wrześniu *Wiedźmina 2* na platformie Steam. Do zgłoszenia należało też dołączyć krótkie wyjaśnienie, które przekonałoby nas do wybrania właśnie tej, a nie innej pracy. Korzystając z okazji, chcielibyśmy jeszcze raz podziękować wszystkim, którzy wzięli udział w konkursie *Twoja twarz w naszej grze*. Zarówno liczba, jak i wysoki poziom nadesłanych zgłoszeń przerosły nasze oczekiwania. Tyle tytułem wstępu. Teraz nadszedł czas na danie główne, czyli przedstawienie zwycięzców konkursu *Twoja twarz w naszej grze*: Alexander jako Geralt” [7].

Inną ciekawą inicjatywą, zachęcającą fanów do działania, był projekt „Screenshot Thursday” polegający na tym, że wielbiciele przygotowywali screenshoty (zatrzymane w trakcie rozgrywki fragmenty gry przedstawione w postaci plików graficznych) z gry, zamieszczali je na wiedzminowym fanpejdżu na Facebooku, a najciekawsze z nich były nagradzane wiedźmińskimi amuletami. CD Projekt RED organizuje różne konferencje, spotkania (na przykład z przedstawicielami firmy), występuje na targach i konwentach poświęconych grom). Imprezy tego typu są zazwyczaj otwarte dla fanów. Jeżeli jest inaczej, firma stara się im zapewnić przynajmniej kilka wejściówek. Informacje o imprezach pojawiają się wcześniej na Facebooku i oficjalnym forum: „Zapraszamy wszystkich do oglądania naszej letniej

konferencji, która odbędzie się już 30 maja o godzinie 19:00. Przygotowaliśmy na ten dzień coś bardzo specjalnego, więc bądźcie z nami – naprawdę warto! Przedstawimy także garść istotnych informacji na temat naszych produktów oraz platformy cyfrowej dystrybucji, GOG.com. Konferencja będzie transmitowana na żywo na naszej stronie, jak również na wiedeńskim fanpage'u na Facebooku" [8]. „Przypominamy: Nocna Premiera gry *Wiedźmin 2: Zabójcy Królów Edycja Rozszerzona* (X360, PC) odbędzie się w poniedziałek, 16 kwietnia o godz. 20:00 w warszawskim Empik Megastore Junior przy ulicy Marszałkowskiej 116/122. W międzyczasie, chcąc umilić wszystkim oczekiwanie, wymyśliliśmy małe, weekendowe zadanie. Wpisujcie w komentarzach swoje pytania dotyczące *Wiedźmina 2*, a my wybierzemy najciekawsze, na które twórcy gry odpowiedzą podczas wieczornej imprezy. Gotowi? No to zaczynamy:)” [9]. Oficjalną stroną produktu jest The Witcher (<http://pl.the-witcher.com>). Serwis jest dwujęzyczny i atrakcyjny wizualnie. W przeważającej mierze składa się z materiałów audiowizualnych (trailer najnowszej gry, screeny i różne grafiki). Na stronie znajdują się zakładki: „O grze”, „News”, „Media”, „Forum”. Dodatkowo zamieszczony jest newsletter oraz odnośniki do portali społecznościowych (Facebook, Twitter, YouTube). CD Projekt RED stworzył regularnie aktualizowany fanpejdż na Facebooku (<http://www.facebook.com/thewitcher>) i kanał na YouTube (<http://www.youtube.com/user/WitcherGame>), gdzie zamieszczane są trailery, screencasty, wywiady z twórcami. Co interesujące, na wspomnianym już oficjalnym forum gry zdarza się sytuacja powierzania aktywnym forumowiczom roli moderatorów, co pozwala im w większym stopniu wpływać na

przebieg dyskusji i pojawiające się wątki i tematy. Zazwyczaj wpływ ów przybiera formę pouczeń, uwag, a nawet zamykania określonych dyskusji: „Serdecznie dziękuję za miłe powitanie, trolluję tu jako moderator od 3 lat, a Ty? Zamykam wątki, które chwilowo stanowiłyby nabijalnię spamu. W obu przypadkach zastrzegłam, że to jest na teraz. Jeśli masz jeszcze jakieś uwagi, to zapraszam na PW” [10]. „Primo – tematy ze spoilerami proszę umieszczać w dziale »fabuła«, żeby nie psuć innym użytkownikom przyjemności z grania. Secundo – tytuł powinien mówić więcej o wartości, zaraz go zmienię. Tertio – do narzekań na błędy fabularne mamy już wątek, o tutaj: <http://pl.thewitcher...i-niescislosci/>. Tak więc zamykam” [11].

Producenci aktywnie monitorują opisywane forum, często zabierają głos i włączają się do dyskusji z fanami, na przykład proponują własne tematy. Warto podkreślić, że CD Projekt RED raczej nie cenzuruje tekstów i komentarzy fanowskich. Zdarzają się krytyczne uwagi w stosunku do producentów gry, które nie są usuwane. Można powiedzieć, że cenzura ma charakter „miękki”, to jest przybiera formę ogólnego zarządzania wątkami na forum: „Myślę, że moderatorzy powinni zbanować wszystkie konta Redów za to, że pozostają nieaktywne” [12]. „Co racja to racja... Czasami redzi po prostu nas olewają” [13]. „Jaka radość mnie ogarnęła, gdy usłyszałem, że Platige Image na czele z Tomkiem Bagińskim znów będzie współpracować przy robieniu *Wiedźmina*; choć teraz jedynie na xboxa. Pomyślałem, nareszcie przydały się nasze prośby, groźby i lamenty. Oto będziemy mogli delektować się wysokiej jakości filmikami takimi jakie widzieliśmy w W1 i ROTWW. Obejrzałem trailer W2 na Xboxa. No i szczena mi opadła, ale nie z wrażenia. To, co zobaczyłem,

to nie mogło być Platige Image, to nie mógł być Bagiński, to coś gumowate nie mogło być wiedźminem. To jakaś pomyłka. Cholera, pomyślałem, a reklamy Biedronki, a *Animowana historia Polski*, a pożalowania godny filmik reklamujący naszą prezydenturę w UE, przecież to też Platige Image, to też Bagiński. Wziąłem kilka głębszych... oddechów. Pozytywów, szukaj pozytywów, pieprzonych minusów dodatnich albo plusów ujemnych, wszystko jedno. Muzyka, tak, muzyka jest super, momenty, gdy pojawiają się napisy na tle płomieni i latających odłamków skał, super” [14].

Interwencje producenta zachodzą dopiero w sytuacjach poważnie zagrażających dobremu imieniu firmy i wizerunkowi produktu. Na forum znaleźliśmy wątek, na którym grupa fanów przeprasza CD Projekt RED i kolegów za obrazoburczy profil założony na Facebooku. Pierwsza reakcja producentów była dość stanowcza, mówiło się bowiem o wyciągnięciu poważnych konsekwencji wobec niesfornych wielbicieli, ale ostatecznie sytuacja została rozwiązana bez uszczerbku dla nich. W tym wypadku można posłużyć się kategorią negatywnej prosumpcji, którą określić można jako świadome niszczenie lub dyskredytowanie produktu stworzonego przez producenta. Należy jednak pamiętać, że opisane działanie niekoniecznie było wymierzone w produkt, którego fanami byli twórcy dyskredytującego profilu. Mogło być aktem komunikacyjnym, mającym na celu zmianę relacji pomiędzy administratorami forum a fanami.

Forum jest aktywnie obserwowane przez producentów gry. Przejawia się to w wątkach i tematach zakładanych przez przedstawicieli firmy, które mają formę pytań skierowanych do fanów, dotyczących na przykład mechaniki gry, postaci, w tym schematów ich rozwoju. Jest to swe-

go rodzaju sądowanie opinii odbiorców produktu. „Dziś chcielibyśmy zadać kolejne pytanie, tym razem chcąc poznać Wasz typ jeśli chodzi o ulubionego, męskiego bohatera w *Edycji Rozszerzonej gry Wiedźmin 2: Zabójcy Królów*. Nie zapomnijcie uzasadnić swojego wyboru w komentarzach oraz oddać głosu w sondzie na naszym fanpage’u” [15]. „Jaka jest Wasza ulubiona ścieżka rozwoju talentów Geralta w *Edycji Rozszerzonej gry Wiedźmin 2: Zabójcy Królów*? Preferujecie szermierkę, alchemię, magię czy też może kombinację kilku drzewek? Nie zapomnijcie uzasadnić swojego wyboru w komentarzach poniżej. Jeżeli czujecie taką potrzebę, możecie również wrzucać screeny ze swoimi ścieżkami rozwoju talentów! Również tradycyjnie, na naszym facebooku uruchomiliśmy sondę, w której możecie oddawać głosy na Wasze typy” [16].

Warto zaznaczyć, że CD Projekt RED w różny sposób zachęcał w internecie do kupna opisanych już wydań specjalnych i edycji rozszerzonych gry: „Mamy dobre wiadomości dla wszystkich, którzy wciąż zastanawiają się nad kupnem *Edycji Rozszerzonej gry Wiedźmin 2: Zabójcy Królów*. Gaikai, serwis umożliwiający grę w wersje demonstracyjne najnowszych tytułów za pośrednictwem przeglądarki internetowej, właśnie dodał do swojej oferty darmowe demo *Zabójców Królów*. Nieważne czy jesteś zapalonym graczem konsolowym, czy zagorzałym PC-towcem, wszystko, czego potrzebujesz, aby wypróbować wersję demonstracyjną na swoim komputerze, laptopie lub tablecie, to szybki internet oraz darmowy plugin Javy. Czas zabawy w demie jest ograniczony do 30 minut, ale za to możecie wypróbować różne tryby rozgrywki jak tutorial, arena czy też spróbować swoich sił, zaczynając nową przygodę” [17]. „*Wiedźmin 2*

w zestawie z padem lub konsolą. Jeżeli jeszcze rozważasz zakup Xboxa 360 lub wymianę pada na nowy, to teraz jest doskonały moment. Od 17 kwietnia w sieci sklepów Media Expert oraz w sklepie gram.pl można znaleźć oficjalne zestawy, przygotowane wspólnie przez CD Projekt i polski oddział firmy Microsoft” [18].

Oddolna twórczość fanów gry *Wiedźmin*. Próba typologii

Oprócz przedstawionych działań marketingowych inspirowanych przez producentów gry istnieje szereg twórczych inicjatyw oddolnych podejmowanych przez miłośników gry. Ekspresja twórcza fanów wykorzystuje różne środki wyrazu: cyfrowe i multimedialne przeróbki gry i jej elementów, twórczość literacką, muzyczną, malarską i ilustratorską, rzeźby, elementy body artu (*cosplay*, tatuaże), rzemiosło artystyczne.

W celu przeanalizowania świata twórczości fanów skupiliśmy się na analizie jednego z działów oficjalnego forum gry zatytułowanego „Twórczość fanowska”. Dział ten rozwijany jest od początku istnienia forum, dlatego też znaleźć tam można kreacje dotyczące zarówno pierwszej, jak i drugiej części gry. Bazując na zgromadzonych materiałach, przedstawiamy typologię wykreowanych przez fanów wytworów. Analiza ta pozwoli ukazać bogaty zbiór zróżnicowanych oddolnych działań i będących ich efektem paratekstów medialnych⁸ (tekstów nawiązujących do tekstu oficjalnego) oraz ich poszczególnych rodzajów.

⁸ Zob. A. Gwóźdź, *Obok filmu, między mediami*, w: *Pogranicza audiowizualności: parateksty kina, telewizji i nowych mediów*, red. A. Gwóźdź, Kraków: Universitas 2010, s. 36.

Literatura

Teksty literackie stanowią relatywnie liczną grupę wytworów fanowskich, które możemy spotkać na oficjalnym forum. Materiały tego typu tworzone były od momentu publikacji pierwszego wydania gry. Najczęściej przyjmują one formę opowiadań lub krótkich historii, scen osadzonych w świecie Wiedźmina. Zdarzają się jednak teksty ulokowane w innych, często autorskich uniwersach fantasy. Czasami pojawiają się także utwory takie, jak wiersze lub piosenki. Oto przykład piosenki fanowskiej autorstwa Włóczęgi:

Z Północy nadejdzie mróz,
Gdy czarny wróg z Południa
Nadciągnie paląc wsie.
Gdy padła Cintra tak dumna z potęgi swej,
Na Północ padł wielki strach.
Biały Płomień pomnażał siły
Werbując elfickie psy.
Z drzew spadły ostatnie liście,
Teraz pokrywa je szadź.
Jezior skutych lodem nie napełnia już
Żadna z zamarzniętych rzek.
Pole bitwy kryje krwawy śnieg.
Jedynym jej znakiem – tysiąc rdzawych mieczy,
Pozostawionych przez przegranych
Z białym słońcem na czarnych proporcach.

Utwory tego typu są wklejane na forum w formie postów. W przypadku opowiadań często są to artykuły o objętości do

kilku stron. Zazwyczaj pod informacją tego typu spontanicznie zawiązuje się dyskusja pomiędzy czytelnikami i autorem. Czasami ma to postać krytycznych uwag lub wskazówek. Często w takich dyskusjach uczestniczą osoby, które wcześniej same dzieliły się swoją twórczością literacką.

Obrazy

Odrębną grupą wytworów są projekty ilustracji, rysunków i innych form graficznych nawiązujących do świata Wiedźmina i samej gry. W przeciwieństwie do tekstów pisanych materiały tego typu najczęściej zamieszczane są na zewnętrznych serwisach, takich jak ImageShack czy DeviantArt, natomiast na forum publikowane są głównie tylko linki lub miniatury.

Prace podzielić można na tradycyjne ilustracje wykonane kredkami, ołówkiem i obrazy malowane. Tworzone są one w różnych technikach, ale zazwyczaj mają charakter realistyczny. Wyjątkiem są obrazki komiksowe, humorystyczne lub karykatury. Wśród ilustracji stworzonych przez fanów zdarzają się nawiązania intertekstualne do innych tekstów popkulturowych. Przykładem może być post „Wiesiek 2 gallery south park”, w którym autor zachęca do oglądania swoich prac inspirowanych grą *Wiedźmin 2* i popularną kreskówką *South Park*. Postacie znane z gry z Geralem na czele są przedstawione w charakterystycznej dla serialu manierze, z wielką głową i małym, nieproporcjonalnym tułowiem, z którego wyrastają narysowane w uproszczony sposób kończyny [20]. Często fani zamieszczają fragmenty rysunków z prośbą o poradę lub komentarz, co sprzyja spontanicznemu powstawaniu dyskusji nad twórczością danego autora [21].

Odrębną podgrupę tej kategorii stanowią wytwarzane przez fanów tapety, które udostępniane są na forum do swobodnego pobierania. Tapety, w przeciwieństwie do tradycyjnie tworzonych obrazów i ilustracji, najczęściej nawiązują do samej gry *Wiedźmin*, a nie do szeroko pojętego świata *Wiedźmina*. W dużej mierze odpowiedzialna jest za to technika tworzenia tego typu wytworów, która opiera się na zrzutach ekranu albo fotomontażach i przeróbkach materiałów z gry z użyciem edytorów graficznych. Fani często tworzą karykatury tapet w formie uproszczonych, prymitywnych rysunków, specjalnie wykonanych niestannie, podśmiewając się w ten sposób z innych twórców tego typu materiałów [22].

Technika fotomontażu jest również wykorzystywana do tworzenia obrazów będących ironicznym komentarzem bieżących wydarzeń społecznych i politycznych. Najlepiej ilustrują to przeróbki plakatów wyborczych z 2007 roku osadzone w klimatach wiedźmińskich. Najczęściej fani doklejali popularne hasła wyborcze do screenów z gry. Na jednej z takich przeróbek widzimy Geralta stojącego naprzeciwko dwóch krasnoludów, a nagłówek głosi „21 października 2007. Podejmij decyzję! Kto będzie rządzić Polską: On czy Oni?”. Postać Wiedźmina jest tu czytelnym nawiązaniem do Donalda Tuska, a dwa krasnoludy do braci Kaczyńskich. Z kolei inny plakat zrobiony na podstawie zrzutu ekranu z gry z dopisanymi komiksowymi dymkami opatrzony został hasłem: „Geralt z Rivii – Jedyna szansa dla Polski” [23].

Oprócz tapet pojawiają się również inne obrazki o charakterze użytkowym. Zaliczyć tu można skóry do Gadu-Gadu wykonane przez jednego z fanów na podstawie ilustracji znanych z gry. Pobranie skóry pozwalało na zmianę

standardowego wyglądu komunikatora internetowego przez dodanie tła do kontaktów z postacią Geralta lub przetworzonym obrazem wiedźmińskiego medalionu.

Do tej grupy zaliczyć należy również userbary (nazywane także sygnaturkami). Są to paski grafiki w kształcie prostokąta o wysokości od kilku do kilkunastu pikseli i szerokości do kilkudziesięciu pikseli. Zazwyczaj mają charakter nieruchomej grafiki, ale zdarzają się w nich elementy animacji. Powstają one głównie z myślą o użytkownikach forów internetowych, którzy mogą zamieszczać je przy swoich postach, w ten sposób odznaczając się graficznie od innych użytkowników i jednocześnie informując ich o swoich aktualnych zainteresowaniach. W przypadku sygnaturek stworzonych przez fanów gry natknąć się możemy na dużą różnorodność form. Od prostych userbarów z napisem „Wiedźmin” lub „The Witcher”, sygnatury z sylwetką Geralta, medalionem wiedźmińskim, po bardziej złożone animowane gify, na przykład z mrugającymi oczami wilka w tle [24].

Ilustracjami i obrazami, które wykraczają poza fotomontaż i tradycyjne techniki, są projekty trójwymiarowe. Na forum znaleźć można wątek „/innos 3d artwork”, w którym autor dzieli się swoimi wytworami. Są to zazwyczaj ilustracje trójwymiarowych obiektów, głów postaci z realistyczną teksturą skóry albo hybrydycznych istot na wpół ludzkich, na wpół zwierzęcych. Projekty tego typu bazują na wątkach szeroko pojętego fantasy. Warto nadmienić, że autor tych prac prawdopodobnie bardziej starał się zwrócić uwagę twórców gry niż innych fanów, licząc być może na angaż do kolejnych projektów firmy. Sugeruje to zdanie otwierające wątek: „Witam wszystkich. Z tego, co wynika z opisu działu, to można tu zamieszczać wszystkie możliwe

grafiki, więc – zaprezentuje moje grafiki. Chciałbym poznać waszą opinię, drodzy gracze, no i twórcy Wieśka” [25].

Rzemiosło

Szereg wytworów stworzonych przez fanów gry *Wiedźmin* można określić jako rzemiosło artystyczne. Kategoria ta obejmuje z jednej strony obiekty plastyczne, takie jak na przykład figurki i rzeźby, ale znaleźć tu można również repliki uzbrojenia i innych obiektów istniejących w wirtualnym świecie gry.

Podobnie jak w przypadku innych fanowskich kreacji nie da się wyodrebnić w tej grupie jednej dominującej techniki. Jednym z przykładów prostych technik są figurki wykonywane z modeliny [26]. W wątku na forum zatytułowanym „Modelinowy bestiariusz” MariaX zamieściła zdjęcia całej serii figurek z wiedźmińskiego świata, przedstawiających różne potwory, Geralta i kilka innych postaci. Szybko wątek zaczął zapełniać się kolejnymi pracami innych fanów wykonanymi tą techniką. Pojawiły się następne fotografie figurek Jaskra, Trismerigold, Elfów. Twórcy często fotografowali figurki usytuowane na makietach lub zdjęciowych tłach symulujących bagna, lasy lub inne przestrzenie. Zdarzały się także zdjęcia przedstawiające figurki modelinowe w zaaranżowanych scenach walki. Pomimo prostej techniki większość prezentowanych projektów charakteryzowała się dobrym, estetycznym wykonaniem.

Kilka projektów, które można odnaleźć na forum, stanowiły wytwory ceramiczne zazwyczaj wykonane z gliny. Jednym z takich projektów była postać demona Sukuba w formie kilkudziesięciocentymetrowej glinianej figurki,

wypalonej i pomalowanej. Autorka pracy zamieściła również zdjęcia dużo bardziej zaawansowanej glinianej rzeźby smoka [27]. Niektóre projekty tego typu przybierają postać figurek ogrodowych, przeznaczonych do zewnętrznej ekspozycji. Jako przykład można przywołać tu figurkę elfa Iorwetha. Jak opisuje swoją pracę autorka: „Od jakiegoś czasu nosiłam się z myślą zrobienia kilku postaci z *Wiedźmina* w glinie i w końcu wzięłam się do roboty. Zaczęłam od Iorwetha. Niezupełnie wyszedł tak jak planowałam, ale jak na pierwszą próbę chyba nie jest źle. Figurka ma jakieś 35 cm wysokości. Na razie jest na etapie surowej gliny, tzn. suszy się, potem pójdzie do pieca do wypału, a następnie będę go szkliwić” [28].

Wśród projektów tej grupy możemy również znaleźć szereg przedsięwzięć, które opierają się na przetwarzaniu gotowych wytworów i przypisywaniu im cech świata wiedźmińskiego. Ta strategia przechwytywania i personalizowania doskonale widoczna jest w projekcie Lego Wiedźmin. Jeden z fanów, bazując na zestawie klocków Lego, stworzył swój zestaw w klimatach wiedźmińskich, inscenizując za pomocą klocków i odpowiednio przetworzonych legowych ludzików kilka scen [29].

Znaczącą część wytworów, które przyporządkowaliśmy do kategorii „rzemiosło”, stanowią również wykonane przez fanów przedmioty z gry. Jednym z ciekawszych projektów tego typu była replika gry w kościanego pokera. Kościany poker był swego rodzaju grą w grze. Geralt w tawernach i innych miejscach mógł zagrać w kościanego pokera i podreperować w ten sposób swój budżet. Gra przypominała swoim kształtem prostokątne okute pudełko, w którego środku znajdowała się otwarta przestrzeń w kształcie elipsy – do rzucania kości. Jeden z fanów bazując na

obrazach kościanego pokera zawartych w grze, dokładnie odtworzył wirtualny zestaw do tej gry i udokumentował swój projekt na blogu, ilustrując zdjęciami kolejne etapy realizacji repliki [30].

Bardzo często tworzenie różnego rodzaju replik przedmiotów z gry łączy się z działaniami *cosplay*, czyli praktyką przebijania się fanów za swoich ulubionych bohaterów. W tym przypadku bardzo często pojawiają się repliki strojów, elementów garderoby i rynsztunku. Zakres tych działań ma różne natężenie. Może to być odwzorowanie ulubionego ekwipunku Geralta. Jeden z fanów na forum postanowił odwzorować rynsztunek wiedźmina z gry, zaczynając od drobnych elementów: „Witam wszystkich forumowiczów. Po ukończeniu *Wiedźmina 2* na poziomie mrocznym postanowiłem, że wykonam replikę Rynsztunku Świętokradcy. Moim zdaniem jest to najlepiej wyglądający rynsztunek, pasujący do Wiedźmina. Wcześniej bawiłem się w wykonywanie replik broni z jRPG, tym razem chcę wykonać cały kostium. Aktualnie mam skończone Rękawice Świętokradcy, których zdjęcia umieściłem niżej. Czekam teraz na materiały potrzebne do wykonania stalowego miecza i oczywiście przyплыw gotówki, ponieważ to droga zabawa. Ukończenie całego rynsztunku zajmie mi zapewne dużo czasu, dlatego postanowiłem zamieszczać w tym temacie każdorazowo nowo wykonane elementy” [31].

Często natrafimy również na kompletne stylizacje, w których fani upodobniają się do wybranych bohaterów. Jednym z takich projektów jest odtworzona przez fankę postać czarodziejki Triss Merigold. Stylizacja ta odwzorowywała garderobę czarodziejki, ale również elementy jej wyglądu cielesnego, takie jak rude włosy [32].

Materiały audiowizualne

Jedną z największych grup wytworów fanowskich stanowi szeroko pojęte materiały audiowizualne, najczęściej zamieszczane na portalach typu YouTube i wklejane na forum. Materiały tego rodzaju zaczęły być coraz częściej spotykane po wydaniu drugiej części gry. Prawdopodobnie wynika to z faktu szybkiego rozwoju relatywnie prostych narzędzi umożliwiających przechwytywanie ujęć z gry i przygotowywanie na ich bazie screencastów, czyli filmów tworzonych poprzez nagrywanie fragmentów gry i późniejsze ich przetwarzanie (dodawanie głosu, muzyki itp.). Na forum spontanicznie powstają również wątki, które pomagają początkującym graczom w stworzeniu swojego pierwszego wiedźmińskiego filmu. Często dyskusje te zaczynają się od prostego pytania o poradę. Jako przykład można przytoczyć fana Aszlo, który poszukiwał na forum programów pozwalających zgrywać fragmenty gry do postaci wideo: „Ktoś zna jakiś sprawdzony program, dzięki któremu można zgrać wybrane ujęcia z *Wiedźmina*? Pozdrawiam aszlo” [33]. Zazwyczaj po takim pytaniu pojawia się szereg odpowiedzi i propozycji. Czasami apele o pomoc dotyczą bardziej szczegółowych i zaawansowanych sposobów „filmowania” gry, jak na przykład apel Mata: „Witam, mam pytanie: czy jest program do *Wiedźmina*, dzięki któremu można swobodnie ruszać kamerą, to znaczy taki, którym można nagrywać, na przykład krajobrazy albo ustawiać kamerę w dowolnym miejscu w grze?” [34].

Działania fanów na podstawie pozyskanych z gry materiałów wideo przyjmują kilka postaci. Najczęściej są to teledyski, *gameplay* (sfilmowane fragmenty rozgrywki),

rzadziej krótkie formy fabularne. Teledyski mają formę remiksu. Fani zgrywają kilka ciekawych ich zdaniem scen z gry albo z jej intra (wprowadzenia) lub animowane przerywniki (tzw. *cutscene*) i podkładają pod nie muzykę ulubionego wykonawcy lub muzykę z ulubionego filmu. W ten sposób powstał projekt łączący muzykę z filmu *300* z animacjami z gry *Wiedźmin 2*. Autor projektu zamieścił swój film na YouTube, a na forum post, w którym zachęca do oglądania teledysku: „Heja, zobaczcie, jak wyglądałaby cutscena z muzyką z *300*” [35]. Czasami teledyski tego typu nie opierają się na animacjach, a na nieruchomych screen-shotach, które zmieniają się po kilku sekundach.

Odrębną grupę stanowi *gameplay*. Fani wykorzystują tutaj fragmenty nagrań wideo z gry w dwóch celach: aby popisać się swoimi umiejętnościami i pochwalić się innym, jak sprawnie pokonują potwory lub kolejne etapy w grze, albo jako formę instrukcji lub ilustracji. Jednym z przykładów pierwszej grupy może być film *THE WITCHER Kościej HARD/steel sword*, w którym gracz pokazuje w trwającym ponad minutę filmiku, jak rozprawia się z Kościejem – jednym z trudniejszych do pokonania potworów w grze [36]. W drugim przypadku filmy często są bardzo obszerne i trwają nawet po kilkadziesiąt minut, pokazując w całości kolejne etapy rozgrywki [37].

W serwisie YouTube znajdziemy również fabularne animacje poklatkowe, które wykorzystują na przykład klocki Lego. Odpowiednio upozowane ludziki Lego są ustawiane w kolejnych sekwencjach naśladowujących ruch, fotografowane, a następnie materiał ten składany jest klatka po klatce w animację. Twórcy filmu podkładają do tak przetworzonego materiału głos i muzykę, tworząc prostą animację.

W filmach z wykorzystaniem klocków nie ma jednak bezpośrednich nawiązań do gry, częściej odtwarzają one opowiadania Andrzeja Sapkowskiego, czego przykładem może być animacja *Wiedźmin lego. Mniejsze zło* [38].

Należy zauważyć, że ambicje fanów filmowców wykraczają daleko poza produkcje amatorskie. Na forum zawiązała się bowiem grupa fanów, którzy rozzarowani polską produkcją filmową o wiedźminie postanowili zebrać pieniądze i nakręcić nową wersję przygód swojego ulubionego bohatera. Inicjatywę zapoczątkowali licealiści z Łodzi i nazwali ją „Projekt Wiedźmin”. Film w przeciwieństwie do wcześniejszej produkcji miał opierać się na drugiej części gry, a nie bezpośrednio na prozie Sapkowskiego. Jak sami pisali na forum gry: „Otóż film ma być z całą pewnością pełnometrażowy, nagrywany profesjonalnym sprzętem – nie komórką. Czas jego trwania przewidujemy na ok. 2 godziny. Co do fabuły: ma być to ekranizacja drugiej części gry – *Wiedźmin 2 Zabójcy Królów*. Otrzymaliśmy wszelkie niezbędne prawa autorskie od CD Project oraz pozwolenie na wykorzystanie muzyki, fragmentów gry, przerywników, nazwy itp., itd. Podchodzimy do tematu jak najbardziej profesjonalnie. Absolutnie nie chcemy zawieść żadnego z fanów Geralta i obiecujemy, że możecie na nas liczyć />/> Nie mamy zamiaru zrobić niczego na odwal się. Wszystko dopinamy na ostatni guzik. Współpracujemy z ludźmi, którzy na pewno nie pozwolą, aby film wyszedł słaby, nudny, prosty, głupi itd. Myślę, że jak na razie to na tyle. Jeśli macie jakieś pytania, chcecie zagrać w naszym filmie, pomóc w jakiś sposób czy cokolwiek, piszcie >/>” [39].

Inicjatywa niestety nie doszła do skutku, ale przez jakiś czas projekt rozwijał się pomyślnie, a jego twórcy pozyskali

poważnych patronów medialnych: Radio Eska Łódź i „Gazetę Wyborczą”.

Gra komputerowa *Wiedźmin* inspiruje fanów nie tylko tworzących filmy, ale również muzykę. W jednym z wątków forum powstała dyskusja wokół muzyki stworzonej i udostępnionej przez jednego z fanów: „Witam! Jestem początkującym kompozytorem muzyki filmowej i chciałbym przedstawić moją twórczość Zacząłem powoli się z tym rozkręcać od lutego 2012. Z chęcią usłyszę konstruktywną krytykę i komentarze” [40]. Twórczość ta spotkała się z pozytywnym przyjęciem innych fanów gry, co przejawia się między innymi w komentarzach typu: „Jeszcze troszkę popracuj nad umiejętnościami i mamy kompozytora nuty do W3” [40].

Utwory tego typu często są elementem większych projektów. Mogą służyć jako muzyka do stworzonych przez fanów modyfikacji gry (tzw. modów). Potwierdza to post zamieszczony przez fana o pseudonimie Nik: „Witam, chciałbym przedstawić również moje wypociny. Są to demo wersje utworów do jakiejś gry RPG (i podobnych). Wcześniej tworzyłem ją do pewnego Moda W1, ale ten projekt został zawieszony” [41].

Mapy

Kilka projektów fanowskich, na jakie natrafiliśmy na forum, pomimo stosunkowo niewielkiej liczby wytworów, domaga się odrębnej kategorii. Zaliczyć tu można stworzone przez fanów mapy wiedźmińskiego świata. Projekty te, wykonane jako grafiki wysokiej rozdzielczości, skrupulatnie oddają granicę poszczególnych państw znanych z sagi Sapkowskiego, miasta, pasma górskie, rzeki i inne elementy geograficzne. Pojawiają się również stylizacje udpodobniające mapy do

map średniowiecznych (np. gotycka czcionka, róża wiatrów itp.) Największym projektem tego typu była tzw. Mapa Orteliusa stworzona przez grupę fanów określającą siebie jako Ortelius Team. Duży format i dbałość o szczegóły spotkały się z uznaniem fanów. Sam wątek na forum liczy ponad dwadzieścia pięć stron postów [42]. Inicjatywa zespołu zachęciła również innych fanów do podzielenia się na forum swoimi projektami wiedźmińskich map [43].

Fanowskie konkursy

Zdarza się, że sami fani tworzą na forum własne konkursy, na przykład na wykonanie jakiegoś projektu. Zazwyczaj inicjatywę taką podejmuje grupa kilku osób. Dobrym przykładem jest konkurs zorganizowany przez Gildię ZZB, w którym nagrodą były punkty funkcjonujące na forum (tzw. oreny): „Co trzeba zrobić? Baner dla gildii ZZB. Wymagania: maksymalna wielkość sygnaturki to 130 px wysokości, 500 px szerokości, a jej waga 300 kb. Nagrody: dla zwycięzcy 2 oreny na forum, a dla reszty po 1 orenie. Do kiedy? Do 9 lutego. Ankieta: Zostanie stworzona 9 lutego, a zakończona 13 lutego [B]. Zasady: Jest tylko jedna: wysyłamy na PM [I] Proszę o prace niewyzywające i nieobrażające, te, które będą obraźliwe, natychmiast zgłoszę do adminów i moderatorów forum. Miłej zabawy życzę” [44].

Inicjatywy takie mają jednak charakter sporadyczny.

Konkluzje

Przeprowadzone badanie pozwala na wniosek, że producenci *Wiedźmina* dość dobrze potrafią rozpoznawać potrzeby fanów związane z korzystaniem przez nich z wyprodukowanej

gry. Można powiedzieć, że wychodzą fanom naprzeciw, traktując ich nie tylko jako biernych odbiorców utworu, a właściwie całej serii utworów, ale także jako potencjalnych twórców, którzy mogą rozwijać swoją fanowską pasję, uczestnicząc o wiele bardziej aktywnie w uniwersum uwielbianej produkcji. Umożliwienie fanom podejmowania oddolnej twórczości, polegającej na dopowiadaniu historii, korzystaniu z treści gry lub wytworów udostępnianych społeczności fanowskiej, może być istotne nie tylko z rozrywkowego punktu widzenia. Twórcza aktywność ma charakter zabawy. Gdyby nie *Wiedźmin*, bardzo możliwe, że wiele osób podejmowałoby twórcze działania w innych obszarach. Kto wie, czy nie byłoby to tworzenie do szuflady, ale równie dobrze mogliby nie realizować się twórczo. Emocjonalne nastawienie do popkulturowej produkcji, zachęty od czasu do czasu ze strony producentów oraz istnienie fanowskiego środowiska to świetna mieszanka do dzielenia się własną twórczością z innymi, równie zaangażowanymi emocjonalnie w świat gry osobami. Przestrzeń dyskusji, tworzona w sieciowych miejscach przez fanów, może funkcjonować jako edukacyjna platforma. Niekoniecznie będąca kuźnią tekstów – czy to literackich, czy opartych na innych mediach – które mają potencjał do zdobycia wielu odbiorców.

Sieciowa enklawa miłośników *Wiedźmina* daje możliwość prowadzenia nowomiedialnej dyskusji wykorzystującej cyfrowe przetwory. To szansa nie tylko na wyrażenie swoich emocji, pomysłów, ale również nawiązywanie społecznych interakcji. Oczywiście zapośredniczonych medialnie, ale pozwalających na konfrontowanie amatorskich koncepcji z szerszą, choć niekoniecznie wielką, publicznością. A to daje możliwość

rozwijania umiejętności medialnych, choćby ze względu na motywację do pokazania czegoś społeczności i zyskania uznania z jej strony, a także do tworzenia jak najlepszych, oryginalnych treści w celu podtrzymania i być może nawiązania nowych relacji, które również mogą mieć przyszłościowy, twórczy potencjał. Nie należy jednak traktować fanowskiej przestrzeni komunikacji zachodzącej w tworzonym przez miłośników miejscu jako skupionej na rozwoju i edukacyjnych aspektach. Nie oszukujmy się, podstawą jest rozrywka, co jednak świetnie wpisuje się w starą pedagogiczną koncepcję uczenia się przez zabawę. Rozwijanie kompetencji społecznych, medialnych, ale także uczestnictwa w kulturze za pośrednictwem popkulturowego produktu, a może raczej w nawiązaniu do niego, można traktować bardzo pozytywnie. Dlatego inicjowanie fanowskich aktywności, nawet jeśli traktowane jest przez producentów jako część marketingowych działań zmierzających do osiągnięcia większego zysku, przywiązania do produktu i rozwijania docelowej grupy odbiorców kolejnych produkcji, można traktować jako potencjalnie wartościowe dla domorosłych przetwórców świata opisywanego przez nas, popkulturowego tekstu. A *Wiedźmin* jako marka dla grupy utworów to pozytywny wyjątek na mapie polskich produkcji popkulturowych w zakresie wspierania działań prosumpcyjnych. Wyróżnia się zdecydowanie zaangażowaniem producentów w stymulowanie fanowskich produkcji, czego brakuje w przypadku wielu innych produktów dostępnych na polskim rynku. Może się to wiązać z konkretną strategią biznesową i podtrzymywaniem zaangażowania fanów w trakcie przerw pomiędzy pojawianiem się nowych produktów serii. Może to być również zachęta fanów do jeszcze bliższego kontaktu z uwielbianą narracją i tym samym

budowania jeszcze bardziej emocjonalnej relacji z produktem, ale również integracji samego środowiska amatorskich przetwórców popkulturowych, bo tak chyba z powodzeniem można określić fanów *Wiedźmina*.

Odnosiniki do stron WWW:

- [1] Konkurs na teledysk: <http://www.witchersite.pl/component/content/article/345-konkurs-co-dwie-kategorie-to-nie-jedna.html>
- [2] Informacja o edytorze gry RedKit: <http://en.thewitcher.com/forum/index.php?/topic/35046-news-redkit-wkracza-w-faze-otwartej-bety/>
- [3] Konkurs na recenzję: <http://pl.thewitcher.com/forum/index.php?/topic/30154-news-zrecenzuj-nasza-gre-%E2%80%93-konkurs-z-serwisem-game-informer/>
- [4] Film fanowski: <http://en.thewitcher.com/forum/index.php?/topic/35318-smieszny-filmik-z-odrinem/>
- [5] Trailer fanowski: <http://pl.thewitcher.com/forum/index.php?/topic/28240-news-fanowski-trailer/>
- [6] Praca nad trailerem fanowskim: http://en.thewitcher.com/forum/index.php?/topic/28240-news-fanowski-trailer/page_st_20
- [7] Konkurs „Twoja twarz w naszej grze”: <http://pl.thewitcher.com/forum/index.php?/topic/32926-news-przedstawiamy-zwyciezcow-konkursu-twoja-twarz-w-naszej-grze/>
- [8] Transmisje online z konferencji firmy: <http://en.thewitcher.com/forum/index.php?/topic/31032-news-letnia-konferencja-cd-projekt-red-juz-30-maja-o-1900/>
- [9] Firma i fani: <http://en.thewitcher.com/forum/index.php?/topic/28944-news-nocna-premiera-edycji-rozszerzonej-w-warszawie-co-chcielibyscie-wiedziec/>
- [10] [11] [12] [13] [14] Przykładowe wypowiedzi fanów moderatorów forum: <http://pl.thewitcher.com/forum>

- [15] [16] Badanie opinii fanów: <http://pl.thewitcher.com/forum/index.php?/topic/30571-news-mezczyzni-w-wiedzminie-2/>
- [17] [18] Zachęcanie do nabycia wydań specjalnych gry: <http://pl.thewitcher.com/forum/index.php?/topic/30729-news-demo-edycji-rozszerzonej-na-gaikai-juz-dostepne/>
- [19] Piosenka: [http://forums.cdprojektred.com/threads/20725-W%C5%82oczykij-pisze-piosenki-\(oraz-bazgrolu\)?highlight=piosenki](http://forums.cdprojektred.com/threads/20725-W%C5%82oczykij-pisze-piosenki-(oraz-bazgrolu)?highlight=piosenki)
- [20] Wiedźmin South Park: <http://forums.cdprojektred.com/threads/20692-Wiesiek-2-galeria-south-park-!/?highlight=south+park>
- [21] Dyskusje o twórczości: [http://forums.cdprojektred.com/threads/28821-Rysunki-fantasy-i-r%C3%B3%C5%BCne-\)?highlight=sk%C3%B3ry](http://forums.cdprojektred.com/threads/28821-Rysunki-fantasy-i-r%C3%B3%C5%BCne-)?highlight=sk%C3%B3ry)
- [22] Żart z praktyki tworzenia tapet: <http://forums.cdprojektred.com/threads/20785-MasPingon-tworzy?highlight=maspingon+tworzy>
- [23] Geralt Wybory: [http://forums.cdprojektred.com/threads/20763-Geralt-kandydat-spoza-uk%C5%82adu-\(wspomnienie-konkursu\)?highlight=wybory](http://forums.cdprojektred.com/threads/20763-Geralt-kandydat-spoza-uk%C5%82adu-(wspomnienie-konkursu)?highlight=wybory); <http://img17.imagehack.us/img17/9222/2miejsce.jpg>; <http://img401.imagehack.us/img401/471/geralt3.jpg>
- [24] Userbary, sygnaturki: <http://forums.cdprojektred.com/threads/20793-Sygnaturki-userbary?highlight=sygnaturki>
- [25] Grafika 3D: <http://forums.cdprojektred.com/threads/20792-Innos-3d-artwork?highlight=innos>
- [26] Modelinowy bestiariusz: <http://forums.cdprojektred.com/threads/20764-Modelinowy-bestiariusz?highlight=figurki+modelina>
- [27] [28] Figurki z gliny: <http://forums.cdprojektred.com/threads/20554-Smoczyca-glina?highlight=ceramika>; <http://forums.cdprojektred.com/threads/20646-ceramika-lorweth-inni?highlight=ceramika>

- [29] Lego wiedźmin: http://www.saber-scorpion.com/lego/the_witcher.php
- [30] Kościany poker: <http://replimak.blogspot.com/2013/06/wiedzin-kosciany-poker.html>
- [31] Cosplay: <http://forums.cdprojektred.com/threads/20621-Cosplay-Rynsztunek-%C5%9Awi%C4%99tokradcy?highlight=cosplay>
- [32] Cosplay Triss Merigold: <http://imgur.com/a/dHCt0>
- [33] [34] Filmy: <http://forums.cdprojektred.com/threads/20798-Tworzenie-filmow?highlight=tworzenie-filmow>; <http://forums.cdprojektred.com/threads/20798-Tworzenie-filmow?highlight=tworzenie-filmow>
- [35] Wiedźmin 300: <http://forums.cdprojektred.com/threads/2-0697-SPOILER-Prolog-cutsцена-w-Samotni-muzyka-z-300?highlight=spoiler+prolog+cutsцена>
- [36] *THE WITCHER Kościej HARD/steel sword*: <http://www.youtube.com/watch?v=PQzDiqZicXQ&feature=youtu.be>
- [37] Wiedźmin gameplay: <http://www.youtube.com/watch?v=k-cRrXSQKH0k>
- [38] Film *Wiedźmin lego mniejsze zło*: <http://www.youtube.com/watch?v=jU90uWvpkBlk>
- [39] Projekt wiedźmin: <http://forums.cdprojektred.com/threads/20533-Project-Wied%C5%BAm-in-Fan-Film?highlight=grafika>
- [40] [41] Muzyka: <http://forums.cdprojektred.com/threads/20601-Moja-muzyka-filmowa/page2?highlight=moja+muzyka>; <http://forums.cdprojektred.com/threads/20681-Moja-muzyka?highlight=moja+muzyka>
- [42] Mapa Orteliusa: <http://forums.cdprojektred.com/threads/20536-Mapa-Orteliusa?highlight=mapa+%C5%9Bwiata>; http://sendfile.pl/26869/view/mapa_orteliusa_new1.1.PNG
- [43] Inne mapy: http://images4.wikia.nocookie.net/_cb20100624171102/witcher/images/8/80/Tw2_Map.jpg

<http://pl.tinypic.com/view.php?pic=14dn7kp&s=3#.UwSGmfl5M1Y>

[44] Konkurs: <http://forums.cdprojektred.com/threads/20742--konkurs-!-na-baner-dla-gildi-ZZB->

Bibliografia

Angrosino M., *Badania etnograficzne i obserwacyjne*, przeł. M. Brzozowska-Brywczyńska, Warszawa: PWN 2010.

Boelstroff T. i in., *Ethnography and Virtual Worlds: A Handbook of Method*, Princeton: Princeton University Press 2012.

Gwóźdź A., *Obok filmu, między mediami*, w: *Pogranicza audiowizualności: parateksty kina, telewizji i nowych mediów*, red. A. Gwóźdź, Kraków: Universitas 2010.

Kozinets R., *Netnografia. Badania etnograficzne online*, przeł. M. Brzozowska-Brywczyńska, Warszawa: PWN 2012.

Siuda P. i in., *Prosumpcjonizm pop-przemysłów: Analiza polskich przedsiębiorstw z branży rozrywkowej*, Warszawa: Collegium Civitas Press 2013.



Stanisław Krawczyk

**Prosumpcja polskich
miłośników literatury
fantastycznej**





Wprowadzenie

Celem tego tekstu jest empiryczne opisanie prosumpcji¹ polskich miłośników literatury fantastycznej. Dlaczego poruszany temat może być interesujący dla socjologów zajmujących się prosumpcją? Aby odpowiedzieć na to pytanie, trzeba najpierw scharakteryzować przedmiot badań, którym są społeczne światy czytelników fantastyki². Poniższy opis jest dość rozbudowany, spełnia bowiem

¹ Prosumpcja jest tu rozumiana jako połączenie produkcji i konsumpcji, które we współczesnych gospodarkach kapitalistycznych zyskało szczególną intensywność, m.in. ze względu na rozwój internetu. Zob. G. Ritzer, N. Jurgenson, *Production, Consumption, Prosumption. The Nature of Capitalism in the Age of the Digital 'Prosumer'*, „Journal of Consumer Culture” 2010, nr 1 (27), s. 169.

² Dla odbioru tej pracy istotna może być informacja, że sam do takich światów społecznych należę. Od 2007 roku przynajmniej raz na parę miesięcy uczestniczę w zjazdach i festiwalach, od roku 2009 współtworzę serwis internetowy Poltergeist (byłem w nim m.in. moderatorem i redaktorem działu książkowego, kieruję działem korekty), a podczas pisania obecnego tekstu brałem udział w przygotowywaniu Polconu 2013, czterodniowego przedsięwzięcia fanowskiego. Co więcej, dużą część moich bliższych i dalszych znajomych stanowią członkowie rzeczonych zbiorowości. Taka pozycja badawcza oczywiście ułatwia zbieranie danych oraz daje liczne możliwości ich analizy i interpretacji, ale przynosi również ryzyko prowadzenia i opisywania badań z perspektywy nadmiernie przychylniej dla tych grup.

dwojaką funkcję. Po pierwsze przybliży zakres przedmiotowy pracy osobom, które nie miały z nim dotąd do czynienia. Po drugie opisowi towarzyszą potrzebne uściślenia terminologiczne.

Zacznijmy od samego pojęcia „fantastyka”. Oznacza ono obszerną dziedzinę kultury, którą najprościej przybliżyć, wskazując na jej trzy główne konwencje³:

- Science fiction, SF, fantastyka naukowa – teksty, w których kluczową rolę w świecie przedstawionym odgrywa nauka (jako źródło rekwizytów lub zasad funkcjonowania rzeczywistości), akcja zaś zwykle dzieje się w przyszłości. Klasyczny przykład to *Wehikuł czasu* Herberta George’a Wellsa, a nieco nowszy – *Solaris* Stanisława Lema.
- Fantasy – historie osadzone w świecie magicznym, niemożliwym z punktu widzenia współczesnej wiedzy naukowej, często rozgrywające się w społeczeństwach quasi-średniowiecznych. Do tej konwencji należą *Władca Pierścieni* Johna R. R. Tolkiena oraz cykl tekstów Andrzeja Sapkowskiego o wiedźminie Geralcie.
- Horror – utwory, w których w racjonalnie uporządkowaną rzeczywistość wdzierają się chaos; najczęściej jest on skonkretyzowany w postaci potwora, który budzi lęk i przerażenie bohaterów oraz stanowi dla nich fizyczne niebezpieczeństwo. Tutaj umieścić

³ O trójpodziale tym piszą np. Anna Gemra i Edyta Rudolf: „Fantasy jest jedną z odmian fantastyki, obok sf [...] i horroru” (hasło „Fantasy”, w: *Słownik literatury popularnej*, red. T. Żabski, Wrocław: Wydawnictwo UWr 2006, s. 149).

można *Drakulę* Brama Stokera, a także *To* Stephena Kinga⁴.

Określenie, czym jest fantastyka, nie wyjaśnia jeszcze wszystkiego. Następny krok to uściślenie sformułowania „społeczne światy czytelników”. Wyrażenie to – kładące nacisk na pojedyncze medium – może budzić wątpliwości, jako że osoby podejmujące lekturę fantastyki to w wielu wypadkach jednocześnie widzowie filmów i seriali, wielbiciel gier komputerowych bądź też miłośnicy komiksów, a także niejednokrotnie czytelnicy literatury innej niż fantastyczna. Nie jest to zjawisko nowe, co obrazują wspomnienia Andrew Milnera. Pisząc o swoich spotkaniach z science fiction w Wielkiej Brytanii lat pięćdziesiątych i sześćdziesiątych, poza tytułami książek wymienia on między innymi komiksy o Danie Dare, audycję radiową *Journey into Space*, serial telewizyjny *Quatermass and the Pit* oraz jego adaptację filmową. Do tego dodaje zainteresowanie niefantastycznymi zgoła fenomenami kulturowymi, od twórczości zespołów The Beatles i The Rolling Stones do poezji Adriana Mitchella, Adriana Henriego i Rogera McGougha, by stwierdzić w podsumowaniu: „Lata sześćdziesiąte były dla mnie

⁴ Podane opisy stanowią tylko wstępne przybliżenie i nie roszczą sobie prawa do bycia dokładnymi definicjami, nietrudno też byłoby wskazać wymykające się im wyjątki. Czytelników, którzy pragnęliby przeczytać więcej o trzech wymienionych konwencjach, zaciekawia zapewne prace Dominiki Oramus (*O pomieszaniu gatunków. Science fiction a postmodernizm*, Warszawa: Trio 2010), Grzegorza Trębickiego (*Fantasy. Ewolucja gatunku*, Kraków: Universitas 2009), Anny Gemry (*Od gotyczizmu do horroru. Wilkołak, wampir i monstrum Frankenstein w wybranych utworach*, Wrocław: Wydawnictwo UWr 2008). Publikacje te zostały wybrane ze względu na ich dostępność w języku polskim, a także w znacznym stopniu opisowy charakter, dzięki któremu mogą być przystępne dla niespecjalistów.

połączeniem tego wszystkiego”⁵. Również dzisiaj trzeba zachowywać ostrożność podczas prób wykrawania pewnego fragmentu produkcji kulturowej z rozległego i nieuporządkowanego strumienia treści, które docierają do osób obcuujących z fantastyką. Mimo to jednak tekst niniejszy skupia się na literaturze wyłącznie fantastycznej. Dlaczego?

Okres po roku 1989 to w Polsce czas niewątpliwego wzrostu znaczenia takich środków przekazu fantastycznych narracji, jak filmy, seriale i gry. Symboliczną kulminacją tego procesu może być zmiana podtytułu czasopisma „Nowa Fantastyka” (ukazującego się od października 1982 roku) z „Miesięcznika literackiego” na „Miesięcznik miłośników fantastyki” w styczniu 2010 roku. Mimo to jednak życie wielu zbiorowości związanych z fantastyką nadal koncentruje się na literaturze. Ujmując rzecz w kategoriach koncepcji światów społecznych, można stwierdzić, że czytanie prozy fantastycznej jest w takich wypadkach działaniem podstawowym – ośrodkiem komunikacji, w której toku uczestnicy tworzą, podtrzymują i przekształcają specyficzne znaczenia działań, normy, wartości, dyskursy, ideologie, rytuały, kompetencje, wiedzę, zasoby, układy formalnych i nieformalnych relacji społecznych, ścieżki kariery, style ekspresji emocjonalnej, tożsamości zbiorowe itd.⁶

Miejscami rodzenia się takich całości społecznych były i są między innymi sekcje literackie klubów fantastyki, fora i serwisy internetowe poświęcone dorobkowi

⁵ A. Milner, *Locating Science Fiction*, Liverpool: Liverpool University Press 2012, s. 3–9.

⁶ Wyliczenie na podstawie prac: A. Kacperczyk, *Od redakcji*, „Przegląd Socjologii Jakościowej” 2010, nr 3 (14); K. Słowińska, *Społeczny świat hodowców gołębi pocztowych*, „Przegląd Socjologii Jakościowej” 2010, nr 3 (14), s. 3–4 i 26–28.

poszczególnych pisarzy (Stanisława Lema, Johna R. R. Tolkiena itp.) lub wybranym światom przedstawionym (np. znacząca część Forum Literackiego Mirriel dotyczy uniwersum cyklu Joanne K. Rowling o Harrym Potterze⁷), a także połączenia zjazdu, festiwalu i konferencji nazywane konwentami. Normą na tych ostatnich jest organizowanie literackich bloków programowych – prelekcji, dyskusji, konkursów czy spotkań autorskich, które umożliwiają uczestnikom osnucie konwentowej aktywności w dużym stopniu właśnie wokół literatury fantastycznej. Udział w wielu takich przedsięwzięciach pozwala zadzierzgnąć więź z innymi osobami regularnie korzystającymi z literackiego programu konwentów, a nieraz też go współtworzącymi. Tematem częstych rozmów oraz źródłem poczucia wspólnoty staje się wtedy właśnie literatura, a ściślej: proza, tak wyraźnie dominująca nad formami poetyckimi i dramatycznymi (o czym dobitnie świadczy zawartość „Nowej Fantastyki”, podobnie jak programy konwentów), że w tym wypadku można ją wręcz traktować jako synonim literatury⁸.

Ważnym czynnikiem ułatwiającym powstawanie, trwanie i rozwój opisanych światów społecznych jest ich podłoże

⁷ Jeden z dyskursów o amatorskiej twórczości literackiej prowadzonych na tym forum opisany został w pracy współautorskiej: P. Siuda, D. Jan-kowiak, S. Krawczyk, *Dyskurs dotyczący postaci typu Mary Sue w amatorskiej twórczości literackiej a reguły funkcjonowania społeczności fanowskich*, „Kultura i Edukacja” 2013, nr 2.

⁸ Odwołując się do obowiązującego tradycyjnie w polskim literaturoznawstwie podziału na trzy rodzaje literackie, można byłoby tu również mówić o przewadze epiki nad liryką i dramatem. Przy okazji nie zaszkodzi też odnotować, iż niewielkie znaczenie form dramatycznych we współczesnej literaturze fantastycznej może wynikać z przejęcia znacznej części tego rodzaju produkcji kulturowej przez inne media: radio, film i telewizję. Tak wydaje się sugerować Milner (dz. cyt., s. 47–54).

instytucjonalne. Zbiorowe działania dotyczące literatury mają w omawianych środowiskach silniejszą tradycję niż aktywność związana z odmiennymi mediami. Na przykład blok literacki na rodzimych konwentach fantastycznych stanowi zwyczajowo najobfitszą część programu, nierzadko zajmując dwie albo nawet trzy sale⁹. Także najważniejsze wyróżnienia dla polskiej fantastyki (w tym Nagrodę im. Janusza A. Zajdla, której wręczenie stanowi kulminacyjny punkt corocznego konwentu Polcon) przyznaje się autorom dzieł prozatorskich, a nie twórcom filmów, komiksów bądź seriali.

Wszystko to sprzyja względnej niezależności społecznych światów miłośników fantastycznej prozy, dzięki czemu uprawnione jest ich badanie bez odwoływania się do nieliterackich mediów. Środek ciężkości niniejszego tekstu przypada zatem na działanie podstawowe podejmowane przez członków pewnej zbiorowości, a nie na jednostkowe biografie, w których (tak jak we wspomnieniach Milnera) kontakt z różnorodnymi środkami przekazu bez wątpienia może odgrywać bardzo ważną rolę. Ponadto poza nawiasem zainteresowań pozostają tu światy społeczne zbudowane na fundamencie lektury komiksów albo też oglądania filmów.

⁹ Ilustracją mogą być dostępne w sieci harmonogramy kilku ostatnich edycji Pyrkonu, obecnie największego polskiego konwentu (zgodnie z informacją organizatorów w marcu 2013 r. w wydarzeniu wzięło udział 12 299 osób: <http://www.pyrkon.pl/2013/index.php?go2=shownews&id=209>). Oto adresy bloków literackich: http://tinylink.pl/Pyrkon_2013, http://tinylink.pl/Pyrkon_2012, http://tinylink.pl/Pyrkon_2011, http://tinylink.pl/Pyrkon_2010, http://tinylink.pl/Pyrkon_2009, http://tinylink.pl/Pyrkon_2008, http://tinylink.pl/Pyrkon_2007, http://tinylink.pl/Pyrkon_2006, http://tinylink.pl/Pyrkon_2004 (w roku 2005 Pyrkon się nie odbył). Na niedawnym konwencie Polcon 2013 program literacki organizowany był jednocześnie w pięciu salach (http://polcon.waw.pl/Polcon_2013_tabela_programowa.pdf).

Dla jasności warto tutaj rozróżnić terminologicznie czytelników i miłośników. Ci pierwsi to wszystkie osoby podejmujące lekturę fantastyki – również te, które robią to rzadko. Ci drudzy, nazywani w tekście także fanami, tworzą podzbiór w obrębie szerokiego grona czytelników, a cechuje ich nie tylko intensywna konsumpcja, lecz także wspólnotowość i produktywność¹⁰. Ogólnie mówiąc, zbiorowości czytelników stają się podłożem fanowskich światów społecznych, gdy zachodzi w nich odpowiednio nasilona komunikacja skoncentrowana na działaniu podstawowym – lekturze prozy fantastycznej. Zakres przedmiotowy obecnego opracowania obejmuje w pewnym stopniu całokształt polskich czytelników fantastyki, ale najważniejsze analizowane dane empiryczne dotyczą wyłącznie jej miłośników.

Teraz trzeba jeszcze poświęcić nieco uwagi zagadnieniu prosumpcji fanowskiej, aby dokończyć odpowiedź na postawione na początku tekstu pytanie: dlaczego dla socjologów badających prosumpcję wybrany tutaj temat może być ciekawy?

Dlaczego fani? Dlaczego fantastyka?

O ile w gronie niefanowskich czytelników fantastyki można spodziewać się dość niskiego stopnia prosumpcji, o tyle przyglądając się z zewnątrz światom społecznym związanym

¹⁰ Konsumpcję, wspólnotowość i produktywność jako trzy wymiary idealnego typu fana (zwłaszcza w odniesieniu do miłośników ze Stanów Zjednoczonych) wskazuje Piotr Siuda (*Kultury prosumpcji. O niemożności powstania globalnych i ponadpaństwowych społeczności fanów*, Warszawa: ASPRA-JR 2012, s. 14 i 69–103). Pierwszy rozdział przytoczonej książki polecić można czytelnikom zainteresowanym różnymi odcieniami pojęcia prosumpcji oraz opisywanymi przez nie zjawiskami.

z literaturą fantastyczną, nietrudno odnieść wrażenie, że mają one charakter w ścisłym sensie prosumpcyjny. Ich członkowie działają w klubach i stowarzyszeniach (m.in. Śląskim Klubie Fantastyki, Gdańskim Klubie Fantastyki, warszawskim Stowarzyszeniu Miłośników Fantastyki Awangarda, lubelskiej Cytadeli Syriusza, poznańskiej Drugiej Erze, ogólnokrajowym Związku Stowarzyszeń Fandom Polski¹¹), spotykają się na konwentach, prowadzą na nich prelekcje lub też biorą udział w ich organizowaniu (przechodni Polcon, poznański Pyrkon, lubelski Falkon, warszawska Awangarda, toruński Copernicon, wrocławskie Dni Fantastyki, chorzowskie Seminarium Literackie, jastrzębiogórski Nordcon – to tylko niektóre przykłady corocznych wydarzeń tego rodzaju), a także przyznają własne nagrody literackie (np. Nagrodę Fandomu Polskiego im. Janusza A. Zajdla, Nagrodę Nautilus, Śląkę i Złoty Meteor). Ponadto współtworzą liczne serwisy internetowe (np. Gildia, Katedra, Poltergeist), fora dyskusyjne (m.in. Forum „Nowej Fantastyki”, Forum Fahrenheita, Drugi Obieg Fantastyki) tudzież zbiory informacji o środowiskach fanowskich oraz samej fantastyce (np. *Encyklopedię fantastyki*, witrynę <http://fandom.art.pl/> i wiele podstron polskiej Wikipedii).

O działaniach fanowskich łączących konsumpcję z produkcją niemało napisali też badacze akademicki, przy czym ważny przedmiot ich zainteresowań stanowią właśnie zbiorowości miłośników fantastyki, a szczególnie fantastyki naukowej. Rozważania na ten ostatni temat znajdziemy w pracach takich autorów, jak Henry Jenkins,

¹¹ Wyraz „fandom” oznacza zbiorowość skupiającą fanów.

Camilla Bacon-Smith i John Tulloch. Rozwój badań nad miłośnikami science fiction można zilustrować za pomocą metafor fali dewiacji, fali oporu i fali głównego nurtu, wprowadzonych przez Piotra Siudę dla przedstawienia zmieniającego się obrazu fanów w naukach społecznych¹². Polski autor wielokrotnie odnosi się właśnie do SF, choć jego artykuł jako całość nie jest poświęcony żadnemu pojedynczemu typowi twórczości kulturowej. Siuda pokazuje, że w pierwszym okresie postrzegano fanów nieprzychylnie, traktując ich jako biernych odbiorców i osoby zdziecinniałe, jeśli nie wręcz cierpiące na zaburzenia psychiczne. Badacze drugiej fali, którą Siuda datuje symbolicznie na lata 1992–2006, przeciwstawili się takiemu obrazowi, podkreślając twórczą działalność fanów oraz różne sposoby podważania dominacji producentów oficjalnej kultury. Natomiast autorzy fali głównego nurtu zauważyli, „że przemysł kulturalny zaczyna traktować fanów jako znaczących przedstawicieli aktywnych prosumentów”¹³. Konsekwencją tego spostrzeżenia stało się przedstawianie relacji fanów i zawodowych producentów w kategoriach porozumienia, a nie konfliktu. W interesie profesjonalnych twórców leży bowiem docenienie oddanych i wiernych konsumentów¹⁴.

¹² Zob. P. Siuda, *Od dewiacji do głównego nurtu – ewolucja akademickiego spojrzenia na fanów*, „Studia Medioznawcze” 2010, nr 3 (42).

¹³ Tamże, s. 96.

¹⁴ Wymownym przykładem prac reprezentujących falę oporu może być książka Jenkinsa *Textual Poachers. Television Fans and Participatory Culture*, New York: Routledge 1992. Falę głównego nurtu dobrze ilustruje inna praca tego samego autora: H. Jenkins, *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, przeł. M. Bernatowicz, M. Filiciak, Warszawa: WAiP 2007. Zaslugują one na uwagę także ze względu na to, iż zawierają wiele przykładów z obszaru fantastyki naukowej.

Zgodnie z poglądami badaczy trzeciej fali miłośnicy rozmaitych typów tekstów kultury (a więc także fantastyki) „są znaczącą częścią odbiorców oraz pod wieloma względami reprezentują wszystkich konsumentów”, toteż przez badanie fanów „chce się poznać prawa rządzące współczesną popkulturą oraz codziennym życiem ludzi”¹⁵. Dotyczy to w szczególności procesów łączenia konsumpcji z produkcją, jako że fani „to awangarda kultury prosumpcji – właśnie w tej grupie najwcześniej zaczęły się przejawiać zachowania i aktywności dla niej charakterystyczne”, a ponadto również dzisiaj osoby takie „przodują we wdrażaniu nowych trendów prosumenckich”¹⁶. Jeszcze dalej idzie wspomniany już Jenkins, sugerując, że z powodu rosnącego znaczenia zachowań utożsamianych dawniej z działaniami fanowskimi pojęcie fandomu przestaje być dzisiaj sensowną kategorią analizy kulturowej¹⁷.

Zarówno spojrzenie z zewnątrz na społeczne światy miłośników fantastyki, jak i lektura prac akademickich na temat fanów wydają się sugerować, iż ci ostatni są silnie zaangażowanymi prosumentami. Kryje się w tym wszakże pułapka: na podstawie takich informacji łatwo wytworzyć sobie nadmiernie ujednolicony obraz fanów. W rzeczywistości ich aktywność prosumpcyjna może przybierać rozmaite formy i zróżnicowaną intensywność, od wysokiej po niską. Tego rodzaju rozbieżności zachodzą tak pomiędzy

¹⁵ P. Siuda, *Od dewiacji...*, dz. cyt., s. 98.

¹⁶ Tenże, *Kultury prosumpcji...*, dz. cyt., s. 14, 130.

¹⁷ Zob. H. Jenkins, *Afterword. The Future of Fandom*, w: *Fandom. Identities and Communities in a Mediated World*, red. J. Gray, C. Sandvoss, C. L. Harrington, New York – London: New York University Press 2007, s. 357–364.

zbiorowościami¹⁸, jak i wewnątrz nich. Niniejsza praca podejmuje ten ostatni wątek, aby pokazać zróżnicowanie konsumpcji i produkcji w wybranym podzbiórce społeczności uznawanych za prosumpcyjną awangardę. Tekst przedstawia również nieco informacji o czytelnikach fantastyki nie należących do zbiorowości fanowskich, co stanowi przydatny kontekst dla obranego problemu badawczego.

Należałoby jeszcze uzasadnić wybór samej fantastyki jako przedmiotu zainteresowania. Niewątpliwie w przeszłości odegrała ona – zwłaszcza w wariacie fantastycznonaukowym – ważną rolę w rozwoju zbiorowości fanowskich. Siuda wiąże zaistnienie pierwszych społeczności fanów z powstaniem ruchu miłośników science fiction w Stanach Zjednoczonych w latach dwudziestych i trzydziestych XX wieku¹⁹. Francesca Coppa podkreśla rolę seriali fantastycznonaukowych *Star Trek* i *The Man From U.N.C.L.E* w powstaniu tak zwanych fandomów medialnych (*media fandoms*) w Stanach Zjednoczonych Ameryki w latach sześćdziesiątych²⁰. Jenkins podaje, że wyraz „fandom” w wąskim znaczeniu „odnosi się nieraz do [...] przestrzeni kulturowej, która wyłoniła się z fandomu science fiction we wczesnych latach XX wieku, a następnie zyskała nowy kształt dzięki miłośnikom serialu *Star Trek* z lat sześćdziesiątych”²¹.

¹⁸ Na przykład w skali regionów lub państw. Zob. P. Siuda, *Kultury prosumpcji...*, dz. cyt.

¹⁹ Zob. P. Siuda, *Od dewiacji...*, dz. cyt., s. 88.

²⁰ Zob. F. Coppa, *A Brief History of Media Fandom*, w: *Fan Fiction and Fan Communities in the Age of the Internet*, red. K. Hellekson, K. Busse, Jefferson – London: McFarland 2006, s. 43–46.

²¹ H. Jenkins, *Introduction*, w: *Fan Studies*, Oxford Bibliographies, [online:] <http://www.oxfordbibliographies.com/view/document/obo-9780199791286/obo-9780199791286-0027.xml> [dostęp 8.09.2013].

Wszelako przy próbach przenoszenia dawnego znaczenia fantastyki (w tym science fiction) na obecne realia niezbędna jest ostrożność. Owszem, można domniemywać, że światy społeczne związane z fantastyką są w Polsce liczniejsze i lepiej rozwinięte niż ich odpowiedniki tworzone na przykład przez osoby zainteresowane kryminałami lub romansami. Podstaw dla takiego przypuszczenia dostarcza między innymi długa historia społeczności miłośników fantastyki w naszym kraju, sięgająca co najmniej lat siedemdziesiątych²². Jest to jednak kwestia empiryczna, która wymagałaby osobnego sprawdzenia. Tutaj wystarczy taką możliwość tylko zasygnalizować, a wybór tematu wytłumaczyć bardziej oszczędnie: nawet jeśli fantastyka nie stanowi najważniejszego rodzimego ośrodka fanowskich światów społecznych, to z pewnością jest ośrodkiem istotnym.

Nie bez znaczenia pozostaje także to, iż omawiane środowiska są mi względnie dobrze znane, co ułatwia między innymi gromadzenie danych.

Prosumpcja polskich czytelników fantastyki – analiza danych wtórnych

Dane z badań Biblioteki Narodowej nad czytelnictwem fantastyki w Polsce. Ważnych wiadomości na temat lektury prozy fantastycznej w naszym kraju dostarcza najnowszy raport z badań Instytutu Książki i Czytelnictwa Biblioteki Narodowej nad społecznym zasięgiem książki²³.

²² Zob. P. Siuda, *Kultury prosumpcji...*, dz. cyt., s. 220–230.

²³ Zob. I. Koryś, O. Dawidowicz-Chymkowska, *Spółeczny zasięg książki w Polsce w 2010 roku. Bilans dwudziestolecia*, Warszawa: Biblioteka Narodowa 2012, s. 193–211.

Pokazuje on, że odsetek osób sięgających po książki fantastyczne wśród ogółu czytelników w latach 1992–2010 wzrósł z 6% do 11%, przy czym między 2002 a 2010 rokiem tylko w jednym z pięciu badań wyniósł mniej niż 10%. W roku 2010 tego rodzaju proza zajmowała trzecie miejsce na liście najpopularniejszych odmian beletrystyki – po literaturze sensacyjno-kryminalnej i romansowo-obyczajowej, a przed lekturami szkolnymi, współczesną literaturą wysokoartystyczną, literaturą dla młodzieży, dawną literaturą wysokoartystyczną oraz literaturą dla dzieci²⁴.

Dotychczasowe raporty Instytutu Książki i Czytelnictwa nie pozwalają stwierdzić, w jaki sposób na położenie publikowanej nad Wisłą fantastyki literackiej wpłynęły najnowsze wydarzenia na rynku wydawniczym (w szczególności wprowadzenie pięcioprocentowej stawki VAT w 2011 roku). Niemniej jednak na podstawie dostępnych danych można uznać literaturę fantastyczną w Polsce za zjawisko istotne i dość stabilne. Omawiając jej sytuację w roku 2010, Olga Dawidowicz-Chymkowska mówi nawet o prawdopodobnym rozszerzeniu zainteresowania fantastyką na dodatkową grupę wiekową, to znaczy czytelników w wieku 30–39 lat (obok nastolatków oraz osób z przedziału 20–29 lat), a także o kontynuacji „procesu osławiania się z fantastyką jako jedną z oczywistych opcji lekturowych”²⁵.

Na podstawie danych Biblioteki Narodowej można jeszcze określić przybliżoną liczbę czytelników literatury fantastycznej w naszym kraju²⁶. Znając odsetek osób czytających

²⁴ Zob. tamże, s. 156.

²⁵ Tamże, s. 207.

²⁶ Ściślej mówiąc: liczbę czytelników książek fantastycznych, jako że udostępnione w raporcie dane o czytelnikach fantastyki nie dotyczą lektury opowiadań publikowanych w formie nieksiążkowej (np.

książki jakiegokolwiek rodzaju (44%) i procent czytelników fantastyki w tym gronie (11%), wiedząc, że przedstawiane badanie objęło reprezentatywną próbę Polaków w wieku nie niższym niż 15 lat²⁷, a także przyjmując informacje rządowe o 27 milionach 257 tysiącach mieszkańców Polski należących do tej grupy wiekowej²⁸, wspomnianą liczbę można oszacować jako 1 milion 320 tysięcy osób. Co jednak w istocie oznacza określenie „czytelnicy książek fantastycznych”? W przytaczanym raporcie trudno znaleźć w pełni przejrzyste wyjaśnienie tego, w jaki sposób kwalifikowano uczestników badania do rzeczzonej grupy. Opierając się na informacji o treści pytań zadawanych w wywiadach kwestionariuszowych i sposobie kodowania odpowiedzi²⁹, można wszelako przypuszczać, że warunkiem wystarczającym było wymienienie przez respondenta (respondentkę) choć jednej książki, którą później eksperci Pracowni Badań Czytelnictwa Biblioteki Narodowej uznali za przynależną do fantastyki. Rezultat przeprowadzonych przed chwilą obliczeń należy zatem uściślić: w przybliżeniu 1 milion 320 tysięcy

w czasopismach literackich). Rynek periodyków poświęconych fantastycznej prozie jest jednak na tyle mały, iż pominięcie tego rodzaju tekstów nie zniekształca zarysowanego tu obrazu – liczba osób, które interesują się publikowanymi tam utworami i jednocześnie nie czytają fantastyki w formie książkowej, wydaje się pomijalna. Dla ilustracji można odnotować, że średni nakład jednorazowy ukazującego się od 1982 roku periodyku „Nowa Fantastyka” (dawniej „Fantastyka”) wynosił w 2009 roku (to najnowsze dane dostępne w witrynie Związku Kontroli Dystrybucji Prasy) 23 940 egzemplarzy, a łączna liczba egzemplarzy rozpowszechnionych płatnie wyniosła 9 889 (http://www.zkdp.pl/images/komunikat_2009.pdf).

²⁷ Zob. I. Koryś, O. Dawidowicz-Chymkowska, dz. cyt., s. 21–22.

²⁸ Zob. *Sytuacja demograficzna Polski. Raport 2010–2011*, Warszawa: Rządowa Rada Ludnościowa 2011, [online:] http://www.stat.gov.pl/BIP_raport_2010-2011.pdf [dostęp 8.09.2013], s. 31.

²⁹ Zob. I. Koryś, O. Dawidowicz-Chymkowska, dz. cyt., s. 22–23.

Polaków w 2010 roku przeczytało co najmniej jedną książkę fantastyczną³⁰.

Dla rozważań o prosumpcji cenna byłaby bliższa charakterystyka ogółu czytelników fantastyki. Niestety liczba stosownych respondentów nie była w badaniu bardzo duża. Lekturę przynajmniej jednej książki w 2010 roku zadeklarowały 884 osoby (44% pełnego składu próby

³⁰ W tym miejscu rodzi się pytanie o wiarygodność przywoływanych badań czytelnictwa (a więc także danych analizowanych w tej części opracowania). Tutaj wystarczy wskazać trzy z czynników, które zdają się ją obniżać. Po pierwsze istotną rolę mogą odgrywać ograniczenia ludzkiej pamięci oraz specyfika społecznej sytuacji wywiadu kwestionariuszowego (np. ze względu na społeczny prestiż czytelnictwa niektórzy respondenci są zapewne zmotywowani do podawania podwyższonej liczby książek). Po drugie Biblioteka Narodowa niewątpliwie jest instytucją bezpośrednio zainteresowaną wynikami badań czytelnictwa, co może wpływać na sposób układania pytań, przebieg ich analizy oraz formułowane w raportach interpretacje. Po trzecie rejestrowane fakty są dość niejednoznaczne, przez co istnieje wiele możliwości ich odczytania (np. podczas przydzielania tytułów książek do poszczególnych kategorii). Równocześnie wypada zwrócić uwagę choć na niektóre czynniki uwiarygodniające. Po pierwsze wiarygodność badań z pewnością wzrasta dzięki prowadzeniu wywiadów nie przez pracowników Biblioteki Narodowej, lecz ankierów TNS OBOP (s. 22 raportu). Po drugie interes instytucji wydaje się sprzyjać raczej zawiązaniu niż zaniżaniu wskaźników czytelnictwa, a tymczasem te w ostatnim okresie wyraźnie spadły: jeszcze w roku 2004 przeczytanie przynajmniej jednej książki w minionym roku deklarowało 58% respondentów, a już w roku 2008 odsetek ten wynosił zaledwie 38%. W roku 2010 wyniósł 44%, w roku 2012 – 39% (s. 70, a także dokument internetowy: <http://www.bn.org.pl/download/document/1362741578.pdf>). Po trzecie bardzo korzystne dla rzetelności wyników jest powtarzanie badań co dwa lata od 1992 roku (s. 5). Warto też podkreślić, że badacze nie pozostają obojętni na istniejące trudności – Izabela Koryś w drugim rozdziale raportu pisze o niektórych problemach i sposobach radzenia sobie z nimi. Fragment ten był zresztą pomocny w sporządzeniu powyższej listy czynników zwiększających i zmniejszających wiarygodność badań. Użyteczny okazał się także tekst Antoniego Sułki, *Wiarygodność źródeł i rzetelność danych urzędowych*, w: tegoż, *Ogród metodologii socjologicznej*, Warszawa: Scholar 2002.

liczącej 2008 Polaków³¹). Skoro książki fantastyczne czytało 11% członków tej zbiorowości, to odpowiednia grupa liczyła 97 respondentów. Jeśli mielibyśmy już wyciągać jakieś wnioski na podstawie cech osób należących do tej stosunkowo niewielkiej grupy, to z wąskiego zestawu dostępnych danych najbardziej interesujące byłyby zapewne informacje o użytkowaniu globalnej sieci, które zdają się sprzyjać rozwojowi aktywności prosumpcyjnej. Należy jednak z pewnym dystansem podejść do zawartej w raporcie wiadomości, że wśród czytelników literatury fantastycznej jest „stosunkowo wielu użytkowników Internetu”³². Stosowna tabela w aneksie przynosi bowiem informację o tym, że członkowie analizowanej grupy stanowią 12% respondentów korzystających z sieci, co tylko o jeden punkt procentowy przekracza odsetek czytelników fantastyki wśród ogółu respondentów. Niemniej na podstawie tego izolowanego wskaźnika, pochodzącego z analizy danych o nielicznej grupie, nie można powiedzieć zbyt wiele.

Pomiar prosumpcji. Zadaniem tej pracy jest przedstawienie charakterystyki działań prosumpcyjnych miłośników prozy fantastycznej w Polsce. Jako podstawę pomiaru prosumpcji wykorzystać można prostą, lecz przydatną typologię, którą na potrzeby badania użytkowników mediów społecznych opracowali Louisa Ha i Gi Woong Yun. Zwracają oni uwagę na to, że różni konsumenci przejawiają odmienny stopień zainteresowania wytwarzaniem treści, a kiedy już wchodzi w rolę producentów, to kierują się rozmaitymi motywacjami. Jednym z ważnych czynników może

³¹ Zob. I. Koryś, O. Dawidowicz-Chymkowska, dz. cyt., s. 44–45.

³² Tamże, s. 207.

być tutaj poczucie zagrożenia własnej prywatności, innym – ograniczone zasoby i umiejętności związane z korzystaniem z internetu³³.

Nie można w prosty sposób przenosić wszystkich spostrzeżeń Ha i Yuna na czytelników literatury (w tym wypadku fantastycznej), jako że dotyczą one innego rodzaju medium. Pożyteczna jest jednak typologia prosumentów, którą proponują przytoczeni autorzy. Wyodrębniają oni cztery podgrupy o następujących nazwach i charakterystykach.

- Entuzjaści, oddani prosumenci (*Enthusiasts, Dedicated Prosumers*) – intensywna konsumpcja i produkcja. Członków tej podgrupy cechują relatywnie wysokie kompetencje w użytkowaniu wybranych mediów.
- Twórcy (*Contributors*) – intensywna produkcja i znikoma konsumpcja. Osoby takie pragną występować przed innymi, ale nie są zainteresowane korzystaniem z owoców ich pracy.
- Obserwatorzy (*Spectators*) – intensywna konsumpcja i znikoma produkcja. Całą podgrupę charakteryzuje zainteresowanie wynikami działalności innych prosumentów, natomiast przyczyną niskiego poziomu produkcji mogą być m.in. ograniczone zdolności lub zasoby sprzyjające tworzeniu własnych treści.

³³ Zob. L. Ha, G. W. Yun, *Measuring, Classifying and Predicting Prosumption Behavior in Social Media*, referat przyjęty na coroczny zjazd „Communication Technology Division, Association for Education in Journalism and Mass Communication Association”, 10–13 sierpnia 2011, St. Louis, Missouri, [online:] http://citation.allacademic.com//meta/p_mla_apa_research_citation/5/2/0/6/4/pages520641/p520641-1.php [dostęp 8.09.2013].

- Bierni świadkowie (*Indifferent Bystanders*) – znikoma konsumpcja i produkcja. Takie osoby mogą nie posiadać doświadczenia w wykorzystywaniu danego medium albo nie uważać, że jest ono dla nich użyteczne³⁴.

Do zastosowania w obecnym tekście nadaje się zarówno podstawowa zasada typologii (podział produkcji oraz konsumpcji na intensywną i znikomą), jak i nazwy poszczególnych podgrup. Wszystko to posłuży do uporządkowania uzyskanych danych empirycznych pod koniec następnej sekcji opracowania.

Wyniki badania „Fantastyczni 2012”. Zasadnicze dla niniejszego tekstu źródło wiedzy o prosumpcji polskich miłośników fantastyki to badanie ankietowe „Fantastyczni 2012”, którego jestem współautorem (razem z Dorotą Gutfeld i Darią Jankowiak). Objęło ono 1038 osób, z czego 266 wypełniło drukowane ankiety na konwencie Pyrkon (23–25 marca 2012 roku), a 772 udzieliło odpowiedzi drogą elektroniczną (od 28 marca do 15 kwietnia 2012 roku). Dobór respondentów nie był losowy, przez co próba nie miała charakteru reprezentatywnego. Rezultatów nie można więc w prosty sposób generalizować na populację polskich fanów. Niemniej stanowią one dobrą podstawę dla uogólnień natury hipotetycznej, a to między innymi ze względu na stosunkowo dużą liczbę respondentów, wynoszącą być może nawet parę procent ogółu rodzimych miłośników fantastyki.

³⁴ Por. tamże, s. 8–10. Opis podgrup został nieznacznie zmodyfikowany w celu dostosowania go do potrzeb pracy poświęconej czytelnikom, a nie użytkownikom mediów społecznościowych.

Zasadnicze wyniki zostały już udostępnione w raporcie internetowym³⁵, tutaj jednak są omawiane w inny sposób i z uwzględnieniem dodatkowych obliczeń. Z uwagi na odmiennność prób konwentowej oraz internetowej (prawdopodobnie najważniejsza różnica dotyczy średniego wieku: 27,5 roku dla respondentów sieciowych, 25 lat dla ankietowanych na Pyrkonie) rezultaty podawane są w podziale na obie grupy.

Badanie zostało przeprowadzone z myślą o tym, aby oprócz danych dotyczących czytelnictwa sensu stricto zgromadzić także wiadomości na temat „udziału w życiu zbiorowości” oraz „praktyk fanowskich”³⁶. Poniżej w tabelach 1 i 2 znajduje się podsumowanie odpowiedzi na dziewiętnaście szczegółowych pozycji testowych, które weszły w skład początkowej części ankiety³⁷. Odpowiedzi te przedstawione zostały w podziale na aktywność konsumpcyjną i produkcyjną. Ta ostatnia obejmuje to, co John Fiske nazwał produktywnością enuncjacyjną i produktywnością tekstualną, a więc interakcje ukształtowane wokół znaczeń nadawanych fantastycznej prozie (w tym uczestnictwo

³⁵ Zob. D. Gutfeld, D. Jankowiak, S. Krawczyk, *Fantastyczni 2012. Badanie czytelnictwa fantastyki*, Gdański Klub Fantastyki 2013, [online:] <http://gkf.org.pl/files/e-AF.pdf> [dostęp 8.09.2013]. Serdecznie dziękuję za pomoc Darii Jankowiak, która wykonała część obliczeń związanych z przynależnością (lub brakiem przynależności) respondentów do klubów bądź stowarzyszeń, a także odpowiednio opracowała bazę danych dla próby internetowej, co umożliwiło późniejszy podział uczestników badania na podgrupy.

³⁶ Tamże, s. 6–7.

³⁷ Z powodów technicznych część ta była sformułowana nieco inaczej w obu wersjach ankiety. Różnice przedstawia aneks do niniejszego tekstu. Tabela 1 nie obejmuje nielicznych przypadków braku odpowiedzi (dlatego np. wyniki podawane są tam dla próby liczącej 262, a nie 266 respondentów). W obu tabelach zachowana została identyczna kolejność pytań.

w różnego typu spotkaniach i zjazdach) oraz wytwarzanie własnych tekstów związanych z obiektem zaangażowania³⁸.

Odsetek respondentów, którzy odpowiedzieli twierdząco na poszczególne pytania, pokazywany jest w tabelach oddzielnie dla trzech grup: (1) ogółu uczestników badania, (2) członków klubów lub stowarzyszeń związanych z fantastyką, (3) respondentów nienależących do klubów bądź stowarzyszeń fantastycznych. Dzięki temu można szczegółowo sprawdzić słuszność wywiedzionego z własnych obserwacji przypuszczenia, że przynależność klubowa (stowarzyszeniowa) jest wyraźnie powiązana ze stopniem prosumpcji podejmowanej przez polskich miłośników fantastyki literackiej.

Trzeba jeszcze zaznaczyć, że większość rozpatrywanych tu działań konsumpcyjnych (por. zwłaszcza pytania zaczynające się od słowa „Czytałeś/aś”) mogła być podejmowana niezależnie od przynależności do fanowskich światów społecznych. Inne dane z badania „Fantastyczni 2012” sugerują jednak, iż respondenci chętnie komunikowali się na temat swoich lektur z innymi czytelnikami. Na przykład zdecydowana większość jako jedną ze swoich odpowiedzi na pytanie „W jaki sposób najczęściej dowiadujesz się o wartyh przeczytania książkach fantastycznych?” wskazała: „Od znajomych, którzy również czytają fantastykę” (było to 85% ankietowanych na Pyrkonie i 70% internautów). Niemal wszystkim respondentom zdarzyło się też przekazać opinię o jakiejś książce fantastycznej innym jej czytelnikom (Pyrkon: 95%, internet: 96%³⁹). Co więcej, sformułowane wyżej zastrzeżenie tylko w marginalnym stopniu dotyczy działalności produkcyjnej.

³⁸ Por. P. Siuda, *Kultury prosumpcji...*, dz. cyt., s. 74–77.

³⁹ Zob. D. Gutfeld, D. Jankowiak, S. Krawczyk, dz. cyt., s. 58–61.

Tabela 1. Konsumpcja i produkcja uczestników badania „Fantastyczni 2012” (Pyrkon)

Pytania dotyczące prosumpcji związanej z literaturą fantastyczną w 2011 roku	Odsetek odpowiedzi „tak” wśród...		
	...wszystkich respondentów (262 osoby)	...członków klubów lub stowarzyszeń (74 osoby)	...respondentów spoza klubów i stowarzyszeń (188 osób)
Konsumpcja			
Grałeś/-aś w gry komputerowe o tematyce fantastycznej?	85%	91%	84%
Grałeś/-aś w inne gry o tematyce fantastycznej (np. RPG, LARP-y, planszowe)?	79%	93%	73%
Czytałeś/-aś sporo (w swoim odczuciu) literatury fantasy?	76%	78%	75%
Czytałeś/-aś jakąś książkę fantastyczną więcej niż jeden raz?	71%	74%	70%
Czytałeś/-aś sporo (w swoim odczuciu) literatury science fiction?	49%	58%	46%
Czytałeś/-aś fan fiction?	43%	47%	42%

Czytałeś/-aś sporo (w swoim odczuciu) horrorów?	21%	22%	20%
Produkcja			
Byłeś/-aś na jakimś konwencie fantastycznym jako uczestnik?	77%	93%	70%
Udziałałeś/-aś się na forach internetowych poświęconych fantastyce (komentując i dyskutując na tematy związane z fantastyką)?	46%	66%	38%
Pomagałeś/-aś przy organizacji lub obsłudze jakiegoś konwentu?	36%	62%	25%
Byłeś/-aś na jakimś spotkaniu autorskim z pisarzem fantastyki organizowanym poza konwentami?	34%	51%	28%
Należałeś/-aś do jakiegoś klubu lub stowarzyszenia fantastycznego?	28%	—	—

Pisałeś/-aś artykuły, recenzje lub własne opowiadania dla portali fantastycznych?	26%	34%	22%
Kontaktowałeś/-aś się w inny sposób (np. mailowo, listownie itp.) z autorami książek fantastycznych?	26%	44%	20%
Recenzowałeś/-aś lub poprawiałeś/-aś opowiadania fantastyczne?	21%	26%	19%
Moderowałeś/-aś forum lub serwis internetowy o tematyce fantastycznej?	18%	26%	15%
Pisałeś/-aś fan fiction?	17%	19%	16%
Prowadziłeś/-aś własną stronę internetową/bloga o fantastyce?	15%	16%	14%
Recenzowałeś/-aś lub poprawiałeś/-aś fan fiction?	11%	7%	12%

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 2. Konsumpcja i produkcja uczestników badania „Fantastyczni 2012” (internet)

Pytania dotyczące prosumpcji związanej z literaturą fantastyczną w 2011 roku	Odsetek odpowiedzi „tak” wśród...		
	...wszystkich respondentów (772 osoby)	...członków klubów lub stowarzyszeń (176 osób)	...respondentów spoza klubów i stowarzyszeń (596 osób)
Konsumpcja			
Grałeś/-aś w gry komputerowe o tematyce fantastycznej?	69%	80%	65%
Grałeś/-aś w inne gry o tematyce fantastycznej (np. RPG, LARP-y, planszowe)?	54%	82%	46%
Czytałeś/-aś sporo (w swoim odczuciu) literatury fantasy?	80%	77%	81%
Czytałeś/-aś jakąś książkę fantastyczną więcej niż jeden raz?	58%	56%	57%
Czytałeś/-aś sporo (w swoim odczuciu) literatury science fiction?	59%	61%	59%
Czytałeś/-aś fan fiction?	28%	33%	26%

Czytałeś/-aś sporo (w swoim odczuciu) horrorów?	20%	20%	20%
Produkcja			
Byłeś/-aś na jakimś konwencie fantastycznym jako uczestnik?	42%	72%	33%
Udziałeś/-aś się na forach internetowych poświęconych fantastyce (komentując i dyskutując na tematy związane z fantastyką)?	52%	59%	50%
Pomagaleś/-aś przy organizacji lub obsłudze jakiegoś konwentu?	17%	50%	7%
Byłeś/-aś na jakimś spotkaniu autorskim z pisarzem fantastyki organizowanym poza konwentami?	22%	33%	19%
Należałeś/-aś do jakiegoś klubu lub stowarzyszenia fantastycznego?	23%	–	–
Pisałeś/-aś artykuły, recenzje lub własne opowiadania dla portali fantastycznych?	25%	30%	23%

Kontaktowałeś/-aś się w inny sposób (np. mailowo, listownie itp.) z autorami książek fantastycznych?	21%	26%	19%
Recenzowałeś/-aś lub poprawiałeś/-aś opowiadania fantastyczne?	16%	24%	14%
Moderowałeś/-aś forum lub serwis internetowy o tematyce fantastycznej?	12%	22%	9%
Pisałeś/-aś fan fiction?	11%	9%	11%
Prowadziłeś/-aś własną stronę internetową/bloga o fantastyce?	12%	18%	10%
Recenzowałeś/-aś lub poprawiałeś/-aś fan fiction?	10%	11%	10%

Źródło: opracowanie własne.

Co można wyczytać z tych wyników? Po pierwsze średnia liczba punktów procentowych dla działań konsumpcyjnych jest wyraźnie większa niż analogiczna średnia związana z produkcją. Dla próby konwentowej odpowiednie liczby to 61 i 30, dla sieciowej – 53 i 22⁴⁰. Oznacza

⁴⁰ Przy okazji uwidacznia się wyższe nasilenie prosumpcji w próbie konwentowej niż wśród respondentów sieciowych, ale ta kwestia nie jest w tej chwili szczególnie ważna.

to, że działania konsumpcyjne przeważają ilościowo nad produkcyjnymi.

Po drugie w gronie członków klubów i stowarzyszeń obie średnie są wyższe niż pośród ogółu ankietowanych (i oczywiście wyraźnie wyższe niż wśród respondentów niezrzeszonych). W próbie konwentowej wynoszą 66 i 40, w internetowej – 58 oraz 32. Ponadto proporcje konsumpcji i produkcji w grupie respondentów zrzeszonych są nieco bardziej wyrównane, choć pierwszy z wymienionych wymiarów prosumpcji utrzymuje zdecydowaną przewagę. Ogólnie mówiąc, członkostwo klubów lub stowarzyszeń fantastycznych idzie w parze ze stosunkowo intensywną prosumpcją (zwłaszcza w aspekcie produkcyjnym).

Po trzecie analiza danych z tabel 1 i 2 może pozwolić na wychwycenie rozmaitych prawidłowości szczegółowych. Dla przykładu członkowie klubów bądź stowarzyszeń fantastycznych znacznie częściej niż osoby niezrzeszone uczestniczą w konwentach, a także pomagają w ich obsłudze lub organizacji. Różnica ta jest wyjątkowo dobitna w wypadku próby internetowej (50% vs. 7%). Tego rodzaju operacje byłyby jednak prawdopodobnie ciekawsze dla badaczy zbiorowości fanowskich niż dla socjologów zainteresowanych prosumpcją, toteż w tym tekście można je pominąć.

W dalszym uporządkowaniu wyników badania pomocny będzie podział respondentów na podgrupy zgodne z wyróżnionymi przez Ha i Yuna. Aby dokonać takiej kategoryzacji, można na przykład przydzielić ankietowanym jeden punkt za każde badane działanie podejmowane w 2011 roku, zsumować punkty odpowiednio dla wymiarów konsumpcji oraz produkcji, a potem wyliczyć średnią arytmetyczną dla ogółu respondentów w każdym z tych

wymiarów. Do grupy entuzjastów zaliczone zostaną następnie osoby o konsumpcji i produkcji powyżej wartości średniej, do grupy twórców – ankietowani o niskiej konsumpcji, a wysokiej produkcji i tak dalej. Rezultaty opisanych operacji prezentują tabele 3 i 4⁴¹.

Tabela 3. Podział uczestników badania „Fantastyczni 2012” na podgrupy (Pyrkon)

Podgrupa	Konsumpcja	Produkcja	Udział podgrupy w całej próbie
Entuzjaści	5–7	4–11	26%
Twórcy	0–4	4–11	21%
Obserwatorzy	5–7	0–3	21%
Bierni świadkowie	0–4	0–3	32%

Średnia wartość konsumpcji: 4,2 (mediana: 4). Średnia wartość produkcji: 3,5 (mediana: 3)

Źródło: opracowanie własne.

⁴¹ Należy pamiętać, że różnica w liczbie pozycji ankietowych mierzących konsumpcję i produkcję uniemożliwia proste porównywanie wartości tych dwu wymiarów w obrębie próby. Aby zniwelować tę różnicę, należałoby pomnożyć surowe wyniki dotyczące produkcji przez 7 i podzielić przez 12. Faktyczna przewaga produkcji nad konsumpcją w próbie konwentowej (4,8 do 2,7) nie jest zatem aż tak znacząca, jak sugerowałyby wyniki surowe, choć pozostaje widoczna. Jednocześnie wyraźna okazuje się przewaga konsumpcji nad produkcją w próbie internetowej (3,6 do 1,5). Kluczowym źródłem rozbieżności między próbami jest działalność enuncjacyjna w bezpośrednich (nieinternetowych) interakcjach: respondenci z Pyrkonu w 2011 roku zdecydowanie częściej brali udział w konwentach, pomagali w ich przygotowaniu, a także uczestniczyli w spotkaniach autorskich z pisarzami fantastyki organizowanych poza konwentami.

Tabela 4. Podział uczestników badania „Fantastyczni 2012” na podgrupy (internet)

Podgrupa	Konsumpcja	Produkcja	Udział podgrupy w całej próbie
Entuzjaści	4–7	3–10	27%
Twórcy	0–3	3–10	17%
Obserwatorzy	4–7	0–2	27%
Bierni świadkowie	0–3	0–2	29%

Średnia wartość konsumpcji: 3,6 (mediana: 4). Średnia wartość produkcji: 2,6 (mediana: 2)

Źródło: opracowanie własne.

Po nieznacznym zaokrągleniu wyników można stwierdzić, że w obu próbach tylko jedna osoba na cztery spełnia kryteria entuzjastów. Co więcej, nieco liczniejsza (między 1/4 a 1/3 ogółu respondentów) okazuje się podgrupa biernych świadków, a podgrupy twórców i obserwatorów pod względem ilościowym nie pozostają daleko w tyle. Wyniki te są istotnym argumentem empirycznym na rzecz tezy o zróżnicowanym nasileniu prosumpcji w zbiorowościach fanowskich, a w tym przypadku – w społecznych światach miłośników fantastyki. Stanowią dokumentację dla stwierdzenia, że prosumpcyjne centrum (entuzjaści) ma istotną przeciwwagę w postaci peryferyjnych członków zbiorowości (biernych świadków), a także osób akcentujących w swoich działaniach tylko produkcję albo tylko konsumpcję (twórców lub obserwatorów).

Na koniec trzeba poczynić istotne zastrzeżenie. Wykorzystane informacje pochodzą z badania ankietowego, które nie daje bezpośredniego wglądu w rzeczywiste działania społeczne respondentów. Ten niedostatek nie dyskwalifikuje wyciągniętych wniosków, może jednak zachęcać do poszukiwania pełniejszych odpowiedzi na pytania o prosumpcję.

Konkluzje

Dane przytoczone w paragrafie „Dane z badań Biblioteki Narodowej nad czytelnictwem fantastyki w Polsce” sugerują, że w 2010 roku ponad milion Polaków przeczytało co najmniej jedną książkę fantastyczną. Nawet jeżeli wielu z nich poprzestało na pojedynczej lekturze, nadal zbiorowość osób czytających w Polsce fantastykę wydaje się zasługiwać na bliższe poznanie. Dotyczy to zwłaszcza rdzenia zbiorowości: zaangażowanych czytelników, miłośników, fanów. Granice tej grupy są płynne, a dotyczące jej dane – bardzo ograniczone, trudno zatem określić, jak wiele liczy ona osób. Sądząc jednak chociażby po rosnącej frekwencji rodzimych konwentów⁴², działania miłośników fantastyki stają się coraz bardziej zauważalne i stopniowo nabierają społecznego znaczenia.

⁴² Najbardziej widowiskowym przykładem jest wspomniany już wcześniej Pyrkon. Oto dane frekwencyjne o paru ostatnich edycjach poznańskiego konwentu podawane publicznie przez organizatorów: w 2010 roku 3023 uczestników (<http://www.pyrkon.pl/2010/>), w 2011 roku 3660 osób (<http://www.pyrkon.pl/2011/>), w 2012 roku 6508 osób (za potwierdzenie tej informacji dziękuję Annie Brożynie), w 2013 roku 12 299 osób (<http://www.pyrkon.pl/2013/index.php?go2=shownews&id=209>).

Co więcej, w paragrafie „Dlaczego fani? Dlaczego fantastyka?” przywołana została teza o fanach jako awangardzie kultury prosumpcji. Jeśli to właśnie miłośnicy rozmaitych dóbr kultury popularnej wyznaczają prosumpcyjne trendy, poznawanie zbiorowości fanowskich może być cenną drogą do wiedzy o bardziej rozległych zjawiskach społecznych i kulturowych. Badania empiryczne przedstawione w niniejszej pracy stanowią jeden ze sposobów, aby taką wiedzę gromadzić.

Bibliografia

- Coppa F., *A Brief History of Media Fandom*, w: *Fan Fiction and Fan Communities in the Age of the Internet*, red. K. Hellekson, K. Busse, Jefferson – London: McFarland 2006, s. 41–59.
- Gemra A., *Od gotycyzmu do horroru. Wilkołak, wampir i monstrum Frankensteinia w wybranych utworach*, Wrocław: Wydawnictwo UWr 2008.
- Gutfeld D., Jankowiak D., Krawczyk S., *Fantastyczni 2012. Badanie czytelnictwa fantastyki*, Gdański Klub Fantastyki 2013, [online:] <http://gkf.org.pl/files/e-AF.pdf> [dostęp 8.09.2013].
- Ha L., Yun G. W., *Measuring, Classifying and Predicting Prosumption Behavior in Social Media*, referat przyjęty na coroczny zjazd „Communication Technology Division, Association for Education in Journalism and Mass Communication Association”, 10–13 sierpnia 2011, St. Louis, Missouri, [online:] http://citation.allacademic.com/meta/p_mla_apa_research_citation/5/2/0/6/4/pages520641/p520641-1.php [dostęp 8.09.2013].
- Jenkins H., *Afterword. The Future of Fandom*, w: *Fandom. Identities and Communities in a Mediated World*, red. J. Gray, C. Sandvoss, C. L. Harrington, New York – London: New York University Press 2007, s. 357–364.

- Jenkins H., *Introduction*, w: *Fan Studies*, Oxford Bibliographies, [online:] <http://www.oxfordbibliographies.com/view/document/obo-9780199791286/obo-9780199791286-0027.xml> [dostęp 8.09.2013].
- Jenkins H., *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, przeł. M. Bernatowicz, M. Filiciak, Warszawa: WAIp 2007.
- Jenkins H., *Textual Poachers. Television Fans and Participatory Culture*, New York: Routledge 1992.
- Kacperczyk A., *Od redakcji*, „Przegląd Socjologii Jakościowej” 2010, nr 3 (14), s. i–vi.
- Koryś I., Dawidowicz-Chymkowska O., *Społeczny zasięg książki w Polsce w 2010 roku. Bilans dwudziestolecia*, Warszawa: Biblioteka Narodowa 2012.
- Milner A., *Locating Science Fiction*, Liverpool: Liverpool University Press 2012.
- Oramus D., *O pomieszaniu gatunków. Science fiction a postmodernizm*, Warszawa: Trio 2010.
- Ossowski S., *Wielogłowy Lewiatan i grupa społeczna*, w: tegoż, *Dzieła*, t. 4: *O nauce*, Warszawa: PWN 1967, s. 137–172.
- Ritzer G., Jurgenson N., *Production, Consumption, Prosumption. The Nature of Capitalism in the Age of the Digital 'Prosumer'*, „Journal of Consumer Culture” 2010, nr 1 (27), s. 13–36.
- Siuda P., Jankowiak D., Krawczyk S., *Dyskurs dotyczący postaci typu Mary Sue w amatorskiej twórczości literackiej a reguły funkcjonowania społeczności fanowskich*, „Kultura i Edukacja” 2013, nr 2, s. 128–147.
- Siuda P., *Kultury prosumpcji. O niemożności powstania globalnych i ponadpaństwowych społeczności fanów*, Warszawa: ASPRA-JR 2012.
- Siuda P., *Od dewiacji do głównego nurtu – ewolucja akademickiego spojrzenia na fanów*, „Studia Medioznawcze” 2010, nr 3 (42), s. 87–99.

Słowińska K., *Społeczny świat hodowców gołębi pocztowych*, „Przegląd Socjologii Jakościowej” 2010, nr 3 (14), s. 1–135.

Słownik literatury popularnej, red. T. Żabski, Wrocław: Wydawnictwo UWr 2006.

Sulek A., *Wiarygodność źródeł i rzetelność danych urzędowych*, w: tegoż, *Ogród metodologii socjologicznej*, Warszawa: Scholar 2002, s. 132–147.

Sytuacja demograficzna Polski. Raport 2010–2011, Warszawa: Rządowa Rada Ludnościowa 2011, [online:] http://www.stat.gov.pl/BIP_raport_2010-2011.pdf [dostęp 8.09.2013].

Trębicki G., *Fantasy. Ewolucja gatunku*, Kraków: Universitas 2009.

Aneks

W aneksie można zapoznać się ze wspomnianymi w tekście rozbieżnościami dzielącymi drukowany oraz internetowy wariant ankiety (z dziewiętnastu pytań szczegółowych dla oszczędności miejsca skopiowane zostały jedynie dwa pierwsze). Przyczyną różnic są ograniczenia techniczne w sporządzaniu wersji elektronicznej.

Warto podkreślić rozbieżność w formacie odpowiedzi. Respondenci konwentowi zaznaczali odpowiedź „tak” lub „nie”, internauci natomiast deklarowali „tak” lub pomijali dane pytanie (nie było odpowiedzi „nie”). Ponadto w ankiecie drukowanej pytaliśmy respondentów dodatkowo o działania podejmowane przed rokiem 2011. Pytania te nie znalazły się w wersji elektronicznej i nie są omawiane w niniejszym opracowaniu.

Wersja drukowana

Odpowiedz na poniższe pytania dotyczące aktywności fantastycznych.	W 2011 r.		Wcześniej	
	tak	nie	tak	nie
Byłeś/-aś na jakimś konwencie fantastycznym jako uczestnik?				
Pomagałeś/-aś przy organizacji lub obsłudze jakiegoś konwentu?				

Wersja internetowa (powyższa kopia nie obejmuje opracowania graficznego, a jedynie słowną treść ankiety)

1. Zaznacz, które z wymienionych czynności wykonywałeś/-aś w 2011 roku.

__ Byłeś/-aś na jakimś konwencie fantastycznym jako uczestnik?

__ Pomagałeś/-aś przy organizacji lub obsłudze jakiegoś konwentu?

Anna Kęsicka

**Kondycja polskiego
prosumenta**





Wprowadzenie

Celem tej publikacji jest przyjrzenie się trendom, które wpływają na kształtowanie zjawiska prosumeryzmu w Polsce. Z jednej strony współczesny konsument jest otoczony światem interaktywnym, który zachęca do dzielenia się swoimi doświadczeniami, z drugiej rynek e-zakupów urósł i dojrzał. Czy narzędzia, które oferuje internet i otoczenie użytkownika, sprzyjają jego aktywności w sieci?¹ Czy interaktywność, która jest immanentną cechą nowych mediów, pobudza go do kreowania spersonalizowanych produktów i usług?² Według wielu badaczy akty konsumpcji będą silniej powiązane z coraz większą liczbą życiowych aktywności, a to w coraz większym stopniu będzie kształtować tożsamość jednostki³.

Już w latach siedemdziesiątych dwudziestego wieku zaczęto zwracać uwagę, że pomiędzy kupującym a sprzedającym potrzebny jest dialog uwzględniający potrzeby tego pierwszego. W 1980 roku Alvin Toffler⁴ uznał, że granica

¹ Zob. D. Barney, *Spółeczeństwo sieci*, przeł. M. Fronia, Warszawa: Sic! 2008, s. 9.

² Zob. M. Lister i in., *Nowe media. Wprowadzenie*, przeł. M. Lorek, A. Sadza, K. Sawicka, Kraków: Wydawnictwo UJ 2009.

³ Zob. Z. Bauman, *Socjologia*, przeł. J. Łoziński, Poznań: Zysk i S-ka 1996, s. 214.

⁴ Zob. A. Toffler, *Trzecia fala*, przeł. E. Woydyło, Warszawa: PIW 1986, s. 305.

pomiędzy producentem a konsumentem się powoli zaciera. Badacz rozróżnił trzy okresy – pierwszą falę – okres przed-industrialny, w którym dominowała produkcja na potrzeby własne; drugą falę – industrializm – rozpoczęcie masowej produkcji na wymianę, która rozdzieliła rolę konsumenta i producenta; trzecią falę – zmiany w percepcji konsumentów i producentów tożsame z falą pierwszą. Rozwijając tę teorię, Toffler ukuł pojęcie prosumenta. Jest to kontaminacja słów producent (*producer*) i konsument (*consumer*). Przywołany tutaj prosument nie tylko chce otrzymywać produkt zindywidualizowany, dostosowany do swoich potrzeb, ale zamierza wpływać także aktywnie na proces jego tworzenia poprzez organizowanie się w społeczności skupione wokół określonych marek⁵. Rozumienie prosumpcji jest bardzo szerokie. Z jednej strony to stworzenie zindywidualizowanego produktu odpowiadającego potrzebom świadomego prosumenta, który taki produkt „zamawia”, z drugiej prosumpcja oznacza również działania, które konsumenci wykonują za producentów. Można tu przytoczyć słynny już przykład barów szybkiej obsługi, gdzie klient odbiera jedzenie, a po zjedzeniu wyrzuca resztki i odnosi tacę na miejsce⁶. Konsumentci coraz częściej pełnią funkcję „swych własnych maklerów, agentów turystycznych i ekspedientów”⁷.

⁵ Zob. P. Siuda, *Kultury prosumpcji. O niemożności powstania globalnych i ponadpaństwowych społeczności fanów*, Warszawa: ASPRA-JR 2012; tenże, *Mechanizmy kultury prosumpcji, czyli fani i ich globalne zróżnicowanie*, „Studia Socjologiczne” 2012, nr 4 (207); P. Siuda i in., *Prosumpcjonizm pop-przemysłów. Analiza polskich przedsiębiorstw z branży rozrywkowej*, Warszawa: Collegium Civitas Press 2013.

⁶ Zob. G. Ritzer, *Makdonaldyzacja społeczeństwa*, przeł. L. Stawowy, Warszawa: Muza 2005.

⁷ A. Toffler, H. Toffler, *Rewolucyjne bogactwo*, przeł. P. Kwiatkowski, Przewierowo: Kurpisz 2007, s. 212.

Warto się zastanowić, kim jest prosument. Czy osoba, który wpływa na wytworzenie przedmiotu, podejmując działanie pojedynczo czy kolektywnie, we współpracy z producentem czy też stając się nim sam, będzie w takim samym stopniu wypełniał definicję prosumenta jak osoba, na którą (często w ramach optymalizacji kosztów) przerzuca się konieczność wykonania nieodpłatnej pracy? Krytycznie piszą o tym Don Tapscott i Anthony D. Williams: „stajemy się siłą roboczą podlegającą outsourcingowi [...]”. Chociaż możemy (albo i nie) odnosić korzyści z działań prowadzonych wspólnie z takimi podmiotami, to zapewne tylko one zwiększą dzięki temu swą wartość⁸. Czym w rzeczywistości jest prosumeryzm? Być może odniesienie tacy w barze może zawierać się w definicji prosumeryzmu, ale ma zupełnie inne intencje niż kreowanie usługi bądź produktu.

Angażowanie konsumentów w proces wytwarzania produktów ma miejsce już od wielu lat⁹. Znaczna część firm twierdzi, że produkty wytworzone wspólnie z klientami bądź z uwzględnieniem ich uwag odnoszą większy sukces rynkowy. Takie doradztwo przy projektowaniu towarów staje się zjawiskiem powszechnym. Obecnie większość produktów – zwłaszcza związanych z nowymi technologiami – ma możliwość modyfikowania, czyli wprowadzania zmian przez ich użytkowników. Dla klienta to szansa na doskonale dopasowany produkt; dla firmy to możliwość stworzenia linii produktów opartej na pracy konsumentów.

⁸ D. Tapscott, D. A. Williams, *Wikinomia. O globalnej współpracy, która zmienia wszystko*, przeł. P. Cypryański, Warszawa: WAiP 2008, s. 293.

⁹ Zob. N. Gershenfeld, *FAB: The Coming Revolution on Your Desktop – From Personal Computers to Personal Fabrication*, New York: Basic Book 2005.

Wydaje się, że to sytuacja idealna. Czemu więc zjawisko prosumeryzmu nie jest takie powszechne, jak można by się spodziewać, i jak będzie się rozwijać dalej?

To, jak wiele przejawów prosumenckich zachowań dostrzeżemy na co dzień, zależy od definicji, którą przyjmujemy. W 2008 roku firma Gemius opublikowała raport *Prosumenci w polskim Internecie*, z którego wynika, że 36% polskich internautów można określić mianem prosumentów – najczęściej są to mężczyźni w wieku 19–34 lat z wykształceniem wyższym. Co ciekawe, definicja prosumenta przyjęta przez Gemiusa jest mało wymagająca – wystarczy, że użytkownik spełni dwa z trzech wymienionych warunków:

- spotyka się z opiniami innych internautów i najczęściej sam ich poszukuje, gdy planuje zakup produktu;
- sam opisuje produkty i marki w sieci lub zadaje pytania na ich temat;
- uczestniczy w promocjach, w których współtworzy produkty, hasła lub kampanie reklamowe.

Jak widać, definicja bardziej opisuje aktywnego użytkownika internetu niż prosumenta. Właściwie tylko trzecie kryterium dotyczy aktywności prosumenckiej bardziej skomplikowanej niż odniesienie tacki po posiłku w barze szybkiej obsługi. Warto postawić pytanie, czym we współczesnym świecie jest prosumeryzm i jakie procesy prowadzą do takiej aktywności użytkowników.

Wydaje się, że aby mówić o prosumentach, musi nałożyć się na siebie kilka trendów. Pierwszym, związanym bezpośrednio z konsumentem, jest dojrzałość

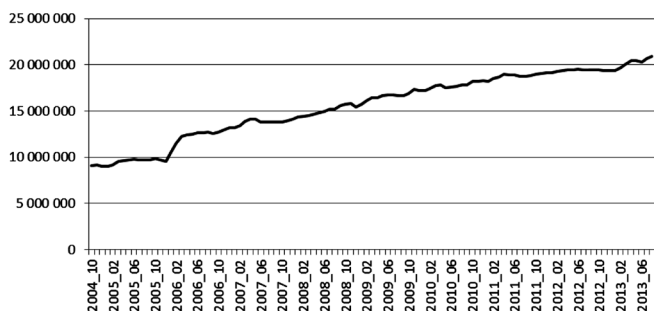
użytkowników internetu i co się z tym wiąże – ich sprawczość i otwartość na interaktywność medium. Drugim zjawiskiem, już niezależnym od konsumenta, jest dojrzałość biznesu i świadome poszukiwanie partnerstwa z odbiorcą usług bądź towarów. Trzecim, wspierającym poprzedni trend, jest dojrzałość e-handlu i powstanie narzędzi pozwalających klientom na łatwą komunikację z producentem. Ostatnim jest rozwój mediów społecznościowych, które przyzwyczajają użytkownika do tego, że jego głos ma znaczenie i jest wzmocniony poprzez grupy „lajkowiczów” w wirtualnym świecie.

Czy ten zlepek trendów wzmocni prosumenckie zachowania użytkowników? Niniejszy artykuł spróbuje zmierzyć się z dostępnymi badaniami zachowań użytkowników i trendów rynku internetowego w Polsce.

Internauta = prosument?

Początkowo internet przyciągnął osoby związane z technologiami, a więc jego profil był zdominowany przez mężczyzn, zwykle w trakcie studiów technicznych bądź pracowników naukowych, zamieszkujących w większych miastach. W żaden sposób nie odzwierciedlało to społeczeństwa. Wraz z rozwojem medium i docieraniem do nowych grup odbiorców internet stał się odpowiednikiem świata realnego. Według raportu Megapanel PBI/Gemius za lipiec liczba RU¹⁰ wyniosła 20 659 452 (rycina 1). Kobiety stanowiły 50,3%, a mężczyźni 49,7% polskich internautów.

¹⁰ RU – *Real User* – estymowana liczba osób, które wykonały w danym miesiącu przynajmniej jedną odsłonę w internecie.



Rycina 1. Populacja internautów 7+

Źródło: opracowanie własne na podstawie raportu Megapanel PBI/Gemius.

W internecie dominują użytkownicy aktywni – według Raportu Megapanel PBI/Gemius, czerwiec 2013 – ponad połowa (68,7%) korzysta z internetu codziennie lub prawie codziennie. Większość, bo aż 65,3% ma staż powyżej pięciu lat. Wzrasta również liczba gospodarstw domowych z dostępem do internetu – w 2005 roku było ich zaledwie 23%, podczas gdy w 2013 aż 67%¹¹. Przyglądając się wynikom raportu *Diagnoza społeczna 2013*¹², warto zauważyć, że komputer i internet najczęściej są w posiadaniu rodzin wieloosobowych, co wpływa znacząco na fakt, że 76% Polaków powyżej 16. roku życia ma dostęp do internetu. Osoby aktywniej korzystające z internetu nieco rzadziej oglądają telewizję oraz częściej wykorzystują bardziej zaawansowane możliwości sieci.

¹¹ Zob. Wykres 4.3.2.1. Dobra trwałego użytku, w: *Diagnoza społeczna 2013*, red. J. Czapiński, E. Panek, [online:] <http://www.diagnoza.com/> [dostęp 25.11.2013].

¹² Zob. tamże, s. 28.

Internet w Polsce stał się medium dojrzałym, o zrównoważonej, odwzorowującej społeczeństwo strukturze demograficznej. Z roku na rok przyrost nowych użytkowników maleje, a jednocześnie wzrasta zaangażowanie internautów z dłuższym stażem.

Należy się spodziewać, że zachowania w internecie coraz bardziej będą odwzorowywać te ze świata realnego. W kwietniu 2013 roku na zlecenie IAB Polska zostało przeprowadzone badanie *E-konsumenci – Consumer Journey Online (wpływ internetu na proces zakupowy produktów i usług) – Październik 2013*¹³, w którym zostało zbadane wykorzystywanie internetu przez konsumentów przy podejmowaniu i realizacji decyzji zakupowych. „Z badania wynika, że internet w przypadku większości badanych kategorii jest jednym z najpowszechniejszych źródeł wiedzy wspierających proces zakupowy i charakteryzuje się wysoką wiarygodnością. Jego rola jest istotna zarówno w świetle impulsu zakupowego, który rozpoczyna tzw. podróż konsumentką, jak również na kolejnych etapach – decyzyjnym, samego zakupu dokonywanego na podstawie informacji znalezionych w sieci (w internecie, jak i poza nim), czy wymiany wiedzy z innymi użytkownikami. Raport pokazuje wyraźnie, że obecność marki w sieci stała się

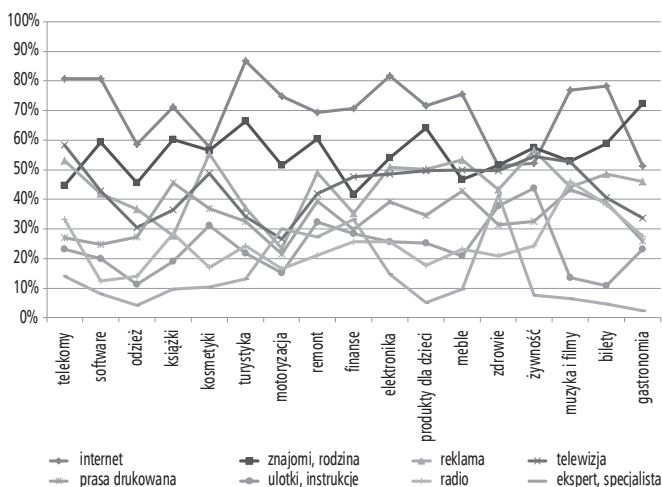
¹³ Badanie skupiło się na 17 najbardziej popularnych kategoriach produktów i usług, na które badani wydawali środki z domowych budżetów – bez względu na fakt, czy zakupy te robili w internecie czy poza nim. Pomiar badawczy został zrealizowany przez Interaktywny Instytut Badań Rynku (IIBR) za pomocą ankiet internetowych (łącznie zasięg: ponad 90% polskich internautów). Ankiety emitowane były losowo w okresie 8–26.04.2013 r. Aby dane były reprezentatywne dla ogółu polskich internautów, odpowiedzi badanych analizowano z wykorzystaniem wagi analitycznej skonstruowanej według danych o płci i wieku internautów oraz o częstotliwości korzystania przez nich z internetu.

nieodzownym elementem marketingu, a samo medium jest kanałem komunikacji i dystrybucji, który pełni znaczącą rolę w sprzedaży”¹⁴. Raport świetnie uchwycił wiele zachowań internautów, które wspierają ideę prosumeryzmu.

Według zawartych w nim danych internet stanowi kluczową rolę w procesie pozyskiwania oraz dzielenia się informacją na temat produktów i usług. Co więcej, jego rola jako źródła informacji z roku na rok rośnie. W internecie użytkownicy poza informacjami od producentów zdobywają informacje od innych użytkowników. Przyglądając się różnym źródłom wiedzy na temat produktów/usług (rycina 2), wyraźnie widać, że internet w większości kategorii jest podstawowym źródłem informacji. Na drugim miejscu są zwykle znajomi i rodzina, a na trzecim – reklama i telewizja. Są jednak kategorie produktów, w których internet jest mniej istotny od innych źródeł informacji – należą do nich kosmetyki, żywność, gastronomia, lekarstwa i artykuły medyczne. W tych przypadkach ważniejsi od internetu okazują się znajomi, rodzina.

Według raportu *E-konsumenci*, mimo że internet cieszy się największą popularnością, to nie jest medium najbardziej wiarygodnym – tylko 60% ankietowanych uznaje go za medium zdecydowanie lub raczej wiarygodne. Większość badanych wierzy rodzinie i bliskim – 81%. W kategorii usług turystycznych jest to aż 87%, usług gastronomicznych i artykułów spożywczych 85%, a finansów 77%. Internet jest bardziej wiarygodny w kategoriach: artykuły RTV i AGD – 78%, gry komputerowe i produkty motoryzacyjne – 70%, produkty telefonii komórkowej – 69%.

¹⁴ *E-konsumenci: Consumer Journey Online (wpływ Internetu na proces zakupowy produktów i usług)* – Październik 2013, [online:] <http://www.iabpolska.pl/index.php?mnu=50&id=749> [dostęp 30.11.2013].



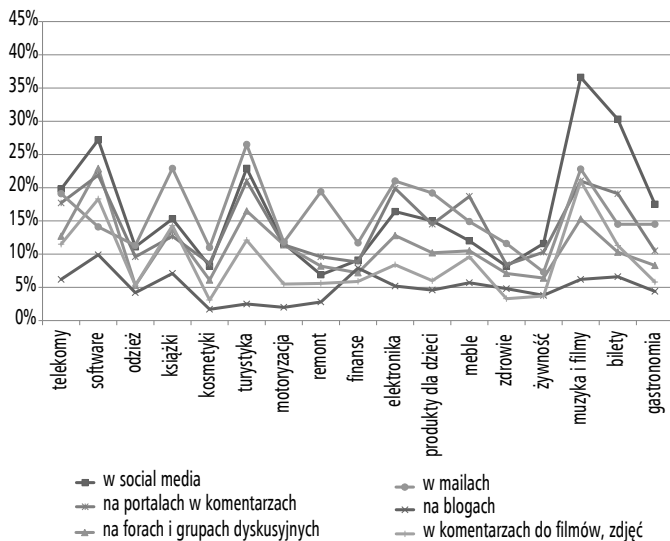
Rycina 2. Wszystkie źródła wiedzy na temat produktów/usług

Źródło: opracowanie własne na podstawie raportu *E-konsumenci: Consumer Journey Online (wpływ Internetu na proces zakupowy produktów i usług)* – Październik 2013.

Zaufanie do internetu wyraźnie też jest skorelowane z wykształceniem i płcią – mężczyźni częściej niż kobiety postrzegają internet jako źródło bardziej wiarygodne.

Do pozyskania informacji w internecie użytkownicy najchętniej korzystają z wyszukiwarek – 45% – co wiąże się z faktem, że Google.pl jest najpopularniejszą stroną w polskim internecie. W sierpniowych wynikach Megapanel PBI/Gemius (2013) Grupa Google została odwiedzona przez 18 792 499 RU, co dało jej 89,81% zasięgu wśród polskich internautów 7+. Drugim źródłem informacji w internecie są sklepy internetowe – 36%. Na trzecim miejscu plasują się strony marek, usług i produktów. Kolejnymi

kanalami są: portale internetowe oraz fora i grupy dyskusyjne (26%); aukcje i specjalistyczne serwisy (22%); serwisy społecznościowe (21%); porównywarki cen (20%); opinie na blogach (12%).



Rycina 3. Dzielenie się wrażeniami, doświadczeniami, opiniami

Źródło: opracowanie własne na podstawie raportu *E-konsumenci: Consumer Journey Online (wpływ internetu na proces zakupowy produktów i usług)* – Październik 2013.

Internet jest też przyjaznym miejscem do zostawiania opinii na temat produktów i usług. Użytkownicy najchętniej dzielą się opiniami w mailach (16%), co jest bezpośrednio skorelowane z wagą, jaką przykładają do wiarygodności informacji na temat produktów pozyskanych od bliskich i znajomych (rycina 3). Maile mają największe znaczenie

przy kategoriach takich produktów, jak: turystyka, remont, finanse, elektronika, produkty dla dzieci, zdrowie. Wydaje się, że wykorzystanie maili pozwala na odegranie roli zaufanego eksperta, ponieważ „intymność” kontaktu mailowego w porównaniu z innymi formami ekspresji jest olbrzymia i pozwala podzielić się bardziej osobistymi i intymnymi szczegółami, których internauci nie chcieliby ujawnić szerokiej grupie – czasami również przypadkowych – odbiorców.

Tyle samo użytkowników dzieli się wrażeniami w serwisach społecznościowych (16%). Najpopularniejszymi kategoriami produktów dla social mediów są żywność, muzyka i filmy, bilety, gastronomia i software. Łatwo dostrzec, że większość z tych kategorii doskonale ilustruje sposób, w jaki spędzamy czas wolny – a więc pozwala kształtować wirtualną tożsamość – przekłada się na efektywny marketing osobowości. Widać też pewną zależność, że social media nie są kanałem informacyjnym dla opinii na temat finansów, zdrowia, higieny czy remontu. Model komunikacji bardziej spersonalizowanej (jak mail) pasuje do pewnych kategorii produktów/usług bardziej niż publikacja w social mediach.

Użytkownicy swoimi opiniami dzielą się również w komentarzach na portalach – 14%, na forach i za pośrednictwem grup dyskusyjnych – 11%, zostawiając komentarze do filmów i zdjęć – 9% oraz na blogach – 5%.

Oczywiście nie wszyscy konsumenci mający dostęp do internetu dzielą się swoimi doświadczeniami w sieci. Według zasady 90-9-1 tylko 1% internautów tworzy treści, 9% je edytuje i dystrybuuje, a 90% biernie przegląda¹⁵. Ta

¹⁵ Zob. P. Lunenfeld, *Unimodernizm: infortriaz, przyczepne media i niewidzialna wojna ściągania z udostępnianiem*, w: *Kulturowe kody technologii cyfrowych*, red. P. Celiński, Lublin: Wydawnictwo WSPA 2011, s. 21.

zasada odnosi się również do mediów społecznościowych, gdzie większość użytkowników wykonuje czynności niewymagające zaangażowania – jak oglądanie profili innych użytkowników czy zdjęć na Facebooku¹⁶. W 2007 roku Tancer przeprowadził analizę aktywności na stronach przeznaczonych do tworzenia treści (m.in. YouTube, Wikipedia), z której wynikało, że 0,18% logowało się na stronach przeznaczonych do kreowania na YouTube, a na Wikipedii wynik wynosił 4,38%¹⁷. Zasada 90–9–1 występuje właściwie w każdej przestrzeni, gdzie internauci mają możliwość wykreowania własnej opinii. Według danych z Technorati na około miliarda użytkowników tylko 5% prowadzi bloga, a poniżej 1 promila dodaje wpisy na blogu codziennie. Podobnie jest z publikowaniem komentarzy w sklepach internetowych. Na witrynie Amazon.com poniżej 1% kupujących publikuje swoje opinie o produkcie¹⁸. Podobne proporcje są zachowane w najmłodszych serwisach społecznościowych. Na Twitterze po przeanalizowaniu ponad 300 tysięcy profili okazało się, że 90% postów generuje 10% użytkowników¹⁹. Wracamy tu poniekąd do problemu interaktywności internetu, która ma duże znaczenie dla zachowań prosumenckich. Przytoczone przykłady obrazują, że mimo łatwości narzędziowej, dedykowanych serwisów (jak Facebook czy Twitter) użytkownicy nie są chętni do

¹⁶ Zob. B. Heil, M. Piskorski, *New Twitter Research – Men Follow Men and Nobody Tweets*, [online:] <http://blogs.hbr.org/2009/06/new-twitter-research-men-follo> [dostęp 2.12.2013].

¹⁷ Zob. B. Tancer, *Hitwise US Research Note – Measuring Web 2.0 Consumer Participation*, Global Research: 2007, s. 2.

¹⁸ Zob. J. Nielsen, *Participation Inequality: Encouraging More Users to Contribute*, [online:] <http://www.nngroup.com/articles/participation-inequality/> [dostęp 2.12.2013].

¹⁹ Zob. B. Heil, M. Piskorski, dz. cyt.

kreowania opinii czy zdarzeń w internecie. Może słusznie Lunenfeld zauważa, że „ciągła konsumpcja mediów bez analogicznej zdolności wytwarzania zrodziła chorą kulturę”²⁰? Internauci mimo wielu możliwości najchętniej wybierają przygotowane dla nich ścieżki, wykazują pseudoaktywność. Czy zatem ma rację Toffler, mówiąc o aktywizacji konsumentów i powstaniu wzmocnionego konsumenta, który płynnie staje się prosumentem?

Rynek

Obserwując zmiany dokonujące się w nowej gospodarce, wyraźnie widać, że zmienił się nie tylko użytkownik sieci, dojrzał również rynek internetowy. W ciągu ostatnich sześciu lat gospodarka internetowa w Polsce podwoiła swoją wartość i w 2012 roku odpowiadała za około 5,8% PKB²¹. To, co najbardziej interesujące z punktu widzenia dociekań na temat prosumenta, to oczywiście rynek e-commerce, a więc sprzedaży za pośrednictwem internetu. W 2012 roku wartość sprzedaży w internecie stanowiła 3,8% całego handlu w Polsce i według badań Megapanel PBI/Gemius²² wygenerowała 21,5 miliarda złotych. Dla porównania w 2010 roku

²⁰ P. Lunenfeld, dz. cyt., s. 25–26.

²¹ Na podstawie danych GUS.

²² Polskie Badania Internetu to firma badawcza tworzona przez czołowych wydawców w Polsce i właścicieli największych serwisów. Standardowym projektem PBI jest badanie Megapanel PBI/Gemius, które jest standardem pomiaru oglądalności witryn i aplikacji internetowych oraz kluczowym źródłem wiedzy o polskich użytkownikach dla reklamodawców i wydawców internetu. Badanie jest prowadzone we współpracy z Gemius SA od 2005 roku. Dodatkowo PBI realizuje badania marketingowe typu: ad hoc, syndykatowe oraz, wypełniając misję edukacyjną, badania niekomercyjne.

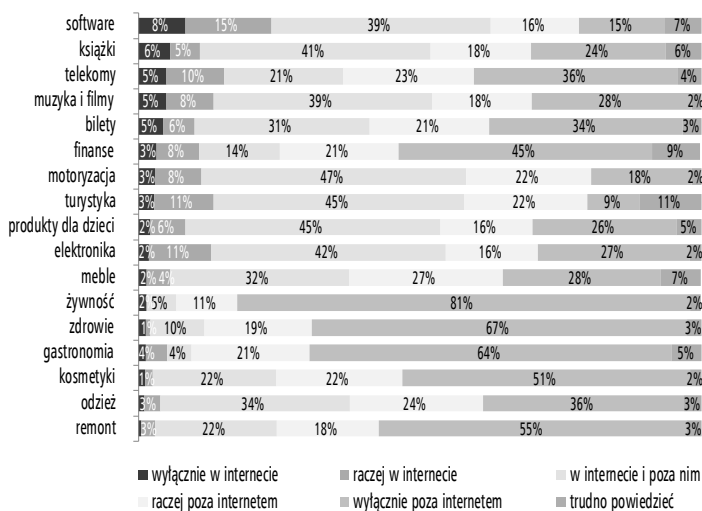
było to zaledwie 2,5%. W ciągu najbliższych trzech lat oczekuje się, że udział ten będzie wynosił około 5%.

Udział rynku e-commerce w handlu ogółem mimo dynamicznego wzrostu nadal jest niższy niż w krajach Europy Zachodniej – w Wielkiej Brytanii wynosił w 2012 roku 12%, w Niemczech 9, a we Francji 7,3%. Większość zakupów w internecie w 2012 roku została dokonana przy pomocy platform handlowych (w tym największej Allegro). Według ekspertów przyszłość sprzedaży należeć będzie jednak do sklepów internetowych, których udział w e-commerce z roku na rok wzrasta. Według Raportu *eHandel Polska 2012* w 2006 roku w Polsce działały zaledwie 2 762 sklepy internetowe, a w 2012 roku liczba ta wzrosła do 12 117. Z roku na rok spada dynamika zakładania nowych sklepów internetowych – w 2012 roku wyniosła 12%, podczas gdy jeszcze trzy lata wcześniej aż 30%. Spadek dynamiki podyktowany jest wzrostem bazy, ale również nasyceniem rynku, który staje się coraz stabilniejszy.

Według Raportu *Gemius E-Commerce w Polsce w 2012 w oczach internautów* zakupy w internecie nie są nadal czynnością powszechną dla polskich internautów – 60% kupujących robi to kilka razy w roku lub rzadziej. Tylko 20% aktywnie korzysta z takiej możliwości, robiąc zakupy minimum kilka razy w miesiącu lub częściej. Największym atutem zakupów online jest oszczędność pieniędzy, jakość produktów i oszczędność czasu. Z punktu widzenia użytkownika poprawia się jakość samego procesu zakupu – e-zakupy uważane są za wygodne, zajmujące mniej czasu, nieskomplikowane oraz tańsze niż kupowanie w sklepie tradycyjnym. Najwięcej niepokoju budzi bezpieczeństwo – aż 42% kupujących zauważa, że zakupy mogą być ryzykowne. Widać tu jednak pozytywną

dynamikę, ponieważ rok wcześniej 48% internautów obawiało się o bezpieczeństwo zakupów w internecie. Większość użytkowników chętnie poleca taką formę zakupów znajomym.

Aktywność zakupowa w sieci jest uzależniona od rodzaju towaru. Internauci wskazują grupy produktów, jak żywność (81%), lekarstwa i artykuły medyczne (67%) czy usługi gastronomiczne (64%), które kupują tylko i wyłącznie poza siecią (rycina 5). Rośnie jednak liczba użytkowników, którzy deklarują, że robią zakupy tylko i wyłącznie w internecie. Do takich produktów należą: gry i oprogramowanie (8%), książki (6%), usługi i produkty telefonii komórkowej, muzyka, filmy i bilety (5%).

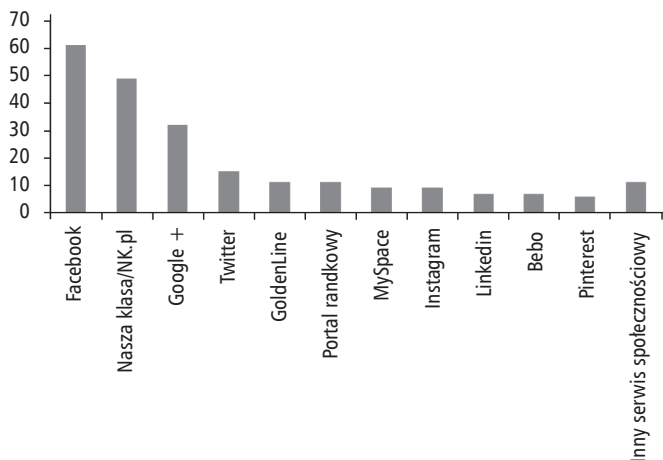


Rycina 4. Zwyczaje zakupowe Polaków

Źródło: opracowanie własne na podstawie raportu *E-konsumenci: Consumer Journey Online (wpływ internetu na proces zakupowy produktów i usług)* – Październik 2013.

Sklepy internetowe prowadzą różnorodne formy promocji, które mają na celu przyciągnięcie konsumentów i zwiększenie sprzedaży. Według raportu *eHandel Polska 2012* najpopularniejszą aktywnością jest obecność w katalogach sklepów internetowych (74,3%). Na drugim miejscu – 71,2% – plasuje się pozycjonowanie w wyszukiwarkach SEO, czyli doskonalenie pozyskiwania ruchu z organicznych wyników w wyszukiwarkach (głównie Google). Profil w serwisach społecznościowych posiada już 62,8% e-sklepów. Kolejnymi wskazaniem są: obecność w porównywarach cen (56,3%), obecność w platformach aukcyjnych (52,7%), SEM (42,8%), mailing reklamowy (40,4%), reklama w serwisach branżowych (26%). Tylko 1,3% sklepów deklaruje brak jakichkolwiek działań marketingowych.

Aktywność marketingowa sklepów jest jednym z bodźców, które uaktywniają konsumentów. Oczywiście większość sklepów prowadzi sprzedaż produktów ustandaryzowanych, bez możliwości ingerencji w nie, ale część właścicieli e-sklepów jest wytwórcami i może prowadzić prawdziwy dialog z konsumentami, spełniając ich oczekiwania nie tylko w zakresie jakości dostarczania produktu, ale również samego wykonania produktu czy spersonalizowania usługi. Sklepy powoli odchodzą od masowej reklamy na rzecz zindywidualizowanego przekazu do internauty. Najdynamiczniej rozwija się aktywność sklepów w mediach społecznościowych. Według raportu *eHandel Polska 2012* najpopularniejszym serwisem jest oczywiście Facebook – 62,5% sklepów posiadających konto w serwisie społecznościowym prowadzi je właśnie w tym serwisie. Drugi pod względem popularności jest Twitter – 8,1% sklepów prowadzi akcje marketingowe za jego pośrednictwem. Serwis NK aktywizuje 7,6%



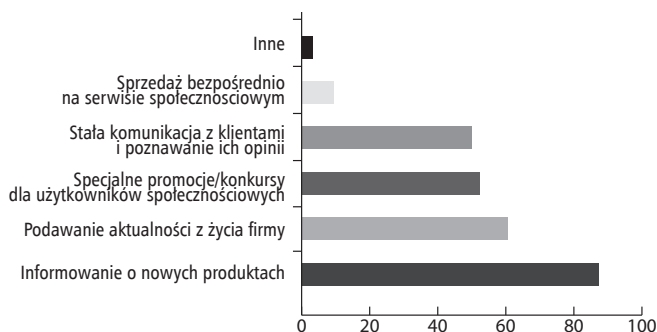
Rycina 5. Czy korzysta Pan/-i z któregoś z poniższych serwisów społecznościowych?

Źródło: opracowanie własne na podstawie *World Internet Project Poland 2013*.

sklepów. Kolejne serwisy społecznościowe budzą zainteresowanie poniżej 4% sklepów. Aktywność podmiotów e-commerce'owych w mediach społecznościowych odpowiada na potrzeby klientów. W grupie wiekowej poniżej 19. roku życia korzystanie z portali społecznościowych jest deklarowane przez prawie 100% internautów, a dla całej populacji kształtuje się jak na rycinie 5.

W zestawieniu Fortune (raport *E-commerce rośnie w Polsce szybciej niż cały sektor handlu*) 90% firm występujących w rankingu miało profil na Facebooku. Samo posiadanie profilu w mediach społecznościowych nie zapewnia sukcesu. Coraz częściej biznes rozumie, że traktowanie konsumenta jako równoważnego podmiotu w procesie sprzedaży opłaca się długoterminowo. Profile przestają być martwymi

tablicami z informacjami na temat produktu, a zamieniają się w alternatywne przestrzenie do budowania relacji z konsumentami. Coraz częściej kontakt przez serwis społecznościowy staje się alternatywą dla telefonu czy maila. Według raportu *eHandel* media społecznościowe w niewielkim stopniu przekładają się na zakup towaru. Co więcej, fani danej marki oczekują zaspokojenia swoich potrzeb/zainteresowań oraz promocji cenowych. Informacje o nowych produktach, usługach czy fakty z życia firmy powodują słabnięcie zaangażowania na profilach marek. Wygląda na to, że media społecznościowe traktowane są przez użytkowników jako miejsce rozrywki, a nie podejmowania decyzji zakupowych.



Rycina 6. W jakich celach sklepy wykorzystują serwisy społecznościowe?

Źródło: opracowanie własne na podstawie raportu *eHandel Polska 2012*.

Jak widać na rycinie 6, na razie firmy nie do końca realizują potrzeby swoich fanów w serwisach społecznościowych. Oczywiście cele firm i ich aktywności będą musiały się dostosowywać do oczekiwań fanów, w przeciwnym razie takie profile zostaną martwe.

Konkluzje

Wracając do początkowych rozważań, wydaje się zasadne stwierdzenie, że prosumeryzm będzie się rozwijać. Zarówno konsumenci, jak i biznes czerpią korzyści z aktywnego współtworzenia towarów i usług. Warto jednak pamiętać, że prosument to nie jest klient, który wybierze wyposażenie do samochodu zgodnie ze swoimi potrzebami²³ – bo to nic innego niż koncentracja na potrzebach klienta, wielokrotnie wymuszona sytuacją rynkową. Prosument to również nie jest klient, dzięki któremu firma ma oszczędność w kosztach, „zatrudniając” go do wykonania prostych prac – jak odniesienie tacy po skończonym posiłku.

Prosument jest partnerem dla firmy, bardziej wymagającym klientem, który zaangażowany w wybrany przez siebie produkt może stać się siłą napędową dla firmy albo sytuacją kryzysową w mediach społecznościowych, kiedy niezadowolony będzie źle oceniać produkt czy zachowanie firmy.

Na razie mimo sprzyjających okoliczności zjawisko prosumeryzmu jest marginalne. Niewielka liczba użytkowników aktywnie kreuje nowe produkty ukochanych marek. Mimo całej palety dostępnych narzędzi użytkownicy nie wykorzystują interaktywnych możliwości internetu. Dużo częściej korzystają z nowego medium niż ze starych, odwzorowując swoje przyzwyczajenia ze świata realnego, gdzie przecież wpływ na kształtowanie produktu jest znikomy, a jeśli już ma miejsce, to wymaga olbrzymich nakładów czasowych i finansowych. I być może Steve Holzmann

²³ Zob. D. Tapscott, D. A. Williams, dz. cyt., s. 185.

ma rację, że większość użytkowników nie wykorzystuje unikalnych właściwości mediów cyfrowych, ponieważ nie potrafi wyzwolić się z paradygmatu użytkowania mediów właściwego dla tych tradycyjnych²⁴. I jeśli tak będzie dalej, to zjawisko prosumeryzmu na masową skalę nigdy nie pojawi się na rynku polskim. I zaangażowani konsumenci na zawsze pozostaną marginalną grupą internautów.

Bibliografia

- Barney D., *Społeczeństwo sieci*, przeł. M. Fronia, Warszawa: Sic! 2008.
- Bauman Z., *Socjologia*, przeł. J. Łoziński, Poznań: Zysk i S-ka 1996.
- Diagnoza społeczna 2013*, red. J. Czapiński, E. Panek, [online:] <http://www.diagnoza.com/> [dostęp 25.11.2013].
- E-commerce rośnie w Polsce szybciej niż cały sektor handlu*, [online:] http://www.deloitte.com/view/pl_PL/pl/dla-prasy/9e-6fd0e8b79e1410VgnVCM3000003456f70aRCRD.htm [dostęp 10.12.2013].
- E-Commerce w Polsce w 2012 w oczach internautów*, raport Gemius Polska, [online:] <http://www.gemius.pl> [dostęp 10.12.2013].
- eHandel Polska 2012*, [online:] <http://www.sklepy24.pl/download/raport-ehandel-polska-2012.pdf> [dostęp 10.12.2013].
- E-konsumenci: Consumer Journey Online (wpływ Internetu na proces zakupowy produktów i usług) – Październik 2013*, [online:] <http://www.iabpolska.pl/index.php?mnu=50&id=749> [dostęp 30.11.2013].
- Gershenfeld N., *FAB: The Coming Revolution on Your Desktop – From Personal Computers to Personal Fabrication*, New York: Basic Book 2005.

²⁴ Zob. S. Holzmann, *Digital Mosaics: the aesthetics of cyberspace*, New York: Simon & Schuster 1997, s. 97.

- Heil B., Piskorski M., *New Twitter Research – Men Follow Men and Nobody Tweets*, [online:] <http://blogs.hbr.org/2009/06/new-twitter-research-men-follo> [dostęp 2.12.2013].
- Holzmans S., *Digital Mosaics: the aesthetics of cyberspace*, New York: Simon & Schuster 1997.
- Lister M. i in., *Nowe media. Wprowadzenie*, przeł. M. Lorek, A. Sada, K. Sawicka, Kraków: Wydawnictwo UJ 2009.
- Lunenfeld P., *Unimodernizm: infortriaz, przyczepne media i niewidzialna wojna ściągania z udostępnianiem*, w: *Kulturowe kody technologii cyfrowych*, red. P. Celiński, Lublin: Wydawnictwo WSPA 2011.
- Megapanel PBI/Gemius, [online:] https://www.gemius.pl/pl/archiwum_prasowe/2013-03-05/01 [dostęp 25.11.2013].
- Nielsen J., *Participation Inequality: Encouraging More Users to Contribute*, [online:] <http://www.nngroup.com/articles/participation-inequality/> [dostęp 2.12.2013].
- Prosumenci w polskim Internecie*, raport Gemius Polska, [online:] http://pliki.gemius.pl/Raporty/2008/Prosument_raport_Gemius.pdf [dostęp 25.11.2013].
- Ritzer G., *Makdonaldyzacja społeczeństwa*, przeł. L. Stawowy, Warszawa: Muza 2005.
- Siuda P. i in., *Prosumpcjonizm pop-przemysłów. Analiza polskich przedsiębiorstw z branży rozrywkowej*, Warszawa: Collegium Civitas Press 2013.
- Siuda P., *Kultury prosumpcji. O niemożności powstania globalnych i ponadpaństwowych społeczności fanów*, Warszawa: ASPRA-JR 2012.
- Siuda P., *Mechanizmy kultury prosumpcji, czyli fani i ich globalne zróżnicowanie*, „Studia Socjologiczne” 2012, nr 4 (207), s. 109–132.
- Tancer B., *Hitwise US Research Note – Measuring Web 2.0 Consumer Participation*, Global Research: 2007.
- Tapscott D., Williams D. A., *Wikinomia. O globalnej współpracy, która zmienia wszystko*, przeł. P. Cypriański, Warszawa: WAIp 2008.

Toffler A., Toffler H., *Rewolucyjne bogactwo*, przeł. P. Kwiatkowski,
Przeźmierowo: Kurpisz 2007.

Toffler A., *Trzecia fala*, przeł. E. Woydyło, Warszawa: PIW 1986.

World Internet Project Poland 2013, [online:] <http://www.worldinternetproject.net/#news> [dostęp 25.11.2013].

Sebastian Skolik

**Uwarunkowania prosumpcji.
Studium przypadku
rozwoju projektów
Fundacji Wikimedia**





Wprowadzenie

Pojęcie prosumpcji, choć ukute przez Alvina Tofflera, rozpropagowane zostało w głównej mierze dzięki *Wikinomii* napisanej w połowie pierwszej dekady XXI wieku przez Dona Tapscotta oraz Anthony'ego D. Williamsa, mniej więcej w czasie, gdy inni pisali jeszcze, że „potencjalni użytkownicy rzadko kiedy uczestniczą w fazie projektowania [produktu]”¹. Zdaje się, że beneficjentem tejże książki miał być głównie biznes. Autorzy podawali wskazówki, w jaki sposób wykorzystać prosumentów dla własnych celów². W tym samym czasie Lawrence Lessig pisał o wolnej kulturze³, Tim O'Reilly zaś o Web 2.0⁴. O ile ten pierwszy koncentrował się na użytkownikach sieci i ich prawach, to O'Reilly również widział w nich potencjał, jaki może być wykorzystany przez media, jednocześnie zaznaczając,

¹ J. van Dijk, *Społeczne aspekty nowych mediów*, przeł. J. Konieczny, Warszawa: PWN 2010, s. 131.

² Zob. D. Tapscott, D. A. Williams, *Wikinomia. O globalnej współpracy, która zmienia wszystko*, przeł. P. Cypryański, Warszawa: WAiP 2008, s. 214–218.

³ Zob. L. Lessig, *Remiks. Aby sztuka i biznes rozkwitały w hybrydowej gospodarce*, przeł. R. Próchniak, Warszawa: WAiP 2005.

⁴ Zob. T. O'Reilly, *What Is Web 2.0*, O'Reilly Media 2005, [online] <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html> [dostęp 30.08.2013].

że media to ogół użytkowników. Niezależnie od retoryki wszyscy ci autorzy koncentrowali się na współtworzeniu treści przez użytkowników internetu. Warto w tym miejscu wspomnieć, że wcześniej problem współdziałania w odniesieniu do środowiska hakerów opisywany był również przez Manuela Castellsa, który stosował w tym kontekście pojęcie „kultury daru”⁵. Ponieważ wobec nowych zjawisk zachodzących w globalnym społeczeństwie używa się wielu pojęć, określić należy bardziej precyzyjnie, do czego one się odnoszą.

Prosumpcja, jako zjawisko będące połączeniem konsumpcji i produkcji, określa zarówno dążenie użytkowników do upodmiotowienia, jak i wskazuje na zmiany w społeczeństwie, które trudno będzie w najbliższej przyszłości uznawać jako konsumpcyjnie bierne. Odnosi się więc do dychotomii produkcja – konsumpcja, a istotnymi aktorami poza użytkownikami produktów są ich wytwórcy. W ujęciu Lawrence’a Lessiga kultura remiksu odnosi się do innej opozycji, mianowicie: *copyright* i *copyleft*, czyli do sposobu traktowania własności intelektualnej. Nacisk jest położony nie tyle na to, kto może wytwarzać treści, ale kto może i w jaki sposób je twórczo konsumować. Autor *Remiksu* zaznacza rozróżnienie gospodarek opartych na pieniądzu i gospodarek bez użycia pieniądza. Do tych drugich zalicza projekty wolnej kultury.

Na samej sieci koncentrują się autorzy piszący o Web 2.0, a także w znacznej mierze ci, którzy opisują kulturę hakerską. W optyce postrzegania sieci przez pryzmat Web 2.0 dostrzega się wytwarzanie odpowiednich miejsc dla

⁵ Zob. M. Castells, *Galaktyka Internetu: refleksje nad Internetem, biznesem i społeczeństwem*, przeł. T. Hornowski, Warszawa: Rebis 2003, s. 58–60.

użytkowników, aby mogli je oni wykorzystywać do własnych celów. W tym znaczeniu internauci mogą stać się aktywni, ale potrzebują pierwszego poruszyciela, który ich uaktywni. Przy spoglądaniu na ruchy społeczne w internecie w ujęciu zaproponowanym przez Manuela Castellsa użytkownicy sami się organizują i nie tylko przetwarzają, ale i wytwarzają przestrzenie, w których mogą następnie wymieniać się darami. Web 2.0, w głównej mierze media społecznościowe wytwarzane przez przedsiębiorstwa dla potrzeb komercyjnych, określić można jako bliższe wikinomii i prosumpcji. Natomiast remiks i gospodarkę dzielenia się jako bliższe kulturze daru. Różnica między tak ujętymi zagadnieniami polega na koncentrowaniu się na aspektach ekonomiczno-zarządczych bądź społeczno-kulturowych. Chociaż samo zjawisko jest niezależne od sposobu jego opisywania, powyższe uwagi mogą pozwolić na głębsze ujęcie problemu.

Wikimedia jako przestrzeń prosumpcji

Definiowanie zjawiska za pomocą konkretnych słów kluczowych prowadzić może do propagowania określonego jego rozumienia, a przez to ingerować w pewne jego cechy (wzmacniając bądź osłabiając je). Dla niektórych badaczy kultury uczestnictwa istotna staje się kwestia nie tyle ingerowania, ile wyboru – jak należy ingerować⁶. Na stronie internetowej poświęconej gromadzeniu informacji o publikacjach na temat środowiska wiki wśród słów kluczowych nie pojawia się ani razu pojęcie prosumpcji,

⁶ Zob. J. Burgess, J. Green, *YouTube. Wideo online a kultura uczestnictwa*, przeł. T. Płudowski, Warszawa: PWN 2011, s. 149.

podobnie jak pojęcia remiksu czy hakera, zaś jednymi z najczęściej występujących są: współpraca, social media, zarządzanie wiedzą, motywacja, jakość oraz Web 2.0⁷. Środowisko naukowców w stosunku do społeczności tworzących treści na stronach wykorzystujących oprogramowanie wiki skupia więc uwagę przede wszystkim na kwestiach zarządczych. Są to także istotne problemy w środowisku wikimedian⁸. Jednakże koncentracja na rozwiązywaniu problemów definiowanych przez konkretne społeczności nie pozwala na pełniejsze opisanie tychże społeczności. W kontekście pytania o prosumpcję istotne są pytania o to, jak prosumpcja w ogóle jest możliwa i kiedy o użytkownika można powiedzieć, że jest prosumentem. Wydaje się, że można mówić o całym spektrum, jakie rozciąga się od biernej masowej konsumpcji, poprzez konsumpcję sprofesjonalizowaną, aż do współwytworzenia bez udziału profesjonalnych producentów. W przypadku wikimediów⁹ jest to zmiana roli użytkownika z czytelnika na jednego z edytujących, współautora. W ujęciu prawnym jest to określenie autorstwa, a więc możliwość wykazania istotnego wkładu twórczego w dzieło. Kwestia ta jest istotna, ale dla dalszych rozważań można ją wziąć w nawias, ponieważ nie da się zawsze określić, od kiedy

⁷ Zob. *List of keywords*, WikiPapers, [online:] http://wikipapers.referata.com/wiki/List_of_keywords [dostęp 30.08.2013].

⁸ Pojęcia współpracy, jakości, zarządzania i motywacji pojawiają się dość często wśród tematów wystąpień podczas dorocznej konferencji (Wikimanii), jak i w codziennej debacie prowadzonej przez wikimedian. Por. *Submission review*, [online:] http://wikimania2013.wikimedia.org/wiki/Submission_review [dostęp 30.08.2013].

⁹ Pojęcie wikimediów odnosi się do wszystkich projektów internetowych utrzymywanych dzięki Fundacji Wikimedia, oprócz stron wiki poświęconych działaniom organizacyjnym.

dany wkład jest twórczy. Można jednakże wyróżnić kilka kategorii twórców ze względu na rodzaj wkładu:

- osoby, które są zaangażowane w edytowanie (modyfikowanie) treści utworzonych wcześniej przez innych. Jest to możliwe w wikimediach dzięki wolnym licencjom, czyli licencjom pozwalającym na modyfikowanie cudzej pracy bez każdorazowego pytania o zgodę;
- użytkownicy, którzy w przestrzeni wikimediów wnoszą treści własne lub poprzez powołanie się na inne dzieła. W przypadku Wikipedii istnieje wymóg, aby każda treść miała odniesienie w zewnętrznych źródłach, w przypadku serwisu informacyjnego – Wikinews lub repozytorium plików – Wikimedia Commons, użytkownicy mogą zamieszczać oryginalne prace własne;
- osoby, które nie działają w wikimediach, ale zezwalają na objęcie ich twórczości wolnymi licencjami, aby mogły być dalej wykorzystywane, np. autorzy fotografii w serwisach Flickr lub filmów w YouTube;
- osoby, które w serwisach wiki lub poprzez inne formy kontaktu informują o konieczności dokonania poprawek na stronach tychże serwisów, czyli komentatorzy i recenzenci istniejących treści;
- twórcy narzędzi pozwalających na usprawnienie edytowania stron wikimediów, do których zaliczyć można m.in. developerów oprogramowania MediaWiki.

Powyższy podział z pewnością jest niepełny. Twórców można też podzielić ze względu na stopień zaangażowania

liczony w wykonanych edycjach lub ze względu na ilość czasu poświęconego na gromadzenie informacji, którymi następnie mogą podzielić się z innymi. Także – w odróżnieniu od innych serwisów – same narzędzia i infrastruktura stron nie są rozwijane przez zewnętrzną wobec użytkowników firmę pozwalającą im na korzystanie z własnej platformy. Wikimedianie sami utworzyli struktury, między innymi Fundację Wikimedia, aby rozwijać przestrzeń potrzebną do współdziałania. Czytelnik w każdym momencie może stać się nie tylko współautorem treści, ale dzięki własnym umiejętnościom również jednym z twórców oprogramowania: zarówno na poziomie MediaWiki, jak i na poziomie tworzenia lokalnie różnego rodzaju potrzebnych narzędzi. Niemniej jednak z tego względu, że prosumentem może zostać każdy, każdy też może zdefiniować użyteczność zastanego projektu. Jak pisze Paul Levinson, „konsumenci nie tylko stają się producentami, ale to także konsument decyduje o tym, w jaki sposób nowe nowe medium jest wykorzystywane”¹⁰. Argumentuje on, że mimo chęci odróżnienia Wikipedii od gazety czytelnicy w taki sposób mogą ją traktować i domagać się, aby nowe treści zaistniały w Wikipedii, zanim zostaną zweryfikowane w źródłach bardziej wiarygodnych niż serwisy informacyjne¹¹. Dla ściślejszego zdefiniowania uwarunkowań prosumpcji w wikimediach, należy przedstawić przyjęte założenia metodologiczne.

¹⁰ P. Levinson, *Nowe nowe media*, przeł. M. Zawadzka, Kraków: WAM 2010, s. 153.

¹¹ Zob. tamże, s. 152–153.

Założenia metodologiczne

W swoim podręczniku *Netnografia. Badania etnograficzne online* Robert V. Kozinets argumentuje, że pełniejsze poznanie badanych społeczności jest możliwe poprzez zaangażowanie się do tego stopnia, że badacz nie tylko ingeruje w działanie społeczności, ale także przyjmuje rolę przywódcy¹². Poza zaangażowaniem się, pozwalającym na rozumienie społecznych światów, w netnografii dostępny jest cały arsenał różnych metod badawczych, od prowadzenia wywiadów po analizę treści¹³. Autor niniejszej publikacji od 2004 roku był członkiem społeczności Wikimediów, przyjmując niejednokrotnie rolę lidera w różnych przedsięwzięciach, w latach 2007–2010 działał jako wiceprezes stowarzyszenia Wikimedia Polska. Bycie członkiem społeczności oznaczało prawie codzienną aktywność, głównie w polskojęzycznej Wikipedii, ale także w jej projektach siostrzanych oraz rzadziej w innych wersjach językowych tychże projektów, jak i na kilku listach mailingowych, na kanale IRC czy współorganizowanie konferencji lokalnych i globalnych. Takie zanurzenie się w życie społeczności, jak i niekiedy jego organizowanie, pozwoliło na głębsze zrozumienie kształtowania się zarówno struktur, jak i postaw użytkowników wikimediów wobec propozycji zmian, przyjmowania nowych zasad edytowania itp. Jednakże daleko idące ingerowanie, oczekiwane przez społeczność od osoby przyjmującej rolę lidera, prowadzić może do zbyt subiektywnego oglądu rzeczywistości i do wytwarzania artefaktów. Dlatego też

¹² Zob. R. V. Kozinets, *Netnografia. Badania etnograficzne online*, przeł. M. Brzozowska-Brywczyńska, Warszawa: PWN 2012, s. 139–141.

¹³ Zob. tamże, s. 152–168.

poznając kulisy tworzenia wikimediów, autor zdecydował się zrezygnować z funkcjonowania w formalnych strukturach stowarzyszenia, a pod koniec 2012 roku z aktywnego działania w samej społeczności, koncentrując się na jej obserwacji i analizie treści. Z tego względu, że społeczności oraz poszczególni użytkownicy konkretnych wikimediów są zainteresowani danymi na temat własnej twórczości, bazy danych dotyczące liczby edycji, wielkości projektów, liczby użytkowników itd. są systematycznie aktualizowane¹⁴. Poza komunikacją poprzez kanał IRC, komunikatory i pocztę elektroniczną, która nie jest na ogół upubliczniana, dyskusje prowadzone są przez użytkowników w głównej mierze na stronach projektów. Ponieważ każdy akt komunikacyjny od razu jest zapisywany i archiwizowany, dostęp do tejże komunikacji możliwy jest zarówno przez historię danych stron, jak i specjalne rejestry, na przykład rejestr ostatnich zmian¹⁵. Z rejestrów takich badacz może korzystać na tych samych zasadach co użytkownicy. Zaznaczyć tutaj należy, że aktywność w projektach może dotyczyć zarówno tworzenia treści, jak i być metaaktywnością, odnoszącą się do tworzenia procedur, omawiania jakości, komentowania zachowań innych użytkowników czy podejmowania działań kontrolujących i dyscyplinujących.

Bazując na wcześniejszych badaniach i obserwacji trendów w liczbie użytkowników i ich aktywności, autor

¹⁴ Adresy stron dotyczących statystyk projektów gromadzone są m.in. na stronie holenderskiego użytkownika wikimediów Erika Zachte: Wikimedia Statistics, [online] <http://stats.wikimedia.org/> [dostęp 30.08.2013].

¹⁵ Opisy funkcjonowania historii strony i rejestru ostatnich zmian dostępne są pod adresami: [online:] http://pl.wikipedia.org/wiki/Pomoc:Ostatnie_zmiany, http://pl.wikipedia.org/wiki/Pomoc:Historia_strony [dostęp 30.08.2013].

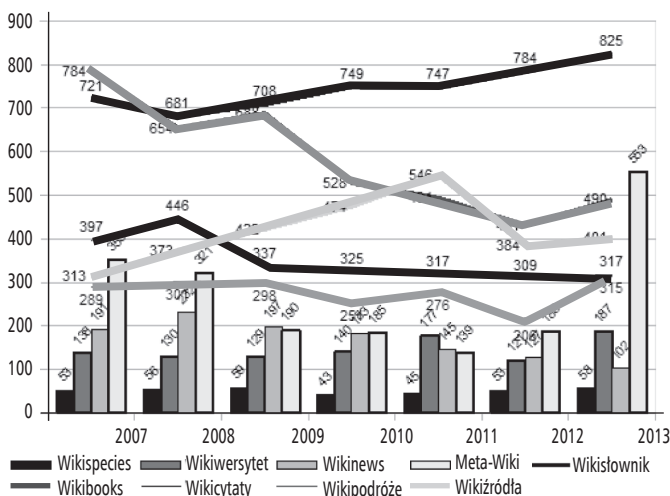
założył, że udział w projektach wikimedia zależny jest od następujących czynników:

- modularności, rozumianej jako możliwość tworzenia treści poprzez dodawanie niewielkich porcji informacji, przy czym im mniejsze są te porcje, tym bardziej prawdopodobny będzie udział w projekcie;
- dostępu do informacji, na których bazie wytwarza się nowe treści, co wynika z regulacji określających, na ile dozwolona jest swobodna twórczość, a na ile powinna być ona oparta na zewnętrznych źródłach;
- małej liczby podmiotów mogących stanowić konkurencję dla danego typu aktywności, a więc niewielkiej liczby podmiotów pozwalających na prosumpcję danej aktywności.

Porcje informacji

Chociaż Wikipedia stała się jednym z najbardziej popularnych serwisów w internecie, jej projekty siostrzane nie osiągnęły takiej popularności, mimo że były tworzone przez osoby, które wywodziły się ze środowiska twórców tej encyklopedii. W ciągu miesiąca Wikipedię (dokładniej – wszystkie jej wersje językowe) edytuje częściej niż czterokrotnie około 70 tysięcy internautów. W repozytorium plików – Wikimedia Commons, z którego korzysta Wikipedia oraz pozostałe projekty siostrzane, co miesiąc działa ponad 5 tysięcy użytkowników, a w nowym repozytorium danych – Wikidanych (Wikidata) – w czerwcu wykonało 5 edycji lub więcej prawie 4 tysiące osób. W pozostałych

projektach jest to co najwyżej kilkaset użytkowników miesięcznie (rycina 1)¹⁶.



Rycina 1. Liczba aktywnych użytkowników w poszczególnych projektach Fundacji Wikimedia. Dane odnoszą się do czerwca w kolejnych latach

Źródło: opracowanie własne na podstawie statystyk Erika Zachte.

Pierwsze z przyjętych założeń odnosiło się do problemu modularności i wielkości wkładu. Na modularną

¹⁶ Poza Meta-Wiki, Wikispecies, Wikimedia Commons i Wikidata pozostałe projekty funkcjonują w wielu wersjach językowych, w tych ostatnich podano liczby aktywnych użytkowników z wszystkich projektów językowych łącznie. Jako użytkownik aktywny definiowany jest internauta, który w miesiącu dokonał minimum 5 edycji w projekcie. Dane uzyskane ze strony Erika Zachte, Statistics, [online:] <http://stats.wikimedia.org/wikispecial/EN/Sitemap.htm> [dostęp 30.08.2013].

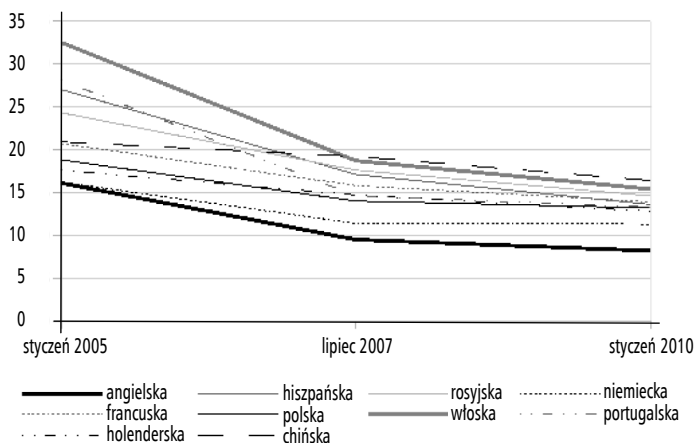
strukturę wskazywał już Manuel Castells, pisząc, że właśnie dzięki niej możliwe było rozgałęzianie i tworzenie wielu wersji oprogramowania GNU/Linux¹⁷. Na przełomie tysiącleci, gdy opublikowana została jego praca, popularność zyskiwała nowa teoria ewolucji kulturowej pod nazwą memetyki. Zakładała ona, że podobnie jak w środowisku organizmów żywych kultura rozwija się poprzez replikowanie i mutowanie jej najmniejszych elementów, memów, czyli porcji informacji. Nierzadko szybko replikujące się informacje w świecie kultury porównywano do biologicznych wirusów¹⁸. Zauważyć należy, że na krótkich komunikatach bazują takie serwisy, jak Facebook i Twitter, a także Flickr, jeśli przesłanie zdjęcia traktować jako niewymagający zbyt wiele czasu akt komunikacyjny. Jeżeli skuteczność komunikacyjna miałaby wiązać się z małymi porcjami informacji, co jest podkreślane chociażby w marketingu wirusowym, należałoby obserwować zjawisko zmniejszania ilości treści w działaniach prosumentów. Na rycinie 2 przedstawiono sytuację zmniejszania się liczby słów przypadających na jedną edycję w dziesięciu najbardziej popularnych¹⁹ wersjach językowych Wikipedii.

Zawarte na rycinie 2 dane odnoszą się do liczby słów przypadających na jedną edycję w artykule Wikipedii, jednakże należy dodać, że jako odrębne edycje liczone są także te, które polegają na usunięciu wkładu „wandala”, czyli osoby niszczącej zawartość strony, oraz edycje użytkowników

¹⁷ Zob. M. Castells, dz. cyt., s. 60.

¹⁸ Zob. M. Biedrzycki, *Genetyka kultury*, Warszawa: Prószyński i S-ka 1998, s. 102–118.

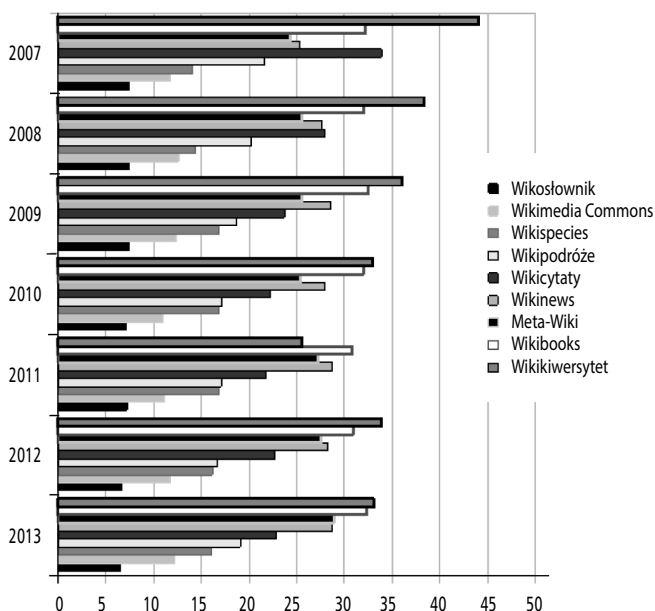
¹⁹ Pominęto wersję japońską ze względu na brak danych, zob. E. Zachte, *Statistics*, dz. cyt.



Rycina 2. Liczba słów przypadających na jedną edycję w poszczególnych wersjach językowych Wikipedii. W przypadku wersji francuskiej, niemieckiej oraz hiszpańskiej z powodu niedostępności danych ze stycznia 2010 roku odniesiono się do danych z listopada roku 2009

Źródło: opracowanie własne na podstawie statystyk Erika Zachte.

wandalizujących lub działania techniczne nieistotne z punktu widzenia zawartości merytorycznej. Do początku 2013 roku często były to też prace wykonywane przez automaty dodające linki do innych wersji językowych. Działalność takich automatów (określanych jako boty) jest w znacznej mierze niewidoczna, to znaczy nie widać ich w rejestrach ostatnich zmian, jeśli użytkownik nie zaznaczy każdorazowo, że chce też zobaczyć wkład botów. Ponieważ są to narzędzia obsługiwane przez niewielu edytorów, ich działań nie należałoby określać jako istotnych z punktu widzenia prosumentckiej aktywności. Ilość treści dodawanych w projektach



Rycina 3. Liczba słów przypadających na jedną edycję w projektach Fundacji Wikimedia. Dla każdego roku dane dotyczą czerwca, poza projektem Wikimedia Commons, dla którego dane odnoszą się do kwietnia

Źródło: opracowanie własne na podstawie statystyk Erika Zachte.

siostrzanych także ulega zmniejszeniu, ale proces ten jest o wiele słabszy. Poza tym wielkość wkładu w jedną edycję jest różna w zależności od rodzaju projektu.

Na rycinie 3 dla czytelności nie został ujęty projekt Wikiźródła, w którym w czerwcu 2006 roku na jedną edycję przypadało 556,4 słów, w tym samym miesiącu w roku 2009 było to 326,9 słów, a w roku 2013 już tylko 204 słowa.

Poza nim w większości projektów na jedną edycję przypada od 5 do 35 słów, czyli mniej więcej tyle co jedno „ćwierknięcie” na Twitterze czy jeden SMS w telefonii komórkowej. Porównując ryciny 1 i 3, nie można stwierdzić, że popularność serwisu jest zależna od liczby słów przypadających na jedną edycję. Jednakże dla pełniejszego oglądu sytuacji określić należy, na czym polega twórczy wkład w te projekty. Wikisłownik jest pierwszym projektem „odpryskowym”, jaki stworzyła społeczność Wikipedii, zanim jeszcze powołano do życia Fundację Wikimedia. Ponieważ część tworzonych haseł nie miała charakteru encyklopedycznego – były to opisy poszczególnych słów – utworzono wielojęzyczny słownik. Wielojęzyczny w tym przypadku oznacza wielość słowników językowych opisywanych w danym języku, jakim posługuje się tworząca go społeczność. Poszczególne hasła są bardzo krótkie, a edytowanie słownika polega na podawaniu mniejszych porcji informacji niż w przypadku rozbudowy haseł encyklopedii.

Kolejnymi dwoma uruchomionymi projektami były Wikicytaty i Wikibooks²⁰. Ten pierwszy miał być kolekcją cytatów, które nadmiernie rozrastały się w hasłach encyklopedii, drugi zaś miał być zarezerwowany dla tekstów o charakterze poradnikowym i podręcznikowym, gdzie poszczególne strony internetowe miały być podstronami książek. Współpraca przy tworzeniu koncepcji podręczników była dość trudna. Często były one opracowywane w małych, kilkuosobowych zespołach, a jeszcze częściej

²⁰ Historię powstawania kolejnych serwisów Wikimedia do roku 2009 można znaleźć na stronie Erika Zachte: Wikimedia Statistics, Creation History, [online:] <http://stats.wikimedia.org/#creation> [dostęp 30.08.2013].

dany podręcznik tworzyła jedna osoba, a inne dokonywały jedynie poprawek redakcyjnych. Mimo początkowej dużej popularności względem Wikicytatów z czasem liczba użytkowników tworzących Wikibooks zaczęła się kurczyć. Kolekcjonowanie cytatów jest znacznie łatwiejsze. Według przyjętych reguł do utworzonych stron poświęconych autorom bądź dziełom każdy może dodać dowolny, swój ulubiony cytat. W przypadku cytatów konkretnych osób należy podawać też źródło, z którego wypowiedź pochodzi, jednak – w odróżnieniu od encyklopedii – nie jest to rygorystycznie przestrzegane. Jednen krótki cytat zawiera znacznie mniej treści niż informacja w Wikibooks, która powinna tłumaczyć jakieś zagadnienie, a nie tylko informować o nim. Po kilku latach funkcjonowania Wikibooks w roku 2006 społeczność tego projektu utworzyła Wikiwersytet (Wikiversity), który miał być połączeniem podręczników z platformą do e-learningu. Podobnie jak w Wikibooks, tak i tu liczba słów przypadających na jedną edycję jest duża i wynosi ponad 30 słów, a popularność względem innych projektów, liczona w liczbie aktywnych użytkowników, jest raczej niska. Liczba aktywnych edytorów w Wikicytatach utrzymuje się na stałym poziomie, jest większa niż w Wikiwersytecie, choć mniejsza nadal niż w Wikibooks.

W Wikipodróżach liczba aktywnych edytorów i liczba słów przypadających na jedną edycję jest porównywalna do Wikicytatów, w obu przypadkach mniejsza niż w Wikibooks i Wikiwersytecie. Idea projektu jest podobna do Wikibooks, a polega na tworzeniu przewodników turystycznych na temat regionów i miejscowości świata. Serwis ten pod nazwą Wikitravel funkcjonował do 2012 roku poza serwerami Fundacji Wikimedia. Jego społeczność zdecydowała

się na migrację do wikimediów ze względu na chęć uwolnienia się od komercyjnego podmiotu, który utrzymywał platformę dla tej społeczności.

Mniej popularny od powyższych jest serwis informacyjny Wikinews, w którym liczba słów na edycję jest większa niż w przypadku Wikicytatów i Wikiprodróży, ale znacznie mniejsza niż w Wikibooks i Wikiwersytecie. Skrajnym przypadkiem jest tu poświęcony opisywaniu gatunków biologicznych serwis Wikispecies, gdzie liczba informacji przypadających na jedną edycję jest jedną z najmniejszych (to najmniej popularny projekt). Modularność nie jest wystarczająca, aby tłumaczyć ich małą atrakcyjność dla potencjalnych prosumentów. Choć Wikispecies podobnie jak Wikiprodróż jest serwisem specjalistycznym, to jednak liczba osób kompetentnych do opisywania biologicznych taksonów jest znacznie mniejsza niż turystów mogących opisać odwiedzone miejsca. Niewielka popularność Wikinews może zaś wynikać z tego, że osoby chcące tworzyć informacje o charakterze prasowym nie potrzebują do tego serwisu wiki, ponieważ social media oraz blogosfera dobrze spełniają w tym względzie swoją rolę, aczkolwiek wspólne budowanie reportażu poprzez współdzielenie się informacjami jest w Wikinews łatwiejsze. Co istotne, ukończony news jest formą zamkniętą, a więc taką zazwyczaj krótką informację trudno wykorzystać jako moduł w innym miejscu.

Także formą zamkniętą są strony tworzone w Wikiźródłach, serwisie poświęconym cyfryzacji dzieł literatury i wszelkich innych, do których wygasły prawa autorskie albo które objęto wolnymi licencjami. Porcje informacji są w nim o rząd wielkości większe ze względu na charakter projektu. Jednakże z tego powodu, że wkład to głównie

kopiowanie istniejących tekstów, twórcza obróbka zajmuje względnie niewiele czasu w stosunku do zamieszczanych treści. Porównać można byłoby w tym względzie ten projekt do Wikimedia Commons, gdzie słowa są jedynie opisem zamieszczanych plików multimedialnych, w większości przypadków zdjęć. Z kolei Wikimedia Commons podobnie jak Wikidane są serwisami służącymi głównie za repozytoria treści graficznych i danych tekstowych. Rozbudowywane są w celu umieszczania tychże treści w edycjach językowych Wikipedii, co powoduje, że w obu projektach edytuje aktywnie kilka tysięcy osób w ciągu miesiąca. Wikidane powstały pod koniec roku 2012, w czerwcu 2013 na jedną edycję przypadało 10,5 słowa, czyli pod względem liczby prosumentów i porcji informacji oba projekty są porównywalne.

Ostatni z prezentowanych na rycinach projektów to utworzony w tym samym roku co Wikipedia serwis Meta-Wiki. Jego funkcją jest omawianie spraw dotyczących działalności całego ruchu wikimedia, jak i dyskusje oraz głosowania dotyczące dalszego rozwoju ruchu Fundacji Wikimedia. Nagły wzrost aktywnych edytorów na przełomie 2012 i 2013 roku jest trudny do wytłumaczenia, gdyby brać pod uwagę tylko kwestię modularności.

Poza samą liczbą informacji przypadającą na jedną edycję istotne jest też to, na ile „moduły” mogą być wymieniane między użytkownikami. Chociaż treści haseł w Wikipedii nie krążą między artykułami, to hasła mogą być tłumaczone na inne języki, zaś dane gromadzone w Wikidanych oraz pliki z Wikimedia Commons zamieszczane są w wielu projektach. Modularną formę w dużym stopniu

ma też Wikisłownik, w którym pewne frazy, a dokładniej mówiąc strony pełniące funkcje szablonów zamieszczone są w wielu hasłach słownika. Wikibooks, Wikiwersytet czy Wikinews w mniejszym stopniu bazują na szablonach, a bardziej na autorskich wypowiedziach twórców.

W roku 2007 jako alternatywę dla Wikipedii firma Google utworzyła serwis Knol, w którym użytkownicy mogli decydować, czy będą współpracować przy tworzeniu „porcji wiedzy” z innymi czy też będą tworzyć je samodzielnie. Doprowadziło to w krótkim czasie do mozaikowej struktury. Artykuły na podobne lub te same tematy były tworzone przez różne osoby w różnym stopniu współpracujące. Ze względu na niechęć do współdzielenia się z innymi zyskami z reklam, jakie uzyskiwać mogli autorzy, znaczna część stron nie mogła być rozbudowywana, a więc wzbogacana o dalsze porcje informacji. Eksperyment, który miał dawać pozornie więcej wolności autorom w kwestii podejmowania współpracy, został zakończony w roku 2012²¹. Wydaje się więc, że kluczowe dla rozwoju prosumpcji jest umożliwienie innym łatwego dzielenia się wytworzonymi „fragmentami wiedzy”.

Dostęp do informacji

Współwytworzanie treści lub – patrząc na to zjawisko z innej strony – dzielenie się informacjami możliwe jest zawsze. Jednakże tworzenie wielkich systemów informatycznych, jak w przypadku wolnego oprogramowania, lub serwisów skoncentrowanych na danym typie aktywności, jeśli wziąć

²¹ Daty otwarcia i zamknięcia serwisu podane są na jego stronie FAQ, zob. [online:] <http://knol.google.com/faq.html> [dostęp 30.08.2013].

pod uwagę wikimedia, wymaga określenia reguł odnośnie do tego, jakie treści i w jaki sposób mogą być kumulowane w danym projekcie. O ile w serwisach takich jak YouTube czy Facebook treści ze sobą są słabo powiązane, a użyteczne są tylko fragmenty, nie całości, to w wikimediach istotne jest wspólne tworzenie standardów dla konkretnych projektów. W przypadku wolnego oprogramowania projekty rodzą się na bazie dużej dowolności działań, a produkty finalne wynikają nie z planu, a z bazarowego modelu wymiany²². Social media z kolei bazują raczej na krańcowej użyteczności. Wikimedia znajdują się w tym przypadku pomiędzy obiema skrajnymi ideologiami uczestnictw: użytecznością i hakowalnością²³. Hakerzy tworzący *open source* posiadają specjalistyczną wiedzę oraz umiejętności, aby móc wytwarzać kod i dzielić się nim. W mediach społecznościowych nie ma prawie żadnych wymagań, poza przestrzeganiem narzuconego regulaminu.

Skoro projekty prosumenckie nie są tworzone przez profesjonalistów, to dla ich użyteczności prosumenci sami muszą się wzajemnie weryfikować. W przypadku oprogramowania weryfikacja jest w miarę łatwa. Program działa tak, jak chce tego użytkownik, albo nie. W wikimediach potrzebny jest zazwyczaj zewnętrzny arbiter, jakim może być „wiarygodne źródło”. W zależności od projektu ta wiarygodność jest mniej lub bardziej istotna. W Wikipedii źródła informacji są potrzebne, ponieważ ma być ona zbiorem faktów. W Wikicytatach także jest potrzeba podania źródła, w którym dany cytat się pojawił, ale zbiór

²² Zob. E. Raymond, *Katedra i bazar*, przeł. A. Skura, 2001, [online] <http://www.linuxcommunity.pl/strona/2457/katedra-i-bazar.html> [dostęp 30.08.2013].

²³ Zob. J. Burgess, J. Green, dz. cyt., s. 99–100.

cytatów jest znacznie luźniejszą formą niż spójny artykuł encyklopedii. W Wikiźródłach i w Wikimedia Commons społeczność musi upewnić się, czy duże porcje informacji (pliki i teksty) nie podlegają restrykcyjnej ochronie prawnoautorskiej i czy można się nimi swobodnie dzielić. Jeżeli chodzi o materiały graficzne, to dotyczy to przede wszystkim archiwalnych zdjęć czy kopii dzieł sztuki. We wszystkich tych przypadkach potrzebny jest więc dostęp do źródeł, aby móc zweryfikować informacje i legalność ich użycia.

Ponieważ nie istnieje odgórnie narzucony plan pracy, w danej tematyce można bez pośpiechu uzupełniać serwisy o nowe porcje wiedzy. Sytuacja jest odmienna w przypadku serwisu Wikinews, gdzie podawanie starych informacji traci sens ze względu na rodzaj medium. Udostępnienie informacji powinno być szybkie względem opisywanego wydarzenia. Jeżeli dotyczyć ma to lokalnych wydarzeń, a wiadomości są autorskimi reportażami, współpraca przy weryfikacji staje się prawie niemożliwa. Co więcej, nowe informacje są prędzej dodawane w Wikipedii. W środowisku wikipedystów co jakiś czas wybuchają spory o to, czy nowe zjawisko powinno być od razu zamieszczane w Wikipedii, dzięki czemu może być ona ciągle aktualna, czy raczej należy poczekać, aż dane wydarzenie będzie opisane w publikacjach naukowych albo innych fachowych mediach. Nacisk na aktualność jednak jest na tyle silny, że przerzucenie tej aktywności prosumenckiej do Wikinews nie następuje.

Przez pierwsze lata także niezbyt liczna była społeczność Wikiźródeł, głównie ze względu na technologiczne problemy z cyfryzacją dzieł. Pojawienie się GoogleBooks,

jak i kilku innych serwisów gromadzących zeskanowane pliki książek, pozwoliło na ich łatwiejszą obróbkę i zapis na stronach wiki, czyli w internetowym edytorze tekstu. Współpraca w tym przypadku polega na wzajemnym sprawdzaniu wierności tworzonych kopii w stosunku do oryginałów, a internauci rozwijający projekt określają siebie mianem wikiskrybów.

Jeżeli chodzi o Wikispecies, opisywanie taksonów, i to w szerszym ujęciu, następuje także w Wikipedii. W 2012 roku w kilku wersjach językowych Wikipedii zaczęto masowo dodawać bardzo krótkie artykuły o gatunkach zwierząt. W Wikipediach w języku szwedzkim i niderlandzkim w ciągu kilku miesięcy utworzono w ten sposób ponad pół miliona haseł w każdej. Było to możliwe dzięki dostępowi do kilku internetowych baz danych. Ponieważ społeczność Wikispecies nie posiadała narzędzi do masowego tworzenia artykułów, projekt stracił prawie zupełnie na znaczeniu. W odróżnieniu od podzielonej na wiele wersji językowych Wikipedii opis taksonu w Wikispecies jest głównie wprowadzaniem danych po łacinie, a językiem społeczności jego użytkowników jest angielski.

Monopolizacja prosumpcji

Przedstawiona w poprzedniej części „kanibalizacja” nastąpiła poprzez zmonopolizowanie przez Wikipedię aktywności mającej na celu opis gatunków biologicznych. O monopolizacji w odniesieniu do dzielenia się nowymi informacjami można też mówić w przypadku Wikipedii, gdy porównać ją do działań Wikinews. Jednakże przyczyny zjawiska należałoby szukać także w tym, że duża liczba

wikipedystów w krótkim czasie może wytworzyć i utrzymać pewnego typu aktywność prosumencką. Nie udaje się to społecznościom bardziej wyspecjalizowanych projektów Fundacji Wikimedia.

W *Miękkim ostrzu* Paul Levinson zaznaczał, że media, które są specyficzne w swojej formie, mają większe szanse na przetrwanie, dodając, że zależy to od tego, na ile upodabniają się do naturalnych form komunikacji. Radio mogło przetrwać, ponieważ nie pojawiło się nowe wszechstronne medium skoncentrowane tylko na dźwięku, za to udźwiękowienie kinematografii uśmierciło film niemy²⁴. Podobnie Wikipedia, a wcześniej encyklopedie elektroniczne wyeliminowały swoje papierowe poprzedniczki, ograniczone formą egzemplarza²⁵. Poza papierowymi encyklopediami konkurencją dla Wikipedii były tylko formy elektroniczne, bazujące jednak na tych samych korpusach, co papierowe poprzedniczki, i dodatkowo nienastawione na rozwijanie objętości haseł.

W przypadku pozostałych wikimediów sytuacja nie jest tak oczywista. Wydawców encyklopedii na rynku nigdy nie było wielu, w odróżnieniu od wydawców słowników czy przewodników turystycznych. Wikinews jako serwis informacyjny miał od początku nikłe szanse na ekspansję w przestrzeni prosumpcji, ponieważ liczba wydawców serwisów informacyjnych w internecie jest bardzo duża i dodatkowo konkurencyjne są dla niej media mające także funkcje skupiania uwagi na newsach, jak

²⁴ Zob. P. Levinson, *Miękkie ostrze: naturalna historia i przyszłość rewolucji informacyjnej*, przeł. H. Jankowska, Warszawa: Muza 1999, s. 159–160.

²⁵ O eliminacji formy egzemplarza pisze m.in. R. Czajka, *Egzemplarz umarł, w: My, dzieci sieci. Wokół manifestu*, oprac. M. Skotkicka, Warszawa: Fundacja Nowoczesna Polska 2012.

Twitter czy chociażby polski serwis Wykop.pl. Profesjonalne serwisy informacyjne skłoniły się w kierunku daleko idącej współpracy z internautami, nie tylko odnosząc swoje treści do komentarzy, ale i zachęcając do „dostarczania treści”. Tym samym stały się jedynie firmowym opakowaniem do informacji. Dla Wikiźródeł konkurencyjny okazał się serwis GoogleBooks, ale ze względu na to, że bazował tylko na skanowaniu istniejących dzieł, Wikiźródła mogły być wobec niego komplementarne. Mogły też zyskiwać na popularności poprzez odniesienie się do wcześniejszego ważnego przedsięwzięcia, jakim był Projekt Gutenberg. Przedsięwzięć tego typu także w internecie nie było zbyt wiele, a więc poczucie sensowności działania było większe niż przy angażowaniu się w Wikinews.

Szczególnie problematyczna jest sytuacja z projektami Wikibooks i Wikiwersity. Chociaż jednym z ważniejszych działań Fundacji Wikimedia było nakierowanie na współpracę z instytucjami edukacyjnymi²⁶, współpraca z nimi częściej miała miejsce na stronach Wikipedii niż w projektach poświęconych tworzeniu podręczników i aktywności o charakterze e-learningu. Z jednej strony środowisko pedagogów nie włączało się we współtworzenie podręczników, bo nie miały one dużych szans na oficjalne wejście w maszynę edukacyjną. Z drugiej strony książki o charakterze poradnikowym cieszyły się małym zainteresowaniem ze względu na to, że funkcje te wystarczająco dobrze pełniły fora internetowe, pozwalające na szybkie uzyskiwanie porad od zaangażowanych internautów.

²⁶ Zob. S. Skolik, *Między kulturą hakerską a instytucjami kultury i nauki. Ramy kreowania kapitału intelektualnego w projektach Fundacji Wikimedia*, „Management” 2012, nr 1 (16).

Mówienie o konkurencji zamiast o szerokim dzieleniu się także poza poszczególnymi projektami wolnej kultury wydaje się zaprzeczać ich idei. Jednakże w odróżnieniu od kodu wykorzystywanego w wolnym oprogramowaniu użyteczność porcji informacji poza wikimediami, nie licząc zdjęć, wydaje się co najmniej problematyczna. Tworzenie miniencyklopedii, jeśli ma się dostęp do całej lub na przykład słownika polsko-niemieckiego na bazie Wikisłownika, nie prowadziłyby do wytworzenia wartości dodanej. Choć często powstają lustrzane serwisy (mirrory), celem właścicieli tychże jest jedynie pozycjonowanie ich w wyszukiwarkach dla uzyskiwania wpływów z reklam. Dekadę temu presumpcja mogła być traktowana jako nowe zjawisko, będące alternatywą do wytwarzania treści kultury. Jednakże aktywność prosumencka internautów w krótkim czasie skupiła się na rozwijaniu tylko nielicznych portali internetowych. Co więcej, o ile w przypadku wikimediów był to początkowo spontaniczny ruch, z czasem poddawał się on coraz bardziej instytucjonalizacji.

Niezależnie od narzucanym ram organizacyjnych „porowatość” mediów nadal występuje. Wikimedia Commons zawiera znaczną liczbę zdjęć na wolnych licencjach pobranych przez użytkowników z serwisu Flickr, zaś z Commons korzysta z wzajemnością serwis Fotopolska. Kilkuletnia aktywność autora w Wikinews doprowadziła do przekonania kilku społeczności serwisów informacyjnych działających w Polsce, aby ich członkowie swoje informacje zamieszczali na wolnych licencjach. Efektem tego było zamieszczanie wiadomości z tych serwisów w Wikinews, ale także dzielenie się pełnymi tekstami między kilkoma z nich, jak również powstawanie serwisów automatycznie agregujących

newsy z kilku portali. Media skoncentrowane na technologicznym agregowaniu informacji nie przyczyniały się jednak do wzrostu aktywności prosumenckiej.

Wikimedialna wojna postu z karnawałem

Gdy w roku 2007 nastąpił dramatyczny spadek wzrostu liczby nowych edytorów Wikipedii, zarówno społeczności wikipedystów, jak i rozwijająca się liczebnie fundacja zaczęły poszukiwać klucza do tego, aby krzywą „S” na powrót zmienić w krzywą „J”. Najczęściej w dyskusjach wskazywano na dwie przyczyny kryzysu: postępująca komplikacja kodu źródłowego na stronach wikimediów oraz wzrost liczby reguł. Oba zjawiska przyczyniały się do zwiększania progów dla nowicjuszy, którzy chcieliby włączyć się w redagowanie największej encyklopedii świata.

Przez kilka lat Fundacja Wikimedia postulowała podjęcie działań na rzecz stworzenia edytora graficznego podobnego do edytorów tekstu, takich jak Microsoft Word czy OpenOffice. Pierwsze wzmianki na ten temat w dyskusjach pojawiać się zaczęły w roku 2010, ale dopiero na przełomie lat 2012 i 2013 udostępniono do testowania nowe narzędzie pod nazwą VisualEditor. Wdrożone zostało w fazie beta w lipcu 2013 roku, razem z nowym systemem powiadomień podobnym do tych używanych w mediach społecznościowych. Wcześniej użytkownik był powiadamiany przez oprogramowanie, jeśli ktoś dokonał wpisu na jego stronie dyskusji; od sierpnia jest informowany też wówczas, jeśli ktoś zamieścił link do jego strony użytkownika w jakimkolwiek miejscu w danej edycji językowej Wikipedii.

Na początkowym etapie rozwoju oprogramowania MediaWiki brał udział znaczny odsetek wikimedian (pierwotnie tylko wikipedystów, bo pozostałe projekty jeszcze nie istniały), z tego względu, że znaczna część tych prosumentów posiadała odpowiednie kwalifikacje. W drugiej dekadzie XXI wieku w znacznej mierze oprogramowanie było już rozwijane przez zatrudnionych w fundacji programistów. To ponowne rozdzielenie świata prosumenckiego na profesjonalnych programistów i użytkowników oprogramowania prowadzi do oporów wobec zmian narzucających przez fundację. Dołączenie do systemu powiadamiania funkcji „podziękuj” technicznie wzorowanej na facebookowym „like it” wywołało w kilku wersjach językowych Wikipedii na tyle istotną falę protestów, że lokalnie wikipedyści z odpowiednimi umiejętnościami technicznymi od razu tworzyli skrypty wyłączające tę funkcję. Wprowadzenie zaś edytora wizualnego ułatwiającego pracę nowym użytkownikom przez część społeczności potraktowane było jako „ukrycie kodu” strony, a więc działanie odwrotne do założeń idei *free software*. Podobne negatywne reakcje pojawiały się w środowisku użytkowników systemów GNU/Linux, gdy nowe dystrybucje tworzone były nie z myślą o wolności kodu, a o użyteczności oprogramowania dla większej liczby osób.

Równolegle do procesu przerzucania tworzenia technicznego zaplecza na pracowników zatrudnianych przez fundację zachodził proces biurokratyzacji procedur. Nie tylko zwiększała się liczba tych nowych²⁷, ale też strony

²⁷ Zob. S. Skolik, *Społeczne tworzenie Wikipedii. Perspektywa aktywnego uczestnika projektu*, w: *Media i społeczeństwo. Nowe strategie komunikacyjne*, red. M. Sokołowski, Toruń: Adam Marszałek 2008.

opisujące zasady Wikipedii stawały się kilkukrotnie większe, niektóre wzrastały nawet kilkunastokrotnie, biorąc pod uwagę liczbę słów²⁸. Udział fundacji w tym procesie nie był zbyt wielki, ponieważ społeczności autonomicznie przyjmowały lub odrzucały jej propozycje, na przykład cenzurowania stron zawierających akty bądź zdjęcia o charakterze pornograficznym. Miejszem komunikacji między społecznościami a fundacją, nie licząc list mailingowych, jest serwis Meta-Wiki. Większa liczba osób edytujących od końca roku 2012 świadczyć może o tym, że pojawiła się potrzeba ściślejszego współdziałania między użytkownikami amatorami a pracownikami profesjonalistami. Niemniej portal ten stworzony przez wikimedian dla siebie stał się miejscem negocjacji między coraz bardziej wypiętrzającą się organizacyjnie fundacją a w miarę jeszcze amorficznymi społecznościami. W roku 2010 Bohdan Jung pisał, że „konkurentami dla tytanów ery przemysłowej nie są inne firmy, lecz połączone i amorficzne masy samoorganizujących się jednostek”²⁹. Ten luz organizacyjny niekoniecznie musi pozostawać trwałym zjawiskiem. Potrzeba standaryzacji, pewności działania w danym społecznym świecie prowadzi do wytworzenia coraz bardziej kosztujących form organizacyjnych, co skutkować może „uwięzieniem prosumentów”, podobnym do „uwięzienia klientów” przez korporacje³⁰.

²⁸ Zob. B. Butler, E. Joyce, J. Pike, *Don't Look Now, But We've Created a Bureaucracy: The Nature and Roles of Policies and Rules in Wikipedia*, New York: Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems 2008.

²⁹ B. Jung, *Inna ekonomia i ekonomia współpracy – lekcje savoir-vivre'u Web 2.0*, w: *Wokół mediów ery Web 2.0*, red. B. Jung, Warszawa: WAIp 2010, s. 244.

³⁰ Zob. K. Levis, *Twórcy i ofiary ery internetu*, przeł. A. D. Czajkowska, Warszawa: Muza 2010, s. 250–254.

W 2010 roku w serwisie Meta-Wiki powstała strona, następnie rozwijana, której celem było zdefiniowanie ruchu wikimedia. Tworzona była nie tylko przez członków samej fundacji, jednakże definiowanie to odbywało się poza udziałem społeczności. Jednym z finalnych dokumentów jest strona określająca aktorów uczestniczących w ruchu i ich role. W diagramach dołączonych do dokumentu centralne miejsce zajmują nie edytorzy, a fundacja³¹. Być może na potrzebę takiego definiowania wpływ miał świat nauki lub szerzej – publikacje różnego rodzaju analityków. Zdefiniowanie zjawiska prosumpcji prowadziło do pytania o to, co ludzi motywuje do dzielenia się wiedzą, a to z kolei do potrzeby tworzenia systemu motywacyjnego w samym środowisku wikimediów. Przyjęcie perspektywy katedralnego, w rozumieniu Erica Raymonda³², myślenia w ramach fundacji skutkowało coraz większą potrzebą profesjonalizacji.

Wtórna profesjonalizacja poprzez instytucjonalizację jednego z najwyraźniejszych odłamów ruchu wolnej kultury z czasem doprowadzić może do jego wygaśnięcia, ponieważ zaangażowane jednostki utracić mogą w znacznym stopniu podmiotowość. Zbliżanie się w funkcjonalności i użyteczności do mediów społecznościowych rozwijanych przez korporacje doprowadzić może do zatarcia widocznych, z punktu widzenia prosumenta, granic. Poza tym ilość treści, które jeszcze nie zostały wprowadzone do Wikipedii, choć spora, to jednak jest skończona. Kolejne pokolenia

³¹ Zob. *Movement Roles/Current Players and Their Roles*, Meta-Wiki, [online] https://meta.wikimedia.org/wiki/Movement_roles/Current_players_and_their_roles [dostęp 30.08.2013].

³² Zob. E. Raymond, dz. cyt.

niekoniecznie będą dysponować łatwym dostępem do źródeł pozwalających na rozwijanie encyklopedii. Najpotrzebniejsze porcje informacji zostały już udostępnione. Można powiedzieć, że prosumpcja trwać może tak długo, jak długo społecznie wytwarzane dzieła nie zostaną zakończone i jak długo ich społeczności mają potencjał do tworzenia nowych form aktywności.

Bibliografia

- Biedrzycki M., *Genetyka kultury*, Warszawa: Prószyński i S-ka 1998.
- Burgess J., Green J., *YouTube. Wideo online a kultura uczestnictwa*, przeł. T. Płudowski, Warszawa: PWN 2011.
- Butler B., Joyce E., Pike J., *Don't Look Now, But We've Created a Bureaucracy: The Nature and Roles of Policies and Rules in Wikipedia*, New York: Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems 2008.
- Castells M., *Galaktyka Internetu: refleksje nad Internetem, biznesem i społeczeństwem*, przeł. T. Hornowski, Warszawa: Rebis 2003.
- Czajka R., *Egzemplarz umarł*, w: *My, dzieci sieci. Wokół manifestu*, oprac. M. Skotkicka, Warszawa: Fundacja Nowoczesna Polska 2012, s. 29–31.
- Dijk J. van, *Społeczne aspekty nowych mediów*, przeł. J. Konieczny, Warszawa: PWN 2010.
- FAQ serwisu Knol, [online] <http://knol.google.com/faq.html> [dostęp 30.08.2013].
- Jung B., *Inna ekonomia i ekonomia współpracy – lekcje savoir-vivre'u Web 2.0*, w: *Wokół mediów ery Web 2.0*, red. B. Jung, Warszawa: WaiP 2010, s. 242–258.
- Kozinets R. V., *Netnografia. Badania etnograficzne online*, przeł. M. Brzozowska-Brywczyńska, Warszawa: PWN 2012.

- Lessig L., *Remiks. Aby sztuka i biznes rozkwitały w hybrydowej gospodarce*, przeł. R. Próchniak, Warszawa: WaiP 2008.
- Lessig L., *Wolna kultura*, przeł. P. Białokozowicz i in., Warszawa: WSiP 2005.
- Levinson P., *Miękkie ostrze: naturalna historia i przyszłość rewolucji informacyjnej*, przeł. H. Jankowska, Warszawa: Muza 1999.
- Levinson P., *Nowe nowe media*, przeł. M. Zawadzka, Kraków: WAM 2010.
- Levis K., *Twórcy i ofiary ery internetu*, przeł. A. D. Czajkowska, Warszawa: Muza 2010.
- List of keywords, WikiPapers, [online:] http://wikipapers.referata.com/wiki/List_of_keywords [dostęp 30.08.2013].
- Movement Roles/Current Players and Their Roles, Meta-Wiki, [online] https://meta.wikimedia.org/wiki/Movement_roles/Current_players_and_their_roles [dostęp 30.08.2013].
- O'Reilly T., *What Is Web 2.0*, O'Reilly Media 2005, [online] <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html> [dostęp 30.08.2013].
- Raymond E., *Katedra i bazar*, przeł. A. Skura, 2001, [online] <http://www.linuxcommunity.pl/strona/2457/katedra-i-bazar.html> [dostęp 30.08.2013].
- Skolik S., *Miedzy kulturą hakerską a instytucjami kultury i nauki. Ramy kreowania kapitału intelektualnego w projektach Fundacji Wikimedia*, „Management” 2012, nr 1 (16), s. 413–426.
- Skolik S., *Spółeczne tworzenie Wikipedii. Perspektywa aktywnego uczestnika projektu*, w: *Media i społeczeństwo. Nowe strategie komunikacyjne*, red. M. Sokołowski, Toruń: Adam Marszałek 2008, s. 326–342.
- Submission Review, podstrona konferencji Wikimania 2013, [online] http://wikimania2013.wikimedia.org/wiki/Submission_review [dostęp 30.08.2013].
- Tapscott D., Williams A. D., *Wikinomia. O globalnej współpracy, która zmienia wszystko*, przeł. P. Cypriański, Warszawa: WaiP 2008.

Zachte E., Statistics, [online:] <http://stats.wikimedia.org/wiki-special/EN/Sitemap.htm> [dostęp 30.08.2013].

Zachte E., Wikimedia Statistics, [online] <http://stats.wikimedia.org> [dostęp 30.08.2013].



Michał A. Michalski

**Prosumpcja, wolność,
państwo opiekuńcze**





Wprowadzenie

Spoglądając na realia, w których przychodzi nam żyć, niewątpliwie zauważyć można, że wydarzenia i przemiany ostatnich lat, jakie miały miejsce na świecie, wzywają do krytycznej analizy całości systemu społeczno-politycznego. Ograniczając nasze spojrzenie do Europy (której aktualną formą w wymiarze instytucjonalnym w znacznym zakresie jest Unia Europejska¹) – z całą jej paradoksalną wewnętrzną różnorodnością, ale i podobieństwem zarazem – otrzymujemy obraz jednocześnie nieoczekiwany, niekiedy niepokojący, a z punktu widzenia badacza ze wszech miar interesujący.

Wśród elementów tej swoistej mozaiki na plan pierwszy – po części za sprawą mediów, na których preferencje i wrażliwość w doborze tematów w znacznej mierze społeczeństwo jest zdane – wysuwa się sfera reprodukcji materialnej. Z tego też powodu w sposób szczególny uwagę publiczności medialnej przykuwają zdarzenia i zjawiska dotyczące gospodarki, która – uogólniając nieco – stała się areną kryzysu, będącego czymś o wiele poważniejszym niż tylko

¹ Zob. M. Wojciechowski, *W ustroju biurokratycznym*, Warszawa: Fronda 2004, s. 69

okresowym spadkiem koniunktury, po którym cały system stopniowo powracać zaczyna w okolice równowagi. Jedną z konsekwencji takiego stanu rzeczy było i jest stawianie pytań pod adresem nie tylko polityków wpływających na bieżący i przyszły kształt ładu społeczno-gospodarczego, ale także ekonomistów, których rola jako ekspertów biorących udział w wyznaczaniu kierunków i sposobów zarządzania organizacją społeczną w ostatnich dziesięcioleciach niewspółmiernie wzrosła². Jest to więc – z tego względu – dla przedstawicieli profesji ekonomicznej czas wzywania do odpowiedzi na pytania dotyczące między innymi adekwatności przyjmowanych założeń czy walorów prognozy stycznych ich dyscypliny.

W tej perspektywie, szczególnie interesująca i obiecująca poznawczo okazuje się kategoria prosumpcji, która wciąż nie tylko nie jest w sposób wystarczający obecna w ekonomii, ale także nadal wydaje się pozostawać na marginesie rozważań dotyczących funkcjonowania ładu społeczno-gospodarczego. Gdy chodzi o ekonomię, to warto zauważyć, że jej dominujący nurt wciąż jeszcze (z małymi wyjątkami) pomija tę sferę aktywności gospodarczej, do której odnosi się kategoria prosumpcji, a którą można uznać za pierwotną w stosunku do tak zwanej gospodarki oficjalnej, w której dominują sformalizowane podmioty gospodarcze.

Gdy spojrzymy na prosumpcję i jej znaczenie przez pryzmat aktualnych stosunków w obrębie państwa opiekuńczego, które stara się łącznie realizować ideały demokratycznej równości i materialnej stabilności, to interesująca nas kategoria okazuje się istotna. Jawi się ona między

² Zob. R. R. Wilk, L. Cliggett, *Ekonomie i kultury. Podstawy antropologii ekonomicznej*, przeł. J. Gilewicz, Kraków: Wydawnictwo UJ 2011, s. 73.

innymi jako sfera suwerenności obywatelskiej, która z jednej strony zapobiega powstawaniu próżni socjologicznej, organizując dynamiczną tkankę społeczną, a w kontekście systemu gospodarczego – w znacznej mierze zdominowanego przez megastruktury – tworzy sferę alternatywnych możliwości dostępu do dóbr i usług. W ten sposób prosumpcja staje się tym obszarem, który zapewnia społeczeństwu obywatelskiemu żywotność oraz względną niezależność od administracji państwowej i systemu sformalizowanych organizacji gospodarczych.

W obliczu aktualnych wyzwań – takich jak niewydolność „turbokapitalizmu” i państwa dobrobytu – okazuje się więc, że prosumpcja może stanowić zarówno sposób na przetrwanie kryzysu, jak i rezerwuar przedsiębiorczości, innowacyjności i solidarności, które – na co wiele wskazuje – będą niezbędne w najbliższych latach.

W artykule zostanie wykorzystany i zestawiony dorobek przede wszystkim takich autorów, jak Erich Fromm, Alvin Toffler, Peter L. Berger oraz Gösta Esping-Andersen, a rozważania będą prowadzone w duchu zbliżonym do humanistyki zaangażowanej, którą można uznać za perspektywę w jakiejś mierze wspólną dla wymienionych wyżej autorów.

W czym tkwi aktualny problem?

Rozpoczynając podążanie w głąb problemu postawionego w tytule, warto zadać pytanie o aktualne samopoczucie człowieka początku dwudziestego pierwszego wieku. Jak mogą sugerować takie tytuły publikacji, jak *The Loss of Happiness in Market Democracies*, której autorem jest Robert E.

Lane, czy chociażby paradoks Easterlina, według którego wzrost dobrobytu nie przekłada się wprost proporcjonalnie na wzrost odczuwanego szczęścia, coś jest na rzeczy, gdy chodzi o kondycję człowieka jako podmiotu aktualnych poszukiwań właściwej drogi rozwoju. Jedno ze źródeł, jakim jest European College of Neuropsychopharmacology (ECNP), w swym raporcie zatytułowanym *The Size and Burden of Mental Disorders and Other Disorders of the Brain in Europe 2010* podaje, że szacuje się, iż co roku 38,2% populacji Unii Europejskiej cierpi na zaburzenia psychiczne³.

Wygląda więc na to, że – pomimo niewątpliwego wzrostu poziomu życia, w porównaniu z epokami wcześniejszymi, i relatywnie większym możliwościom działania – człowiek ery obecnej zdaje się nie być bardziej szczęśliwy niż jego przodkowie z przeszłości. W tym kontekście wydaje się stale aktualna obserwacja Fromma, który w wydanej po raz pierwszy w 1941 roku *Ucieczce od wolności* pisał, że: „czynniki prowadzące do osłabienia indywidualnego »ja« jednostki zyskały na wadze, natomiast te, które miały człowieka wzmocnić, straciły stosunkowo na znaczeniu. Wzrosło poczucie beziśły i osamotnienia, wolność człowieka od wszelkich tradycyjnych więzów stała się jeszcze wyraźniejsza, podczas gdy szanse indywidualnych osiągnięć ekonomicznych zmalały. Człowiek czuje swe zagrożenie przez gigantyczne moce i sytuacja pod wieloma względami przypomina wiek piętnasty i szesnasty”⁴.

³ Zob. H.-U. Wittchen i in., *The Size and Burden of Mental Disorders and Other Disorders of the Brain in Europe 2010*, „European Neuropsychopharmacology” 2011, nr 21, s. 656.

⁴ E. Fromm, *Ucieczka od wolności*, przeł. O. i. A. Ziemiński, Warszawa: Czytelnik 1978, s. 126.

Próbując znaleźć odpowiedź na tak zdiagnozowany problem, warto przyrzeć się ramom, w jakich funkcjonują społeczeństwa Europy, gdyż to one w znacznym stopniu, wyznaczając przestrzeń społecznego działania, wskazują jego kierunki, cele i środki. Wydaje się uprawnione, by za takie elementy uznać z jednej strony koncepcję społeczeństwa obywatelskiego, a z drugiej państwa opiekuńczego. Oczywiście rzeczywistość społeczna – szczególnie dotycząca tak rozległego i wewnętrznie zróżnicowanego obszaru – jest nie dwu-, lecz wielowymiarowa, niemniej jednak to uproszczenie ma nam pomóc zobaczyć interesujący nas problem dokładniej.

Skoro jest więc tak, że w badanych społeczeństwach próbuje się urzeczywistniać obie wymienione koncepcje jednocześnie, to warto przy tej okazji postawić pytanie, czy koncepcje społeczeństwa obywatelskiego i państwa opiekuńczego są ze sobą zbieżne. Odpowiedź na nie jest o tyle istotna, że w dwudziestym wieku obie one stawały się ważnymi punktami odniesienia dla myślenia o kierunkach rozwoju państwa i społeczeństwa. Idąc tym tokiem myślenia, dochodzimy do postawienia fundamentalnego problemu, który można wyrazić następująco: czy – a jeśli tak, to w jaki sposób – mogą jednocześnie funkcjonować społeczeństwo obywatelskie i państwo opiekuńcze? Czy może też jest tak, że symbioza ich obu jest niemożliwa? Zdaję sobie sprawę, że rozwiązanie tego problemu wymagałoby rozległych studiów i analiz i nie jest to możliwe w ramach tego artykułu, niemniej uważam, że pytanie to należy tu postawić. Mam przy tym nadzieję, że poczynione tu rozważania wniosą coś ważnego do refleksji nad tym problemem.

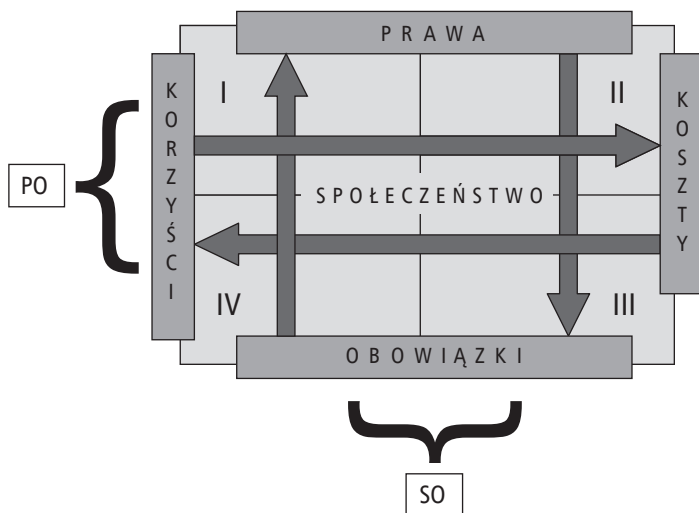
Teza, którą chcę postawić w niniejszym artykule, głosi, że aktualna kondycja społeczna Europy (a także innych

jej bliskich pod względem historycznym i kulturowym regionów) w znacznej mierze wynika z jednoczesnego nakładania się na siebie struktur i instytucji społeczeństwa obywatelskiego i państwa opiekuńczego oraz wynikających z tego paradoksów i sprzeczności. W tym kontekście prosumpcja – traktowana szerzej niż tylko produkcja i konsumpcja dóbr i usług – jawi się jako potencjał, dzięki któremu z jednej strony społeczeństwa odtwarzają swą tkankę społeczną oraz kluczowe zasoby, a z drugiej potrafią przezwycięzać porażki i niedostatki rozwiązań politycznych i rynkowych.

Umieszczony tu schemat (rycina 1) ma pomóc ukazać problem, z jakim zmagają się państwa odpowiadające charakterystyce przyjętej w niniejszym artykule. Otóż proponujemy, by opisać kluczowe wymiary dwóch analizowanych tu koncepcji: w ten sposób społeczeństwo obywatelskie charakteryzowałyby z jednej strony prawa, a z drugiej obowiązki, podczas gdy państwo opiekuńcze to przede wszystkim określone korzyści, z którymi z kolei wiążą się pewne koszty. Ukazane łącznie i ustawione naprzeciw siebie wymienione wymiary wyznaczają przestrzeń, w której przenikają się życie społeczne i życie państwowe. W tak opisanym obszarze wydzielić można z kolei cztery podobszary (ćwiartki), które widać na poniższym schemacie.

Intencją takiego ukazania współzależności pomiędzy analizowanymi koncepcjami jest możliwość zobrazowania tego, że bieżąca polityka może koncentrować się – i wydaje się, że w znacznej mierze na obszarze objętym analizą tak jest – nie na całym obszarze społecznym, lecz na jego fragmencie. W przypadku naszego artykułu uważam, że uprawnione jest postawienie tezy, iż w celu uzyskiwania

NAKŁADANIE SIĘ I PRZENIKANIE WYMIARÓW SPOŁECZEŃSTWA
OBYWATELSKIEGO I PAŃSTWA OPIEKUŃCZEGO



PO – państwo opiekuńcze

SO – społeczeństwo obywatelskie

Rycina 1. Nakładanie się i przenikanie wymiarów społeczeństwa obywatelskiego i państwa opiekuńczego

Źródło: opracowanie własne.

krótkoterminowych sukcesów politycznych uwaga społeczeństwa i wywodzącego się z niego elektoratu skoncentrowana zostaje na ćwiartce pierwszej (obszar zaznaczony wzorem szachownicy), gdzie znajdują się prawa oraz korzyści. Pozostałe sfery – w których obecne są obowiązki i koszty – są przesuwane na dalszy plan i traktowane z mniejszą atencją. Oznacza to, że poparcie społeczne

najłatwiej zdobywa się, roztaczając przed jednostkami wizję dostępnych praw i korzyści, a więc obiecując swobody obywatelskie i bezpieczeństwo socjalne.

W ten sposób faktyczny obraz ulega zniekształceniu, a poprzez koncentrację bieżącej uwagi na kwestiach efektywnych pod względem pozyskiwania przychylności społecznej zapewnia się niezbędne poparcie polityczne. W konsekwencji wolność sprowadzana jest do uzyskiwania praw i czerpania korzyści, co de facto stanowi jej redukcję i zasadnicze zniekształcenie. Pomija się w ten sposób zasadniczy jej aspekt – swoiste dopełnienie wolności – jakim jest odpowiedzialność, która w kontekście naszego schematu sprowadza się do akceptowania i respektowania obowiązków i kosztów⁵. W którymś momencie jednak te marginalizowane bądź „ukrywane” elementy realiów społecznych domagają się zwrócenia na nie uwagi.

Warto tu jeszcze postawić pytanie – na które poszukiwać będziemy odpowiedzi – o to, czy w takiej sytuacji zyskuje czy też traci sfera prosumpcji.

Przedstawienie ram definicyjnych

W rozważaniach tu podjętych wyjdziemy od kwestii wolności, którą na swój sposób można uznać za oś zjawisk tu analizowanych. Wydaje się wręcz, że można ją uznać za jeden z lejtmotywów w historii ludzkości w ogóle, a dwudziestego wieku w szczególności, co potwierdza między

⁵ Zob. np. R. Sennett, *Korozja charakteru. Osobiste konsekwencje pracy w nowym kapitalizmie*, przeł. J. Dzierzgowski, Ł. Mikołajewski, Warszawa: Muza 2006; D. Callahan, *The Cheating Culture. Why More Americans Are Doing Wrong to Get Ahead*, Orlando: Harcourt 2004.

innymi Fromm⁶. Wydawać by się mogło, że wspomniane stulecie – które w istocie obfitowało w wydarzenia i przemiany z wolnością bezpośrednio związane – właściwie zakończyło historyczny „marsz ku wolności”, która obecnie miałaby być dobrem ogólnodostępnym. Niestety stwierdzenie takiego faktu należałoby uznać w jakiejś mierze za wciąż nieuprawnione.

Podjmując kwestię wolności, skorzystamy z propozycji Fromma, który w swym dorobku wszechstronnie i umiejętnie zarówno diagnozował, jak i analizował zasadnicze problemy ubiegłego stulecia, i co istotne, okazuje się pozostawać autorem w znacznym stopniu wciąż aktualnym. Fromm stwierdza w pracy *Ucieczka od wolności*, że „[...] egzystencja ludzka i wolność są od początku nierozłączne”⁷. Wyróżnia on jednocześnie „wolność od” oraz „wolność do”. Pierwszy rodzaj to tak zwana wolność negatywna, którą Fromm rozumie jako „[...] wolność od instynktownie zeterminowanego działania”⁸. Prezentuje on stanowisko, według którego ludzkie zapośredniczenie w przyrodzie stanowi punkt wyjścia, z którego człowiek wyrusza, by poszerzyć przestrzeń dla swego pełnego rozwoju. Dlatego w swej historii ludzkość podejmuje trud emancypowania się z porządku natury i więzi pierwotnych⁹. Tu otwiera się z kolei druga – tak zwana pozytywna – „wolność do”. Stanowi ona według Fromma przestrzeń umysłowego i emocjonalnego rozwoju, w której jednak – jak się okazuje – człowiek nie odnajduje spodziewanej pełni rozwoju. Znajduje

⁶ Zob. E. Fromm, dz. cyt., s. 21.

⁷ Tamże, s. 47.

⁸ Tamże.

⁹ Zob. tamże, s. 49–50.

się on więc w sytuacji, gdy już porzucił swoje zakorzenie (i związane z nim bezpieczeństwo), a oczekiwanego szczęścia nie udało mu się odnaleźć. Tu – zdaniem Fromma – tkwi geneza swoistej ucieczki od wolności, która przybiera formę albo zgody na konkretną formę zniewolenia, albo zupełnego zobojętnienia¹⁰.

Powyższa diagnoza może wydawać się przesadzona i nieprzystająca do obecnych czasów. Okazuje się jednak, że jej aktualność potwierdzają Alvin i Heidi Tofflerowie, którzy w książce wydanej przed kilkanaście laty obserwują zjawiska odpowiadające pod wieloma względami stanowisku Fromma. Piszą oni, że: „aby uciec od tego, co wygląda jak chaos, albo przynajmniej o nim zapomnieć, miliony ludzi ucieka w zachłanne oglądanie telewizji, gdzie programy emitowane w konwencji »reality show« udają rzeczywistość. Tysiące ludzi umawia się tworząc »flash mob« i zgromadziwszy się tłumnie w jednym miejscu wszczyna wielką bitwę na poduszki. A jeszcze gdzie indziej uczestnicy gier on-line płacą tysiące jak najbardziej autentycznych dolarów za wirtualne miecze, za pomocą których, jako wirtualni wojownicy, mogą zdobywać wirtualne zamki czy dziewcziny. Nierealność rozprzestrzenia się”¹¹.

Jeśli chodzi o sposób rozumienia społeczeństwa obywatelskiego, to niewątpliwie mamy do czynienia ze sporą różnorodnością w definiowaniu tego terminu. Dlatego uważam, że warto skorzystać z wkładu Micheala Novaka, który pisze, że: „[...] gdy dzisiaj mówimy o społeczeństwie obywatelskim, nie mamy na myśli społeczeństwa czasów

¹⁰ Zob. tamże, s. 51.

¹¹ A. Toffler, H. Toffler, *Rewolucyjne bogactwo*, przeł. P. Kwiatkowski, Przemyśl: Kurpisz 2007, s. 14.

habsburskich – nie chodzi o cywilne społeczeństwo *ancien régime'u*, lecz o społeczeństwo cywilne wyobrażone na wzór modelu amerykańskiego. Ideał, którego szukamy, nie musi być dokładną kopią modelu amerykańskiego, ale z pewnością bliżej mu do niego niż do dawnego ustroju”¹².

Dalej autor ten doprecyzowuje, w jaki sposób należy to rozumieć. Otóż, wbrew potocznym wyobrażeniom, które kojarzą demokratyczne społeczeństwo obywatelskie Stanów Zjednoczonych przede wszystkim z indywidualizmem, sednem tego ustroju jest sztuka stowarzyszania się. Przypomina on o Tocqueville’u, którego uwagę miały przykuć „[...] tysiące stowarzyszeń, społeczności, klubów, organizacji i bractw stworzonych przez samorządnych ludzi nienawykłych do tego, by nakazy, co robić i kiedy to robić, wydawane były przez państwo czy nawet obyczaj”¹³.

Cechami charakteryzującymi zaś ustrój określany mianem społeczeństwa obywatelskiego według Novaka miałyby być, po pierwsze, jego uprzywilejowany status w stosunku do państwa, co jest podstawą samorządności. Oznacza to, że obywatele najpierw starają się podejmować rozmaite działania nastawione na zaspokojenie określonych potrzeb społecznych, a dopiero w razie konieczności zwracają się o pomoc państwa. Po drugie religia stanowi główną społeczną instytucję demokracji. Wynika to z faktu, że wolność sumienia ma charakter priorytetowy wśród innych

¹² M. Novak, *Przyszłość społeczeństwa obywatelskiego*, przeł. A. Legutko, w: *Oblicza demokracji*, red. R. Legutko, J. Kloczkowski, Kraków: Ośrodek Myśli Politycznej 2002, s. 244.

¹³ Tamże, s. 245. Oczywiście warto pamiętać, że od czasów Tocqueville’a sytuacja w Stanach Zjednoczonych uległa zmianie i że można zasadnie wątpić, czy aby dzisiejszy ustrój nie oddalił się od tego „ideału”, o którym tu mowa. Zob. np. L. H. Rockwell Jr, *Civil Rights Socialism*, „The Freeman” 1996, nr 5 (46).

swobód, a historycznie w kulturze europejskiej (i zachodniej w ogóle) judaizm i chrześcijaństwo potwierdziły swój proobywatelski charakter poprzez zachęcanie swych wyznawców do zaangażowania w innych instytucjach w ramach społeczeństwa. Po trzecie cechą opisywanego ustroju jest rozdział kościoła od państwa, czemu zarazem towarzyszyć ma nierozdzielność polityki od religii. W końcu czwartą cechą charakteryzującą społeczeństwo obywatelskie jest przyznanie religii uprawnionego miejsca w debacie publicznej. Wynika to między innymi z rozpoznania, że skoro – jak stwierdzili psychologowie – zakorzenienie religii w psychice w porównaniu z polityką jest głębsze, to eliminowanie wymiaru religijnego z życia społecznego nie odzwierciedlałoby prawdy o konstrukcji człowieka. Oznaczałoby także nieadekwatne i zawężone traktowanie religii, która nie jest sprawą wyłącznie prywatną, ale jest istotnym impulsem, który inspiruje i motywuje człowieka do debaty i współdziałania w sferze publicznej¹⁴.

Jeśli chodzi o sposób rozumienia państwa opiekuńczego, to odniosę się do dorobku Gösta Esping-Andersena. Autor ten bardzo wnikliwie analizuje definiowanie interesującego nas tu terminu – różne podejścia i pomysły w tym zakresie. Próbując w sposób uproszczony opisać ten rodzaj formacji państwowej, warto przytoczyć fragment z początku książki *Trzy światy kapitalistycznego państwa dobrobytu*. Czytamy tam, że „to, co niegdyś było państwem – nocnym stróżem, państwem prawa i porządku społecznego, państwem zorganizowanym na modłę wojskowego ładu czy nawet totalitarnym państwem zbudowanym na instytucjach służących

¹⁴ Zob. M. Novak, dz. cyt., s. 246–249.

przede wszystkim represjom, stało się współcześnie zbiorem instytucji zajmujących się przede wszystkim wytwarzaniem i podziałem dóbr i usług wyznaczających poziom społecznego dobrobytu. Badanie państwa opiekuńczego jest zatem badaniem służącym zrozumieniu nowego zjawiska w dziejach kapitalistycznych społeczeństw¹⁵.

Będziemy więc rozumieć państwo opiekuńcze jako taką formację, która „[...] bierze na siebie odpowiedzialność za zapewnienie swoim obywatelom podstawowego, skromnego poziomu życia”¹⁶. Zdajemy sobie zarazem sprawę, że jest to definicja, która jest próbą uogólnienia, a więc zapewne nie jest dość precyzyjna w odniesieniu do poszczególnych przypadków państwa opiekuńczego. Niemniej wskazuje ona na istotne cechy tego ustroju, którymi są interwencjonizm i paternalizm. Jest on niejako już wpisany w nazwę „państwo opiekuńcze”, gdyż relacja opieki zakłada przecież, że jest ktoś silniejszy i mądrzejszy, kto wie jak i dlaczego podopieczni powinni zachowywać się i postępować w taki, a nie inny sposób.

Prosumpcja – jej znaczenie i rola

W tym miejscu przejdziemy do ukazania – w tak zarysowanym kontekście – prosumpcji i jej znaczenia. Z perspektywy tytułu niniejszego artykułu warto – oczywiście poza zdefiniowaniem kategorii prosumpcji – opisać nieco szerzej, czym ona jest, jaką rolę odgrywa i dlaczego należy zwrócić na nią uwagę w kontekście państwa opiekuńczego.

¹⁵ G. Esping-Andersen, *Trzy światy kapitalistycznego państwa dobrobytu*, przeł. K. W. Frieske, Warszawa: Difin 2010, s. 15.

¹⁶ Tamże, s. 34.

Termin „prosumpcja” zaproponował po raz pierwszy Alvin Toffler w książce *Trzecia fala* z 1980 roku. Podejmuje on w niej kwestie wielowymiarowych przemian kulturowo-społecznych, które doprowadziły do wyłonienia się świata o obliczu, które znamy dziś. Jednym z wątków tam analizowanych jest współzależność pracy i konsumpcji, które pierwotnie dokonywane były jednocześnie w obrębie gospodarstwa domowego. Wraz z dokonywaniem się przekształceń określanych (w nieco zawężony sposób) jako rewolucja przemysłowa w coraz większym stopniu praca produkcyjna przenosiła się do fabryk, co dla niektórych stanowiło podstawę do konstatacji, iż od tej pory w gospodarstwie domowym dokonuje się tylko i wyłącznie konsumpcja. W ten sposób codzienna aktywność gospodarcza realizowana w ogromnej liczbie mieszkań i domów na całym świecie w znacznym stopniu została usunięta poza zakres zagadnień podejmowanych i analizowanych przez ekonomię.

Przeciwko takiej optyce widzenia rzeczywistości wystąpił właśnie Toffler, który zauważył, że przecież nadal – oprócz konsumowania dóbr i usług – w gospodarstwach domowych ma miejsce ich wytwarzanie. Tą połączoną i przenikającą się aktywność produkcyjno-konsumpcyjną nazwał Toffler prosumpcją, a podmioty ją podejmującą – prosumentami. Pisał on, że prosumenci „w istocie przesuwają [...] część produkcji z sektora B do sektora A, ze sfery gospodarki oficjalnie uznanej przez ekonomistów do sfery gospodarki lekceważonej, o której wszyscy zapomnieli”¹⁷.

Gdy spojrzeć na początki upowszechniania takiego sposobu myślenia, to zapewne należy także wspomnieć

¹⁷ A. Toffler, *Trzecia fala*, przeł. E. Woydyłło, Warszawa: PIW 1986, s. 312.

o Garym S. Beckerze, który – choć nie używał terminu „prosumpcja” – w swych badaniach zwracał uwagę właśnie na wartość tej niedostrzeganej aktywności. Już w roku 1965, w artykule poświęconym alokacji czasu stwierdzał, że to, co się dzieje poza pracą zawodową, właściwie nie stanowi przedmiotu zainteresowania ekonomistów. Tymczasem, jego zdaniem, właśnie ten czas może mieć większy wpływ na poziom bogactwa wytwarzanego w ramach gospodarki oficjalnej niż godziny przepracowane w ramach etatu¹⁸.

Wobec tego, co do tej pory zostało powiedziane na temat prosumpcji, można by odnieść wrażenie, iż dotyczy ona tylko i wyłącznie zaspokajania tych potrzeb, które wynikają z egzystencji cielesnej człowieka. Skoro jednak, jak wiadomo, gospodarka jest nie tylko fenomenem fizycznym, ale i społecznym¹⁹, a społeczeństwo to zarówno komponent materialny, jak i niematerialny, to prosumpcja sprowadzona wyłącznie do aktywności nastawionej na podtrzymanie procesów fizjologicznych wydaje się koncepcją zredukowaną.

Dlatego też proponuję, by prosumpcję rozumieć szerzej, jako przejaw ludzkiej skłonności do podejmowania inicjatywy i współpracy, do poszukiwania sposobów wyrażania siebie i doskonalenia swego otoczenia (a więc rozwijania kultury i cywilizacji), w końcu jako ważny środek do zaspokajania szerokiej gamy potrzeb ludzkich. Stąd prosumpcja nie jest wyłącznie zjawiskiem obecnym w jakichś szczególnych ustrojach społeczno-politycznych (choć oczywiście różne warunki będą jej mniej lub bardziej sprzyjać), ale podobnie

¹⁸ Zob. G. S. Becker, *A Theory of the Allocation of Time*, „The Economic Journal” 1965, nr 75 (299), s. 493; por. A. Toffler, H. Toffler, dz. cyt., s. 197.

¹⁹ Zob. K. Dzierżawski, *Krótki kurs ekonomii praktycznej*, Poznań: Zysk i S-ka 2006, s. 10.

jak skłonność do łączenia się z innymi w inicjatywach i tworzenia struktur pośredniczących, wynika ze społecznej natury człowieka²⁰. Potwierdzenie tak szerokiego myślenia o prosumpcji znajdziemy u Tofflerów, którzy wymieniając rozmaite formy oddziaływania prosumentów, wskazują na chociażby takie działania, jak wytwarzanie wartości jako wolontariusze i ochotnicy, współorganizowanie i intensyfikowanie wymiany informacji i wiedzy w ramach społeczeństwa, mobilizowanie aktywności konsumenckiej, dostarczanie przedsiębiorstwom bodźców i pomysłów do innowacji, rodzenie i wychowywanie kolejnych pokoleń i przygotowywanie ich do udziału w życiu społecznym poprzez odtwarzanie kapitału społecznego, ludzkiego i kulturowego²¹.

Powyższe przykłady pozwalają stwierdzić, że poza prosumpcją dokonywaną w obrębie gospodarstw domowych za działania o takim charakterze można także uznać aktywność ludzi w rozmaitych grupach – zarówno o formalnym, jak i nieformalnym charakterze²². W ten sposób

²⁰ Zob. M. Novak, dz. cyt., s. 245. Termin „struktury pośredniczące” będę rozumiał podobnie jak Peter L. Berger. Autor ten pisze w *Rewolucji kapitalistycznej*, że „istnieje bowiem dużo różnorodnych instytucji, by tak rzec subpolitycznych, za pośrednictwem których ludzie uczestniczą w szerszym życiu społecznym [...]. Są to instytucje usytuowane między jednostką a makrostrukturami społecznymi. Takie instytucje jak duża rodzina, klan i plemię, wioska, społeczność religijna, istnieją w społeczeństwach tradycyjnych, ale zostały też przeniesione, po modyfikacjach i adaptacjach, w czasy nam współczesne. Są też nowe, nowoczesne już instytucje, takie jak zorganizowane grupy interesu, spółdzielnie, związki zawodowe, wszelkiego rodzaju korporacje i dobrowolne stowarzyszenia o zasięgu lokalnym czy regionalnym” – P. L. Berger, *Rewolucja kapitalistyczna: pięćdziesiąt lat o dobrobycie, równości i wolności*, przeł. Z. Simbierowicz, Warszawa: Oficyna Naukowa 1995, s. 156–157.

²¹ Zob. A. Toffler, H. Toffler, dz. cyt., s. 248–251.

²² Zob. tamże, s. 193–194.

szersze rozumienie prosumpcji obejmuje także działalność członków społeczeństwa w ramach rozmaitych zrzeszeń, towarzystw, stowarzyszeń i innych tego typu podmiotach, które należą do struktur pośredniczących, stanowiących swoistą infrastrukturę prosumpcji. W ten sposób można więc rozumieć znaczenie prosumowania jako zapobiegania powstawaniu próżni socjologicznej²³, a w przypadku jej istnienia – jako środka na jej wypełnienie.

Próbując dalej wyrazić znaczenie prosumpcji, można odnieść ją do kwestii porządku gospodarczego, który w kontekście państwa opiekuńczego okazuje się niezmiernie istotny, gdyż to od jego efektywności uzależniona jest w znacznym stopniu możliwość zabezpieczania bytu obywateli. Prosumpcja jawi się tu – z jednej strony – jako swoiste przełamanie monopolu zarówno w odniesieniu do poszczególnych przedsiębiorstw, jak i rynku jako całości, a z drugiej strony jako miernik swobody działania, w tym aktywności gospodarczej, przedsiębiorczości i innowacyjności.

Z kolei w perspektywie politycznej prosumpcja może zostać potraktowana jako miernik demokracji – faktycznej dostępności i poziomu korzystania ze swobód demokratycznych. Prosumpcja – ze swej „natury” – jest zróżnicowana i „spersonalizowana”, a więc wprowadza do społeczeństwa decentralizację i spontaniczność. Oznacza to, że właściwym jej klimatem jest pluralizm, który sprzyja przejawom inicjatywy zarówno jednostkowej, jak i tej podejmowanej przez struktury pośredniczące. Współzależność tę widać wyraźnie na różnych przykładach historycznych.

²³ Zob. S. Nowak, *System wartości społeczeństwa polskiego*, „Studia Socjologiczne” 1979, nr 4.

Nawiązując chociażby do analiz Fromma, można podać przykład Trzeciej Rzeszy, która starannie i systematycznie ograniczała swobodę zrzeszania się²⁴. Tego typu logika zdaje się cechować w ogóle systemy totalitarne, które ograniczają prosumpcję na przykład poprzez – jak w przypadku ZSRR – nacjonalizację przemysłu i rolnictwa.

Prosumpcja na skrzyżowaniu społeczeństwa obywatelskiego i państwa opiekuńczego

Gdyby spróbować w wymiarze chronologicznym spojrzeć na obydwie porządki, których współzależność tu analizowaliśmy, to należałoby uznać pierwszeństwo społeczeństwa obywatelskiego przed państwem opiekuńczym. Jak zauważa Novak, ukazując znaczenie inspiracji religijnych dla obywatelskości, psychologowie potwierdzają głębsze zakorzenienie religii niż polityki w psychice ludzkiej²⁵. Co więcej, społeczeństwo jako takie jest pierwotne w stosunku do państwa i wydaje się uzasadnione, że taka koncepcja państwa, którego istotnym celem ma być troska o zabezpieczenie bytu obywateli, rozwinąć się mogła właśnie na gruncie społeczeństwa obywatelskiego. Ten priorytet „impulsu społecznego” przed „państwowym” wyraźnie widać w grupach pierwotnych, które – jako najwcześniejsze formy organizacji społecznej – robiły od zawsze to, co w jakimś stopniu chciało wziąć (i nierazko brało) na swe barki państwo opiekuńcze²⁶.

²⁴ Prekursorów tego typu działań oczywiście można znaleźć w historii wcześniejszej, bo taką logiką kierowała się m.in. rewolucja francuska za pośrednictwem ustawy Le Chapeliera z 1791 roku.

²⁵ Zob. M. Novak, dz. cyt., s. 248.

²⁶ I w pewnej mierze wzięło, lecz z pewnością nie sprawiło, iż wspomniane grupy pierwotne – takie jak np. rodzina – nie są już niezbędne. Pisze

To z kolei pokazuje, że prosumpcja – tak charakterystyczna dla rozmaitych grup pierwotnych i wtórnych – oraz jej granice są silnie uwarunkowane historycznie, a więc w znacznej mierze wynikają z kultury i tradycji, które nie są podatne na arbitralne i sformalizowane sposoby administrowania przez państwo opiekuńcze²⁷. Ten brak rozumienia znaczenia kultury i kontekstu kulturowo-historycznego obszaru tak zróżnicowanego, jakim jest Europa, uwidacznia się od czasu do czasu w różnych decyzjach podejmowanych w centrali unijnej i sprzyjać może wielowymiarowym napięciom i dysfunkcjom w ramach całej struktury.

W skrócie można tę sytuację opisać jako „wpychanie” przestrzeni o nieregularnych kształtach i niesamowicie różnorodnej wewnętrznie i zewnętrznie w sztywne ramy wyidealizowanej formy. Tu – moim zdaniem – znajduje się sedno problemu, który w ostatnich latach stanowi genezę rozmaitych napięć i kryzysów. Podczas gdy podmiotem aktywnym, sprawczym – do którego należy inicjatywa – jest w przypadku państwa opiekuńczego państwowy aparat administracyjny, w przypadku społeczeństwa obywatelskiego jest nim obywatel i tworzone przez niego różnorodne prosumpcyjne społeczności, które są wyrazem jego inicjatywy, pomysłowości i wolności.

o tym Esping-Andersen, który stwierdza, że „badacze państwa opiekuńczego często mylnie zakładają, że nowoczesne państwo opiekuńcze przejęło obowiązki opiekuńcze rodzin. Jeśli jednak przyjrzymy się bliżej dekadom powojennym, okaże się, że to założenie jest zasadniczo błędne w odniesieniu do *wszystkich* państw, jeśli zaś punktem odniesienia będą współczesne państwa opiekuńcze, będzie ono błędne w odniesieniu do większości z nich” – G. Esping-Andersen, *Společné podstawy gospodarki postindustrialnej*, przeł. R. Włoch, Warszawa: Wydawnictwo WSP TWP 2010, s. 72–73.

²⁷ Zob. tamże, s. 28.

W badanym przez nas kontekście okazuje się jednak, że rola i możliwości działania takich spontanicznych (w rozumieniu Frommowskim, o którym będzie jeszcze mowa), oddolnych przedsięwzięć – zarówno tych tradycyjnych i naturalnych, jak np. rodzina, oraz tych nowo powstających – podlegają swoistej reglamentacji i stają się przedmiotem regulacji nadzorowanej przez państwo opiekuńcze za pomocą prawa i moderowanej przez siebie sfery publicznej oraz rynku.

W ten sposób sferze, w której w sposób naturalny pojawia się prosumpcja, odmawia się statusu podmiotowego, czyniąc z niej obszar w znacznym stopniu uzależniony od aktywności aparatu administracyjnego. Wskutek tego wiele struktur pośredniczących jest marginalizowanych pod względem ich znaczenia dla odtwarzania ładu społecznego (np. rodzina), co skutkuje utratą dynamiki ich działania. Oznacza to, że na pierwszy plan pod względem wpływu na praktykę społeczną wysuwa się państwo oraz rynek. Jak pisze Esping-Andersen: „we wszystkich krajach rozwiniętych pojawia się współcześnie jakieś połączenie prywatnego i publicznego sposobu rozwiązywania problemu bezpieczeństwa socjalnego, zaś to, jak są one połączone, określa, jak sądzimy, najważniejsze, strukturalne cechy porządków państwa opiekuńczego. [...] Państwo i rynek, lub – mówiąc inaczej – władza polityczna i władza pieniądza – oddziaływały na siebie nieustannie, tworząc szczególną strukturę świadczeń socjalnych kluczowych z punktu widzenia naszych wysiłków dotyczących opisanie odmiennych porządków państwa opiekuńczego”²⁸.

²⁸ G. Esping-Andersen, *Trzy światy...*, dz. cyt., s. 109.

Fragment ten ukazuje, że – tak istotny dla społeczeństwa obywatelskiego – podmiot, którym są jego członkowie, właściwie w ramach państwa opiekuńczego schodzi na dalszy plan i nie jest liczącym się aktorem w bieżącym podejmowaniu decyzji, które de facto jego dotyczą. Można to określić mianem syndromu nadopiekuńczości, w którym opiekun swoim oddziaływaniem tłamsi podopiecznego, tym samym zaprzeczając idei opieki w ogóle.

Można więc postawić tezę, iż w interesującej nas tu Unii Europejskiej mamy do czynienia z faktycznym priorytetem opiekuńczości nad obywatelskością, która stanowi przecież sedno demokracji. Komentuje to Gawin, który pisze, że: „debata o europejskim społeczeństwie miała być odpowiedzią na powszechnie dostrzegany deficyt demokracji w Unii. Sformułowanie »deficyt demokracji« odsyła do logiki tego, co polityczne, do sfery obywatelskiego zaangażowania w działania na rzecz dobra wspólnego. Negocjacje ekonomiczne tymczasem, w których zasadniczą rolę odgrywają ekonomiczne, partykularne interesy, są sferą zinstytucjonalizowanego konfliktu. Choć zatem temperują możliwe napięcia, korzyści z ich funkcjonowania nie przenoszą się automatycznie do sfery politycznej legitymizacji, istotnej dla obywateli Unii rozumianych jako rodzaj politycznej wspólnoty”²⁹. Skoro jest więc tak, jak to zostało zasygnalizowane, że w Unii Europejskiej pojawia się deficyt

²⁹ D. Gawin, *Europejskie Społeczeństwo obywatelskie – projekt obywateli czy eurokratów?*, w: tegoż, *Granice demokracji liberalnej. Szkice z filozofii politycznej i historii idei*, Kraków: Ośrodek Myśli Politycznej 2007, s. 100, cyt. za: B. Abramowicz, *Paradoks (ekskluzywnej) integracji: o deficycie demokracji w Unii Europejskiej i próbach jego przełamywania*, w: *Polityczne dylematy Europy*, red. W. Gizicki, Toruń: Adam Marszałek 2009, s. 37.

demokracji, to należy się zasadnie obawiać, czy nie oznacza to, że ta ponadpaństwowa struktura nie zaczyna nabierać cech totalitarnych. Oznaczałoby to między innymi ograniczanie sfery prosumpcji, co w przypadkach historycznych systemów tego typu zostało już wspomniane.

Idąc dalej tym tropem, można zwrócić uwagę na spostrzeżenie Krasnodębskiego, który w książce poświęconej Weberowi pisze, że „w nowoczesnym państwie chodzi o stworzenie doskonałego, spójnego i całościowego systemu, który nie ma żadnych innych podstaw poza sobą samym”³⁰. Oznacza to jednak problem w odniesieniu do społeczeństwa obywatelskiego, gdyż demokracja dla swego istnienia potrzebuje oparcia na zasadach i instytucjach wcześniejszych w stosunku do niej samej³¹. Wynika więc z tego, że sama nowoczesna formacja państwowa (w wypadku naszych analiz – o opiekuńczym charakterze) utrudnia funkcjonowanie demokracji. Wskutek tego, jak pisze Kuniński: „demokracja pozbawiona przeddemokratycznych instytucji i zasad łatwo staje się tyranią większości. Paradoksalnie równoczesny rozwój demokracji i indywidualizmu nie tylko nie rozszerza zakresu wolności jednostkowej, lecz poddaje rozproszone i odizolowane jednostki władzy zmiennej większości i jej niestałym preferencjom. Rząd czy też państwo, choć jest narzędziem w rękach jednostek, zagraża ich uprawnieniom”³².

Dodając do tego problem niskiego zaangażowania politycznego (np. w postaci niskiej frekwencji wyborczej w niektórych

³⁰ Z. Krasnodębski, *M. Weber*, Warszawa: Wiedza Powszechna 1999, s. 84.

³¹ Zob. M. Kuniński, *Wolność i demokracja, w: Oblicza demokracji*, red. R. Legutko, J. Kloczkowski, Kraków: Ośrodek Myśli Politycznej 2002, s. 78.

³² Tamże.

krajach) i niedostatku przestrzeni do realnej debaty społecznej w sferze publicznej, wraz z przekształcaniem się społeczeństwa w masę okazuje się, że umasowienie wkracza także do mechanizmów demokratycznych, wybory upodobniają się do plebiscytu, a demokracja parlamentarna zaczyna służyć przede wszystkim wytypowaniu przywódcy³³. W tym kontekście warto postawić pytanie o aktualność spostrzeżeń autora *Ucieczki od wolności*, który pisał o tym, że „nieliczna grupa roztrząca olbrzymią, aczkolwiek tajemną władzę nad całym społeczeństwem, którego los zależy w dużej mierze od jej decyzji”³⁴.

Z powyższych rozważań wyłania się obraz nierównowagi pomiędzy porządkami społeczeństwa obywatelskiego i państwa opiekuńczego. Rycina 2 jest próbą ukazania zarówno stanu równowagi – traktowanego jako pożądanego – jak i stanu, z jakim mamy aktualnie do czynienia³⁵.

W przypadku gdy oba porządki równoważą się, mamy do czynienia z większym zróżnicowaniem – a więc i pluralizmem – który sprzyja prosumpcji i zarazem stanowi jej rezultat. Ował obrazujący wolność celowo przekracza swym zarysem obszar państwa opiekuńczego i społeczeństwa obywatelskiego. Ma to ukazać, że w przypadku określonym jako równowaga jednostka ma zawsze możliwość podjęcia decyzji – mającej charakter na swój sposób ostateczny – o opuszczeniu danego systemu.

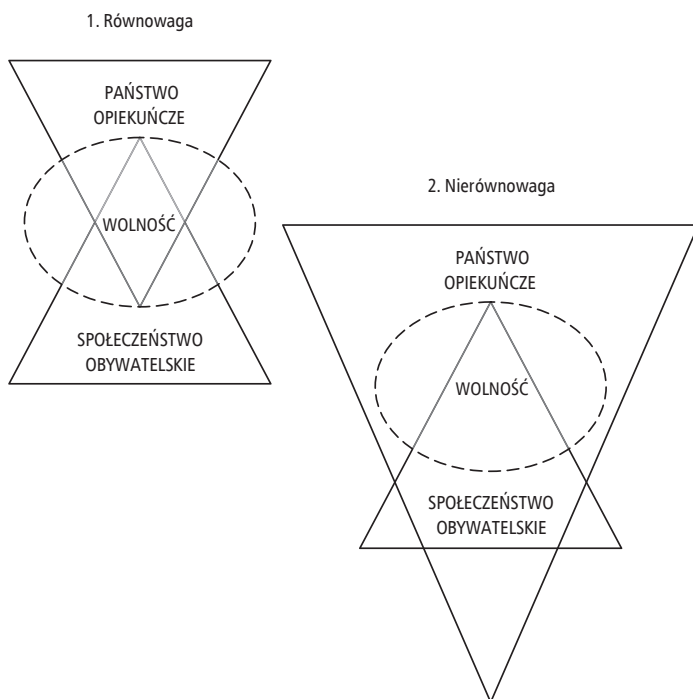
Gdy chodzi o przypadek nierównowagi, to okazuje się, że sfera dostępnej wolności jest ograniczona przez państwo

³³ Zob. Z. Krasnodębski, dz. cyt., s. 85.

³⁴ E. Fromm, dz. cyt., s. 127.

³⁵ Oczywiście można by sobie wyobrazić wariant nierównowagi, gdy państwo opiekuńcze zostaje zdominowane przez społeczeństwo obywatelskie. W analizowanym tu jednak kontekście nie mamy z taką sytuacją do czynienia.

opiekuńcze, które samodzielnie i niezależnie od nikogo ją wyznacza. Ponadto logika, według której funkcjonuje aparat państwowy, zostaje nałożona na całą (albo niemalże całą) przestrzeń społeczeństwa obywatelskiego. Oznacza to, że dominującym paradygmatem w tak zorganizowanym systemie społecznym jest koncepcja państwa opiekuńczego, które – jak już stwierdziliśmy – wydaje się nie traktować prosumentów i ich aktywności w sposób podmiotowy.



Rycina 2. Dwa przypadki przenikania się państwa opiekuńczego i społeczeństwa obywatelskiego

Źródło: opracowanie własne.

Prosumpcja jako spontaniczność społeczna – konkluzje

Z dotychczasowych analiz wyłania się obraz prosumpcji jako z jednej strony obszaru, a z drugiej wyrazu wolności, innowacyjności i przedsiębiorczości rozumianych szerzej niż tylko według reguł myślenia ekonomicznego. Wyraża się w niej potencjał współpracy i solidarności, który właściwie kwestionuje nieodzowność struktury państwowej. Jest to oczywiście pewne uproszczenie, lecz chodzi mi w nim o wyakcentowanie faktu, że w prosumpcji niejako zawiera się idea samorządności i pomocniczości, w których, jak wiadomo, mentalność – mniej lub bardziej, ale w jakimś stopniu – totalitarna nie ma upodobania.

Warto przy tym zaznaczyć, że prosumpcja to przestrzeń wciąż w znacznej mierze nieodkryta, na co zwracają uwagę Tofflerowie, pisząc, że „dziś, mimo wielu badań, prosumowanie i nieopłacana praca, szczególnie wykonywana przez kobiety, pozostaje daleko poza głównym przedmiotem zainteresowań codziennej, tradycyjnej ekonomii”³⁶. Można rzec, że liczy się to, co łatwo da się policzyć, zmierzyć i zaplanować. Swoista nieprzewidywalność prosumpcji jest zapewne cechą dyskwalifikującą ją z dominującego nurtu administrowania i zarządzania, w którym panuje szczególnie logika. Trafnie diagnozuje to Fromm, gdy pisze, że w naszej kulturze: „produkujemy nie dla konkretnego zaspokojenia, lecz dla abstrakcyjnego celu sprzedaży naszego towaru; sądzimy, że każdą rzecz, obojętnie: materialną czy nie-materialną, możemy uzyskać drogą kupna, że w ten sposób

³⁶ A. Toffler, H. Toffler, dz. cyt., s. 197.

rzeczy stają się nasze, niezależnie od twórczego wysiłku, jaki im poświęcimy. Podobnie traktujemy nasze cechy osobiste oraz rezultaty naszych wysiłków: jako towar dający się sprzedać za pieniądze, prestiż i władzę. Tak więc akcent przesuwa się z satysfakcji towarzyszącej aktywności twórczej na wartość gotowego produktu. Tym samym człowiek traci jedyne źródło prawdziwego szczęścia – aktywne przeżywanie chwili bieżącej – i goni za marą, która rozwiewa jego złudzenia w momencie, kiedy myśli, że ją osiągnął – za zwodniczym szczęściem zwanym powodzeniem³⁷.

W tym miejscu – wobec tak postawionej diagnozy – należy zadać pytanie o propozycję wyjścia z problemu, który został zaobserwowany.

Okazuje się więc, że w jakiś – być może nieoczekiwany – sposób staliśmy się jako społeczeństwo nie tyle beneficjentami, co zakładnikami systemu, którego celem miało być uwolnienie człowieka od niepewności bytu i nieprzewidywalności, które są przecież nieodłącznymi elementami życia. Możliwe, iż błędem było w ogóle spodziewanie się, że w sposób systemowy można zaprojektować przyszłość, której sobie życzymy. Rzeczywistość społeczna bowiem bliższa jest koncepcji ładu spontanicznego Hayeka niż wyobrażeniom o maszynie automatycznie wytwarzającej dobrobyt. Dlatego należy zgodzić się z tym autorem, gdy stwierdza, że „ważniejsze jest stworzenie warunków sprzyjających postępowi, a nie »planowanie postępu«”³⁸.

Powracając do Fromma, zwróćmy teraz uwagę na drogę wyjścia, jaką ten autor proponuje. Zasygnalizowana w tytule

³⁷ E. Fromm, dz. cyt., s. 244–245.

³⁸ F. A. von Hayek, *Droga do zniewolenia*, przeł. K. Gurba i in., Kraków: Arca 2003, s. 255.

tej części spontaniczność – którą opatruję mianem społecznej – jest właśnie elementem przydatnym do zrozumienia „dolegliwości”, którą miały zdiagnozować podjęte tu analizy.

Aktywność spontaniczna, rozumiana za Frommem jako wolna aktywność własnego „ja” podejmowana z własnej wolnej woli³⁹ okazuje się kluczem przydatnym do poszukiwania wyjścia z sytuacji problemowej, nad którą rozmyślaliśmy w niniejszym artykule. Otrzymujemy tu więc – za sprawą wspomnianego wyżej autora – odmienne od potocznego rozumienie spontaniczności (które wydaje się silnie nacechowane emocjonalnie). Przybliża on nam jej znaczenie, pisząc że „człowiek, który dzięki spontanicznej aktywności urzeczywistnia swoje »ja« i w ten sposób wiąże się ze światem, przestaje być izolowanym atomem; on i świat stają się częściami strukturalnej całości; jednostka zajmuje należne jej miejsce i to uwalnia ją od wątpliwości co do niej samej i sensu życia”⁴⁰.

Komponentami tak rozumianej działalności spontanicznej są z kolei miłość – rozumiana jako „[...] spontaniczna afirmacja innych, jako zjednoczenie jednostki z innymi, oparte na zachowaniu własnego »ja«”⁴¹ – oraz praca, która jest rozumiana jako twórczość. Pisząc o tym, Fromm dodaje słowa bardzo istotne dla naszych rozważań. Stwierdza, że: „to, co mówimy o miłości i pracy, odnosi się także do każdego spontanicznego działania, czy to będzie chodziło o realizację przyjemności zmysłowych, czy też o uczestnictwo w życiu politycznym społeczeństwa”⁴².

³⁹ Zob. E. Fromm, dz. cyt., s. 241.

⁴⁰ Tamże, s. 245; por. s. 243.

⁴¹ Tamże, s. 243.

⁴² Tamże, s. 244.

Widać, że zacytowane słowa odpowiadają temu rozumieniu prosumpcji, które zostało ukazane w niniejszym artykule. Pozwala to wysunąć – być może śmiały w swym wydźwięku – wniosek kończący nasze rozważania, że przyszłość społeczeństw, w których żyjemy i na których nam zależy, spoczywa w rękach prosumentów.

Bibliografia

- Abramowicz B., *Paradoks (ekskluzywnej) integracji: o deficycie demokracji w Unii Europejskiej i próbach jego przełamywania*, w: *Polityczne dylematy Europy*, red. W. Gizicki, Toruń: Adam Marszałek 2009, s. 29–43.
- Becker G. S., *A Theory of the Allocation of Time*, „The Economic Journal” 1965, nr 75 (299), s. 493–517.
- Berger P. L., *Rewolucja kapitalistyczna: pięćdziesiąt lat o dobrobycie, równości i wolności*, przeł. Z. Simbierowicz, Warszawa: Oficyna Naukowa 1995.
- Callahan D., *The Cheating Culture. Why More Americans Are Doing Wrong to Get Ahead*, Orlando: Harcourt 2004.
- Dzierżawski K., *Krótki kurs ekonomii praktycznej*, Poznań: Zysk i S-ka 2006.
- Esping-Andersen G., *Społeczne podstawy gospodarki postindustrialnej*, przeł. R. Włoch, Warszawa: Wydawnictwo WSP TWP 2010.
- Esping-Andersen G., *Trzy światy kapitalistycznego państwa dobrobytu*, przeł. K. W. Frieske, Warszawa: Difin 2010.
- Fromm E., *Ucieczka od wolności*, przeł. O. i. A. Ziemilscy, Warszawa: Czytelnik 1978.
- Gawin D., *Europejskie Społeczeństwo obywatelskie – projekt obywateli czy eurokratów?*, w: tegoż, *Granice demokracji liberalnej. Szkice z filozofii politycznej i historii idei*, Kraków: Ośrodek Myśli Politycznej 2007.

- Hayek F. A. von, *Droga do zniewolenia*, przeł. K. Gurba i in., Kraków: Arcana 2003.
- Krasnodębski Z., *M. Weber*, Warszawa: Wiedza Powszechna 1999.
- Kuniński M., *Wolność i demokracja*, w: *Oblicza demokracji*, red. R. Legutko, J. Kloczkowski, Kraków: Ośrodek Myśli Politycznej 2002, s. 57–79.
- Novak M., *Przyszłość społeczeństwa obywatelskiego*, przeł. A. Legutko, w: *Oblicza demokracji*, red. R. Legutko, J. Kloczkowski, Kraków: Ośrodek Myśli Politycznej 2002, s. 241–251.
- Nowak S., *System wartości społeczeństwa polskiego*, „Studia Socjologiczne” 1979, nr 4, s. 155–173.
- Rockwell L. H. Jr, *Civil Rights Socialism*, „The Freeman” 1996, nr 5 (46), s. 290–294.
- Sennett R., *Korozja charakteru. Osobiste konsekwencje pracy w nowym kapitalizmie*, przeł. J. Dzierzgowski, Ł. Mikołajewski, Warszawa: Muza 2006.
- Toffler A., Toffler H., *Rewolucyjne bogactwo*, przeł. P. Kwiatkowski, Przeźmierowo: Kurpisz 2007.
- Toffler A., *Trzecia fala*, przeł. E. Woydyło, Warszawa: PIW 1986.
- Wilk R. R., Cliggett L., *Ekonomie i kultury. Podstawy antropologii ekonomicznej*, przeł. J. Gilewicz, Kraków: Wydawnictwo UJ 2011.
- Wittchen H.-U. i in., *The Size and Burden of Mental Disorders and Other Disorders of the Brain in Europe 2010*, „European Neuropsychopharmacology” 2011, nr 21, s. 655–679.
- Wojciechowski M., *W ustroju biurokratycznym*, Warszawa: Fronda 2004.



Autorzy tomu

Radosław Bomba – doktor nauk humanistycznych w zakresie kulturoznawstwa, absolwent kulturoznawstwa (2005) i socjologii (2006) Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie. Pracuje w Instytucie Kulturoznawstwa UMCS, gdzie pełni funkcję adiunkta w Zakładzie Teorii Kultury i Metodologii Nauk o Kulturze. Członek Polskiego Towarzystwa Kulturoznawczego i Polskiego Towarzystwa Badania Gier. Organizator pierwszej w Polsce konferencji naukowej poświęconej humanistyce cyfrowej pt. „Zwrot cyfrowy w humanistyce”. Redaktor portali internetowych i czasopism naukowych: „Kultura i Historia”, „Historia i Media”, „Wiedza i Edukacja”. Twórca licznych projektów sieciowych: Jarocin '85 w Second Life, Wizualizacja sztuki, MedialabUMCS. Współorganizator pierwszego w naszym kraju THATCampu (ang. The Humanities And The Technology Camp). W swoich badaniach zajmuje się ludologią, humanistyką cyfrową, wizualizacją wiedzy, analityką kulturową, cyberkulturą oraz nowymi mediami.

Anna Kęsicka – doktorantka Szkoły Wyższej Psychologii Społecznej w Warszawie; dyrektor Rozwoju Biznesu

w Wirtualnej Polsce. Wieloletni doradca strategiczny w obszarze internetu w wielu wydawnictwach – między innymi w Agorze, Edipresse, Ringer Axel Springer. Swoje pasje realizuje przez prowadzenie projektów internetowych – zarówno contentowych, jak i e-commerce'owych.

Stanisław Krawczyk – magister, psycholog i polonista, doktorant w Instytucie Socjologii Uniwersytetu Warszawskiego.

Kazimierz Krzysztofek – jest profesorem socjologii w Instytucie Nauk Społecznych Szkoły Wyższej Psychologii Społecznej w Warszawie; jest także wykładowcą w Polsko-Japońskiej Wyższej Szkole Technik Komputerowych. Jego kompetencje i zainteresowania badawcze obejmują sieci społeczne, internet, przemysły kultury i wiedzy, nowe technologie i rynek pracy oraz metodologię transdyscyplinarnych badań społecznych.

Michał A. Michalski – kulturoznawca, etyk gospodarczy; adiunkt w Zakładzie Etyki Gospodarczej Instytutu Kulturoznawstwa Wydziału Nauk Społecznych Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. Absolwent Zarządzania i Marketingu na WPiA UAM w Poznaniu. W roku 2003 obronił pracę doktorską zatytułowaną *Kulturowy wymiar pracy ludzkiej* (wydaną w roku 2005 przez Wydawnictwo Poznańskie pod tytułem *Człowiek, praca, kultura. O kulturowym wymiarze pracy ludzkiej*). Prowadzi zajęcia z podstaw marketingu, teorii zarządzania, metod badań społecznych. Absolwent Podyplomowego Studium Rodziny na Wydziale Teologicznym UAM. Zainteresowania badawcze: kultura

gospodarcza, współzależność rodziny i gospodarki, państwo opiekuńcze, praca ludzka, teoria ekonomii.

Bartosz Mika – adiunkt w Zakładzie Socjologii Ogólnej Instytutu Filozofii Socjologii i Dziennikarstwa Uniwersytetu Gdańskiego. Absolwent studiów socjologicznych na Uniwersytecie im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. Doktorat z nauk humanistycznych w zakresie socjologii obronił również na UAM w październiku 2008 roku. Zajmuje się przede wszystkim problematyką socjologii gospodarki oraz społecznych nierówności.

Dominik Porczyński – magister socjologii, magister sztuki; obecnie doktorant w Instytucie Socjologii Uniwersytetu Rzeszowskiego. Przedmiotem swoich badań uczynił polski fandom gier fabularnych oraz sztukę jako fenomen społeczny.

Piotr Siuda – doktor socjologii; interesuje się socjologią kultury, społecznymi aspektami internetu oraz edukacją medialną. Autor kilku monografii, w tym *Religia a Internet* (2010), *Kultury prosumpcji* (2012) oraz *Japonizacja* (2014). Publikował w wielu periodykach naukowych (między innymi w „European Journal of Cultural Studies”, „Studia Socjologiczne”, „Kultura i Społeczeństwo”, „Kultura i Edukacja”). Koordynator szeregu projektów badawczych, w tym zadania *Prosumpcjonizm pop-przemysłów*, *Dzieci sieci* i *Dzieci sieci 2.0*.

Sebastian Skolik – doktor nauk humanistycznych, socjolog, adiunkt w Instytucie Socjologii i Psychologii Zarządzania Politechniki Częstochowskiej. Jego zainteresowania badawcze

skupiają się wokół tematyki społeczności internetowych, ruchu wolnej kultury oraz organizacji pracy w środowisku wikimediów.

Grzegorz D. Stunża – adiunkt w Pracowni Edukacji Medialnej w Instytucie Pedagogiki Uniwersytetu Gdańskiego. Pedagog mediów i badacz kultury cyfrowej, twórca bloga www.edukatormedialny.pl; asystent koordynatora w projektach badawczych *Dzieci sieci* i *Dzieci sieci 2.0*. Ekspert Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego w zakresie edukacji medialnej, współtwórca *Katalogu kompetencji medialnych i informacyjnych*. Współpracuje z Instytutem Kultury Miejskiej i Fundacją Nowoczesna Polska.

Tomasz Żaglewski – doktor kulturoznawstwa; jego zainteresowania koncentrują się wokół różnorodnych zagadnień kultury popularnej oraz kultury medialnej. Autor rozprawy doktorskiej dotyczącej społecznych, ekonomicznych i technologicznych przeobrażeń zachodzących w ramach współczesnej kultury filmowej. Publikował między innymi w „Przeglądzie Kulturoznawczym”, „Człowieku i Społeczeństwie”, „Kulturze Współczesnej” i „Panoptikum”. Stypendysta Fundacji UAM w roku 2013.