

Uniwersytet Śląski w Katowicach
Wydział Nauk Społecznych
Instytut Socjologii

Rozprawa doktorska

Nowe media a kompetencje komunikacyjne
i uczestnictwo w kulturze młodzieży pracującej.
Studium socjologiczne w perspektywie porównawczej

Agata Zielińska

Praca napisana pod opieką merytoryczną
prof. zw. dr hab. Wojciecha Świątkiewicza

Katowice 2025

Podziękowania

Pragnę serdecznie podziękować nieocenionemu Mentorowi, który otaczał opieką nad całym procesem realizacji niniejszej pracy w sposób niezwykle profesjonalny, a także nadwyraz serdeczny.

Dziękuję Panu Profesorowi Wojciechowi Świątkiewiczowi za naukowe wsparcie oraz trzymanie badania w ryzach jego planu, co bardzo porządkowało tok myślenia w tym panującym hałasie informacyjnym. Dziękuję za wyrozumiałość, kiedy realizacja badania zbaczala z kursu. Przede wszystkim, doceniam każde słowo wsparcia, które motywowało mnie do dalszej pracy mimo kilku przeciwności losu.

~

Dziękuję mojemu Mężowi za nieustającą wiarę w ten projekt badawczy oraz stworzenie mi przestrzeni na jego realizację. Zakończenie tej dysertacji nie doszłoby do skutku, gdyby nie Jego bezcenne wsparcie.

~

Dziękuję moim Rodzicom i Siostrze, którzy motywowali mnie podczas pisania każdej pracy dyplomowej i wiarę w powodzenie zdobywania kolejnych stopni naukowych. Także w tym przypadku dodawali mi otuchy i wytrwałości.

~

Na koniec, choć równie duże podziękowania składam mojej Babci Tosi, która zainspirowała mnie do podjęcia kształcenia w Szkole Doktorskiej.

*Dla mojej córki Matyldy,
aby przeciwności były dla Ciebie motywacją*

Spis treści	
Wprowadzenie.....	4
Rozdział I Ruchliwość społeczna a awans kulturalny.....	7
Wstęp.....	7
O ruchliwości społecznej.....	8
1. Uwarunkowania ruchliwości społecznej nowoczesnego społeczeństwa.....	12
1.1. Współczesna redefinicja ruchliwości społecznej.....	14
1.2. Awans społeczny a awans kulturalny.....	15
1.3. Bariery awansu.....	16
1.4. Szklany sufit i rynek pracy w dobie SI.....	20
1.5. Algorytmika kapitału społecznego.....	22
2. Kompetencje komunikacyjne i językowe.....	23
2.1. Odbiór treści medialnych.....	24
2.2. Hybrydy językowe i istota dwujęzyczności.....	26
2.3. Sztuczna nie-inteligencja językowa.....	29
3. Kompetencje kulturowe.....	30
3.1. Cyfryzacja kultury.....	32
3.2. Media społecznościowe jako portal [do] kultury.....	33
3.3. Spór z AI o kulturę.....	34
4. Kompetencje medialne.....	36
4.1. Warunki uczestnictwa w przestrzeni cyfrowej.....	37
4.2. Wpływ cyfrowych tubylców na kształt kultury.....	39
4.3. Higiena cyfrowa.....	41
Podsumowanie.....	44
Rozdział II Nowe media i mechanizmy ośrodków opiniotwórczych.....	45
2.1. Nowe media w społeczeństwie sieci.....	45
2.1.1. Dlaczego nowe?.....	47
2.1.2. Nowe nowe media.....	51
2.2. Weryfikacja tezy Jana van Dijka.....	59
Podsumowanie.....	71
Rozdział III Refleksja socjologiczna: procesy ciągłości oraz zmiany uczestnictwa w kulturze “wczoraj i dziś”. Charakterystyka współczesnego społeczeństwa.....	73
Wzory uczestnictwa w kulturze w procesie przeobrażeń.....	73
3.1. Ewolucja uczestnictwa w kulturze.....	73
3.1.1. Dystynkcja klasowa a wszystkożerność kulturowa.....	75
3.1.2. Weryfikacja teorii o integrującej roli kultury.....	79
3.2. Jak Polacy uczestniczą dziś w kulturze - przegląd badań.....	82
3.3. Uczestnictwo a platformizacja kultury.....	90
3.4. Homo digitalis. Charakterystyka współczesnego społeczeństwa.....	93
3.4.1. Phono sapiens w cyfrowej jaskini.....	95
3.4.2. Konsekwencje dualnej egzystencji. Smog informacyjny, choroba szybkości	

i nowe ja.....	96
Podsumowanie.....	100
Rozdział IV Założenia metodologiczne badań i społeczno-demograficzna charakterystyka badanej społeczności.....	102
4.1. Cel i ramy heurystyczne badania.....	102
4.1.1. rekonstrukcja badań Zbigniewa Bokszańskiego w celu ponownej operacjonalizacji pojęcia awans kulturalny.....	102
4.1.2. Określenie wspólnot zainteresowań kulturalnych.....	108
4.1.3. Analiza procesów ciągłości uczestnictwa w kulturze.....	109
4.1.4. Wyznaczenie współczesnej grupy społecznej odpowiadającej kategorii młodych robotników lat 70.....	110
4.2. Metodologia i pozyskiwanie danych.....	111
4.3. Przebieg badania.....	114
4.4. Wykorzystywane narzędzia AI w badaniu.....	115
4.5. Kryteria doboru próby.....	117
4.5.1. Klasa robotnicza młodych robotników w badaniu Zbigniewa Bokszańskiego.....	117
4.5.2. Charakterystyka grupy młodych pracowników umysłowych niniejszego badania... 121	
4.5.2.1. Charakterystyka środowiska pracy.....	123
4.5.3. Młodzi robotnicy a młodzi pracownicy biurowi. Uzasadnienie analogii z uwzględnieniem różnic.....	128
Podsumowanie.....	132
Rozdział V Od kapitału kulturowego do kapitału cyfrowego: przemiany relacji między awansem społecznym, zawodowym i kulturalnym.....	134
6.1. Redefinicja pojęcia awansu społecznego.....	134
6.2. Uczestnictwo w kulturze a tworzenie wspólnoty myślowej - warunki i kryteria.....	145
6.3. (Nie)konieczne kompetencje predysponujące do odbioru treści kulturowych.....	149
6.3.1. Kompetencje kulturalne.....	151
6.3.2. Kompetencje komunikacyjne i medialne.....	154
6.4. Procesy ciągłości i zmian. Dzieciństwo badanych.....	158
6.5. Wartościowanie kultury przez pryzmat przestrzeni cyfrowej.....	164
6.6. Uczestnictwo w kulturze 50 lat później. Analiza porównawcza.....	171
Podsumowanie.....	175
Zakończenie.....	177
Bibliografia.....	181
Spis rysunków i tabel.....	192
Kwestionariusz ankiety.....	193
Dyspozycje do wywiadu swobodnego.....	201

Wprowadzenie

Tematyka uczestnictwa w kulturze, podejmowana już w latach siedemdziesiątych XX wieku, stanowiła wówczas istotny i dynamiczny obszar refleksji socjologicznej. Badania prowadzone w tym okresie koncentrowały się przede wszystkim na młodzieży, czyli grupie społecznej, która dopiero od niedawna uzyskiwała możliwość szerokiego kontaktu z miejską kulturą. Była to sytuacja szczególna i zarazem wyjątkowo interesująca z perspektywy nauk społecznych, ponieważ pozwalała uchwycić proces wchodzenia młodych ludzi w nowe formy aktywności kulturowej i komunikacyjnej. Warto było przyjrzeć się temu zjawisku zarówno ze względu na jego nowość, jak i potencjalne konsekwencje dla dalszego rozwoju społecznego. W tym kontekście praca, którą podejmuję, osadza się w nurcie badań nad relacją między uczestnictwem w kulturze a kompetencjami komunikacyjnymi. Jej tematem są nowe media oraz ich wpływ na uczestnictwo w kulturze młodzieży pracującej, ujęty w perspektywie porównawczej. Jest to studium socjologiczne, które stara się z jednej strony kontynuować wcześniejsze tradycje badawcze, a z drugiej uchwycić współczesne przemiany, jakie zachodzą w obszarze praktyk komunikacyjnych i kulturowych młodych ludzi, zaczynających swoje kariery zawodowe. Przedmiotem badawczym jest także sposób, w jaki funkcjonują w dualistycznej - materialnej i cyfrowej. Nowe media, stanowiące potężne narzędzie komunikacyjne i informacyjne, wywierają wpływ na niemal każdą dziedzinę życia społecznego. Szczególnie w ostatnich latach, kiedy prowadzone było niniejsze badanie, technologia przyniosła liczne innowacyjne rozwiązania, m.in. rozwój dużych modeli językowych oraz stosowanie złożonych, nierzadko nieprzejrzyistych algorytmów. Mechanizmy te, gromadząc ogromne ilości danych o użytkownikach, są w stanie skutecznie kształtować opinię publiczną, wyznaczać trendy i determinować formy uczestnictwa w kulturze. Jednocześnie ich siła oddziaływania sprawia, że mogą one generować zjawiska o charakterze negatywnym, takie jak dezinformacja czy wywoływanie nieuzasadnionej paniki, co stanowi istotne zagrożenie dla współczesnych społeczeństw.

Kontekst czasowy realizacji niniejszej pracy jest szczególnie znaczący. Badania prowadzone były w okresie pandemii COVID-19 oraz równoległe trwającej wojny w Ukrainie - dwóch wydarzeń o katastrofalnych skutkach, które w głęboki sposób zdezorganizowały życie społeczne. Okoliczności te miały bezpośredni wpływ na codzienną rutynę, style życia i pracy, a także na sposoby uczestnictwa w kulturze. Równoczesny rozwój technologiczny z jednej strony pomaga uzupełnić tymczasowe ograniczenia świata offline, a z drugiej cyfrowy rój algorytmów, trolli czy lekkomyślne udostępnianie fałszywych informacji może spowodować poważne skutki, mogące w poważny sposób rzutować na życie jednostek oraz całych społeczności. W rezultacie, znaleźliśmy się w momencie historycznym, w którym jednocześnie współistnieją ogromne możliwości oraz poważne zagrożenia, tworząc złożony system społeczny. Z perspektywy socjologii jest to

sytuacja wyjątkowo interesująca, gdyż stwarza szerokie pole do badań, lecz zarazem niezwykle wymagająca, ponieważ trudno odwoływać się do historycznych analogii, ponieważ zwyczajnie ich nie ma. W analizach podejmowanych w niniejszej pracy inspiracją okazały się klasyczne teorie socjologiczne oraz badania empiryczne, w tym przede wszystkim studium Zbigniewa Bokszańskiego, "Młodzi robotnicy a awans kulturalny". Praca ta stanowi ważny punkt odniesienia, pozwalając na rekonstrukcję wybranych mechanizmów społecznych i umożliwiając ich ponowne przeanalizowanie w świetle współczesnych uwarunkowań. Powrót do badań sprzed pięciu dekad jest doświadczeniem szczególnie interesującym, gdyż pozwala dostrzec odtwarzalność struktury społecznej na określonych poziomach, mimo że współczesna rzeczywistość społeczno-kulturowa znacząco różni się od tej z lat siedemdziesiątych. Całkowite przełożenie schematu badawczego na dzisiejsze realia okazało się niemożliwe, m.in. z przyczyn wskazanych wcześniej, stąd konieczne było sformułowanie nowych założeń metodologicznych. Taka adaptacja nie deprecjonuje jednak wartości wcześniejszych badań, lecz przeciwnie, stanowi wkład w rozwój refleksji socjologicznej. Sięganie po dorobek klasyki i jego reinterpretacja we współczesnych warunkach to nie tylko cenne źródło inspiracji, lecz także szczególne wyzwanie badawcze, pozwalające młodemu socjologowi na twórcze łączenie tradycji z nowymi obserwacjami. W niniejszym studium dokonano daleko idącej analogii w zakresie doboru próby badawczej. Odpowiednikiem analizowanych niegdyś młodych robotników stali się młodzi pracownicy umysłowi. Podobnie jak ich poprzednicy, funkcjonują oni w określonej hierarchii zawodowej, mają wyznaczone ścieżki awansu oraz mierzą się

z oczekiwaniami dotyczącymi kariery. Jednocześnie są to osoby, które wytyczają nowe trajektorie rozwoju. Rezygnują z powielania wzorców charakterystycznych dla wcześniejszych pokoleń, wybierają inne zawody, inwestują w wyższy poziom edukacji oraz podejmują migracje do dużych ośrodków miejskich. Nie są oni cyfrowymi tubylcami, jednak potrafią sprawnie poruszać się w środowisku mediów cyfrowych, dzięki czemu zdobywają nowe kody i wzorce kulturowe. Połączenie tego potencjału z kapitałem społeczno-kulturowym wyniesionym z procesu socjalizacji sprawia, że młodzi pracownicy umysłowi stanowią grupę szczególnie interesującą z punktu widzenia badań socjologicznych. Tytułowe kompetencje komunikacyjne analizowane będą w tej pracy w ścisłym powiązaniu z problematyką awansu oraz uczestnictwa w kulturze. Samo pojęcie awansu wymagało ponownej operacjonalizacji, co pozwala na poszukiwanie relacji między kategoriami literatury przedmiotu a tym, co faktycznie znajduje swoje odzwierciedlenie w świadomości badanych młodych ludzi. Znaczenie niniejszego badania wiąże się przede wszystkim z możliwością pogłębionej charakterystyki współczesnego społeczeństwa oraz analizy nowych praktyk kulturowych, obejmujących także sferę cyfrową. Szczególną rolę odgrywa tu określenie mechanizmów, które regulują i porządkują owe praktyki. Przede wszystkim mediów społecznościowych oraz algorytmów wpływających na sposoby komunikacji, uczestnictwa i konsumpcji treści kulturowych. Odwołanie się do badań prowadzonych w latach siedemdziesiątych poszerza horyzont analizy, ponieważ umożliwia

przyjęcie szerszej perspektywy porównawczej. Cofnięcie się w czasie pozwala nie tylko uchwycić historyczną dynamikę przemian, ale także lepiej dostrzec współczesne zjawiska. Struktura niniejszej pracy została zaplanowana w sposób umożliwiający stopniowe przechodzenie od rozważań teoretycznych do analiz empirycznych. Pierwsze trzy rozdziały poświęcone są zagadnieniom o charakterze teoretycznym. W pierwszym z nich podjęta zostanie próba analizy współczesnego rozumienia pojęcia awansu społecznego, ruchliwości społecznej oraz barier, które proces awansu ograniczają. Kolejny rozdział koncentruje się na mechanizmach funkcjonowania nowych mediów, co pozwoli lepiej zrozumieć uzyskane wyniki badań oraz zależności, które ujawniły się w trakcie analiz. W trzecim rozdziale szczególna uwaga poświęcona zostanie procesom produkcji i reprodukcji kultury w przestrzeni portali społecznościowych oraz refleksji nad tym, czym jest kultura we współczesnej dobie rozwoju sztucznej inteligencji. Podczas gdy Zbigniew Bokszański badał uczestnictwo w kulturze poprzez pryzmat znajomości elementów tradycyjnej kultury symbolicznej, takich jak literatura piękna, wizyty w teatrze i kinie czy kontakt z muzyką poważną, to obecnie obserwujemy, że granice między kulturą wysoką i niską stają się coraz trudniejsze do uchwycenia, a sama kultura w istotny sposób poszerzyła swoje zasoby o wymiar cyfrowy. W drugim rozdziale szczególne miejsce zajmuje analiza nowych mediów pod kątem ich roli w tworzeniu wspólnot, w odniesieniu do teorii Jana van Dijka. Przedmiotem rozważań będą trudne do jednoznacznego określenia wskaźniki oraz kategorie, które pozwalają uchwycić warunki powstawania wspólnot w przestrzeni cyfrowej. Zakończenie analizy teoretycznej spocznie na refleksji nad ewoluującym nadal gatunkiem Homo Digitalis oraz ograniczeniami i pułapkami, jakie towarzyszą jego funkcjonowaniu, m.in. zjawisku „choroby szybkości” czy kultowi samorozwoju. W tym kontekście istotnym problemem staje się malejąca ilość czasu przeznaczanego na jakościowe doświadczenie kultury symbolicznej. Dwa ostatnie rozdziały mają charakter empiryczny. Zawierają one prezentację wyników przeprowadzonych badań oraz zestawienie ich z rezultatami uzyskanymi w latach siedemdziesiątych, co pozwala na przeprowadzenie analizy porównawczej i uchwycenie zarówno różnic, jak i podobieństw w procesach uczestnictwa w kulturze.

Rozdział I Ruchliwość społeczna a awans kulturalny

Wstęp

W polskiej socjologii, pierwsze refleksje nad awansem społecznym i ruchliwością społeczną poczynił Florian Znaniecki jeszcze w latach 30. ubiegłego stulecia. Wywodziły się z rozważań nad socjologią wychowania i to właśnie w obrębie tej dziedziny dopatrywał się relacji między edukacją a awansem społecznym. Choć nie opisywał tego zjawiska bezpośrednio, dociekał w jaki sposób przekaz treści i ich forma może kształtować społeczeństwo tak, by stworzyć odpowiednie warunki do awansu społecznego. Szczególnie w rozważaniach nad statusem społecznym można dopatrywać się mechanizmu czy też cech awansu społecznego: “oczekuje się, że każda jednostka o danym statusie będzie także posiadać wyraźne zobowiązania, podobne do tych, które posiadają wszystkie jednostki o takim samym statusie. Tak więc statusy to abstrakcyjne schematy koncepcyjne, które w założeniu mają dostarczać wskazówek do interakcji społecznych między działającymi ludźmi. Rola stanowi jedynie faktyczne zastosowanie takiego schematu przez określoną działającą jednostkę”¹. Dysponując pewnymi prawami i pełniąc określone obowiązki, jednostka odznacza się odpowiednim statusem społecznym, który ułatwia jej funkcjonowanie w strukturze społecznej, a także w interakcjach społecznych. Nieco daleko idącą, acz wynikającą z interpretacji tego cytatu obserwacją jest, że nabywanie praw i obowiązków przez jednostkę i dzielenie ich z innymi o tym samym statusie stanowi o awansie lub degradacji społecznej. Znaniecki jednocześnie dobitnie krytykował ówczesny system edukacji uważając, że nie spotyka się z potrzebami społecznymi oraz nie rozwija odpowiednich umiejętności koniecznych do aktywnego uczestnictwa w życiu społecznym i zawodowym. Argumentuje to zmieniającą się rolą nauczyciela, który zaczyna być “zawodowcem”, a wychowankowie to jedynie “przedmioty społeczne”, które edukowane są w celu przyswojenia pewnej pozycji społecznej². Te zarzuty, po niemal stu latach, nadal są kierowane w stronę polskiej edukacji. Obecnie, największe wyzwania programu kształcenia dotyczą niewystarczającego przygotowania do współczesnego rynku pracy, brak wsparcia psychologicznego czy edukacji w zakresie zagrożeń cyfrowych. W założeniach edukacji przyszłości priorytetem jest umiejętność współpracy i krytycznego myślenia³, o czym pisał Znaniecki już w latach 30. XX wieku. Uważał, że brak tych kompetencji jest przeszkodą do rozwoju jednostki społecznej⁴

¹ Znaniecki, F., *Relacje społeczne i role społeczne*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 2011., s. 279.

² Znaniecki, F., *Socjologia wychowania*, t. 1: *Wychowujące społeczeństwo*, PWN, Warszawa 1973, s. 106–112 za: Karkowska, M., *Socjologia wychowania*. Wybrane elementy. Mechanizmy socjalizacji i edukacja szkolna, wyd. Akademii Humanistyczno - Ekonomicznej w Łodzi, Łódź, 2011, s. 67.

³ Raport Światowego Forum Ekonomicznego, *Defining Education 4.0: A Taxonomy for the Future of Learning*, Genewa, 2023, s. 4.

⁴ Choczyński, M., *Wychowanie jako proces społeczny w teorii Floriana Znanieckiego*, Uniwersyteckie Czasopismo Socjologiczne (6) 2011, Warszawa, 2011, s. 103.

O ruchliwości społecznej

Badania nad ruchliwością i awansem społecznym miały swój rozkwit jednak kilka dekad później, w latach 50. i 60. XX. wieku. Był to czas wielkich procesów społecznych, tj. migracji ze wsi do miast związanej z industrializacją oraz powstawaniem nowej inteligencji, robotniczo-chłopskiej. Emigracje i zmiana miejsca zamieszkania na miasto także zaczęły być postrzegane jako awans społeczny. Janusz Żarnowski określając migrujących do miasto jako “wychodźców ze wsi”, którzy “wracali bogatsi o nowe poglądy, przyzwyczajenia i informacje, stając się zaczynem istotnych zmian świadomości w swoim środowisku”⁵. W okresie Polski Rzeczpospolitej Ludowej, awans społeczny stał się ważnym tematem w zmieniającej się strukturze społecznej. Do upowszechnienia pojęcia awansu społecznego przyczynił się zdecydowanie Józef Chałasiński, który dzięki badaniu pt.: “Młode pokolenie chłopów. Procesy awansu społecznego” zaznaczył się w kanonie polskiej socjologii. Dzięki skupieniu się na ruchliwości młodej, wiejskiej społeczności, rozpoczął zagorzałą dyskusję nad fenomenem tego procesu. Chałasiński nie tylko przybliżył w jaki sposób dzieci chłopów zdobywają wykształcenie, ale także analizował zmianę ich świadomości społecznej, systemu wartości i tożsamości (pnąc się po strukturze społecznej)⁶.

Wprowadzając niejako termin awansu społecznego do polskiej socjologii. Definiuje go następująco: “awans jest zawsze zdobyciem miejsca społecznego w ramach jakiejś świadomości zbiorowej. Oznacza on zawsze albo podniesienie się na drabinie społecznej grupy macierzystej, albo przejście z jednej grupy do innej, albo też utworzenie grupy nowej”⁷. Traktował awans społeczny jako jedną z dróg realizacji elementarnych potrzeb człowieka: “zagadnienie awansu społecznego dotyczy pojawienia się jednego z najważniejszych dążeń społecznych jednostki: dążenia do wyróżnienia społecznego, które po zaspokojeniu potrzeb biologicznych człowieka jest jednym z najsilniejszych motorów społecznej i ekonomicznej działalności człowieka”⁸.

Jednak warunkiem podniesienia swojej pozycji w społeczeństwie jest świadomość jednostki, rozumienie jakie są dostępne możliwości zmian, a także umiejętność rozróżnienia i porównania różnych miejsc na drabinie społecznej. Co ważne, by doszło do awansu, jednostka musi także dokonać pewnego porównania tychże miejsc względem własnego, co zaznaczył później także Henryk Domański. Istotne jest także rozeznanie typów stosunków i relacji społecznych⁹. W okresie Polski Ludowej, Chałasiński nie wraca

⁵ Żarnowski, J., *Spółeczeństwo Polski międzywojennej*, wyd. Wiedza Powszechna, Warszawa, 1969, s. 52.

⁶ Chałasiński, J., *Drogi awansu społecznego robotnika*, Ludowa Spółdzielnia Wydawnicza, Warszawa, 1979, s. 21.

⁷ Chałasiński, J., *Drogi awansu społecznego robotnika*, Ludowa Spółdzielnia Wydawnicza, Warszawa, 1979, s. 18.

⁸ Chałasiński, J., *Drogi awansu społecznego robotnika*, Ludowa Spółdzielnia Wydawnicza, Warszawa, 1979, s. 17-18.

⁹ Domański, H., *O ruchliwości społecznej w Polsce*, wyd. IFiS PAN, 2004, s. 22.

już do przedwojennej koncepcji awansu indywidualnego¹⁰, ale skupia się na teorii awansu kulturowego całej grupy.

Idąc za spostrzeżeniem Krzysztofa Zagórskiego w przedmowie do książki “O ruchliwości społecznej w Polsce” autorstwa Henryka Domańskiego, w pierwszej kolejności warto zastanowić się czy ruchliwość społeczna motywuje do przekształceń struktury społecznej czy jest wynikiem jej zmian. Krzysztof Zagórski wyjaśnia tę myśl: “Przyjęcie ruchliwości za czynnik zmian struktury zakłada, że ludzka inicjatywa, energia i dążenie do zmiany i awansu cywilizacyjnego lub materialnego powoduje presję na powstawanie nowych pozycji społecznych. Rzecz w tym, czy w istniejącej strukturze istnieją silne bariery społeczne, uniemożliwiające taki proces i czy owe bariery są przewyżczone. Przyjęcie ruchliwości za rezultat przemian strukturalnych zakłada, że “obiektywne” makrospołeczne lub makroekonomiczne czynniki, takie jak wymóg rozwoju ekonomicznego czy narzucona z zewnątrz zmiana ustroju społecznego stwarzają potrzebę wypełnienia nowych pozycji społecznych lub unicestwienia - czasem tylko częściowego “opróżnienia” - starych”¹¹.

W tych rozważaniach wyłoniła się także definicja ruchliwości społecznej, którą można streścić w następujący sposób: ruchliwość społeczna to czynnik bądź rezultat przekształceń struktury społecznej, czego efektem jest powstawanie nowych pozycji społecznych czy też częściowego lub całkowitego zaniku starych pozycji.

Z tych rozważań, można wysnuć wniosek, że niezależnie od bycia czynnikiem sprawczym, czy tylko rezultatem przemian strukturalnych, ruchliwość dokonuje się jedynie w stopniu ograniczonym zmianami struktury, czyli wzrostem lub spadkiem liczby i “pojemności” poszczególnych pozycji społecznych. Przykład industrializacji socjalistycznej i specyficznej drogi awansu społecznego w okresie rządów komunistycznych, kiedy “wypełniano” wysokie pozycje po stratach wojennych czy eksterminacji, wyjaśnia tę tezę Zagórskiego¹². Zadał także pytanie, czy obecnie ruchliwość społeczna rzeczywiście jest zależna od możliwości struktury czy być może znacznie wykracza poza takie minimum?¹³

To pytanie nadal jest zasadne, jednak w zupełnie innym rozumieniu. Pozycja społeczna wynika z zawodu jednostki społecznej, jej wykształcenia i kwalifikacji. Istotną kwestią jest “pojemność” pozycji społecznych, ale w kontekście liczby wykwalifikowanych pracowników i wakatów. Wiedza i dostęp do niej, a także powszechna motywacja do awansu społecznego i zawodowego generują duże zasoby pracowników umysłowych w poszczególnych sektorach rynku pracy. Jeśli następuje nadwyżka ilości wykwalifikowanych w danej dziedzinie, ruchliwość pionowa jest utrudniona. Aktualnie, tę zależność determinuje rozwój technologiczny i sztuczna inteligencja, poprzez tworzenie

¹⁰ Chałasiński, J., *Drogi awansu społecznego robotnika*, Ludowa Spółdzielnia Wydawnicza, Warszawa, 1979, s. 25.

¹¹ Zagórski, K. *Przedmowa* w: Domański, H., *O ruchliwości społecznej w Polsce*, wyd. IFiS PAN, 2004, s. 8.

¹² Zagórski, K. *Przedmowa* w: Domański, H., *O ruchliwości społecznej w Polsce*, wyd. IFiS PAN, 2004, s. 9.

¹³ Zagórski, K. *Przedmowa* w: Domański, H., *O ruchliwości społecznej w Polsce*, wyd. IFiS PAN, 2004, s. 9.

nowych miejsc pracy i zanik starych, a także przymus zmiany kwalifikacji (o czym więcej w dalszej części rozdziału).

Bardzo istotne jest także to, w jaki sposób postrzega się ów prestiż w debacie społecznej, a także z czego ta ocena wynika. Krzysztof Zagórski trafnie klasyfikuje ruchliwość jako strukturalną, inaczej “wymuszoną” oraz jako czystą, wymienną¹⁴. To rozróżnienie pojęcia ruchliwości społecznej definiuje pojęcie przez pryzmat rozumienia, świadomości jednostek odnośnie ich pozycji społecznej oraz z czego ona wynika - z wypracowania własnej pozycji czy z pochodzenia. Co więcej, czy jednostki społeczne w trakcie swojej ruchliwości dostrzegają i porównują swoje szanse i osiągnięcia z wynikami innych i czy przez ten pryzmat definiują stopień swojego awansu.

Inny wymiar “czystości”, czy precyzyjniej - “przejrzystości” ruchliwości obserwuje Henryk Domański: “Wzrost wyrazistości jest synonimem większej krystalizacji podziałów społecznych. W przypadku Polski polegało to na zaostrzeniu barier między rolnikami, robotnikami a kategoriami utożsamianymi z “klasą średnią”, do którego to miana kandydują w naszej rzeczywistości inteligencja, pracownicy umysłowi i właściciele firm. Skądinąd wiadomo, że krystalizacja jest wypadkową wielu tendencji, których aspektem jest rozciągnięta w czasie transmisja różnego rodzaju zasobów lokujących jednostki w strukturze społecznej.”¹⁵.

Inną a wszakże istotną kwestią kierunek i natężenie ruchliwości społecznej. Pitrim Sorokin wyróżnia dwa podstawowe typy ruchliwości społecznej. Ruchliwość pozioma (horyzontalna) wyznacza zmianę pozycji w ramach tej samej klasy społecznej, np. zmiana miejsca pracy w obrębie tego samego stanowiska, która nie będzie implikować zmianę statusu społecznego. Ruchliwość pionowa (wertykalna) zachodzi, gdy jednostki lub grupy społeczne poruszają się po drabinie hierarchii społecznej, czego przykładem jest awans zawodowy, degradacja ekonomiczna czy zmiana klasy społecznej na niższą lub wyższą¹⁶. Sorokin wskazywał również na tzw. instytucjonalne kanały ruchliwości, czyli miejsca bądź obszary umożliwiające ruchliwość społeczną. Są to edukacja, wojsko, kościół, zawód/rynek pracy, instytucje polityczne. To realizując się w tych podmiotach jednostki mogą zmienić status społeczny (degradując lub awansując)¹⁷. Zbigniew Bokszański podkreśla także kierunki poziome i pionowe ruchliwości społecznej. Wertykalne przemieszczanie się w strukturze społecznej prowadzi do awansu lub degradacji zawodowej. Horyzontalny ruch odbywa się na drodze stylu życia, praktyk i nawyków związanych z szeroko rozumianą kulturą¹⁸. Czy zatem awans zawodowy przebiega równoległe do awansu społecznego i

¹⁴ Zagórski, K. *Przedmowa* w: Domański, H., *O ruchliwości społecznej w Polsce*, wyd.IFiS PAN, 2004, s.10-11.

¹⁵ Domański, H., *O ruchliwości społecznej w Polsce*, wyd.IFiS PAN, 2004, s. 101.

¹⁶ Sorokin, *Ruchliwość Społeczna*, Wydawnictwo Instytutu Filozofii i Socjologii PAN, Warszawa, 2009, s. 136-138.

¹⁷ Sorokin, *Ruchliwość Społeczna*, Wydawnictwo Instytutu Filozofii i Socjologii PAN, Warszawa, 2009, s. 164.

¹⁸ Bokszański, Z., *Młodzi robotnicy a awans kulturalny*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa, 1976, s.

kulturalnego? By móc odpowiedzieć na to pytanie, należy w pierwszej kolejności rozróżnić pojęcia awansu zawodowego, społecznego i kulturalnego. Tę drogę analizy ruchliwości społecznej obrał także Henryk Domański. Kiedy jednostki lub grupy społeczne przemieszczają się na drabinie społecznej osiągając wyższe pozycje w strukturze społecznej osiągają awans społeczny. Zachodzi zmiana statusu społeczno - zawodowego w wyniku ruchliwości wertykalnej¹⁹. Natomiast poziomy ruch społeczny oznacza przemieszczanie się bez zmiany statusu, jedynie geograficznie lub międzygrupowo. W przyjętym rozumieniu, ten typ ruchliwości oznacza zmiany pozycji w strukturze społecznej, które nie zachodzą w hierarchii społecznej. Jest to przemieszczanie się w obrębie klasy lub warstwy społecznej, na tym samym poziomie w strukturze. Za przykład może posłużyć zmiana miejsca pracy, nie natomiast stanowiska pracy lub przekwalifikowanie się na inny zawód, który jednak mieści się w tym samym statusie społecznym, co poprzedni. Mobilność przestrzenna, tj. np. migracje ze wsi do miast, bądź odwrotnie (widoczny jest trend także w tym kierunku) przy jednoczesnym pozostaniu przy swoim statusie społeczno-zawodowym, to także przykład ruchliwości horyzontalnej bez awansu społecznego. W jej wyniku jednak nie zachodzi awans społeczny, którego warunkiem byłoby np. wyższe wykształcenie, zawód czy warunki ekonomiczne, o czym polska socjologia już w latach 70. zaznaczyła. Co Henryk Domański także zaznacza w pojęciu awansu społecznego, to subiektywne odczucia jednostek w drodze do awansu społecznego: „najwyraźniejszym poczuciem awansu charakteryzują się byli rolnicy. (...) bardzo niewielka liczba awansowała z rolnika na inteligenta²⁰ (...) ci, którym w Polsce się to udało, wyróżniali się najwyższą samoocena pozycji (...) podobną zbieżność odnotowujemy odnotowujemy w odniesieniu do inteligentów wywodzących się z robotników wykwalifikowanych i kategorii pracowników umysłowych o niskim statusie - to są sekretarki, referenci, księgowi czy naczelnicy wydziału. (...) Okazuje się, że w obu tych kategoriach dominowała świadomość awansu, przy czym wśród byłych robotników subiektywny awans wyniósł 0,50 punktu, a w przypadku pracowników umysłowych 0.26”²¹.

¹⁹ Domański, H., *O ruchliwości społecznej w Polsce*, wyd.IFiS PAN, 2004, s. 19-20.

²⁰ Domański, H., *O ruchliwości społecznej w Polsce*, wyd.IFiS PAN, 2004, s. 141.

²¹ Domański, H., *O ruchliwości społecznej w Polsce*, wyd.IFiS PAN, 2004, s. 145.

1. Uwarunkowania ruchliwości społecznej nowoczesnego społeczeństwa

Jednak w dobie intensywnego rozwoju technologicznego należy dokładnie przeanalizować zależność dynamiki ruchliwości społecznej od przekształceń nie tyle ustrojowych (jak pisze Zagórski), a na rynku pracy wynikających z udziału technologicznego. Obecny etap rozwoju technologiczno-gospodarczego określany jest mianem Przemysłu 4.0, czyli czwartej rewolucji przemysłowej. Polega na upowszechnieniu sztucznej inteligencji oraz cyfryzacji. Istotnie przekształca rynek pracy, nadaje także inną dynamikę ruchliwości społecznej²². Dostęp do wyższych stanowisk i możliwość nabywania kompetencji technologicznych nie jest już determinowany pochodzeniem społecznym czy systemem politycznym.

Współczesna rewolucja technologiczna niewątpliwie otwiera szerokie spektrum możliwości, nie tylko w zakresie awansu zawodowego, lecz także w innych obszarach życia społecznego i gospodarczego. Jednocześnie jednak rodzi określone ograniczenia oraz obawy, w szczególności te związane z potencjalnym zmniejszeniem liczby miejsc pracy - analogicznie do lęków, które pojawiały się w czasie wcześniejszych rewolucji przemysłowych. Jak zauważa Magdalena Wysocka, w narracjach dotyczących rozwoju technologii cyfrowej powraca argumentacja odwołująca się do historycznych doświadczeń poprzednich transformacji technologicznych²³. Podkreśla się, że choć w ich trakcie rzeczywiście dochodziło do redukcji zatrudnienia w określonych zawodach, w ujęciu ogólnym następował jednak wzrost liczby miejsc pracy. Co istotne, powstawały nowe stanowiska, na które mogli aplikować dotychczasowi pracownicy - przede wszystkim ci, którzy charakteryzowali się wysoką mobilnością kompetencyjną oraz przestrzenną. Podobne przewidywania pojawiają się także w odniesieniu do obecnej, czwartej rewolucji technologicznej. W raporcie Pew Research Center²⁴ wśród niemal dwóch tysięcy menedżerów, aż 48% respondentów prognozuje, że do 2025 roku wdrażanie technologii cyfrowych przyczyni się do zmniejszenia ogólnej liczby miejsc pracy. Z kolei pozostali menedżerowie szacują, że w tym samym horyzoncie czasowym powstaną nowe miejsca pracy, związane z wdrażaniem nowych technologii. Oznacza to, że kierunki ruchliwości społecznej przyjmują w dużej mierze charakter horyzontalny, wynikający z konieczności przekwalifikowania się oraz nabywania nowych kompetencji, co pozwala jednostkom objąć inne stanowiska i tym samym uchronić się przed nowoczesnym wymiarem bezrobocia technologicznego, generowanego przez procesy automatyzacji pracy.

Współczesna rzeczywistość w istocie redefiniuje pojęcie ruchliwości społecznej poprzez pojęcia sztucznej inteligencji (SI / AI), jej algorytmów, technologii, cyfryzacji, globalizacji. Obecnie kapitał społeczny nabywa się także poprzez nowe kanały, tj. sieć internetową.

²² Hermann, M., Pentek, T., Otto, B., Design Principles for Industrie 4.0 Scenarios, Working Paper nr 01/2015, Uniwersytet Techniczny w Dortmundzie, s. 3–4, za: Magdalena Wysocka.

²³ Wysocka, M., *Wpływ specjalnych stref ekonomicznych na poziom zatrudnienia w Polsce* w: Studia Prawno-Ekonomiczne, tom 107, 2018, s. 373–388.

²⁴ Raport Pew Research Center, *Social Media Use in 2018*, 2018, s.5.

Składa się także z innych zasobów, jakimi są kompetencje medialne, cyfrowe, komunikacyjne, globalna sieć kontaktów. Powyższe rozważania socjologów na temat mechanizmów ruchliwości społecznej dały podwaliny do rozumienia schematów. Nabywanie kapitału kulturowego, które szczegółowo będzie opisane w dalszej części rozdziału, jest procesem elastycznym, który wymaga zaabsorbowania aktualnych kodów kulturowych i kompetencji z tym związanych. Zatem budowanie kapitału społeczno-kulturowego niezbędnego do awansu społecznego odbywa się nadal tą samą drogą, jednak zmieniły się jednak kanały jego pozyskiwania. Merisalo i Makkonen proponują koncepcję tzw. e-kapitału, czyli cyfrowej formy kapitału kulturowego i społecznego, zaczerpniętą z perspektywy Pierre'a Bourdieu²⁵. Autorzy próbują wykazać, w jaki sposób tworzy się nowy kapitał z użyciem technologii cyfrowych i czy przekłada się to ruchliwość społeczną. Przeprowadzili badanie ankietowe wśród helsińskich kobiet, które używają mediów społecznościowych w celu tzw. reuse, czyli wykorzystywanie przestrzeni cyfrowej do wymiany, sprzedaży, inicjatyw etc). Wynikiem odpowiedniego korzystania z różnego rodzaju platform był znaczący dorobek kapitału społecznego w postaci sieci kontaktów, kompetencji cyfrowych i komunikacyjnych, etc. Zauważono jednak, że kobiety, które posiadały większy kapitał społeczno-kulturowy oraz ekonomiczny przed rozpoczęciem badania i zasilony "offline", miały zdecydowanie lepsze wyniki w przestrzeni "online". Oznacza to, że te strukturalne nierówności nie znikają w świecie cyfrowym. Przeciwnie - pogłębiają się i mają wpływ na budowanie e-kapitału. Inni autorzy, którzy również zauważają aktualność teorii Bourdieu, podważają założenia kapitału cyfrowego jako "podwymiar" kapitału kulturowego lub społecznego wskazując na znaczenie *danych indywidualnych* (dane cyfrowe dotyczące jednej osoby, tj. np. kliknięcia, zdjęcia, lokalizacja czy preferencje): "argumentujemy, że dane indywidualne stanowią podstawę wielu praktyk cyfrowych, modeli biznesowych i procesów analizy danych. W rezultacie nadaje się im status wartościowego i spornego towaru. (...) W naszym artykule pokazujemy, że nie tylko własność, ale także kontrola nad danymi indywidualnymi jest tutaj istotna. Ta kontrola jest bardzo nierównomiernie rozłożona na korzyść cyfrowej elity, co skutkuje dominującą pozycją wielkich firm technologicznych. Odzwierciedla to strategie reprodukcji nierówności, związane z układem sił między aktorami społecznymi w przestrzeni społecznej oraz zależne od wielkości i składu kapitału. Strategie reprodukcji klasy wyższej opierają się na bezpośrednich sojuszach między nową cyfrową elitą a „starą” klasą rządzącą. Strategie klasy średniej i niższej zaczynają się od znacznie mniejszej kontroli nad kapitałem cyfrowym. Klasa średnia stosuje strategie inwestycji w pracę nad statusem, sprzyjające akumulacji kapitału kulturowego. W klasie niższej podejmuje się próby kompensacji niskiej kontroli nad kapitałem cyfrowym poprzez indywidualne strategie przeciwstawne lub autocenzurę. W tym celu nabywa się specyficzny kapitał społeczny i symboliczny poprzez cyfrowe formy reprezentacji, co ma znaczenie w ramach

²⁵ Makkonen T., Merisalo M., *Bourdieuian e-capital perspective enhancing digital capital discussion in the realm of third level digital divide w: Information Technology and People 35(8), 2022, s. 231-252.*

„kultury klasy niższej”²⁶. Przyjmując tę konkluzję autorów, dane indywidualne są niezwykle cennym zasobem społecznym, który jednak jednocześnie stanowi przeszkodę w ruchliwości społecznej. Kluczowym aspektem jest kto sprawuje kontrolę nad tymi danymi - autorzy wskazują na elity cyfrowe, big techy. To oni decydują jak akomodować te dane i w ten sposób zajmują dominującą pozycję w przestrzeni cyfrowej oraz w społeczeństwie. Rozpatrując ten problem w perspektywie klas społecznych, można stwierdzić, że klasa wyższa utrzymuje swą pozycję dzięki współpracy z cyfrową elitą, klasa średnia, starając się o awans społeczny, inwestuje i pozyskuje zasoby poprzez produkowanie treści czy podnoszenie swoich kompetencji. Klasa niższa zaś traci kontrolę nad swoimi danymi, zachowując jednak możliwość budowania małych społeczności internetowych. Zatem dane indywidualne stały się nowym kanałem budowania kapitału, natomiast kontrola nad nimi jest zdecydowanie nierówno rozłożona, na korzyść elity cyfrowej. Taki stan rzeczy skutecznie pogłębia nierówności społeczne.

1.1. Współczesna redefinicja ruchliwości społecznej

Cyfrowa rewolucja skutkuje przede wszystkim zmianą dynamiki ruchliwości społecznej, kanałów pozyskiwania kapitału społecznego i wskaźnikami, tj. odpowiednimi kompetencjami niezbędnymi do osiągnięcia awansu społecznego. Nadal istotny pozostaje habitus podstawowy, ponieważ ma wpływ na powodzenie w działalności cyfrowej. Na to składa się SI i jej algorytmy, które są trenowane na danych pochodzących ze schematów, stereotypów i dyskursu publicznego, który nierzadko krąży wokół uprzedzeń i nierówności. Jednak obecnie, istnieją nowe możliwości awansu społecznego, pod warunkiem posiadania odpowiednich narzędzi i kompetencji. Dzięki mediom społecznościowym czy platformom edukacyjnym możliwe jest zdobycie wykształcenia, pogłębienia swojej wiedzy niezależnie od pochodzenia czy pozycji społecznej. Nieistotne są także bariery terytorialne czy ekonomiczne. Oznacza to, że np. społeczności wiejskie mogą szybciej awansować kulturowo czy zawodowo, o ile mają dostęp do sieci internetowej i wiedzę jak z niej korzystać. Tę nową ścieżkę mobilności społeczności wyznaczają tzw. „cyfrowi nomadzi”²⁷ czy „przedsiębiorcy platformowi”²⁸. Wzrasta także znaczenie kapitału technologicznego jako nowej formy kapitału symbolicznego. Ten rodzaj zasobu, który jest wartościowy w postrzeganiu społecznym, jako szanowane, np. tytuł naukowy, dziś jest posiadaniem i korzystaniem z nowych technologii. To również tworzenie treści cyfrowych czy obsługiwanie zaawansowanych narzędzi AI, programowanie czy prowadzenie platform internetowych. To staje się kapitałem symbolicznym, ponieważ te umiejętności dają przewagę i możliwości awansowania społecznego. Dzięki kapitałowi technologicznemu i biegłości w posługiwaniu się nim, możliwe jest zbudowanie swojej pozycji społecznej i

²⁶ Verwiebe, R., Hagemann, S., *Bourdieu revisited: new forms of digital capital – emergence, reproduction, inequality of distribution*, w: Information, Communication, Society, 2024, s. 15.

²⁷ Makimoto, T., Manners D., *Digital Nomad*, wyd. Wiley, 2007.

²⁸ Srnicek, N., *Platform Capitalism*, Polity Press, 2017.

zawodowej oraz ułatwia kontrolę nad informacjami czy tworzeniem treści²⁹. To przesuwają niejako oś awansu społecznego w stronę samorozwoju, nabywania pewnych umiejętności, a także aspirowanie do elit cyfrowych. Rodzi także wątpliwości nad transparentnością drogi awansu oraz kanałów zdobywania kapitału społecznego.

1.2. Awans społeczny a awans kulturalny

W polskiej socjologii klasycznej podkreśla się, że z awansem kulturalnym zachodzi zmiana stylu życia oraz praktyk. Jest to jednak proces selektywny i często nierównomierny - zajmując pozycję na wyższym szczeblu struktury społecznej nie wiąże się to z przymusem uczestnictwa w kulturze wyższej. Tę drogę analizy w latach 70. XX wieku wybrał także Zbigniew Bokszański realizując badanie pt. „Młodzi robotnicy a awans kulturalny”. Podejmuje w nim rozważania dotyczące awansu społecznego przez pryzmat uczestnictwa w kulturze. Zbigniew Bokszański rozpatrywanie awansu kulturalnego poprzedzał analizą dotyczącą instytucjonalnego podziału kultury na wyższą i niższą. Punktem wyjścia jest dla niego ogólne stwierdzenie, że „awans kulturalny odnosi się do kontaktów z elementami kultury wyższego poziomu”³⁰. Następnie autor podejmuje próbę zdefiniowania samego kontaktu z kulturą wyższą. Analizując to zjawisko w latach 70., wskazuje, że preferencje kulturalne nie mają charakteru konsekwentnego. Aby zrozumieć mechanizmy awansu kulturalnego, Bokszański stara się określić kierunki przemian zachodzących w kulturze. Przenikanie się poziomów kultury nie wynika z obniżenia aspiracji, lecz z pojawienia się nowych potrzeb, ukształtowanych pod wpływem dominacji wydarzeń politycznych, gospodarczych czy naukowych, które w naturalny sposób przenikają do życia kulturalnego³¹. W konsekwencji autor zauważa, że „w kulturze narodowej i światowej można wyodrębnić przekazy i kody o wybitnym znaczeniu, a umiejętność ich recepcji może być traktowana jako wskaźnik awansu kulturowego”³². Awans kulturalny stanowi istotny aspekt ruchliwości społecznej, który jednocześnie wynika z pozycji społeczno-zawodowej jak i jest przyczynkiem do osiągnięcia kolejnego szczebla na drabinie społecznej. Zasadniczo jednak ruchliwość społeczna w przytoczonej pozycji jest rozumiana jako przemieszczanie się wewnątrz struktury społecznej w wyniku aktywnego uczestniczenia w kulturze³³. Oznaczało to, że w wyniku przyswajania odpowiedniego stylu życia, wiedzy, a także praktyk, następuje awans kulturalny. W procesie awansu kulturalnego jednostka korzysta ze swojego habitusu kulturowego, który jest zespołem

²⁹ Annaki, F., Ouassou, S., Igamane, S., *Visibility and Influence in Digital Social Relations: Towards a New Symbolic Capital?* W: African Scientific Journal, 2025, s. 2.

³⁰ Bokszański, Z., *Młodzi robotnicy a awans kulturalny*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa, 1976, s.16.

³¹ Bokszański, Z., *Młodzi robotnicy a awans kulturalny*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa, 1976, s.17-18.

³² Bokszański, Z., *Młodzi robotnicy a awans kulturalny*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa, 1976, s. 21.

³³ Bokszański, Z., *Młodzi robotnicy a awans kulturalny*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa, 1976, s.29-32.

dyspozycji, nawyków czy schematów myślenia, które zostały nabyte podczas wychowania i które nadają sposób czy intensywność uczestnictwa w kulturze. Wojciech Świątkiewicz, powołując się na teorię Bourdieu te dwa etapy kształtowania habitusu opisuje poprzez habitus pierwotny (obejmujący wzory wyniesione z domu rodzinnego) oraz habitus wtórny (który jest kształtowany w dalszym procesie edukacji i poprzez uczestnictwo w kulturze)³⁴. Te dwa poziomy, czy też etapy kształtowania habitusu pozwalają wyjaśnić, w jaki sposób rozwijają się kompetencje kulturowe i dlaczego uczestniczenie w kulturze symbolicznej może odbywać się niezależnie od pozycji społecznej. Jak zauważył Zbigniew Bokszański realizując przytoczone badanie, proces awansu kulturalnego wiąże się z tzw. napięciami tożsamościowymi, które wynikają z konieczności pogodzenia „starego” i „nowego” habitusu kulturowego. Robotnicy wychowani w tzw. kulturze środowiskowej z jednej strony posiadają „zakorzenione” wzorce, normy i praktyki, z drugiej zaś próbują przyswoić założenia kultury oficjalnej, czy jak można to ująć, prestiżowej. Tworzą się wewnętrzne rozterki między tym, co znane a nowymi wzorcami. Bokszański podkreśla jednak, że nie każde przyswojenie nowych praktyk kulturalnych oznacza całkowitą zmianę tożsamości. Może prowadzić jedynie do częściowego przystosowania się do oczekiwanych aktywności społecznych.

Jan Szczepański w *Elementarnych pojęciach socjologii* awans kulturalny definiował jako integralny etap procesu awansu społecznego³⁵. W jego ujęciu zmiana miejsca w strukturze społecznej poprzez edukację, urbanizację czy industrializację, musi wiązać się z „przyjęciem nowych kompetencji kulturowych”. Awans kulturalny w tym rozumieniu jest jednym z warunków utrwalenia nowej pozycji społecznej.

1.3. Bariery awansu

Awans społeczny jednak nie odbywa się zawsze gdy tylko jednostki uczestniczą w ruchliwości społecznej. Istnieją bariery awansu społecznego, przez które zmiana pozycji w strukturze społecznej, z niższej do wyższej, jest utrudniona lub uniemożliwiona. Czynniki stojące na drodze do awansu mają charakter kulturowy, strukturalny, ekonomiczny lub psychospołeczny.

O doświadczeniu tych barier stanowi posiadanie lub brak kapitału społecznego i kulturowego. To zestaw umiejętności społecznych, znajomości kodów językowych i konwenansów społecznych, które są niezbędne do funkcjonowania w wyższych pozycjach w strukturze społecznej. Brak znajomości norm i wzorców środowiskowych mimo nabytego wykształcenia, może skutkować tzw. wykluczeniem symbolicznym³⁶. Kapitał społeczny to pojęcie, które w tradycyjnym ujęciu wiąże się z siecią kontaktów, relacji, zaufania społecznego czy tzw. wzajemności, które umożliwiają współpracę, której efekty będą służyć jednostkom czy grupom. Przed erą cyfryzacji i sieci internetowej, kapitał

³⁴ Świątkiewicz, W., *Zróżnicowanie społeczne a uczestnictwo w kulturze*, Uniwersytet Śląski, Katowice 1984, s. 21.

³⁵ Szczepański, J., *Elementarne pojęcia socjologii*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 1970.

³⁶ Bourdieu P., *Dystynkcja. Społeczna krytyka władzy sądzona*, PWN, Warszawa, 2005.

społeczny zdobywano dzięki więzom lokalnym, tj. rodzinnym, sąsiedzkim, parafialnym, czy zawodowym. Były to fizyczne wspólnoty wyróżniające się zaufaniem i wzajemnym powiązaniem. Choć obecnie kapitał społeczny wciąż się na tym opiera, uległ on istotnym przeobrażeniom. Lokalność czy granice geograficzne nie ograniczają możliwości jego budowania, zaś nowe media i nieograniczone sieci kontaktów w przestrzeni internetowej pozwalają poszerzać swój społeczny dorobek. Idzie za tym zagrożenie słabszych i płytszych relacji społecznych, z ograniczonym zaufaniem, natomiast zdecydowanie są one bardziej zróżnicowane i liczniejsze, co daje nowe wymiary kapitału społecznego: elastyczny i wielowarstwowy³⁷.

Tę złożoność wyjaśnia teoria dóbr kulturowych Pierre'a Bourdieu i Jeana-Claude'a Passerona, która pozostaje aktualna mimo nowej rzeczywistości cyfrowej. W świetle tej teorii, kapitał społeczny zasadniczo wiąże się z kapitałem kulturowym, czyli zasobem wiedzy, kodów kulturowych czy praktyk, które nabywa się w procesie socjalizacji. Jako, że kody i normy kulturowe zmieniają się, to wiedza o nich i umiejętność ich praktykowania składa się na kapitał społeczny. Obecnie kluczowymi kompetencjami są te, które umożliwiają udział w kulturze w postaci tworzenia treści, co za tym idzie, kompetencje medialne, cyfrowe czy komunikacyjne. Kreowanie nowych elementów kultury jest dziś szczególnie pożądane w świecie cyfrowym, w którym czynnikiem iście determinującym jest nie samo posiadanie wiedzy, a jej kreatywne wykorzystanie. Ta zależność stanowi kluczową cechę kapitału kulturowego. Według Wojciecha Świątkiewicza: "cechą definicyjną kapitału kulturowego jest dynamika, polegająca na możliwościach pomnażania wartości. Kapitał kulturowy w przyjętym rozumieniu, nie jest więc tylko cechą statycznie opisującą jakiś stan rzeczy, z istoty swej jest nakierowany na dynamiczny rozwój swoich właściwości albo też przynajmniej zakłada możliwość takiego rozwoju."³⁸

Rozpatrując pojęcie kapitału kulturowego i społecznego w kontekście barier awansu, nie sposób nie zadać pytania o zmiany w jego funkcji w kontekście rozwoju nowych technologii i globalizacji. Kilka dekad temu znacząca była przynależność terytorialna i zbudowana w danym obrębie sieć kontaktów. Pochodzenie miało duży wpływ na poziom zasobów społeczno-kulturowych.

Obecnie to, w jaki sposób uczestniczy się w kulturze lub w jakich kręgach społecznych dana jednostka się obraca zależy od wyboru jednostki, wpływu informacji pochodzących z mediów społecznościowych, a także obecnego, zglobalizowanego stylu życia. Wolność przynależności to także znaczący element w kształtowaniu się człowieka w społeczeństwie. Warto zaznaczyć, że relacje społeczne, które niegdyś kształtowały postawy, praktykowane tradycje i znajomość elementów kultury, dziś są bardziej rozproszone i opierają się budowaniu sieci kontaktów. Umiejętność wyboru oraz poruszania się w

³⁷ Gannon, B., Roberts, J., *Social Capital: exploring the theory and empirical divide*, Empirical Economics, 2020, s. 902.

³⁸ Świątkiewicz, W., *Kapitał kulturowy a zagadnienie integracji społecznej*, w: Barska A., Michalczyk T., Szczepański M.S., (red.), *Ku integracji rozwoju człowieka i społeczeństwa*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, s. 100.

odpowiednich kręgach, a także kompetencje cyfrowe to jednak kluczowe umiejętności na drodze do awansu społecznego. Komunikowanie online sprzyja pozaterytorialnym kontaktom, które mogą w pewien sposób wzbogacić kulturowo, jednocześnie różnicując etnicznie grupy społeczne. Współcześnie, kapitał społeczny jest bardziej złożony i należy go rozpatrywać na kilku poziomach oraz w dwóch wymiarach: offline i online, które jednocześnie się także przenikają. Funkcjonując w świecie cyfrowym i kształtując kapitał społeczny także na tym poziomie może z jednej strony osłabiać więzi z kulturą i tradycjami w obrębie grupy. Może także wzbogacać się o udział w kulturze globalnej, zdobywać także bardzo istotne kompetencje medialne i społeczne. Budowanie kapitału społecznego odbywa się na drodze umiejętności zdobywania i utrzymywania relacji społecznych w różnych środowiskach i w obu wspomnianych wymiarach. Ta hybrydowa metoda w dążeniu do awansu społecznego daje więcej możliwości na powiększanie kapitału społecznego. Może to być szansa na pogłębianie wiedzy i praktyk zdobytych w pierwszych etapach socjalizacji, dzięki pochodzeniu i wychowaniu, a także daje możliwość poznania innych kultur, społeczności etc. Aktywność w wielu grupach zarówno cyfrowych oraz w relacjach tradycyjnych zdecydowanie daje więcej możliwości na awans społeczny. Bourdieu czy Passeron ściśle łączyli kapitał kulturowy z klasą i dziedziczeniem, co jest naturalne biorąc pod uwagę czas ich naukowej działalności, tj. wiek XX. W dzisiejszej rzeczywistości nie tylko docenia się sprawne poruszanie się na szlaku cyfrowym, ale jest to także nieodłącznym, aby w pełni uczestniczyć w życiu społeczno-kulturalnym. Kapitał społeczny buduje się nie tylko na konsumpcji treści, ale także na jej produkcji. Tu wyłania się zagrożenie nadmiaru treści czy treści wątpliwej jakości. Szum informacyjny oraz bezrefleksyjne zawierzanie sztucznej inteligencji są dziś powszechnie doświadczane. Zagrożenia, jakie mogą z tego wynikać będą szerzej opisane w podrozdziałach 1.1 - 1.3.

Także w badaniu młodych robotników przez prof. Bokszańskiego kapitał społeczny był mierzony przez pryzmat pochodzenia oraz znajomości klasycznych dzieł kultury³⁹. Po ponad pięciu dekadach, kapitał społeczny buduje się na zasadzie globalnych sieci kontaktów, twórczości, gdzie kluczową rolę odgrywają kompetencje komunikacyjne, kulturowe oraz medialne. Mimo, że przynależność klasowa już dawno straciła na znaczeniu, a możliwości kształcenia i rozwoju są na wyciągnięcie ręki, to może powstać pewnego rodzaju konflikt tożsamości. Gdy jednostka jest świadoma swojego pochodzenia - etnicznego, religijnego również ekonomicznego i w dorosłym życiu doświadczają wpływów z innych kręgów kulturowych. W szczególnej sytuacji była i nadal pozostaje społeczność wiejska, o czym pisał m.in. Chałasiński. Tę kwestię w 2016 roku podniesiono w badaniu pt.: *Does Broadband Connectivity and Social networking sites build and maintain social capital in rural communities?* (tł. "Czy łączność szerokopasmowa i serwisy

³⁹ Bokszański, Z., *Młodzi robotnicy a awans kulturalny*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa, 1976, s. 264 - 267.

społecznościowe budują i utrzymują kapitał społeczny w społecznościach wiejskich?)⁴⁰. Przebadano społeczność regionu Western Downs, w Queensland, w Australii pod kątem budowania kapitału społecznego w społecznościach wiejskich i jak temu pomaga dostęp do szerokopasmowego internetu oraz korzystanie z mediów społecznościowych. Wyniki badania nie zaskakują i są zbieżne z socjologiczną intuicją - korzystając z cyfrowych udogodnień wzmacnia się kapitał, nazwany przez autorów badania, pomostowy, który polega na sieci kontaktów poza najbliższym kręgiem, inwestuje także w rozwój zainteresowań czy zdobywanie wiedzy⁴¹. Wnioski z badania, które jednak warto podkreślić, to fakt, że Internet i media społecznościowe zdecydowanie przewyciężają bariery terytorialne i izolację społeczną (przyp. Aut.: co jest istotne z punktu widzenia ostatniej pandemii COVID-19)⁴². Dostęp do sieci umożliwia także dostęp do informacji, wszelkiego rodzaju usług, wsparcia społecznego i rynku pracy. To z kolei sprzyja rozwojowi społecznemu i ekonomicznemu tej społeczności. Jako, że awans społeczny jest złożonym procesem, zależnym od świadomości jednostki, możliwościom struktury czy systemu politycznego. Pitrim Sorokin, tę złożoność rozpatrywał także w kategorii stratyfikacji społecznej⁴³. Zauważa dwa poziomy otwartości ruchliwości w zależności od typu społeczeństwa. Społeczeństwa zamknięte (np. kastowe), wg rosyjskiego badacza mają bardzo ograniczoną ruchliwość społeczną. Zdecydowanie większą mobilność przypisuje społeczeństwom otwartym, tj. demokratycznym, liberalnym. Okazuje się, że w erze cyfryzacji, rozbudowanej sieci internetowej i powszechnego dostępu do niej, ta teza nie traci na aktualności. Bariery awansu jednak nie wynikają z ograniczeń społeczeństw o silnych tradycjach i ich strukturze (np. kasty). Ich źródłem jest ubogi kapitał społeczny, który mimo cyfrowych możliwości skutecznie utrudnia zmianę pozycji społecznej. Dowodzi temu indyjska publikacja informacji i technologii komunikacyjnej w wiejskich regionach. Dostęp do cyfrowych usług publicznych i internetu pozwolił niektórym osobom z niższych kast na poprawę sytuacji zawodowej. Dzięki dostępowi do sieci i, co za tym idzie, lepszemu dostępowi do informacji, niektórzy założyli drobną działalność gospodarczą. Jednak awans społeczny, w rozumieniu przytoczonych wyżej definicji, nie mógł zajść, ze względu na niewystarczający kapitał edukacyjny czy społeczny⁴⁴. Raport Światowego Banku z 2021 roku również ukazuje te bariery awansu w indyjskich wioskach⁴⁵. Zwraca uwagę na zagrożenia wynikające ze sztucznej inteligencji i jej algorytmów, które na podstawie danych treningowych, powielają nierówności kastowe.

⁴⁰ Tiwari S., Lane M., Alam K., *Does Broadband Connectivity and Social networking sites build and maintain social capital in rural communities?*, Australasian Conference on Information Systems 2015, Adelajda.

⁴¹ Tiwari S., Lane M., Alam K., *Does Broadband Connectivity and Social networking sites build and maintain social capital in rural communities?*, Australasian Conference on Information Systems 2015, Adelajda, s.8-9.

⁴² Tiwari S., Lane M., Alam K., *Does Broadband Connectivity and Social networking sites build and maintain social capital in rural communities?*, Australasian Conference on Information Systems 2015, Adelajda, s. 8-9.

⁴³ Sorokin, *Ruchliwość Społeczna*, Wydawnictwo Instytutu Filozofii i Socjologii PAN, Warszawa, 2009.

⁴⁴ Bhatnagar S., *Information Technology and Development: Foundation and Key Issues*. W: *Information and Communication Technology in Rural Development*, s. 1-9,

⁴⁵ Raport Światowego Banku, *Data for Better Lives*, 2021, s.48.

Zatem otwartość społeczeństwa ma nadal niezwykle silny impakt na dynamikę ruchliwości społecznej. Jak zauważa Henryk Domański: “Otwartość struktury dla procesów masowej ruchliwości społecznej jest więcej nie tylko wynikiem, ale jednym z ważnych warunków przyspieszonego rozwoju społeczno - gospodarczego”⁴⁶.

1.4. Szklany sufit i rynek pracy w dobie SI

Barierą do awansu społecznego oprócz zasobów w postaci kapitału społecznego jest także niemożność awansu zawodowego mimo posiadanych kompetencji, tzw. Szklany sufit. Definicji tego zjawiska próżno szukać w socjologicznych słownikach, mimo, że funkcjonuje w języku, a także wielu badaniach. Wielki słownik języka polskiego definiuje szklany sufit następująco: “ogół nieformalnych barier, które uniemożliwiają pewnym grupom osób osiągnięcie określonych celów lub wysokiego statusu zawodowego albo politycznego”. Należy dodać, że zjawisko odnosi się najczęściej w dyskursie feministycznym, a także etnicznym, wyznaniowym czy mniejszości narodowych. Dotyczy wyższych stanowisk, np. menadżerskich czy kierowniczych. Choć nazwa jest metaforyczna, w rzeczywistości oznacza widoczność możliwości, które jednak są niemożliwe do uchwycenia. Pojęcie szklanego sufitu weszło do debaty nad równością szans kobiet na rynku pracy w latach 80 XX wieku w Stanach Zjednoczonych. Po czterech dekadach jest już subtelniej dyskutowanym zjawiskiem, z pewnością już nie stanowi centrum rozważań w kontekście praw mniejszości na rynku pracy. Przejawy szklanego sufitu są obecnie bardziej złożone niż ówczesny brak reprezentacji kobiet na wysokich stanowiskach. Jednak o tym, że szklany sufit nie został jeszcze stłuczony dowodzą wyniki z badania „Efekt szklanego sufitu w radach nadzorczych i zarządach polskich spółek akcyjnych” potwierdzają istnienie zjawiska: “Pośród ponad 85 tys. powołań do organów polskich spółek akcyjnych, znacznie częściej powoływani byli mężczyźni (78,7%) niż kobiety (21,3%). Sytuacja ta dotyczyła zarówno rad nadzorczych (powołania mężczyzn to 76,56% wszystkich powołań, a kobiet 23,44%), jak i zarządów (odpowiednio: 84,03% i 15,97%)”⁴⁷. Z kolei badanie “Glass ceiling or glass cliff: an examination of the role of female board members on market performance in Poland” prezentuje inne zjawisko, tj. *szklany klif*, które jest pokłosiem szklanego sufitu⁴⁸. Wyniki badania dowodzą, że kobiety zdecydowanie częściej dostają awans na kierownicze stanowiska w spółkach o słabych wynikach. To oznacza, że tenże awans nie jest zapewnieniem wysokiej pozycji ze względu na sytuację firmy. Konsekwencją szklanego sufitu, czyli niemożności zdobycia awansu zawodowego jest brak awansu społecznego. Henryk Domański w „*O ruchliwości społecznej w Polsce*” udowadnia, że mobilność zawodowa jednostek jest ważnym

⁴⁶ Moore W.E., *Industrialization and social change*, w: Hoselitz H., Moore, W.E., *Industrialization and Labor: Social Aspects of Economic Development*, s. 17.

⁴⁷ Totleben B., Domagała W., *Efekt szklanego sufitu w radach nadzorczych i zarządach polskich spółek akcyjnych* w: *Kwartalnik nauk o przedsiębiorstwie*, 2/2024, 2024, s. 86.

⁴⁸ Aluchna M., Honig B., Kamiński B., *Glass ceiling or glass cliff: an examination of the role of female board members on market performance in Poland, Post-Communist Economies*, vol. 35, nr 8 (2023), s. 926–950.

czynnikami ruchliwości społecznej pionowej. Za awansem zawodowym idzie wzrost dochodu, prestiżu zawodowego oraz poszerzenie kapitału społecznego⁴⁹. Z kolei Jan Szczepański podkreślał, że zmiana zawodu, tudzież pozycji zawodowej może prowadzić do zmiany klasy społecznej (spełniając warunek świadomości tego awansu oraz przyjęcia nowego stylu życia, wiedzy i praktyk z nim związanych)⁵⁰. Obecnie zjawisko szklanego sufitu przybiera nowe formy przez rozwój sztucznej inteligencji i działanie tzw. “Big Techów”. Automatyczne systemy HR, które uczą się na danych, które dowodzą nadreprezentacji mężczyzn na stanowiskach kierowniczych. Te algorytmy mogą także powielać uprzedzenia płciowe czy etniczne. Przykładem jest system rekrutacyjny jednego z największych big techów, Amazona. W 2018 roku ujawniono, że zautomatyzowany proces analizy życiorysów faworyzował mężczyzn, ze względu na tzw. dane treningowe, które ukazywały dominację liczbową mężczyzn w branży technologicznej⁵¹. Nierówności związane z pozycją zawodową tworzą także platformy cyfrowe (tj. Uber, Bolt, Glovo, Amazon, Instagram czy TikTok). Te narzędzia dają możliwość pozyskania szerokiej klienteli, natomiast zachęcając do prostego i szybkiego zarobku pogłębiają tym samym problem prekaryzacji pracy. Cyfryzacja sprzyja i wzmacnia ten proces oraz ma wpływ na segmentację rynku pracy. Dyskusja na ten temat, która od niedawna trwa w akademickich kręgach, rozpoczyna analizę pojęcia prekarności na nowo oraz zachęca do regulacji tego typu zatrudnienia. Badanie tych platform w Słowacji i Węgrzech uwidocznilo skutki globalnego zjawiska prekaryzacji w warunkach lokalnych, gdzie związki zawodowe są o słabej sile, a ochrona praw pracowników jest znacząco ograniczona⁵². Wyzwania, z jakimi mierzą się pracownicy tych platform to niepewność zatrudnienia oraz brak stałej umowy czy przychodów. Niestabilność finansową zwiększają koszty pracy, które pracownicy muszą sami pokryć (np. paliwo, sprzęt, opłaty licencyjne). Poza regulacją są także godziny pracy, które wyznacza algorytm wykrywający czas największego zapotrzebowania. Pracownicy podlegają także publicznej ocenie przez klientów, co jest już nieodłącznym elementem jakości sektora usług, natomiast to poprzez oceny algorytmy decydują o ilości zleceń.

⁴⁹ Domański, H., *O ruchliwości społecznej w Polsce*, wyd. IFiS PAN, 2004.

⁵⁰ Szczepański, J., *Elementarne pojęcia socjologii*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 1970.

⁵¹ Dastin, J. (2018), Insight - Amazon scraps secret AI recruiting tool that showed bias against women [online], data dostępu: 10.07.2025r.

⁵² Kollár, B., & Neumann, L., *Prekarization via digitalization? Work arrangements in the on-demand platform economy in Hungary and Slovakia*. Friedrich-Ebert-Stiftung, 2021.

1.5. Algorytmika kapitału społecznego

Obecnie, w rzeczywistości zbudowanej na technologii i SI pogłębiają się wspomniane już nierówności wynikające z niedoskonałości “sztucznej inteligencji”. Algorytmy rekomendujące w mediach społecznościowych, wyszukiwarkach czy platformach streamingowych, podpowiadają jakie treści są warte odbioru. To odbiera poniekąd wolność i możliwość wyboru odpowiednich dla siebie form kultury i treści, ale pogłębia także podziały. Osoby o bogatszym kapitale kulturowym dostaną rekomendacje tych treści, które w kulturze są postrzegane jako ambitne, czy wręcz elitarne. Uboższy kapitał z kolei będzie zasilany ubogimi treściami. Takie algorytmy są używane nie tylko w rozrywce, ale nawet w katalogach internetowych bibliotek. Pojawiają się rekomendacje tych pozycji, które są podobne do wcześniej przeczytanych. To z jednej strony wzbogaca kapitał, z drugiej strony blokuje do odkrycia innych dzieł. Sztuczna inteligencja wspiera także te jednostki, które posiadają kapitał cyfrowy, tj. Umiejętności korzystania z zaawansowanych narzędzi w celu generowania treści czy analizowania danych. Działający od 2022 roku Chat GPT, które trenuje często na nielegalnie zdobytych materiałach, dostarcza wiedzy, która wymaga odpowiednich kompetencji cyfrowych, mimo to, platforma jest używana przez ponad 100 mln na świecie. Dane pozyskiwane w ten sposób powinny być nie tylko skrupulatnie zweryfikowana. Konieczna jest także wiedza na temat mechanizmów Chata GPT. To narzędzie nie ma na celu dostarczenia wiedzy, ale przekonania użytkownika, że to, co produkuje jest prawdziwe i rzetelne. Do dyskusji i rozpatrzenia pozostaje kwestia etyki pracy wielkich przedsiębiorstw technologicznych, które tworząc nowe rozwiązania powinni rozpatrzyć społeczne zagrożenia z nimi związane.⁵³

W tym złożonym procesie ruchliwości społecznej, gdzie znaczenie ma kapitał społeczny zdobyty na początkowym etapie socjalizacji, pochodzenie, a także, obecnie, zaawansowane umiejętności korzystania z cyfrowych narzędzi. Okazuje się, że do zdobycia awansu społecznego wystarczy dostęp do sieci internetowej pod warunkiem odpowiedniego korzystania z niej. Zmienił się także sposób awansowania zawodowego czy uczestnictwa w kulturze, a kapitał symboliczny, który wiązał się ze społecznym uznaniem, także zmienił swoją formę na zasoby technologiczne. Rozwój technologiczny zdecydowanie zmienia dynamikę ruchliwości społecznej nie tylko w kwestii awansu społecznego, ale także może mnożyć jego bariery i zagrożenia. Kwestią do dalszej dyskusji powinna pozostać zależność człowieka od algorytmów i SI, co nadaje pewną niesprawiedliwość proceduralną, gdyż decyzje, np. rekrutacyjne, są powierzane robotom. Etyka technologii to kolejne zagadnienie, któremu należy się przestrzeń do skrupulatnej obserwacji i rozwoju nauki na tym polu.

Natomiast nieodzownym motorem ruchliwości społecznej są jej wskaźniki, czyli kompetencje, które wyznaczają jej kierunek. Obowiązują tzw. cywilizacyjne kompetencje,

⁵³ Ahmadi A., *ChatGPT: Exploring the Threats and Opportunities of Artificial Intelligence in the Age of Chatbots*, w: *Asian Journal of Computer Science and Technology* 12(1), 2023, s. 25-30.

które pozwalają na efektywne funkcjonowanie w nowoczesnym społeczeństwie⁵⁴. Piotr Sztompka wymienia kompetencje poznawcze, komunikacyjne, emocjonalne, etyczne i obywatelskie. Zwraca uwagę na znaczenie kompetencji kreatywnych i innowacyjnych, które są postrzegane w nowoczesnym społeczeństwie jako kompetencje przyszłości, tj. umiejętność szybkiej adaptacji do zmieniających się warunków i szukanie rozwiązań do złożonych problemów⁵⁵. Wg Sztompki, istotne jest także rozwijanie kompetencji kulturowych, czyli rozumienia jej zmieniających się kodów oraz zdolności do funkcjonowania w wielokulturowym środowisku⁵⁶. W kolejnych podrozdziałach zostaną opisane kompetencje językowe, komunikacyjne, medialne i kulturowe, które składają się na przybliżone przez Piotra Sztompkę kompetencje cywilizacyjne. Wybrane umiejętności mają także znaczenie w rekonstrukcji badań Zbigniewa Bokszańskiego.

2. Kompetencje komunikacyjne i językowe

Czynniki językowe są przez Zbigniewa Bokszańskiego rozpatrywane jako bariery awansu kulturalnego ze względu na niemożność odbioru poszczególnych treści kulturowych. Szczególnie łączy kompetencje językowe z pochodzeniem jednostek społecznych oraz wykształceniem⁵⁷. Szczególna sytuacja istniała w ówczesnym województwie katowickim. Brak środowisk humanistycznych i artystycznych na Śląsku oraz dominacja pracowników fizycznych i technicznych miała istotny wpływ na kształt twórczości kulturalnej w tamtym czasie. Obecnie problem nie istnieje ze względu na duży przepływ ludzi z różnych środowisk oraz dyferencja branż, także zagranicznych. Globalizacja otworzyła hermetyczne środowisko na wpływy z innych kręgów kulturowych i etnicznych. Zmieniła się także klasa społeczna, styl życia i poziom wykształcenia. Nierówności pozostały, natomiast nie są związane z miejscem zamieszkania. Dostęp do wiedzy jest dziś niemal nieograniczony, jedynie kompetencje używania nowych technologii i kompetencje medialne mogą zaważyć o jej poziomie. Bokszański badając drogę do awansu młodych robotników zwraca szczególną uwagę na kompetencje językowe: “Obywatele legitymujący się wykształceniem podstawowym - czytamy w raporcie formalnie rzecz biorąc mają już większy zakres możliwości korzystania z prasy i ich zakres rozumienia jest szerszy. Jednakże i dla nich jest niedostępny ten zakres treści, który jest sformułowany w języku przyswajany na poziomie wykształcenia średniego. Jest zastraszającym objawem rosnące zubożenie języka młodzieży kończącej szkoły średnie a nawet wyższe, Biorąc pod uwagę, że w prasie codziennej pracuje coraz większy odsetek redaktorów z wyższym wykształceniem, musimy

⁵⁴ Sztompka, P., *Kompetencje cywilizacyjne*, w: Dialog: Pismo Dialogu Społecznego, (2), 2010, s. 77–90.

⁵⁵ Świętokrzyskie Centrum Doskonalenia Nauczycieli w Kielcach, Raport *Future. Rynek pracy i zawody przyszłości 2024*.

⁵⁶ Sztompka, P., *Kompetencje cywilizacyjne*, w: Dialog: Pismo Dialogu Społecznego, (2), 2010, s. 77–90.

⁵⁷ Bokszański, Z., *Młodzi robotnicy a awans kulturalny*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa, 1976, s.157-158.

się liczyć także z tym, że ich język będzie coraz bardziej hermetyczny, wykształcony i zbyt trudny dla przeciętnego czytelnika nawet z ukończoną 8-latką⁵⁸.

2.1. Odbiór treści medialnych

Rozpoczęcie analizy tych umiejętności od poziomu dostępności medialnych treści jest o tyle ciekawy, że w latach 70., kiedy było prowadzone badanie, media tradycyjne, tj. prasa, telewizja i radio dostarczały przekazy, które miały swoją odgórnie narzuconą jakość. Odbiorca tych treści był zmuszony mieć na tyle bogaty język, by te przekazy zrozumieć. Linearny model komunikowania wg Lasswella, który ma zastosowanie dla mediów tradycyjnych, wyjaśnia proces komunikacyjny także dla mediów cyfrowych.

Rys. 1 Linearny model komunikowania wg Lasswella

Proces komunikacji



Źródło: [online](#)

Mimo zarzutów, że model ten nie uwzględnia sprzężenia zwrotnego, to znaczy, że nie zakłada komunikacji w dwóch kierunkach nadawca - odbiorca i odbiorca - nadawca, to ma swoich obrońców w kontekście badania mediów cyfrowych. Okazuje się, że teoria Harolda Lasswella nadal ma swoje zastosowanie i pozwala badać każdy etap komunikacji (zamieszczony na powyższej grafice) zarówno osobno jak i we wzajemnym powiązaniu⁵⁹. Jest zatem “wielowymiarowym narzędziem”, które nie wyklucza działania sprzężenia zwrotnego, a jedynie skupia się na skutkach komunikacji. To współczesne interpretacje znacząco uprościły ten model. Można w nim dostrzec także kontekst społeczny i dopasować go do cyfrowych norm komunikacyjnych. Poddając analizie media społecznościowe, z łatwością można wpisać je w poszczególne etapy: - nadawca (kto?): użytkownicy, influencerzy, media, firmy, boty; - przekaz (co?): posty, memy, rolki, komentarze, filmy, nadawanie na żywo; - kanał (jak?): platformy społecznościowe oraz rodzaj urządzenia (treści dostosowują się do rozmiarów ekranu. Narzędzie, tzn. komputer, tablet lub telefon, zegarek, determinuje rodzaj platformy: strona internetowa lub aplikacja,

⁵⁸ Boksański, Z., *Młodzi robotnicy a awans kulturalny*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa, 1976, s. 157-158.

⁵⁹ Sapienza Z., Iyer N., Veenstra A.S., *Reading Lasswell's Model of Communication Backward: Three Scholarly Misconceptions w: Mass Communication and Society* 18(5), 2015, s. 599-622.

a także powiadomienia i ich częstotliwość); odbiorca (do kogo?): wszystkich użytkowników, zarówno odbiorców, jak i nadawców, zalogowanych użytkowników oraz tych nie posiadających kont w mediach społecznościowych (w zależności od ustawień prywatności); efekt (z jakim skutkiem?) - zależy od tzw. zasięgów nadawcy i chęci udostępniania przez odbiorców. Analizując kompetencje komunikacyjne i językowe przez pryzmat modelu Lasswella, można zaobserwować jak duże znaczenie mają urządzenia, jakimi się dysponuje, a także wybór odbiorcy, jakie treści mają do niego dotrzeć. Ta sprawczość polega np. na włączeniu bądź wyłączeniu powiadomień, obserwowaniu kont w mediach społecznościowych, a także interakcje, jakie poczynia względem odbieranych treści (komentowanie, polubienia, udostępnianie). Warto tu przywołać słynną teorię stwierdzającą, że “medium jest przekazem” autorstwa Marshalla McLuhan’a. Oznacza to, że rodzaj kanału komunikacyjnego kształtuje przekaz i to, w jaki sposób jest odbierany⁶⁰. Teoria ta szczególnie znalazła swoje zastosowanie w mediach cyfrowych. Stanowi jeden z najczęstszych kanałów informacyjnych i komunikacyjnych. Rozpatrując kompetencje językowe, należy przybliżyć ich specyfikę oraz język, ponieważ to te kanały kształtują przekaz i to, jak oddziałują na odbiorców. Dane z raportu DataReportal sygnalizują, że w styczniu 2024 r. w Polsce było 27,90 mln aktywnych użytkowników mediów społecznościowych. Oznacza to, że 68,8% polskiej populacji korzysta z tego typu platform. Co więcej, w 2024 roku Polacy spędzali średnio 4 godziny i 37 minut dziennie przed ekranem swojego smartfona⁶¹. W takiej częstotliwości odbioru tego typu treści, niosą się konsekwencje w postaci zubożenia języka i operowanie nim na innym poziomie. Ze względu na formę komunikowania zmienia się także forma przekazu oraz bogactwo języka. Iwona Loewe w artykule pt. “Język w mediach cyfrowych” wymienia różne typy komunikowania: “konwersacyjny (alternatywna wersja rozmowy telefonicznej), korespondencyjny (alternatywna wersja listu i wniosku), hipertekstowy (alternatywna wersja publikacji), transmisyjny (alternatywna wersja wydarzenia) i usługowy (alternatywna wersja sklepu i urzędu)”⁶². W niniejszej analizie komunikacji między użytkownikami pod lupą znajdzie się konwersacyjny i korespondencyjny typ komunikowania. Natomiast typ hipertekstowy wyjaśni odbiór treści i jak one wpływają na zasoby komunikacyjne. Iwona Loewe zauważa, że język stał się dynamicznym językiem, który przenika wzajemnie przestrzeń cyfrową i komunikację tradycyjną, międzyludzką. To, co może budzić obawy, to fakt, że w rozmowie w świecie materialnym, ludzie zapożyczają język cyfrowy i jego skrótowce w zastępstwie dla poprawnej polszczyzny. Najlepiej wykazuje to obserwacja autorki we fragmencie: “z komunikacji niezapośredniczonej do komunikacji internetowej typu konwersacyjnego przeszły naturalnie formuły etykietałne typu: cześć, dzień dobry i powszechne sieciowe: witam. Ich pierwotnym otoczeniem była ustna komunikacja potoczna twarzą w twarz. Prawem ekonomii językowej w nowych technologicznie sytuacjach komunikacyjnych użytkownik języka stosuje wszystko, co tylko

⁶⁰ McLuhan, M., *Zrozumieć media. Przedłużenia człowieka*, Wydawnictwo WAiF, Warszawa, 2001.

⁶¹ Kemp, S. (2024). *Digital 2024: Poland*, [online], data dostępu: 02.03.2024r.

⁶² Loewe, I., *Język w mediach cyfrowych*. Polska Akademia Nauk, 2020, s.30.

staje się w tych warunkach skuteczne. A zwroty etykietalne takie się okazały. Z telefonii (komunikacji zapośredniczonej) do Internetu migrowały emotikony klawiaturowe (złożone ze znaków klawiatury, bo ta dawała wówczas spore możliwości), a później obrazkowe wyrażanie emocji, także skróty w komunikatorach (ATW, OMG, XD, BTW). (...) Wreszcie obserwacje każą odnotować migracje z praktyk internetu do komunikacji niezapośredniczonej. W komunikacji mówionej potocznej twarzą w twarz zaczynają funkcjonować formy cyfrowe. Należą do nich akronimy, na przykład LOL, WTF (what the fuck), IDK (I don't know), OMG (oh, my God), nawet dawne OK, ale wymawiane jako [ok]. Dalej także skrzydlate słowa memów internetowych, na przykład Niemiec płakał, jak sprzedawał, koncept Janusza i Grażyny a potem nawet ich dzieci”⁶³.

2.2. Hybrydy językowe i istota dwujęzyczności

Szczególnie na ubytki w tradycyjnej polszczyźnie, zarówno w mowie jak i w piśmie są narażone pokolenia urodzone w rzeczywistości cyfrowej, tzw. cyfrowi tubylcy⁶⁴. W dyskusji do artykułu Iwony Loebe, nad szczególną sytuacją pokolenia tzw. Iksów i igreków pochylił się Rafał Zimny: “natomiast dwa młodsze pokolenia, zwłaszcza to najmłodsze, kształtowały już swoje kompetencje komunikacyjne równoległe w świecie druku i w świecie cyfrowym, często z preferencją dla tego drugiego, dlatego częściej przenoszą wzorce komunikowania się w Internecie do komunikacji opartej na druku.”⁶⁵. Specyfika języka cyfrowego polega także na jego zwieżłości, neologizmach czy zapożyczeniach głównie z języka angielskiego. Rozwijają takie formy komunikatów jak: memy (humorystyczne obrazki tworzone przez użytkowników) czy filmowe rolki (ang. reels, przedstawiające krótkie wideo, zwykle ukazujące ludzi odtwarzających scenki). Co więcej, stały się one często substytutem języka. Powstają pewne hybrydy językowe, które łączą style i formy komunikatu. Konsekwencją jest “spłycenie języka”, zaniedbanie poprawności stylistycznej czy ortograficznej. Według raportu “50 najczęściej popełnianych błędów w internecie w 2023 roku”, codziennie popełniano 9154 błędów, a to oznacza błąd językowy co 9 sekund. Były to podstawowe wyrażenia przyimkowe tj. m.in. “na pewno” - pisane w sieci “napewno” czy “w ogóle” - w sieci: “wogóle” bądź “wogule”, “na razie” - błędnie pisane: “narazie”. Te błędy pojawiały się najczęściej na platformach społecznościowych, takich jak: Facebook (38,98%), X (20,21%), YouTube (15, 12%) czy TikTok (4,08%)⁶⁶. Rozpatrywanie kompetencji językowych jest istotne w kontekście awansu społecznego i kapitału społecznego, ponieważ buduje kody kulturowe. Daje także możliwości w odbiorze elementów kultury. Inspirując się badaniem Zbigniewa Bokszańskiego, obecnie niezwykle złożonym procesem jest odbiór treści cyfrowych. Zatem analiza języka cyfrowego może

⁶³ Loewe, I., *Język w mediach cyfrowych*. Polska Akademia Nauk, 2020., s. 35.

⁶⁴ Prensky, M., Digital natives, digital immigrants – Part 1. On the Horizon, 9(5), 1–6., 2001.

⁶⁵ Loewe, I., *Język w mediach cyfrowych*. Polska Akademia Nauk, 2020, s. 42.

⁶⁶ Raport Nadwyraz.com, *Polszczyzna.pl* (2024). *Raport 50 najczęściej popełnianych błędów w internecie w 2023 roku [Raport roczny]* [online], data dostępu: 22.02.2024r.

doprowadzić do odkrycia nowych kodów kulturowych. Specyficzne środki wyrazu, tj. wcześniej wspomniane memy, służą nie tylko tworzeniu obrazów w celach huorystycznych, ale także komentują w pewien sposób rzeczywistość (tzw. memetyzacja⁶⁷). Piktogramy, które wyrażają emocje, tzw. emoji często zastępują słowa, a akronimy i skróty (np. LOL, BTW) są zrozumiałe tylko dla specyficznej grupy użytkowników. Ten nowy język konstruuje także nowe kategorie doświadczeń nadając odczuciom nowe pojęcia, które weszły także do języka powszechnego: np. “cringe” (wyraża zażenowanie), “ghosting” (unikanie kogoś, zaprzestanie kontaktu) czy “doomscrolling” (śledzenie jedynie negatywnie nacechowanych treści). Hipoteza Sapira-Whorfa o tym, że język warunkuje sposób postrzegania świata, więc ukierunkowuje interpretację rzeczywistości, a także decyduje o udziale w kulturze, jest szczególnie ważna w kontekście niniejszej rozprawy. Operowanie określonym językiem, a także kompetencje językowe warunkują uczestnictwo w danej przestrzeni kulturowej. Nawet w obrębie jednej społeczności, cechującej się tym samym językiem (np. polskim), wartościami i tradycjami, mogą wystąpić różnice w wyborze czy znajomości pewnych elementów kultury. Tę dyferencję determinuje zasób wiedzy o kodach kulturowych wynikający z przyjmowania pewnych treści. Szczególny na to wpływ mają media społecznościowe i język cyfrowy. Te różnice mogą występować nawet w podstawowej komórce społecznej, jaką jest rodzina, ze względu na preferencje w świecie cyfrowym. Z perspektywy relatywizmu językowego, można stwierdzić, że nie znając w pełni danego kanału, medium (i jego języka) niemożliwe jest zrozumienie kodów kulturowych, jakie ono tworzy. Pozostając w prezentacji specyfiki mediów społecznościowych, należy mieć wiedzę na temat memetycznych form, żargonów, a także specyficznego stylu komunikacji. Nieznajomość ich, to nie tylko brak kompetencji językowych (cyfrowych), ale także pewnego rodzaju wykluczenie z tego typu kręgu kulturowego. Hipoteza Sapira-Whorfa wskazuje także, że język jest odzwierciedleniem środowisk, grup społecznych, zatem jednostki myślące innymi językami, zupełnie inaczej postrzegają rzeczywistość. Szczególnie odnosi się to do mediów społecznościowych. Zbigniew Bokszański wskazuje także język jako wskaźnik pozycji społecznej, indeks społeczny. Powołuje się przy tym na J.H. Brossard’a, który zajmował się analizą wewnątrzrodzinnych procesów komunikowania się, zwracając przede wszystkim uwagę na język jako „indeks społeczny”: „im więcej poznaje ktoś zapisy rozmów rodzinnych, tym bardziej skłonny jest upatrywać w języku swoisty indeks charakterystyki społecznej rodziny.”⁶⁸. Z kolei D. Hymes postulował za wprowadzeniem nowego rodzaju analiz interdyscyplinarnych, którym nadał miano „teorii opisu socjolingwistycznego”. Ta tendencja w socjolingwistyce polega na: “w jego ujęciu język nie funkcjonuje w oderwaniu

⁶⁷ Majorek, M., Wojniak, J., *Memetyzacja komunikowania politycznego u progu XXI w.*, w: Czasopismo Państwo i Społeczeństwo, nr 1 (2012), s. 73–83.

⁶⁸ Bokszański, Z., *Młodzi robotnicy a awans kulturalny*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa, 1976, s. 160.

od kontekstu społecznego – przeciwnie, jest narzędziem i odbiciem społecznego działania.”⁶⁹

Kluczowe założenia tej teorii to: - zmienność językowa (linguistic variables); - różnice w użyciu języka (np. dialekty, rejestry, style) - są uzależnione od czynników społecznych, takich jak klasa społeczna, status, wiek, płeć czy pozycja zawodowa. Obecnie, za dodatkowe różnicowanie odpowiada uczestnictwo na platformach cyfrowych. Hymes zdecydowanie odrzucał pogląd, że istnieje proste równanie „1 język = 1 kultura”, a w jego koncepcji język nie funkcjonuje w oderwaniu od kontekstu społecznego – przeciwnie, jest narzędziem i odbiciem społecznego działania⁷⁰. Choć teoria powstała w latach 60. i 70., jest niezwykle aktualna. Platformy cyfrowe różnią się także formą komunikatu - np. języka Instagrama jest zdecydowanie mniej formalny niż język LinkedIna. Istotną umiejętnością jest wielojęzyczność, która pozwoli na dostosowanie się do różnych form komunikacyjnych i tym samym do różnych kodów kulturowych. Język w dalszym ciągu odzwierciedla pozycję społeczną, także, a być może - zdecydowanie w środowisku cyfrowym. Hymes w swoich rozważaniach poświęcił także uwagę refleksji metajęzykowej, myśleniem o języku. Komunikowanie cyfrowe, oprócz zasobów językowych, jest nowym sposobie myślenia o języku. Warszawskie Obserwatorium Kultury wydało raport o czytelnictwie w dobie cyfryzacji, w którym zaznacza jak kompetencje językowe wiążą się z medialnymi. Autorzy przywołują Maryanne Wolf, która sformułowała koncepcję biliterate brain, czyli mózgu o „podwójnych” umiejętnościach czytania: “Powinniśmy zatem myśleć o czytelnictwie w kontekście edukacji medialnej podobnie dwutorowo, jak naukowczyni i nauczycielka Maryanne Wolf, która sformułowała koncepcję biliterate brain, czyli mózgu o „podwójnych” umiejętnościach czytania. Taka „dwujęzyczna” osoba, podobnie jak ktoś posługujący się dwoma językami, opanowała najpierw osobno języki obu mediów - analogowego i cyfrowego, książki i internetu, by następnie być w stanie sprawnie „przełączać kody” i wykorzystywać umiejętności nabyte podczas nauki każdego z nich. Żeby ująć to prościej: młody czytelnik powinien nabyć zarówno umiejętność krytycznego czytania, jak i nauczyć się funkcjonowania mediów elektronicznych, a także dowiedzieć się, które umiejętności mogą się przydać w obu tych dziedzinach. Dzięki temu będzie w stanie dopasowywać strategie do medium, z którym ma do czynienia, rozumieć czym się różnią obie sfery oraz gdzie się przecinają. Będzie też potrafił wygospodarować czas na refleksje, jeżeli tekst tego wymaga, a nie tylko nieuważnie „ślizgać się” po nim wzrokiem, jak ma to często miejsce w przypadku tekstów czytanych w internecie.”⁷¹ W tym kontekście dwujęzyczność poznawcza, rozumiana jako zdolność operowania zarówno w trybie szybkiego, powierzchownego przetwarzania treści cyfrowych, jak i w trybie

⁶⁹ Bokszański, Z., *Młodzi robotnicy a awans kulturalny*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa, 1976, s. 160.

⁷⁰ Bokszański, Z., *Młodzi robotnicy a awans kulturalny*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa, 1976, s.169.

⁷¹ Bakalarz-Duverger, M., Adamik, E., Tarka, A., Zarzycka, M., *Czyta(nie)? Jak wspierać czytelnictwo młodych w dobie rewolucji cyfrowej: Raport z badań*. Warszawskie Obserwatorium Kultury, 2024, s. 10.

głębokiej, refleksyjnej lektury staje się warunkiem uczestnictwa w kulturze i świadomego życia społecznego. Pozwala to na świadome dopasowywanie stylu czytania do medium i celu komunikacyjnego. W dobie dynamicznie zmieniającego się ekosystemu medialnego, zdolność do odnajdywania się w złożonym środowisku informacyjnym, gdzie krótkie, zwięzłe komunikaty funkcjonują równoległe z rozbudowanymi, wymagającymi analizami jest kluczowa.

2.3. Sztuczna nie-inteligencja językowa

Oprócz specyfiki nowych mediów i platform społecznościowych, kwestię cyfrowego języka znacząco komplikuje sztuczna inteligencja, boty i algorytmy, które w ostatnich kilku latach nabrały na intensywności swoich działań. Takie narzędzia, jak Chat GPT opierają się na dużych modelach językowych, ucząc się na ogromnych zbiorach danych tekstowych. Następnie generują tekst kalkulując statystycznie najbardziej prawdopodobną kolejność słów. Niekiedy próżno dopatrywać się logiki i składki tych wyprodukowanych treści, mimo to stanowią źródło wiedzy potężnej części globu. Timnit Gebru i Emily Bender nazwali tego typu narzędzia SI *stochastyczną papugą*. Model działania przypomina papugę, która jedynie powtarza słowa, a nawet całe frazy, natomiast bez zrozumienia kontekstu i znaczenia. Modele powtarzają, “papugują” to, co znalazły w danych, ale nie mają rozumienia znaczenia tego, co tworzą⁷² Autorzy zwracają uwagę na konkretne ryzyka związane z metodą uczenia modeli językowych. Jako, że uczą się z dostępnych treści cyfrowych, nierzadko wyrażają seksizm, rasizm czy inne formy dyskryminacji. Modele mogą w ten sposób powielać i wzmacniać te uprzedzenia, a użytkownicy bezrefleksyjnie przyjmują te treści, ponieważ brzmią one wiarygodnie, co jest głównym zadaniem Chata GPT. Oskarżenia skierowane w stronę *stochastycznych papug* mówią także o statystycznym sposobie tworzenia treści, zupełnie pozbawionym zrozumienia. W erze dużych modeli językowych, kluczową zatem rolę pełnią kompetencje językowe i komunikacyjne, także medialne i technologiczne (o których szerzej w kolejnym podrozdziale). To, czym przeciętny użytkownik powinien się kierować, zdaniem autorów tekstu, to krytyczna analiza treści wygenerowanej przez AI, wiedza na temat działania tych modeli (statystyka), a także ocena wiarygodności tekstu, co obecnie jest coraz trudniejszym zadaniem. W podsumowaniu autorzy stwierdzają, że: „*im bardziej zaawansowane i przekonujące stają się narzędzia AI, tym większa odpowiedzialność spada na odbiorców – potrzebujemy rozwijać kompetencje językowe i komunikacyjne, by umieć krytycznie podchodzić do tekstów generowanych przez AI i świadomie uczestniczyć w komunikacji cyfrowej*”⁷³.

⁷² Bender, E. M., Gebru, T., McMillan-Major, A., Mitchell, M., *On the Dangers of Stochastic Parrots: Can Language Models Be Too Big?* W: *Proceedings of the 2021 ACM Conference on Fairness, Accountability, and Transparency (FAccT '21)*, 2021, s. 616.

⁷³ Bender, E. M., Gebru, T., McMillan-Major, A., Mitchell, M., *On the Dangers of Stochastic Parrots: Can Language Models Be Too Big?* W: *Proceedings of the 2021 ACM Conference on Fairness, Accountability, and Transparency (FAccT '21)*, 2021, s. 619.

Nawołując do krytycznej oceny tekstów, sami autorzy doczekali się krytyki. Przeciwnicy tych założeń zarzucają im „*sloppy science*” (niedbałą naukę). Pojawiła się argumentacja, że prezentowane podejście bagatelizuje realne i korzystne możliwości modeli językowych, a określanie ich mianem *stochastycznych papug* może wstrzymać rozwój nauki. Nawołuje się także do szukania konstruktywnych rozwiązań tych “niedociągnięć” sztucznej inteligencji⁷⁴ Z perspektywy tej krytyki duże modele mają realną wartość badawczą i użytkową. Mogą pomagać w rozwiązywaniu złożonych problemów językowych czy nawet tworzyć nowe narzędzia komunikacyjne. Postulowana jest odpowiedzialna kontynuacja badań przy jednoczesnym uwzględnieniu kwestii etycznych i środowiskowych. Spór nie toczy się o to, czy nadal rozwijać sztuczną inteligencję i modele językowe w tym kierunku, a oto jak pracować nad ulepszeniem ich, przy jednoczesnym ograniczeniu negatywnych skutków. Na tym etapie rozwoju technologicznego, braku prawnej regulacji i monopolu big techów, dyskusja zmierza w kierunku odpowiedniego wykorzystania potencjału technologii, by służyły społeczeństwu.

3. Kompetencje kulturowe

By należycie analizować kompetencje kulturowe, tj. czym są, jak i dlaczego się je nabywa oraz ich wpływ na uczestniczenie w życiu społecznym na wielu płaszczyznach, istotne jest zdefiniowanie praktyk, dzięki którym odbiór treści kulturowych jest możliwy. Kultura w szerokim ujęciu socjologicznym stanowi zbiór dzieł sztuki, także obyczaje, tradycje oraz system norm i wartości, które nadają znaczenie poszczególnym fragmentom kultury. O tym, jak złożone jest pojęcie kultury w życiu społecznym stanowi wielość jej definicji. Różnorakie rozumienie zależy od szkoły teoretycznej. Clifford Geertz reprezentujący podejście interpretatywne, wyjaśnia pojęcie kultury poprzez system znaczeń i symboli: „Kultura to system przekazywanych historycznie wzorców znaczeń, ucieleśnionych w symbolach, za pomocą których ludzie komunikują się, utrwalają i rozwijają swoją wiedzę o życiu i postawach wobec niego”⁷⁵. Zatem udział w kulturze oznacza kultywowanie ustalonych kodów, które pozwalają na rozumienie życia społecznego. Jednak kultura rozwija się wraz ze zmianami społecznymi, których kierunek obecnie wyznacza rozwój technologiczny. Interpretowanie kultury wg Geertza pozwala na rozumienie jedynie wytworzonych już fragmentów kultury i posługiwanie się nimi w celu komunikowania się i aktywnego udziału w życiu społecznym. Jako, że język i kultura wciąż zmieniają swój kształt i wytwarzane są nowe dzieła, kody kulturowe, znaczenia i symbole, kompetencje kulturowe w tymże rozumieniu interpretatywnym oznaczałaby wiedzę na temat historycznych i obowiązujących znaków kulturowych, które umożliwiają poruszanie się po strukturze społecznej. Idąc za rozważaniami Talcotta Parsonsa⁷⁶, czy Antoniny

⁷⁴ Lissack, M., *The Slodderwetenschap (Sloppy Science) of Stochastic Parrots -A Plea for Science to NOT take the Route Advocated by Gebru and Bender*; 2021., s. 5.

⁷⁵ Geertz, C., *The Interpretation of Cultures*. New York: Basic Books, 1973.

⁷⁶ Parsons, T., *The Social System*. Glencoe: Free Press, 1951.

Kłoskowskiej⁷⁷, kultura to także wzory myślenia i działania, normy i wartości które są przekazywane w procesie socjalizacji. Kompetencje kulturowe, które oznaczają zasób tychże wzorów i kodów pozwalają na tworzenie wspólnot, które składają się na społeczeństwo. To niejako porządkuje schematy interakcji i relacji społecznych, a także dają jednostce poczucie bezpieczeństwa i umiejętność rozpoznania zjawisk czy zachowań, dzięki czemu odpowiednio reaguje na nie. Wynika z tego potrzeba społeczna, o której pisze Bronisław Malinowski “Kultura to złożony aparat, dzięki któremu człowiek zaspokaja swoje potrzeby i osiąga cele.”⁷⁸. Jerzy Szacki, powołując się na klasyczne teorie Durkheima, Webera czy Mead, definiuje kompetencje kulturowe poprzez umiejętność rozumienia i posługiwania się znaczeniami, normami, symbolami i wzorami kulturowymi, które funkcjonują w danej zbiorowości⁷⁹. Jest to także zdolność uczestniczenia w życiu społecznym dzięki przyswojeniu wartości i norm właściwych dla danego społeczeństwa czy grupy. Kompetencje kulturowe to także przyswojenie sobie systemu znaczeń, który umożliwia komunikację i orientację w świecie społecznym, tj. internalizację kultury. W nurcie socjologii klasycznej, kompetencje kulturowe oznaczają wynik procesu socjalizacji, podczas którego jednostka zdobywa wiedzę, praktyczne umiejętności oraz zespół norm i wartości, które umożliwiają funkcjonowanie w społeczeństwie. Zatem oprócz znajomości faktów i elementów kulturowy, istotne jest poruszanie się w tej przestrzeni życia społecznego interpretując i jednocześnie uczestnicząc w niej⁸⁰.

Zbigniew Bokszański w analizowanym badaniu zebrał badanych młodych robotników i podzielił na dwie kategorie: stabilnych i awansujących kulturalnie. Kryteria jakie przyjęto to jakościowa strona udziału w kulturze oraz częstotliwość kontaktów z kulturą⁸¹. Skasyfikowano także elementy kultury symbolicznej: “analizę wiedzy potocznej o kulturze, którą posługiwali się respondenci, rozpoczniemy od przedstawienia podstawowych klasyfikacji przejawiających się w kontaktach z kulturą symboliczną. Klasyfikacje takie możemy rozpatrywać jako fragment wyposażenia intelektualnego jednostki, niezbędnego dla procesów orientacji w otoczeniu. Na związek tych ostatnich z działaniem wskazują współczesne, socjologiczne teorie czynności (parsons - theory of action). Procesy owe zdają się nabierać szczególnego znaczenia, gdy przechodzimy do badania zjawisk uczestnictwa w kulturze. Warunkują bowiem postrzeganie, selekcję, akty wartościowania czy wreszcie sposoby recepcji kultury symbolicznej. (...) Założyć można, że ludzie awansujący kulturalnie tworzyć będą swoiste definicje sytuacji kulturalnej, tzn. W odmienny sposób ujmować sytuację kulturalnej, tzn. W odmienny sposób ujmować będą strukturę kultury symbolicznej niż ludzie nie awansujący. Wydaje się prawdopodobne, iż

⁷⁷ Kłoskowska, A., *Kultura masowa: krytyka i obrona*, Warszawa: PWN, 1981.

⁷⁸ Malinowski, B., *A Scientific Theory of Culture and Other Essays*. Chapel Hill: The University of North Carolina Press, 1944.

⁷⁹ Szacki, J., *Historia myśli socjologicznej*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 2006.

⁸⁰ Szacki, J., *Historia myśli socjologicznej*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 2006.

⁸¹ Bokszański, Z., *Młodzi robotnicy a awans kulturalny*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa, 1976, s. 105.

pewne rodzaje definicji kultury towarzyszą bądź sprzyjają wystąpieniu kompleksu działań, którym nadajemy miano awansu kulturalnego.”⁸². W innej publikacji Bokszański analizuje kompetencje kulturalne pod kątem zespołu umiejętności, wiedzy oraz dyspozycji, które umożliwiają jednostce aktywne uczestnictwo w kulturze, jej interpretowanie, a także twórcze przekształcanie. Bokszański podkreśla, że kompetencje kulturalne nie są cechą wrodzoną, lecz efektem procesów społecznych⁸³. Kształtują się one przede wszystkim w wyniku socjalizacji, wychowania i szeroko rozumianej edukacji, które pozwalają jednostce przyswoić normy, symbole i znaczenia charakterystyczne dla danej wspólnoty kulturowej. Posiadanie kompetencji kulturalnych więc, umożliwia świadome uczestnictwo w życiu kulturalnym – nie tylko w roli odbiorcy, ale także twórcy czy krytycznego komentatora. Dzięki nim jednostka zyskuje zdolność do rozumienia złożonych kodów kulturowych oraz do twórczego odnajdywania się w dynamicznie zmieniających się kontekstach społecznych. Kompetencje te są tym samym kluczowe dla kształtowania tożsamości jednostki oraz jej zdolności do odnalezienia się i aktywnego działania w zróżnicowanym społeczeństwie. W ujęciu Bokszańskiego kompetencje kulturalne stanowią pewnego rodzaju fundament, który umożliwia jednostce zarówno indywidualne samookreślenie, jak i uczestnictwo w życiu zbiorowym. Ich rozwój jest nie tylko wyrazem osobistego kapitału kulturowego, lecz także ważnym elementem spajającym tkankę społeczną w warunkach współczesnych przemian kulturowych: “Założyć można, że ludzie awansujący kulturalnie tworzyć będą swoiste definicje sytuacji kulturalnej, tzn. W odmienny sposób ujmować będą strukturę kultury symbolicznej niż ludzie nie awansujący”⁸⁴.

3.1. Cyfryzacja kultury

Przy obecnej transformacji cyfrowej kultury, kluczową rolę w podtrzymaniu wartościowych elementów kultury pełnią instytucje kultury. W dobie sieci internetowej szczególnie istotne jest ochrona, a także upowszechnianie dzieł kultury w sposób dostępny, tak, by w nurcie cyfrowych treści nie zniknęły te elementy i kody kulturowe, które umożliwiają zrozumienie życia społecznego czy świadomy udział w życiu kulturalnym. Te działania szczegółowo przybliży raport Warszawskiego Obserwatorium Kultury⁸⁵. Współczesne instytucje kultury coraz śmielej integrują nowoczesne narzędzia cyfrowe, dostrzegając w nich szansę na rozszerzenie swojej misji, dotarcie do nowych odbiorców oraz wzmocnienie inkluzyjności. Zgodnie z danymi z raportów (m.in. wok.art.pl, Narodowe Centrum Kultury, EPALE), wdrażane rozwiązania obejmują wirtualne wycieczki, interaktywne wystawy, systemy katalogowania zbiorów, a także technologie

⁸² Bokszański, Z., *Młodzi robotnicy a awans kulturalny*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa, 1976, s. 115-116.

⁸³ Bokszański, Z., *Tożsamości kulturowe*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2005.

⁸⁴ Bokszański, Z., *Tożsamości kulturowe*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2005, s. 115.

⁸⁵ Kukawski, M. (2025). Raport: *Automatyzacja w kulturze. Jak instytucje kultury radzą sobie z przemianami technologicznymi?*, wyd. Warszawskie Obserwatorium Kultury s. 22.

VR/AR oraz IoT. Działania te pozwalają nie tylko uatrakcyjnić ofertę, ale również zwiększyć jej dostępność dla zróżnicowanych grup społecznych. Kluczowym aspektem tej transformacji są inwestycje w rozwój kompetencji technologicznych personelu. Wdrażanie cyfrowych narzędzi wiąże się z koniecznością zatrudniania specjalistów IT oraz prowadzenia szkoleń dla pracowników instytucji kultury. Jednocześnie transformacja technologiczna stawia przed instytucjami wyzwania związane z ochroną danych osobowych, cyberbezpieczeństwem oraz przeciwdziałaniem dezinformacji, zgodnie z regulacjami takimi jak RODO. Wiarygodność komunikacji staje się kluczowym elementem budowania zaufania odbiorców. Współczesne instytucje kultury przekształcają się również w laboratoria technologii, tworząc przestrzenie typu fablab i maker-spaces oraz realizując projekty edukacyjne, które rozwijają u uczestników kompetencje cyfrowe i promują świadome uczestnictwo w kulturze. Równolegle rośnie znaczenie otwartości – digitalizacja zbiorów, wydarzenia transmitowane online i dostęp otwarty stają się narzędziami inkluzji i demokratyzacji kultury. Istotną kompetencją, która wyłania się z raportu, jest rezyliencja⁸⁶. Oznacza ona zdolność adaptacji do zmieniających się, często trudnych warunków oraz umiejętność wyciągania wniosków z kryzysowych sytuacji. Dobrym przykładem była pandemia COVID-19, która wymusiła na instytucjach kultury szybkie przejście na model pracy zdalnej, wcześniej uznawany w tym sektorze za niemożliwy. Rezyliencja obejmuje elastyczne modyfikowanie działań w odpowiedzi na nowe trendy przy jednoczesnym zachowaniu kluczowych wartości i celów. To zdolność instytucji do adaptacji, refleksji i utrzymania ciągłości misji kulturowej w obliczu dynamicznych zmian społecznych i technologicznych⁸⁷.

3.2. Media społecznościowe jako portal [do] kultury

Badanie „*Tożsamość kulturowa i uczestnictwo w kulturze młodych dorosłych a media społecznościowe*” autorstwa Studnickiego i Czerwiec⁸⁸ stanowi istotny wkład w dyskusję nad relacją pomiędzy nowymi mediami a procesami kształtowania tożsamości kulturowej współczesnych młodych dorosłych. Autorzy wychodzą z założenia, że media społecznościowe nie są jedynie neutralnym kanałem komunikacji, lecz aktywnie uczestniczą w procesach budowania, negocjowania i performowania tożsamości. Badanie opiera się na koncepcji tożsamości kulturowej rozumianej jako dynamiczny konstrukt, w którym jednostka odwołuje się do wartości, symboli i narracji kulturowych, a jednocześnie je redefiniuje w kontekście współczesnych praktyk medialnych. Studnicki i Czerwiec zauważają, że dla badanej grupy młodych dorosłych media społecznościowe pełnią wielofunkcyjną rolę. Stanowią one z jednej strony przestrzeń autoprezentacji - umożliwiają

⁸⁶ Kukawski, M. (2025). Raport: *Automatyzacja w kulturze. Jak instytucje kultury radzą sobie z przemianami technologicznymi?*, wyd. Warszawskie Obserwatorium Kultury s. 22.

⁸⁷ Poprawa, M., Sawa-Borysławska, B. (red.), *Rezyliencja instytucji kultury. [Praca zbiorowa]*. W: Wyrzykowska, N., *Digital resilience instytucji kultury*. Raport NCK. 2021.

⁸⁸ Studnicki E., Czerwiec K., *Tożsamość kulturowa studentów a media społecznościowe – badania pilotażowe* w: *Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis*, 2025.

tworzenie i podtrzymywanie wizerunku jednostki w oczach innych, co jest zgodne z teoriami Ervinga Goffmana dotyczącymi zarządzania wrażeniem. Z drugiej zaś, media społecznościowe pozwalają na uczestnictwo w kulturze w formach dotychczas niedostępnych, np. poprzez śledzenie działań instytucji kultury, udział w wydarzeniach online czy tworzenie własnych treści kulturalnych. Autorzy podkreślają, że „dla młodych dorosłych media społecznościowe stały się naturalnym rozszerzeniem przestrzeni kulturowej”⁸⁹. Wyniki badania potwierdzają, że uczestnictwo w kulturze przeniosło się częściowo do sfery cyfrowej. Użytkownicy wykorzystują media społecznościowe nie tylko do biernej konsumpcji treści, lecz także do ich twórczego przekształcania i komentowania. W ten sposób, jak zauważają autorzy, młodzi dorośli konstruują „wieloaspektową tożsamość kulturową, w której elementy tradycji współistnieją z kulturą popularną i globalnymi trendami”⁹⁰. Istotnym wnioskiem z badania jest również to, że media społecznościowe sprzyjają pluralizacji tożsamości. Użytkownicy mogą swobodnie przemieszczać się między różnymi wspólnotami symbolicznymi, budując jednocześnie poczucie przynależności do kilku grup kulturowych. W badaniu zwrócono także uwagę na ambiwalentny charakter wpływu mediów społecznościowych. Z jednej strony umożliwiają one poszerzenie kompetencji kulturowych i rozwój refleksyjnej tożsamości, z drugiej niosą ryzyko powierzchowności kontaktu z kulturą i wzmocnienia tendencji do autoekspozycji się kosztem głębszego uczestnictwa. Autorzy przywołują opinię respondentów, według których „łatwość dostępu do treści kulturowych nie zawsze przekłada się na ich zrozumienie czy krytyczną refleksję”⁹¹. Badanie ukazuje także, że media społecznościowe odgrywają istotną rolę w kształtowaniu tożsamości kulturowej młodych dorosłych, stając się narzędziem zarówno konsumpcji, jak i twórczości kulturowej. Autorzy zwracają tym samym uwagę na potrzebę dalszych badań nad tym, w jaki sposób narzędzia cyfrowe nie tylko zmieniają sposoby uczestnictwa w kulturze, ale także wpływają na same definicje tożsamości kulturowej we współczesnym społeczeństwie. W tym aspekcie warto podjąć próbę zdefiniowania czym kultura obecnie jest w hybrydowej rzeczywistości.

3.3. Spór z AI o kulturę

Dzieła kultury są przenoszone do świata cyfrowego, bądź są tworzone w tej przestrzeni niekiedy zastępując tradycyjnie rozumiany udział w kulturze, o czym dowodzi przytoczone wyżej badanie. Oprócz tego, że platformy internetowe są nośnikiem kultury, to sztuczna inteligencja posiada już umiejętność tworzenia nowych wytworów kultury. Dynamiczny

⁸⁹ Studnicki E., Czerwiec K., *Tożsamość kulturowa studentów a media społecznościowe – badania pilotażowe* w: *Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis*, 2025, s. 34.

⁹⁰ Studnicki E., Czerwiec K., *Tożsamość kulturowa studentów a media społecznościowe – badania pilotażowe* w: *Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis*, 2025, s. 38.

⁹¹ Studnicki E., Czerwiec K., *Tożsamość kulturowa studentów a media społecznościowe – badania pilotażowe* w: *Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis*, 2025, s. 42.

rozwój technologii sztucznej inteligencji wywołuje coraz poważniejsze pytania o granice twórczości, autentyczności i odpowiedzialności w kulturze cyfrowej. Jaki wpływ na poczucie tożsamości kulturowej ma tworzenie nowych dzieł, tym samym, pewnego rodzaju dziedzictwo, przez robota? Próbą odpowiedzi na to pytanie będzie analiza muzyki komponowanej przez AI w popularnym serwisie Spotify. *Velvet Sundown* to projekt muzyczny, który w krótkim czasie zdobył ponad milion odtworzeń na Spotify, okazał się w całości wygenerowany przez AI. Twórcy opisali go jako „syntetyczną muzykę pod kierunkiem człowieka”, choć początkowo zaprzeczali udziałowi sztucznej inteligencji w jego powstaniu⁹². Wydarzenie to stało się punktem wyjścia do dyskusji nad koniecznością wprowadzenia obowiązkowych oznaczeń treści generowanych przez AI oraz nad szerszymi konsekwencjami cyfryzacji kultury. Reakcja branży muzycznej była zdecydowana i nawoływała do obowiązku oznaczania treści stworzonych przez AI na platformach streamingowych. Na platformie Spotify, największym globalnym serwisie streamingowym, do tej pory nie wprowadzano takiego obowiązku, co rodzi pytania o transparentność i prawo odbiorcy do wiedzy na temat pochodzenia treści. Problem ten wpisuje się w szerszą krytykę, wedle której big techy zyskują na ilości kliknięć dzięki algorytmom prawdopodobieństwa odtworzenia muzyki oraz algorytmom rekomendacyjnym. W skutek „ludzczy”, mniej popularni artyści nie mają szans w walce o kliknięcia. Warto przy tym podkreślić, że spór o *Velvet Sundown* nie jest wyłącznie konfliktem między artystami a technologią. Dotyka on istoty przemian, jakie zachodzą w kulturze na skutek cyfryzacji. Daniel Ek, prezes spółki Spotify, odpowiadając na zarzuty o niskie stawki dla twórców, zasugerował, że wystarczy tworzyć więcej utworów, które zdobędą popularność⁹³. Logika tego typu platform polega więc na tworzeniu dużej ilości utworów, by zwiększyć prawdopodobieństwo zarobków na nich. Muzyka staje się więc szybkim i masowym produktem, a jej wartości artystyczne zeszły na dalszy plan. Z drugiej strony pojawiają się głosy wskazujące na demokratyzację twórczości dzięki AI. Żochowska zauważa, że „więcej osób będzie mogło podjąć się takiej próby, bo zmuszenie sztucznej inteligencji do wygenerowania kawałka jest coraz to prostsze”⁹⁴. Otwiera to przestrzeń dla amatorskich eksperymentów i pozwala każdemu spróbować sił w roli twórcy. Pojawia się jednak pytanie: czy sztuka rzeczywiście „demokratyzuje się”, czy raczej „powszechnieje”? Czy możliwość generowania utworów przez każdego oznacza, że każdy staje się artystą, a każda wytworzona treść jest sztuką? To dylemat, który dotyka podstawowych definicji kultury i twórczości. W kontekście powyższych dylematów istotne jest pytanie o przejrzystość i etykę. Ekspertki zgodnie podkreślają potrzebę oznaczania utworów stworzonych przez AI. Nie po to, by je deprecjonować, ale by odbiorca mógł świadomie zdecydować, czy chce obcować z dziełem w pełni ludzkim, czy z produktem

⁹² Kuśmirek, M., *Czy muzyka robiona przez AI powinna być oznaczana? Ta historia pokazuje, że to konieczne* (2025) w: [\[online\]](#), data dostępu: 17.07.2025r.

⁹³ Kuśmirek, M., *Czy muzyka robiona przez AI powinna być oznaczana? Ta historia pokazuje, że to konieczne* (2025) w: [\[online\]](#), data dostępu: 17.07.2025r.

⁹⁴ Kuśmirek, M., *Czy muzyka robiona przez AI powinna być oznaczana? Ta historia pokazuje, że to konieczne* (2025) w: [\[online\]](#), data dostępu: 17.07.2025r.

wygenerowanym przez algorytm. Taka transparentność to warunek utrzymania zaufania do twórców i platform. Przypadek Velvet Sundown ujawnia szersze wyzwania cyfrowej kultury: konflikt między komercjalizacją a autentycznością, pytania o definicję sztuki w dobie automatyzacji oraz potrzebę etycznego podejścia do odbiorców. AI staje się narzędziem, które może zarówno zubożyć, jak i wzbogacić krajobraz kultury. Kluczowe jest jednak, by proces ten odbywał się w sposób świadomy, oparty na transparentnych zasadach i refleksji nad tym, co w twórczości chcemy naprawdę chronić.

Współczesne ujęcia kompetencji kulturalnych, nawiązujące do klasycznych koncepcji autorów takich jak Pierre Bourdieu czy Zbigniew Bokszański, wskazują, że uczestnictwo w kulturze wymaga dziś znacznie szerszego zakresu umiejętności niż tylko znajomość kanonu czy symboli kulturowych. Bokszański definiuje kompetencje kulturalne jako zespół wiedzy, umiejętności i dyspozycji umożliwiających jednostce zarówno interpretowanie znaczeń kultury, jak i jej twórcze przekształcanie⁹⁵. Jednak w dobie dynamicznej cyfryzacji i ekspansji narzędzi sztucznej inteligencji pojawiają się nowe obszary, które stają się nieodzowne dla świadomego uczestnictwa w życiu kulturalnym. Obecnie zachodzi potrzeba rozwijania kompetencji krytycznej analizy treści cyfrowych. Odbiorca kultury musi dziś nie tylko rozumieć estetykę czy konwencje artystyczne, ale także potrafić zadać pytanie o genezę dzieła oraz intencje twórców. W tym kontekście istotna staje się również świadomość roli algorytmów, które kształtują preferencje kulturalne i wpływają na sposoby konsumpcji treści, co w pewnym sensie potwierdza intuicje Bourdieu o tym, że wybory estetyczne nie są wolne od uwarunkowań zewnętrznych⁹⁶. Nie mniej ważne są kompetencje techniczne i twórcze: umiejętność wykorzystywania narzędzi cyfrowych i AI w sposób kreatywny oraz etyczny. Rodzi to jednak pytania o granice sztuki, autorstwo i autentyczność. Ostatecznie, jak wskazuje raport Narodowego Centrum Kultury, istotnym wymiarem kompetencji kulturalnych w XXI wieku staje się również rezyliencja, czyli zdolność adaptacji do zmian technologicznych i kryzysów (np. pandemii), przy jednoczesnym zachowaniu wierności wartościom i refleksji nad tym, co w kulturze powinno pozostać ludzkie. Współczesne kompetencje kulturalne to zatem dynamiczny zestaw umiejętności, obejmujący krytyczne myślenie, refleksję etyczną, znajomość narzędzi cyfrowych oraz zdolność twórczego reagowania na wyzwania związane z automatyzacją i globalizacją kultury.

4. Kompetencje medialne

Kompetencje medialne to zasób umiejętności, które składają się na dwie wcześniej wspomniane, tj. kompetencje językowe i kulturowe. Przenikają się wzajemnie, natomiast bez kompetencji medialnych niemożliwym jest komunikowanie się czy udział w kulturze.

⁹⁵ Bokszański, Z., *Tożsamości zbiorowe*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2005.

⁹⁶ Bourdieu P., *Dystynkcja. Społeczna krytyka władzy sądowniczej*, PWN, Warszawa, 2005.

4.1. Warunki uczestnictwa w przestrzeni cyfrowej

Kompetencje medialne stanowią dziś fundament świadomego uczestnictwa w życiu społecznym, kulturalnym, edukacyjnym oraz zawodowym. W dobie intensywnej cyfryzacji i rozwoju mediów społecznościowych kompetencje te nie mogą być sprowadzone jedynie do technicznej obsługi urządzeń. Niezwykle istotnymi umiejętnościami stały się: krytyczne myślenie, refleksja etyczna, tworzenie własnych treści oraz rozumienie mechanizmów komunikacji medialnej. W perspektywie socjologicznej kompetencje medialne można postrzegać jako formę kapitału kulturowego⁹⁷, który różnicuje jednostki pod względem możliwości uczestnictwa w dyskursie publicznym i wpływu na kształtowanie kultury. Brak tych kompetencji prowadzi natomiast do marginalizacji społecznej, co autorzy jednoznacznie łączą z ryzykiem dezinformacji i manipulacji. Wskazują również na proces internalizacji norm i wartości medialnych, który rozpoczyna się już na wczesnym etapie edukacji i jest kluczowy dla kształtowania dojrzałej tożsamości jednostki w społeczeństwie medialnym. Kompetencje medialne odznaczają się swoją wielowymiarowością. Z jednej strony obejmują one umiejętności poznawcze, takie jak krytyczna analiza treści, w tym reklam, fake newsów, memów i materiałów wideo, co jest zgodne z psychologiczną koncepcją *critical media literacy*⁹⁸. Z drugiej strony podkreśla się kompetencje produkcyjne, czyli zdolność tworzenia własnych treści (np. tekstów, podcastów czy grafik) oraz kompetencje etyczne, związane z odpowiedzialnością za publikowane treści, poszanowaniem prawa autorskiego i ochroną prywatności. W erze cyfryzacji pojawia się nowy typ kompetencji związany ze zrozumieniem mechanizmów algorytmizacji i targetowania treści, co stanowi istotne wyzwanie współczesnej edukacji medialnej. Zmiana pozycji użytkownika z biernego odbiorcy na aktywnego współtwórcę i kuratora treści sprawia, że kompetencje medialne należy postrzegać w sposób interdyscyplinarny, integrujący wiedzę z zakresu pedagogiki, socjologii, medioznawstwa i filozofii. Z perspektywy psychologii społecznej istotnym aspektem jest również wpływ mediów na kształtowanie tożsamości i relacji społecznych. Współczesne media stają się nie tylko narzędziem komunikacji, lecz także przestrzenią budowania wspólnot, negocjowania znaczeń i autokreacji. Kompetencje medialne stają się zatem niezbędnym elementem codziennego funkcjonowania w społeczeństwie sieciowym, a ich brak może skutkować wykluczeniem z obiegu informacji i utratą wpływu na własne otoczenie społeczne. W epoce cyfrowej kompetencje medialne są warunkiem świadomego uczestnictwa w kulturze i społeczeństwie. Współczesny obywatel powinien być zarówno krytycznym konsumentem treści, jak i odpowiedzialnym ich twórcą, świadomym uwarunkowań technologicznych i społecznych, które kształtują medialny krajobraz. To, co tworzone i konsumowane w mediach, bezpośrednio wpływa bowiem na naszą tożsamość, relacje społeczne oraz kierunek rozwoju kultury. Współczesne rozumienie kompetencji medialnych znacząco

⁹⁷ Bourdieu P., *Dystynkcja. Społeczna krytyka władzy sądzona*, PWN, Warszawa, 2005.

⁹⁸ Kellner, D. M., Share, J., *Critical Media Literacy: Crucial Policy Choices for a Twenty-First-Century Democracy w: Policy Futures in Education*, 5(1), 2007, s. 59–69.

wykracza poza tradycyjne kategorie kapitału kulturowego ujęte przez klasyków, takich jak Pierre Bourdieu czy, na gruncie polskim, Zbigniew Bokszański, Wojciech Świątkiewicz, Henryk Domański, Piotr Sztompka. Bokszański, analizując strukturę kompetencji kulturalnych kilka dekad temu, nie mógł przewidzieć tak daleko idącej konwergencji świata cyfrowego i fizycznego, jaka dokonuje się dziś dzięki rozwojowi Internetu Rzeczy (IoT) i koncepcji metawersum, czyli wirtualnej, trójwymiarowej przestrzeni, w której użytkownicy mogą wchodzić w interakcje, uczestniczyć w wydarzeniach czy prowadzić działalność. Jak dowodzą autorzy artykułu *When Internet of Things meets Metaverse...*, właśnie ta konwergencja prowadzi do zatarcia granic między tymi dwoma porządkami i tworzy przestrzeń, w której kompetencje medialne stają się nie tylko przydatnym zasobem, lecz wręcz koniecznością dla świadomego uczestnictwa w społeczeństwie sieciowym⁹⁹. W ujęciu medioznawczym kompetencje medialne, definiowane m.in. przez Wacława Strykowskiego jako „harmonijna kompozycja wiedzy, rozumienia, wartościowania i sprawnego posługiwania się mediami”¹⁰⁰. Z kolei Stanisław Juszczak dzieli je na: instrumentalne (narzędziowe, technologiczne) i kulturowo-społeczne¹⁰¹. Można określić je jako rozumienie działania narzędzi medialnych i ich przekazów, a także jako umiejętności krytycznego myślenia, tworzenia i rozumienia treści medialnych (za pomocą znajomych kodów kulturowych). Jak pokazuje przykład cyfrowych bliźniaków (Digital Twins) w ochronie dziedzictwa kulturowego opisany przez Niccolucciego i Felicetti¹⁰², użytkownik kultury nie jest już wyłącznie odbiorcą statycznych treści. Staje się aktywnym współtwórcą dynamicznych modeli, które reagują na rzeczywiste zmiany i wymagają interpretacji złożonych danych generowanych w czasie rzeczywistym przez sensory. Z perspektywy socjologii mediów mamy zatem do czynienia z głęboką transformacją roli uczestnika kultury: od biernego konsumenta do podmiotu, który musi posiadać kompetencje poznawcze (np. krytyczna analiza danych i przekazów), produkcyjne (tworzenie treści i modeli cyfrowych) oraz etyczne (świadomość odpowiedzialności i prywatności). Kompetencje te obejmują także rozumienie algorytmicznych procesów decydujących o tym, co i w jaki sposób widzimy w złożonym środowisku cyfrowym. Równocześnie konwergencja metawersum i IoT wymaga od użytkownika zdolności poruszania się po świecie, w którym fizyczne obiekty i dane są nierozzerwalnie splecione, co rodzi wyzwania związane z bezpieczeństwem, prywatnością i interoperacyjnością. W tym kontekście kompetencje medialne stają się elementem nowego kapitału kulturowego, który umożliwia nie tylko partycypację w kulturze, ale również świadome kształtowanie jej przyszłości, na przykład poprzez udział w cyfrowym dokumentowaniu dziedzictwa czy

⁹⁹ Li K., i in., *When Internet of Things meets Metaverse: Convergence of Physical and Cyber Worlds*, 2022.

¹⁰⁰ W. Strykowski, W. Skrzydlewski (red.), *Kompetencje medialne społeczeństwa wiedzy*, Poznań, 2004 s. 33, za: Granat A., *Recepcja mediów. Badania nad odbiorem przekazów masowych w praktyce edukacji medialnej*, tom 6, wyd. UMCS, 2019.

¹⁰¹ Juszczak S., *Kompetencje medialne jednostki w społeczeństwie wiedzy*, [w:] W. Strykowski, W. Skrzydlewski (red.), *Kompetencje medialne społeczeństwa wiedzy*, Poznań, 2004 s. 37.

¹⁰² Nicollucci F., Felicetti A., *Digital Twin Sensors in Cultural Heritage Ontology Applications*, w: *Sensors* 24(12), 2024, s. 39-78.

współtworzenie inteligentnych środowisk kulturowych. Kompetencje medialne w XXI wieku to, w świetle powoływanych badań, dynamiczny, interdyscyplinarny zestaw umiejętności, które pozwalają jednostkom funkcjonować w rzeczywistości przenikającej się sfery cyfrowej i fizycznej. Nie są one już jedynie „obsługą mediów”, lecz warunkiem pełnoprawnego uczestnictwa w społeczeństwie informacyjnym i kulturowym, w którym dane, obrazy i relacje tworzą nową tkankę społecznego doświadczenia.

4.2. Wpływ cyfrowych tubylców na kształt kultury

Posiadanie kompetencji medialnych może także być źródłem przemian kultury. Zadziałało w ten sposób usieciowienie pokolenia Z, tzw. Gen Z, które jest cyfrowym tubylcem. To generacja dorastająca w warunkach permanentnego dostępu do internetu, mediów społecznościowych oraz nieprzerwanego przepływu informacji. Jak wskazuje raport „*Czyta(nie)? Jak wspierać czytelnictwo młodych w dobie rewolucji cyfrowej*”, konsekwencją tego zjawiska jest głęboka transformacja praktyk czytelniczych młodych odbiorców oraz redefinicja samego rynku wydawniczego, który musi dostosować swoje strategie do nowego modelu konsumpcji treści kulturowych¹⁰³. Z perspektywy socjologii mediów i kultury kluczowym procesem jest tu tzw. konwergencja mediów, czyli przenikanie się różnych form przekazu i kanałów komunikacyjnych. Gen Z, jako pierwsze pokolenie w pełni zanurzone w kulturze cyfrowej, cechuje się preferencją do fragmentarycznych, wielokanałowych form odbioru. Raport wskazuje, że młodzi czytelnicy coraz częściej wybierają krótsze formy tekstowe, treści audiowizualne, a także teksty rekomendowane w mediach społecznościowych. Oznacza to odejście od klasycznego modelu lektury linearnej na rzecz praktyki „czytania sieciowego”, zorientowanego na szybki dostęp do wiedzy, intertekstualność oraz możliwość natychmiastowego dzielenia się refleksjami z innymi użytkownikami sieci. To zjawisko ma istotne konsekwencje dla rynku wydawniczego. Wydawcy, dążąc do utrzymania zainteresowania młodych odbiorców, coraz częściej inwestują w formaty multimedialne: e-booki, audiobooki, książki interaktywne czy treści powiązane z aplikacjami mobilnymi. Jednocześnie obserwujemy rozwój zjawiska tzw. booktoku i bookstagrama, społeczności internetowych, w których rekomendacje książkowe powstają oddolnie i zyskują często większą siłę oddziaływania niż tradycyjne kampanie promocyjne. Jak wynika z raportu, rekomendacje w mediach społecznościowych stanowią dziś jedno z głównych źródeł inspiracji do sięgnięcia po lekturę wśród osób w wieku 15–24 lat. Usieciowienie czytelnictwa oznacza także zmianę relacji między autorem, wydawcą a odbiorcą. Młodzi użytkownicy coraz częściej oczekują możliwości interakcji z twórcą, komentowania i współtworzenia narracji, co widoczne jest np. w zjawisku fanfiction czy projektach typu „live writing” prowadzonych na platformach społecznościowych. Z socjologicznego punktu widzenia mamy do czynienia z demokratyzacją obiegu kultury: instytucjonalny rynek wydawniczy traci monopol na

¹⁰³ Bakalarz-Duverger, M., Adamik, E., Tarka, A., Zarzycka, M., *Czyta(nie)? Jak wspierać czytelnictwo młodych w dobie rewolucji cyfrowej: Raport z badań*. Warszawskie Obserwatorium Kultury, 2024. s.4-8.

selekcję i hierarchizację treści, a władza kulturowa przesuwana się częściowo w stronę społeczności internetowych. Raport podkreśla również, że rynek wydawniczy, chcąc pozostać atrakcyjnym dla pokolenia Gen Z, musi nie tylko reagować na zmiany technologiczne, ale także uwzględniać przemiany w habitusie kulturowym młodych odbiorców. To pokolenie, wychowane w logice natychmiastowości, personalizacji i interakcji, preferuje treści dynamiczne, wizualne i zintegrowane z ich codziennym, cyfrowym środowiskiem życia. Wydawcy, którzy chcą dotrzeć do tej grupy, muszą więc tworzyć wieloplatformowe narracje, angażujące młodych odbiorców zarówno w warstwie treści, jak i formy. Adaptacja do tych zmian staje się kluczowym wyzwaniem dla utrzymania i rozwijania czytelnictwa młodych w erze cyfrowej. W szerszym ujęciu, proces ten ilustruje, jak globalna rewolucja cyfrowa zmienia fundamenty kultury piśmienniczej i przesuwana akcent z pasywnej konsumpcji na interaktywną partycypację¹⁰⁴.

Szczególnie istotne wydaje się ukazanie specyfiki relacji, jaką przedstawiciele pokolenia Z kształtują wobec mediów w warunkach współczesnego społeczeństwa cyfrowego. Media pełnią dla tej generacji rolę kluczowego narzędzia konstrukcji i ekspresji tożsamości jednostkowej oraz grupowej. Młodzi użytkownicy nie ograniczają się jedynie do pasywnej konsumpcji treści, lecz aktywnie wykorzystują media jako przestrzeń negocjowania znaczeń, autokreacji i wzmacniania poczucia przynależności¹⁰⁵. Z perspektywy *teorii onlife*, zaproponowanej przez Luciano Floridiego, Gen Z funkcjonuje w rzeczywistości, w której granice pomiędzy sferą online a offline ulegają zatarciu¹⁰⁶. Praktyki komunikacyjne, społeczne i kulturowe młodych ludzi realizują się w modelu przenikania świata cyfrowego i fizycznego, tworząc złożony, sieciowy ekosystem relacji i tożsamości. Taka perspektywa podkreśla, że doświadczenie medialne tej generacji nie jest ograniczone do wyizolowanej „cyfrowej przestrzeni”, lecz jest integralnym komponentem codziennego życia. Badania wskazują również, że Gen Z aktywnie uczestniczy w kulturze konwergencji charakterystycznej dla platform Web 2.0, występując w roli tzw. prosumentów, jednocześnie konsumentów i producentów treści¹⁰⁷. Ten model uczestnictwa sprzyja tworzeniu wspólnot opartych na współdzielonych wartościach, a także redefiniuje tradycyjne relacje między nadawcami a odbiorcami treści medialnych. Młodzi użytkownicy wykorzystują media nie tylko do komunikacji i rozrywki, lecz także jako narzędzie społecznego zaangażowania i wyrażania opinii.

¹⁰⁴ Bakalarz-Duverger, M., Adamik, E., Tarka, A., Zarzycka, M., *Czyta(nie)? Jak wspierać czytelnictwo młodych w dobie rewolucji cyfrowej: Raport z badań*. Warszawskie Obserwatorium Kultury, 2024, s.4-8.

¹⁰⁵ Tirocci, S., *Generation Z, values, and media: from influencers to BeReal, between visibility and authenticity*, w: *Frontiers in Sociology*, 2024.

¹⁰⁶ Floridi L., *The Onlife Manifesto: Being Human in a Hyperconnected Era*, Springer Nature, 2015.

¹⁰⁷ Tirocci, S., *Generation Z, values, and media: from influencers to BeReal, between visibility and authenticity*, w: *Frontiers in Sociology*, 2024.

4.3. Higiena cyfrowa

W dobie rosnącej cyfryzacji codziennego życia coraz istotniejszym, choć nadal marginalizowanym elementem kompetencji medialnych staje się higiena cyfrowa. Choć pojęcie to coraz częściej pojawia się w dyskursie publicznym, szczególnie w kontekście edukacji dzieci i młodzieży, wciąż brakuje jego konsekwentnego wdrażania zarówno w sferze indywidualnej, jak i instytucjonalnej. Higiena cyfrowa obejmuje zbiór praktyk i umiejętności regulujących sposób korzystania z technologii cyfrowych od samokontroli nad czasem spędzonym w sieci, przez selekcję treści, aż po świadomość istnienia dezinformacji, botów, fakenewsów i zagrożeń prywatności. Wyniki badania Instytutu Cyfrowego Obywatelstwa pokazują wyraźnie niski poziom wdrażania rekomendowanych zachowań zdrowotnych związanych z użytkowaniem sprzętu cyfrowego. Spośród 39 zaleceń jedynie 9 było realizowanych przez ponad połowę respondentów. Przykładowo, tylko 14 % ankietowanych monitorowało czas spędzany przed ekranem, 18 % unikało trzymania telefonu przy łóżku przed snem, a zaledwie 9 % rezygnowało z korzystania z urządzeń cyfrowych w porze wieczornej. Praktyka dezynfekcji telefonu codziennie dotyczyła niespełna 10 % badanych¹⁰⁸. Te dane wskazują na deficyt świadomości cyfrowej i brak trwałych nawyków prozdrowotnych w społeczeństwie. Szczególnie niepokojące są nawyki cyfrowe wśród młodzieży - połowa nastolatków używa telefonów podczas posiłków, a jedynie około 15 % unika tej praktyki. Takie zachowania mogą prowadzić do zaburzeń koncentracji, problemów ze snem, trudności z regulacją emocji oraz osłabienia relacji rodzinnych i społecznych¹⁰⁹. W kontekście młodych dorosłych, a zwłaszcza studentów, zagadnienia higieny cyfrowej łączą się z kwestiami cyberbezpieczeństwa. Porównawcze badanie przeprowadzone w Polsce i Portugalii wykazało, że aż 46 % polskich studentów padło ofiarą ataku lub oszustwa w sieci. Jedynie 52 % regularnie wykonuje kopie zapasowe danych, a 67 % nie powielił haseł do różnych serwisów. Jednak tylko 37 % korzysta z uwierzytelniania dwuskładnikowego, co potwierdza niski poziom świadomości i wdrażania praktyk zapewniających bezpieczeństwo cyfrowe¹¹⁰. W odpowiedzi na te wyzwania pojawiają się różnorodne propozycje narzędzi i metod wspierających higienę cyfrową. Składa się na to zapobieganie tzw. uzależnieniom behawioralnym, pod które podlega także uzależnienie od technologii i tzw. fonoholizm¹¹¹.

¹⁰⁸ Bigaj, M. (red.), Woynarowska, M. (red.), Ciesiołkiewicz, K., Klimowicz, M., Panczyk, M. (2023). Higiena cyfrowa dorosłych użytkowników i użytkowników internetu w Polsce. Warszawa: Wydawnictwo Newslime, 2023, s. 28.

¹⁰⁹ Bigaj, M. (red.), Woynarowska, M. (red.), Ciesiołkiewicz, K., Klimowicz, M., Panczyk, M. (2023). Higiena cyfrowa dorosłych użytkowników i użytkowników internetu w Polsce. Warszawa: Wydawnictwo Newslime, 2023, s. 11.

¹¹⁰ Bigaj, M. (red.), Woynarowska, M. (red.), Ciesiołkiewicz, K., Klimowicz, M., Panczyk, M. (2023). Higiena cyfrowa dorosłych użytkowników i użytkowników internetu w Polsce. Warszawa: Wydawnictwo Newslime, 2023, s. 29.

¹¹¹ Adamowicz, K., Jurczyk, M., *Higiena cyfrowa – wybrane sposoby i narzędzia do zarządzania czasem w przestrzeni wirtualnej przez uczniów i osoby aktywne zawodowo*, Wychowanie w Rodzinie” t. 30 (1/2023), 2023, s. 110.

Polega ono na nadużywaniu portali, aplikacji i serwisów internetowych poprzez utracenie kontroli nad czasem spędzonym w przestrzeni cyfrowej przy jednoczesnym zaniedbaniu aktywności w świecie materialnym, najczęściej przy użyciu smartphona. Uzależnienie od technologii ujawnia się w osłabieniu relacji społecznych, zaprzestaniu własnych rutyn, tj. aktywność fizyczna, intelektualna etc. Skutkuje zwiększającym się poziomem lęku, stresu czy niepokoju¹¹². Szczególnie podatne na tę formę uzależnienia są niewykształcone w pełni umysły dzieci, które spędzają w sieci średnio 4 godziny 28 minut dziennie¹¹³. Istnieją strategie przeciwdziałające tym szkodliwym praktykom, które rekomenduje się zarówno rodzicom dla kontroli aktywności ich dzieci w sieci, jak i samym dorosłym. Wydzielenie pory dnia na dostęp do sieci, wyciszenie powiadomień czy włączenie aktywności fizycznej do rutyny codziennej to jedne z kluczowych metod¹¹⁴. Są to kwestie nie tylko dotyczące przestrzeni cyfrowej, ale mają wpływ na styl życia, uczestnictwo w kulturze, co wymaga refleksji nad wzorcami użytkowania technologii. Na poziomie instytucjonalnym również zauważalny jest brak ujednoczonych standardów. Raport Erasmus+ pt. *Good Digital Hygiene for Startups* wskazuje na zróżnicowane podejścia do kwestii higieny cyfrowej w organizacjach w sześciu krajach, w tym w Polsce¹¹⁵. Choć aktualizacje systemów, stosowanie oprogramowania antywirusowego czy backup danych należą do najczęstszych praktyk, to ich wdrażanie jest nieregularne, a brak spójnej polityki w tym zakresie stanowi istotne wyzwanie dla zarządzania cyfrowym ryzykiem. Zaniedbania te mają wymierne konsekwencje zdrowotne, społeczne i bezpieczeństwa, które wymagają zintegrowanych działań zarówno w polityce publicznej, jak i edukacji formalnej i nieformalnej. Higiena cyfrowa powinna zostać uznana za istotny komponent kapitału kulturowego we współczesnym społeczeństwie informacyjnym.

Współczesna rzeczywistość cyfrowa coraz wyraźniej wpisuje się w ramy metafory Panoptikonu zapożyczonych z XVIII-wiecznej idei panoptikonu Jeremy'ego Benthama, rozwiniętej w refleksji Michela Foucaulta jako symbol nowoczesnych technik nadzoru¹¹⁶. W klasycznym ujęciu panoptikon to architektoniczna struktura umożliwiająca permanentną obserwację jednostek bez ich wiedzy o tym, czy są w danym momencie obserwowane. W kontekście cyfrowym, analogiczna zasada realizuje się poprzez systemy śledzenia aktywności online, profilowania użytkowników, gromadzenia danych i automatyzacji

¹¹² Adamowicz, K., Jurczyk, M., *Higiena cyfrowa – wybrane sposoby i narzędzia do zarządzania czasem w przestrzeni wirtualnej przez uczniów i osoby aktywne zawodowo*, *Wychowanie w Rodzinie* t. 30 (1/2023), 2023, s. 110, za: Jarczyńska, J., *Problematyczne używanie Internetu przez młodzież i młodych dorosłych – przegląd narzędzi do przesiewowej oceny tego zjawiska*, *Przegląd Psychologiczny*, 1, 2015, s. 119- 136.

¹¹³ Bigaj, M., Ciesiołkiewicz, K., Mikulski, K., Miotk, A., Przewłocka, J., Rosa, M., Załęska, A., *Internet dzieci. Raport z monitoringu obecności dzieci i młodzieży w internecie*, wyd. Fundacja „Instytut Cyfrowego Obywatelstwa” oraz Państwowa Komisja do spraw przeciwdziałania wykorzystaniu seksualnemu małoletnich poniżej lat 15, Warszawa, 2025, s. 31.

¹¹⁴ Adamowicz, K., Jurczyk, M., *Higiena cyfrowa – wybrane sposoby i narzędzia do zarządzania czasem w przestrzeni wirtualnej przez uczniów i osoby aktywne zawodowo*, *Wychowanie w Rodzinie* t. 30 (1/2023), 2023, s. 111 - 123.

¹¹⁵ [\[online\]](#) data dostępu: 17.07.2025r.

¹¹⁶ Foucault, M., *Nadzorować i karać. Narodziny więzienia*, Warszawa: Wydawnictwo Aletheia, 1997.

kontroli. Z perspektywy socjologicznej, cyfrowy panoptikon¹¹⁷ kształtuje nowe formy władzy, dyscypliny i samokontroli. Użytkownicy, świadomi możliwości bycia śledzonymi (przez platformy, algorytmy, instytucje), zaczynają internalizować normy i oczekiwania cyfrowego środowiska, dostosowując swoje zachowania, często nieświadomie, do logiki platform i mechanizmów oceny (polubienia, komentarze, ranking treści)¹¹⁸. Mechanizmy te sprzyjają utrzymaniu porządku społecznego nie poprzez przymus, ale przez samodyscyplinę i autosubordynację. W tym kontekście higiena cyfrowa jawi się nie tylko jako kompetencja zdrowotna, ale również jako forma oporu wobec dominujących mechanizmów kontroli. Świadome ograniczanie czasu ekranowego, filtrowanie treści, ochrona prywatności, czy stosowanie narzędzi zapewniających anonimowość – to działania pozwalające częściowo odzyskać podmiotowość w przestrzeni cyfrowej. Jednak jak pokazują dane empiryczne, takie praktyki są rzadkością, a większość społeczeństwa funkcjonuje w ramach cyfrowych systemów nadzoru z ograniczoną świadomością i kompetencjami ochronnymi. Cyfrowy panoptikon nie jest dziś odległą wizją dystopii, lecz strukturą osadzoną w codzienności – przenika relacje społeczne, kształtuje tożsamości, modeluje zachowania i decyzje. Wymaga to nowego spojrzenia na obywatelstwo cyfrowe, edukację medialną oraz etyczne ramy projektowania technologii. Kluczowym pytaniem nie jest już, czy użytkownicy są obserwowani, lecz kto, w jaki sposób i w jakim celu sprawuje nad nimi cyfrową władzę. W tym kontekście szczególnego znaczenia nabierają kompetencje medialne, rozumiane nie tylko jako umiejętność posługiwania się technologią, ale jako zdolność krytycznej analizy, selekcji informacji, oceny wiarygodności źródeł, rozumienia algorytmicznych mechanizmów oraz świadomości konsekwencji cyfrowych działań. To właśnie brak tych kompetencji czyni użytkownika podatnym na subtelne formy wpływu i kontroli. W realiach cyfrowego panoptikonu kompetencje medialne stają się więc mechanizmem obronnym, który pozwala nie tylko chronić prywatność, ale także rozumieć i nawigować struktury władzy ukryte w interfejsach, kodzie i danych. Ich niedostatek sprawia, że użytkownik staje się nie tylko obserwowany, ale też przewidywany i zarządzany. Jego wybory są modelowane przez dane behawioralne, a wolność decyzji zostaje ograniczona przez logikę platform. Dlatego edukacja medialna powinna być rozumiana jako element emancypacyjny, kluczowy dla autonomii jednostki w cyfrowym społeczeństwie. Nie chodzi tu wyłącznie o ochronę przed manipulacją czy dezinformacją, ale o zdolność do świadomego uczestnictwa w kulturze cyfrowej, zrozumienia własnej pozycji w systemach nadzoru i kształtowania tych systemów poprzez wybory technologiczne, etyczne i społeczne.

¹¹⁷ Zapożyczenie określenia z podcastu Małgorzaty Fraser, *Techpresso Cafe*

¹¹⁸ Flak, Ł., Rzeczywistość cyfrowego panoptikonu – społeczeństwo cichego przyzwolenia”, [[online](#)], data dostępu: 17.07.2025r..

Podsumowanie

Relacja między ruchliwością społeczną a awansem kulturalnym we współczesnych warunkach cyfrowej transformacji ukazuje zasadniczą zmianę w mechanizmach nabywania i wykorzystywania kapitału społecznego oraz kulturowego. Tradycyjne wyznaczniki pozycji jednostki, tj. zawód, wykształcenie czy kompetencje, pozostają istotne, jednak tracą swoją dawną stabilność wskutek dynamicznych zmian na rynku pracy, determinowanych rozwojem technologii i sztucznej inteligencji. Ruchliwość społeczna nie opiera się już wyłącznie na mobilności pionowej w strukturze klasowej, ale w coraz większym stopniu na zdolności do adaptacji wobec nowych wymogów kompetencyjnych. Obecnie, kapitał społeczny i kulturowy nie sprowadza się do tradycyjnych form uczestnictwa, lecz obejmuje przede wszystkim kompetencje cyfrowe, medialne i komunikacyjne. Awans kulturalny staje się zdolnością do bezpiecznego korzystania z narzędzi cyfrowych, świadomej selekcji treści i wiedzy na temat logiki działania algorytmów. W tym sensie kompetencje medialne pełnią rolę nowoczesnego kapitału kulturowego, warunkującego zarówno udział w kulturze, jak i w dyskursie publicznym. Nowa dynamika ruchliwości społecznej wiąże się jednak także z barierami, tj. informacyjnym szumem, nierównościami reprodukowanymi przez algorytmy oraz mechanizmami kontroli wpisanymi w logikę cyfrowego panoptikonu. W rezultacie, współczesny awans kulturalny nie stanowi już prostego odpowiednika ruchliwości społecznej w sensie pionowego przesunięcia w hierarchii. Jest raczej procesem adaptacyjnym, wymagającym stałego podnoszenia kompetencji oraz umiejętności poruszania się w środowisku cyfrowym. Mechanizmy ruchliwości społecznej i kulturowej nabierają charakteru procesów płynnych, sieciowych i bardziej zindywidualizowanych.

Rozdział II Nowe media i mechanizmy ośrodków opiniotwórczych

2.1. Nowe media w społeczeństwie sieci

Pojęcie nowych mediów jest trudne do jednoznacznego operacjonalizowania. Zdecydowanie jest wielowymiarowe, złożone, a ze względu na trwający rozwój technologiczny jest płynne. Ten rodzaj medium jest konstruktem, który wymaga zrozumienia na płaszczyźnie technologicznej, społecznej, medioznawczej, także filozoficznej, a nawet abstrakcyjnej. Prolegomeną do analizy i definiowania nowych mediów jest przedstawienie kontekstu, w jakim powstały - były odpowiedzią na rozwój społeczeństwa i istotne jego zmiany. Teoria społeczeństwa sieciowego według Manuela Castellsa najbardziej klarownie prezentuje środowisko sprzyjające powstaniu nowego kanału nadawczego, także tworzenia treści, ich dystrybucji i odbioru. Analizowanie nowych mediów z uwzględnieniem warunków, w jakich funkcjonują daje szeroki obraz mechanizmów, które nie sprowadzają się jedynie do procesu komunikacyjnego. Nowe media są integralnym elementem społeczeństwa sieciowego, którego charakterystyka zobrazuje jak może zmienić się styl życia, uczestnictwo w kulturze, a nawet decyzje polityczne po podłączeniu do sieci. Manuel Castells definiując społeczeństwo sieci opiera się na rewolucji technologii informacyjnych¹¹⁹. Jednak zdecydowanie odrzuca pogląd, jakoby rozwój technologiczny miał determinować kształt społeczeństwa, także e converso to nie zachodzi¹²⁰. Swoją tezę uzasadnia tym, że “technika jest społeczeństwem, a społeczeństwo nie może być zrozumiane lub przedstawiane bez swych technicznych narzędzi”¹²¹. Dalej Castells przekonuje, że być może społeczeństwo i technika nie powinny być rozpatrywane oddzielnie i nie determinują się wzajemnie, to jednak mogą ograniczać lub potęgować swój rozwój¹²². Struktura społeczeństwa sieci jest rozpatrywana przez pryzmat “nowej formy rozwoju - informacjonizmu”, która jest wynikiem restrukturyzacji kapitalistycznego sposobu produkcji¹²³. Autor wyjaśnia, że społeczeństwa są kształtowane poprzez procesy *produkcji, doświadczania i władzy*¹²⁴. W takim rozumieniu i w paradygmacie informacjonizmu, społeczeństwo sieciowe oparte jest na informacji, która jest generowana i przesyłana przez sieci cyfrowe, informatyczne. Jednocześnie, produkcja nie jest determinowana już przez dominację fabryk, a przez sieci powiązań organizacyjnych i międzyludzkich. Dzięki przetwarzaniu informacji i umiejętnym jej przepływie, sieć staje się głównym mechanizmem organizacyjnym¹²⁵. Pojawia się nowa struktura zawodowa

¹¹⁹ Castells, M., *Spoleczeństwo sieci*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 2007, s. 22.

¹²⁰ Castells, M., *Spoleczeństwo sieci*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 2007, s. 22.

¹²¹ Castells, M., *Spoleczeństwo sieci*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 2007, s. 23, za: Bijker, Hughes, Pinch.

¹²² Castells, M., *Spoleczeństwo sieci*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 2007, s. 24.

¹²³ Castells, M., *Spoleczeństwo sieci*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 2007, s. 31.

¹²⁴ Castells, M., *Spoleczeństwo sieci*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 2007, s. 31.

¹²⁵ Castells, M., *Spoleczeństwo sieci*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 2007, s. 162.

pracowników umysłowych, którzy operując na sieciach i globalnym rynku informacji kształtują struktury zatrudnienia, wpływają na dynamikę rynku pracy, a nawet tworzą nową prekaryzację¹²⁶. W kontekście doświadczenia, społeczeństwo sieciowe jest przez Castellsa charakteryzowane jako “przestrzeń przepływów” i “ponadczasowość”¹²⁷. Kultura codzienności staje się niezależna od granic terytorialnych, lokalizacyjnych oraz czasu - staje się częścią wirtualności. Co więcej, egzystowanie na krawędzi rzeczywistości materialnej i wirtualnej jest fundamentem społeczeństwa sieciowego¹²⁸. Władza natomiast jest ujmowana w szerszym rozumieniu jako kontrola nad przepływem informacji i strukturą sieci, zdobywanie wpływów poprzez formowanie i dostęp do istotnych “węzłów”, a wpływy nie są ograniczone tylko do państwowych czy tradycyjnych instytucji. Warto zauważyć, że choć sieci mają potencjał inkluzyjny, jednocześnie mogą wykluczać tych, którzy nie mają dostępu do węzłów czy odpowiednich kompetencji. Społeczeństwo sieci jest więc nowym typem organizacji społecznej, w której struktura sieciowa staje się podstawowym sposobem organizowania procesów ekonomicznych, politycznych, kulturowych i komunikacyjnych, a jego kluczową infrastrukturą jest technologia informacyjno-komunikacyjna.

Nowe media są narzędziem, które pozwala na ruchliwość społeczną w każdym z wyżej wymienionych wymiarów. Jako, że najważniejsze procesy zachodzą w sieciach stworzonych dzięki technologicznym rozwiązaniom, medium funkcjonujące w przestrzeni cyfrowej staje się naturalną formą komunikacyjną dla społeczeństwa sieciowego. Zarówno społeczeństwo sieciowe, jak i nowe media opierają się na logice sieci. Media cyfrowe są więc nie tylko narzędziem komunikacji, lecz elementem konstytuującym samą tkankę społeczną. Czy nowe media są tworem społeczeństwa sieciowego? Można rozpatrzyć to dialektycznie: z jednej strony medium powstało w odpowiedzi na potrzeby, tj. globalne przepływy informacji, decentralizację, elastyczność i innowacje technologiczne. Z drugiej strony współtworzą społeczeństwo sieciowe, ponieważ umożliwiają istnienie i reprodukcję jego struktur. Bez infrastruktury cyfrowej i komunikacji online logika sieciowa nie mogłaby w pełni zdominować życia społecznego. Nowe media i społeczeństwo sieciowe pozostają w relacji wzajemnego konstytuowania się.

¹²⁶ Castells, M., *Społeczeństwo sieci*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 2007, s. 218.

¹²⁷ Castells, M., *Społeczeństwo sieci*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 2007, s. 411.

¹²⁸ Castells, M., *Społeczeństwo sieci*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 2007, s. 458.

2.1.1. Dlaczego nowe?

Jak jednak zdefiniować nowe media i dlaczego określa się je jako *nowe*? Czy determinuje je technika i internet czy są odpowiedzią na społeczny rozwój? Rozważania nad nowymi mediami, czy też nowymi nowymi mediami trwają wraz z rozwojem technologicznym. To wskazuje na to, że jest to pojęcie płynne, a mechanizmy i schematy komunikacyjne tych mediów zmieniają się wraz z kolejnymi cyfrowymi narzędziami. Lev Manovich konstruując definicję nowych mediów wychodzi od rozważań czy wykorzystanie dóbr techniki w procesie produkcji, tj. multimedia, czytniki i programy komputerowe, strony internetowe przez media tradycyjne czyni je nowymi¹²⁹. Innymi słowy, czy sama komputeryzacja ma już istotny wpływ na kształt mediów. Autor nie traktuje komputera jako etapu produkcji czy dystrybucji, jakim kiedyś była prasa drukarska czy fotografia. Tłumaczy, że to bardziej znaczące i potężne narzędzie: “(...) komputerowa rewolucja medialna przekształca wszystkie etapy komunikacji, w tym: pobieranie danych, przetwarzanie, przechowywanie i dystrybucję, przekształca także wszystkie media - teksty, nieruchome i ruchome obrazy, dźwięki i konstrukcje przestrzenne”¹³⁰. Manovich definiuje nowe media jako połączenie mediów tradycyjnych i komputera: “wszystkie istniejące media zostają zamienione w dane numeryczne zrozumiałe dla komputera. W rezultacie grafika, ruchome obrazy, dźwięki, kształty, przestrzenie i teksty stają się danymi komputerowymi, na których można dokonywać obliczeń. Krótko mówiąc - media stają się nowymi mediami. To połączenie zmienia istotę zarówno mediów, jak i komputera. Komputer nie jest już tylko kalkulatorem, mechanizmem kontrolnym, urządzeniem komunikacyjnym - staje się procesorem medialnym. (...) [komputer] potrafi wykonać i bardziej ambitne zadania: przeszukać bazę danych, by znaleźć obrazy podobne pod względem kompozycji czy tematu do obrazu wejściowego, wykryć zmianę ujęcia w filmie lub stworzyć takie ujęcie, razem ze scenografią i aktorami. Komputer, zataczając historyczną pętlę, wraca do źródeł. Nie jest już maszyną analityczną, która potrafi tylko przetwarzać liczby, stał się krosnem Jacquarda - tworzy media i nimi manipuluje.”¹³¹. Lev Manovich w swoich rozważaniach próbuje rozdzielić termin starych i nowych mediów i ten podział widział w komputeryzacji etapów dostarczania treści medialnych - nowe media opierają się na używaniu komputera w procesie dystrybucji i prezentacji. Tę definicję można przyjąć jednak jako nowa odsłona mediów tradycyjnych, gdyż autor skupia się na komputeryzacji procesu medialnego i funkcjach komputera jako narzędzia tworzenia treści medialnych. Owszem, w literaturze przedmiotu termin *nowe media* istnieje już pięć dekad.

¹²⁹ Manovich, L., *Język nowych mediów*, przekł. Piotr Cypryański, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa, 2006, s. 81.

¹³⁰ Manovich, L., *Język nowych mediów*, przekł. Piotr Cypryański, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa, 2006, s. 82.

¹³¹ Manovich, L., *Język nowych mediów*, przekł. Piotr Cypryański, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa, 2006, s. 90.

Może sugerować, że jest to “nowa jakość medialna”¹³². Ówczasie rzeczywiście taką była - nastąpiła komputeryzacja, digitalizacja i rozpowszechnianie treści medialnych tradycyjnych kanałów nadawczych. Taka definicja nowych mediów dziś jest niepełna, odnosi się jedynie do jednego z wymiarów i nowego kanału nadawczego. W dobie sieci internetowej, media nie tylko tworzą nowy kanał odbiorczy i wspomagają się narzędziami technologicznymi. Powstają internetowi nadawcy, a Ci nie tylko mają do dyspozycji przestrzeń cyfrową - opierają się o całkowicie nowy schemat komunikacyjny. Choć precyzyjniej należałoby ująć jako interaktywny schemat komunikacyjny. *Nowe* w odniesieniu do mediów i ich charakterystyki, biorąc pod uwagę etap rozwoju technologicznego, w istocie nie jest już innowacją, a po prostu *innym* rodzajem medium. Dotychczas jednak wciąż operuje się terminem *nowe media* czy też *nowe nowe media*, w którym dopatrzeć się można zasadności rozpatrując je przez pryzmat sztucznej inteligencji. To trwający proces, w którym wciąż przybywa *nowych* rozwiązań, które w znaczący sposób kształtują media. Roman Konik wskazuje, że w zdefiniowaniu nowych mediów konieczne rozdzielenie ich od starych mediów (mediów tradycyjnych), a także: “należy z należytą dbałością zdefiniować i zanalizować takie terminy jak wirtualność, immersja, interaktywność czy multimedialność. Podstawową kwestią jest też ustalenie ostrej demarkacji pomiędzy terminami „media masowe” i „nowe media”. Próbą odpowiedzi na to pytanie może być ustalenie, co wyróżnia media nowe od starych, co jest ich istotą i tworzywem, jakie są powszechnie używane formy medialne, czym różni się język nowych mediów od mediów tradycyjnych, jakie swoiste cechy wyróżniające posiada w końcu estetyka nowych mediów”¹³³. Lev Manovich w swoich rozważaniach także próbował rozdzielić termin starych i nowych mediów i widział ten podział w komputeryzacji etapów dostarczania treści medialnych - nowe media opierają się na używaniu komputera w procesie dystrybucji i prezentacji.

Estetyka w tym rozumieniu oznacza pewnego rodzaju funkcje percepcyjne i kulturowe, które prezentują ów media. Sposób, w jaki kształtowany jest obraz świata oraz w jakim środowisku wyznacza właśnie estetyka. W przypadku nowych mediów szczególnie istotne jest tzw. doświadczenie medialne, czyli forma przekazu oddziałująca na emocje, zmysły, budująca iluzję poprzez wirtualność i w ten sposób angażuje aktywnie odbiorcę. W filozoficznym ujęciu estetyki, Konik nie poddaje refleksji jedynie wizualnej formy przekazu, ale analizuje doświadczenia medialne poprzez:

- interaktywność - odbiorca nie jest już tylko pasywnym widzem, lecz współtwórcą doświadczenia, a to staje się częścią estetyki nowych mediów¹³⁴;

¹³² Konik, R., *Najnowsze nowe media i stare nowe media. Spór o definicję nowych mediów*, Dyskurs, 22, 2016, s. 21. [[online](#)] data dostępu: 14.08.2025 r.

¹³³ Konik, R., *Najnowsze nowe media i stare nowe media. Spór o definicję nowych mediów*, Dyskurs, 22, 2016, s. 23. [[online](#)] data dostępu: 14.08.2025 r.

¹³⁴ Konik, R., *Najnowsze nowe media i stare nowe media. Spór o definicję nowych mediów*, Dyskurs, 22, 2016, s. 21-22. [[online](#)] data dostępu: 14.08.2025 r.

- relacja technologia - kultura - estetyka mediów nie jest neutralna: narzędzia techniczne zmieniają sposób, w jaki kultura jest odbierana, przeżywana i reprezentowana¹³⁵;
- doświadczenie zmysłowe i polisensoryczność - nowe media oddziałują na różne zmysły jednocześnie: wzrok, słuch, a nawet dotyk (VR i interfejsy haptyczne)¹³⁶;
- wirtualność i immersja - są to nierozdzielne cechy definiujące nowe media i polegają na zanurzeniu się w wirtualnym świecie, tracąc całkowicie zdolność percepcji świata zewnętrznego¹³⁷.

Są to cechy, które mogą definiować nowe media, a także “oddzielać je” od mediów tradycyjnych. Definiowanie nowych mediów jako “internetowych” jest niewystarczające, ponieważ wirtualność to przestrzeń, w której powstają media i w której istnieją platformy mediów tradycyjnych. To jedynie wymiar, który daje możliwości na interakcje z odbiorcą. Lev Manovich ostrożnie podchodząc do pojęcia wirtualności, wskazuje, że niesłusznie bagatelizuje się istnienie “komputerowej teleobecność”, czyli “możliwości widzenia i działania na odległość¹³⁸ (...) z punktu widzenia historii technologii działania teleobecność jest znacznie bardziej radykalna niż wirtualna rzeczywistość, czy szerzej - komputerowe symulacje. (...) Wirtualność daje użytkownikowi złudzenie obecności w symulowanym świecie (...) [i] pozwala użytkownikowi aktywnie zmieniać świat. (...) Ale za każdym razem modyfikacji ulegają tylko dane przechowywane w pamięci komputera, użytkownik komputerowej symulacji panuje nad wirtualnym światem, który istnieje tylko wewnątrz komputera. Teleobecność natomiast pozwala użytkownikowi kontrolować nie tylko symulacje, ale i samą rzeczywistość. (...) Zatem istotą teleobecności jest to, że jest ona antyobecnością. Nie muszę być fizycznie obecny w jakimś miejscu, żeby w tym miejscu wpływać na rzeczywistość. Lepszym terminem byłaby teleakcja. Działanie na odległość. W czasie rzeczywistym”¹³⁹. Według tej teorii, w definicji nowych mediów zatem, wirtualność nie jest wystarczająca do opisanie mechanizmów tego rodzaju medium. Odbiorcy zdecydowanie są teleobecni, ponieważ komentując i uczestnicząc w debacie internetowej wpływają na opinie i myślenie innych, co ma wpływ dyskurs w świecie zewnętrznym. Podobnie działają operatorzy nowych mediów - wysyłając komunikaty o specyficznej formie, języku, pozycjonując swoje treści w wyszukiwarkach i na portalach społecznościowych są teleobecne, ponieważ bez pardonu wchodzą do dyskursu publicznego.

¹³⁵ Konik, R., *Najnowsze nowe media i stare nowe media. Spór o definicję nowych mediów*, Dyskurs, 22, 2016, s. 22. [\[online\]](#) data dostępu: 14.08.2025 r.

¹³⁶ Konik, R., *Najnowsze nowe media i stare nowe media. Spór o definicję nowych mediów*, Dyskurs, 22, 2016, s. 32. [\[online\]](#) data dostępu: 14.08.2025 r.

¹³⁷ Konik, R., *Najnowsze nowe media i stare nowe media. Spór o definicję nowych mediów*, Dyskurs, 22, 2016, s. 33. [\[online\]](#) data dostępu: 14.08.2025 r.

¹³⁸ Manovich, L., *Język nowych mediów*, przekł. Piotr Cypryański, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa, 2006, s. 264.

¹³⁹ Manovich, L., *Język nowych mediów*, przekł. Piotr Cypryański, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa, 2006, s. 266.

Koncept nowych mediów jest niezwykle złożony i nadal pozostawia wiele wątpliwości dla istniejących definicji, pozostawię w tym miejscu kolejną - czy zatem media tradycyjne, które mają swoje kanały w przestrzeni cyfrowej, korzystając z możliwości, jakie daje interaktywność i AI są także, w tym wymiarze, nowymi mediami?

Refleksja Manuela Castellsa nad przemianami komunikacji medialnej ukazuje fundamentalny zwrot w sposobie produkcji i odbioru kultury. Analizuje historyczną trajektorię przejścia od ery mediów masowych do epoki nowych mediów, wskazując na kluczowe różnice w modelach komunikacji oraz konsekwencjach społecznych tych przemian. Kultura mediów masowych, zdaniem Castellsa, ukształtowała się jako produkt industrializacji komunikacji. Jej struktura była zorganizowana wokół scentralizowanej produkcji treści, kontrolowanej przez wąskie grono instytucji - wydawnictw, stacji telewizyjnych, wytwórni filmowych¹⁴⁰. Przekaz był jednokierunkowy: nadawca transmitował treści do anonimowej, masowej publiczności. Ten model prowadził do homogenizacji kultury. Treści musiały być projektowane w taki sposób, by trafić do jak najszerzego grona odbiorców, przez co stawały się standaryzowane, a zarazem hegemoniczne¹⁴¹. Media masowe, w tym ujęciu, były nie tylko narzędziem informacyjnym, ale także mechanizmem kształtowania społecznych wzorów konsumpcji, wartości i stylów życia. Wraz z rozwojem technologii informacyjnych, Castells dostrzega wyłonienie się zupełnie nowego modelu komunikacji - nowych mediów. Ich istotą jest interaktywność, dzięki której odbiorca przestaje być pasywnym konsumentem, a staje się uczestnikiem, a nawet współtwórcą treści¹⁴². Proces komunikacji ulega decentralizacji: obok instytucji masowych pojawia się mnogość autorów - blogerów, użytkowników portali społecznościowych, twórców niezależnych. Konsekwencją tego zjawiska jest dywersyfikacja masowej publiczności¹⁴³. Nie istnieje już jednolita masa odbiorców, ale wiele zróżnicowanych wspólnot, które konsumują i wytwarzają treści w zgodzie ze swoimi zainteresowaniami. Nowe media wprowadzają także personalizację przekazu. Odbiorca nie jest jedynie adresatem treści, lecz sam filtruje i konfiguruje komunikaty, tworząc własny profil informacyjny. Castells opisuje ten proces jako przejście od komunikacji masowej do nowych indywidualnych mass-mediów (co określa jako *mass self communication*), czyli zjawiska, w którym komunikacja jest zarazem globalna (rozprzestrzenia się dzięki sieci) i indywidualna (zindywidualizowana przez użytkownika)¹⁴⁴. W rezultacie kultura mediów przestaje być jednolita i hegemoniczna, a staje się pluralistyczna i zdecentralizowana. Rozróżnienie między mediami masowymi a nowymi mediami ukazuje zatem dwie odmienne logiki komunikacyjne. Media masowe konstruowały wspólne ramy interpretacyjne i budowały kulturę masową, podczas gdy nowe media rozbijają tę jednolitość, umożliwiając powstawanie licznych nisz, wspólnot i sieci komunikacyjnych.

¹⁴⁰ Castells, M., *Spoleczeństwo sieci*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 2007, s. 339

¹⁴¹ Castells, M., *Spoleczeństwo sieci*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 2007, s. 341.

¹⁴² Castells, M., *Spoleczeństwo sieci*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 2007, s. 345.

¹⁴³ Castells, M., *Spoleczeństwo sieci*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 2007, s. 346.

¹⁴⁴ Castells, M., *Spoleczeństwo sieci*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 2007, s. 346.

W tym sensie, jak zauważa Castells, nowe media są nie tylko kolejną fazą rozwoju technologii, ale przejawem zmiany paradygmatu kulturowego i społecznego. Są one zarazem wytworem społeczeństwa sieciowego, jak i jego podstawowym mechanizmem reprodukcji.

Denis McQuail również poczynił próbę rozróżnienia mediów tradycyjnych od nowych wymieniając kluczowe cechy mające uwidocznic tę granicę:

- “interaktywność - według wskazań współczynnika reakcji na “ofertę” źródła / nadawcy lub inicjatywy po stronie użytkownika;
- obecność społeczna (socjalność) - poczucie osobistego kontaktu z innymi;
- bogactwo mediów - media łączą różne ramy odniesienia, (...) angażują więcej zmysłów;
- autonomia - użytkownik niezależnie od źródła kontroluje treść i sposób użycia;
- ludyczność - funkcja rozrywkowa;
- prywatność - używanie danego medium, wybrane przekazy;
- personalizacja - stopień personalizacji i unikalności przekazu i sposobu użycia.”¹⁴⁵.

Ta dystynkcja mediów pozwala wysnuć czynniki, które mogą zaważyć nad definicją nowych mediów i obaleniem wnioskowania, jakoby media tradycyjne mogą być także nowymi w sieci. Struktura właścicielska oraz autorzy determinują specyfikę nowych mediów. Tworzenie treści nie odbywa się na zasadzie dopasowania do szerokiej publiczności, a do tych grup odbiorców, którzy najprawdopodobniej klikną w nagłówek bądź link. O publikacji nie decyduje wydawca a algorytm. To wiąże się także z autorami treści. Mylące są określenia nadawca i odbiorca, ponieważ obie role często przenikają się, odbiorcy są włączani w proces tworzenia treści. Zatem autor tworzy często niezależnie i nie musi być profesjonalistą. W internetowej odsłonie mediów tradycyjnych proces tworzenia treści opiera się nadal na porządku “starej” redakcji. Ten problem definicyjny rozwiązuje Paul Levinson nadając bardziej aktualne określenie na “internetowe” medium.

2.1.2. Nowe nowe media

Pojęcie „nowych nowych mediów” wprowadzone przez Paula Levinsona stanowi ważny punkt zwrotny w refleksji nad ewolucją technologii komunikacyjnych. Odwołując się do tradycji badań nad mediami Levinson zauważa, że dotychczasowe kategorie opisu „nowych mediów” stają się niewystarczające wobec gwałtownych zmian technologicznych i społecznych, które dokonały się na przełomie XX i XXI wieku. Stąd też pojawia się konieczność wyróżnienia odrębnej formacji komunikacyjnej, określanej właśnie mianem *nowych nowych mediów*. Innowacyjność związana z cyfryzacją i komputerowym

¹⁴⁵ McQuail, D., Teoria komunikowania masowego, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 2007, s. 156.

przetwarzaniem informacji polegała na przełamywaniu ograniczeń przestrzennych i czasowych, a także na możliwości interaktywnego kontaktu odbiorcy z treścią. Jednak, jak wskazuje Levinson, w ciągu dwóch dekad od upowszechnienia internetu, wiele z tych cech straciło wymiar nowości - cyfrowość i interaktywność stały się oczywistością¹⁴⁶. Levinson odnosi pojęcie *nowych nowych mediów* do platform i praktyk komunikacyjnych, które pojawiły się wraz z rozwojem mediów społecznościowych, blogów, podcastów, YouTube czy Wikipedii. Są one „nowe” w podwójnym sensie: po pierwsze, odróżniają się od wcześniejszej generacji nowych mediów, po drugie, nieustannie ulegają transformacjom i odświeżaniu w procesie społecznym¹⁴⁷. Charakterystyczne mechanizmy funkcjonowania mają swój demokratyczny i oddolny charakter. Paul Levinson internetową odsłonę mediów tradycyjnych umieszczał w kanonie nowych mediów. W odróżnieniu od „starych nowych mediów”, w których wciąż dominowała logika instytucjonalna (np. portale internetowe zarządzane przez redakcje), nowe nowe media pozwalają użytkownikom stać się zarówno nadawcami, jak i odbiorcami komunikatów. Każdy użytkownik Facebooka, Twittera, Instagrama czy TikToka może produkować treści, które potencjalnie dotrą do globalnej publiczności¹⁴⁸. Drugim mechanizmem jest brak pośrednictwa hierarchicznych instytucji medialnych. W nowych nowych mediach to algorytmy, sieci społecznościowe oraz dynamika wirusowa nadają kształt przepływowi informacji, a nie redaktorzy czy wydawcy. Zmienia to radykalnie strukturę władzy komunikacyjnej: kontrola treści nie jest już scentralizowana, lecz rozproszona i zdecentralizowana. Kolejną cechą jest hybrydyczność i multimedialność przekazu. Użytkownicy tworzą treści pisane, wizualne i dźwiękowe w jednym środowisku – przykładem są vlogi na YouTube czy memy na platformach społecznościowych. Nowe nowe media łączą zatem różne kody komunikacyjne w ramach jednego, płynnego ekosystemu. Wreszcie, Levinson podkreśla aspekt partycypacyjny: odbiorcy stają się współtwórcami treści poprzez komentarze, udostępnienia, przeróbki czy remiksy. Ta interaktywność nie jest już prostą możliwością kliknięcia linku, ale pełnoprawnym procesem kulturowym, w którym treści zyskują nowe znaczenia w zależności od tego, jak społeczność je interpretuje i przekształca¹⁴⁹.

Użycie przez Levinsona podwójnego przymiotnika „nowe nowe” wskazuje na krytyczną ocenę wcześniejszych definicji nowych mediów. W klasycznych ujęciach, „nowe media” były postrzegane przede wszystkim w perspektywie technologicznej: komputer, internet, cyfrowość. Jednak ten technologiczny zachwyty szybko się zdezaktualizował - technologia przestała być „nowa”, a media cyfrowe weszły do codzienności. Levinson wskazuje, że to nie sama cyfrowość czy dostęp do internetu stanowią o jakości zmiany, ale nowy społeczny sposób korzystania z mediów. W tym sensie „nowe media” w klasycznym rozumieniu są dziś terminem historycznym, opisującym etap przejściowy. Nowe nowe media wprowadzają bardziej dojrzałą fazę cyfrowej komunikacji, gdzie centralnym punktem nie

¹⁴⁶ Levinson, P., *Nowe nowe media*, wydawnictwo WAM, Kraków, 2010, s. 112.

¹⁴⁷ Levinson, P., *Nowe nowe media*, wydawnictwo WAM, Kraków, 2010, s.10

¹⁴⁸ Levinson, P., *Nowe nowe media*, wydawnictwo WAM, Kraków, 2010, s. 11

¹⁴⁹ Levinson, P., *Nowe nowe media*, wydawnictwo WAM, Kraków, 2010, s. 9

jest już technologia, lecz użytkownik i sieć społeczna jako pole produkcji treści. Koncepcja Levinsona ma istotne znaczenie dla refleksji nad kulturą współczesną. Nowe media redefiniują pojęcie odbiorcy i nadawcy, decentralizują władzę komunikacyjną, a także wprowadzają nowe mechanizmy opiniotwórcze. Informacja staje się nie tyle produktem kontrolowanym przez elity medialne, ile dynamicznym procesem współtworzonym przez miliony użytkowników. Jednocześnie rodzi to wyzwania: problem wiarygodności informacji, rosnące znaczenie algorytmów, ryzyko polaryzacji społecznej. W niniejszej rozprawie, dla porządku i ujednoczenia pojęcia posłużę się określeniem *nowe media*, jednak w rozumieniu teorii Paula Levinsona, która wskazuje na nieaktualność terminu *nowe media*. Jest to bliskie moim spostrzeżeniom, natomiast dodanie kolejnego przymiotnika nie odzwierciedla dla zasadności, ponieważ dziś, ze względu na AI konieczne byłoby dodanie kolejnego *nowe*, co byłoby kuriozalne.

Z kolei tę potrzebę rozróżnienia nowego medium od starego, czy “nowego nowego” od nowego studzi Magdalena Szpunar. Zauważa, że nowe media wprowadzają również nowe jakości do kultury, takie jak intertekstualność oraz unifikację form i gatunków telewizyjnych¹⁵⁰. Podkreśla również, że pojawienie się nowych mediów nie eliminuje mediów tradycyjnych, które coraz częściej wchodzi z nimi w proces konwergencji¹⁵¹. Magdalena Szpunar ujęła teorie nowych mediów w rozumieniu “nowej jakości”: “Nowe media całkowicie zmieniają dotychczas nam znany model komunikacji charakterystyczny dla mediów masowych. Ich użytkownik przestaje być biernym odbiorcą pozbawionym możliwości reagowania na nadawany komunikat. Nie jest jednak tak, że ich pojawienie się eliminuje dotychczas nam znane stare media. Nowe media raczej konwergują z mediami tradycyjnymi, zacierając granice pomiędzy dotychczas odrębnymi mediami funkcjonującymi w różnych niszach. Niezarządzalna, demokratyczna struktura – jak to ma miejsce w przypadku Internetu – pozwala w niemal dowolny sposób kształtować komunikaty, ale również rodzi problemy związane z ich jakością. Na podstawie konstytutywnych cech nowych mediów można stwierdzić, że stanowią one nową jakość medialną i jak najbardziej uprawnione jest posługiwanie się przymiotnikiem *nowe*, w odróżnieniu od ich starych poprzedników. Nowe media wkraczają z impetem prawie we wszystkie sfery działalności człowieka, przeobrażając stosunki pracy, procesy komunikacyjne, charakter stosunków międzyludzkich, czas wolny, a nawet sferę duchowości. Choć na tym etapie trudno definitywnie konkludować, jaki jest charakter tych zmian, z pewnością można stwierdzić, że coraz częściej zapośredniczenie medialne będzie stanowiło element kontaktów międzyludzkich XXI wieku”¹⁵².

Nowe media stanowią złożony ekosystem komunikacyjny, którego specyfika wynika z korelacji czynników technologicznych, ekonomicznych i społecznych. Ich działanie można analizować zarówno w wymiarze organizacyjnym obejmującym redakcję, wydawcę,

¹⁵⁰ Szpunar, M., Czym są nowe media - próba konceptualizacji, *Studia Medioznawcze* 4 (35), 2008, s. 32.

¹⁵¹ Szpunar, M., Czym są nowe media - próba konceptualizacji, *Studia Medioznawcze* 4 (35), 2008, s. 34.

¹⁵² Szpunar, M., Czym są nowe media - próba konceptualizacji, *Studia Medioznawcze* 4 (35), 2008, s. 40.

algorytmy i strategię dystrybucyjną, jak i w perspektywie socjologicznej, uwzględniającej procesy opiniotwórcze i interakcje odbiorców. Redakcje internetowe łączą klasyczne funkcje instytucji medialnych, takie jak selekcja, redakcja i korekta treści, jednak z nowymi wymogami wynikającymi z logiki sieci. Wydawca nie jest jedynie gwarantem jakości, ale pełni także funkcję strategiczną, planując publikacje w odniesieniu do celów biznesowych, segmentacji odbiorców i dynamiki trendów społecznych¹⁵³. Struktura pracy coraz częściej przybiera formę *newsroomu agile*, opartego na szybkim reagowaniu i iteracyjnym procesie decyzyjnym, zgodnym z zasadami gospodarki czasu rzeczywistego¹⁵⁴. Oznacza to, że zasady redakcyjne są płynne i zależą od bieżących potrzeb odbiorców oraz tym, co jest aktualnie popularne. Testowane są różne warianty tytułów czy grafik (A/B testing), a to wskazuje na instrumentalizację treści, która traktowana jest jako produkt podlegający nieustannej optymalizacji¹⁵⁵. Na podstawie tych obserwacji serwuje się treści, a te powstają z reguły w odniesieniu do wymogów algorytmów. Pozycjonowanie treści, tzw. optymalizacja SEO (ang. Search Engine Optimization) staje się podstawą procesu redakcyjnego, w którym struktura tekstu, dobór słów kluczowych, a także metadane podporządkowane są widoczności w wyszukiwarkach. Są to marketingowe narzędzia, które dziś wykorzystuje się w kampaniach internetowych: “Search Engine Optimization jest stosowane przez specjalistów marketingu cyfrowego (np. administratorów stron internetowych, pozycjonerów, content marketerów), którzy angażują się w długoterminową optymalizację stron internetowych. Pozycjonowanie może być związane z działaniami agencji marketingowych, które skupiają się na konkretnej kampanii lub operacyjnych celach związanych z rankingowaniem treści. Polega ono również na dynamicznym dopasowaniu informacji do zainteresowań użytkowników wyrażonych słowami lub frazami kluczowymi. Search Engine Optimization i marketing treści (ang. content marketing) łączą się ze sobą. Dzięki temu, że strony są widoczne dla osób poszukujących indywidualnych informacji, ruch generowany przez SEO i pozycjonowanie jest ukierunkowany na użytkowników interesujących się daną tematyką.”¹⁵⁶. Media społecznościowe rządzą się własnym schematem formatów i estetyki medialnej. Funkcjonują w modelu dystrybucji wielokanałowej, tj. newslettery, tzw. Powiadomienia push, aplikacje i w zależności od kanału tworzone są treści, np. krótkie wpisy (Facebook, X) czy minutowe wideo (TikTok, Instagram). W konsekwencji powstaje model *data-driven content*, czyli “dziennikarstwo oparte na danych (data journalism, data-driven journalism) to ogólne określenie działań, które zakładają wykorzystanie technologii big data, algorytmów lub uczenia maszynowego w praktyce dziennikarskiej i redaktorskiej”¹⁵⁷. Oznacza to, że kolejne publikacje zależą od

¹⁵³ Pavlik, J. V., *Innovation and the Future of Journalism*. Digital Journalism, 1(2),2013.

¹⁵⁴ Pavlik, J. V., *Innovation and the Future of Journalism*. Digital Journalism, 1(2),2013.

¹⁵⁵ Napoli, P., *Audience Evolution: New Technologies and the Transformation of Media Audiences*, Columbia University Press, Nowy Jork, 2011.

¹⁵⁶ Ćwiertniak, R., Optymalizacja SEO w e-commerce: kluczowe czynniki i ich rola w skutecznym marketingu treści, Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Ekonomii i Informatyki w Krakowie, 2023, s. 14-15.

¹⁵⁷ Flasiński, K., Algorytmy i big data w mediach i dziennikarstwie prasowym, Uniwersytet Szczeciński Rozprawy i Studia 1233, 2021, s. 22.

wyników analizy statystyk odbioru (tj. czas czytania, liczba udostępnień etc.). Opiera się to o kilka mechanizmów: edycja treści ze względu na trendy i preferencje i algorytmy nadające materiałom wysoki potencjał interakcyjny, co prowadzi do szybkiego rozpowszechniania i dotarcia do szerokiej grupy odbiorców. Przekazy poddaje się także personalizacji, co ma na celu trafienie do odpowiedniej publiczności, co zwiększa szansę na wspomnianą interakcję. Ma to swoje konsekwencje w postaci baniek filtracyjnych (informacyjnych), co sprzyja polaryzacji i zdecydowanie ogranicza pluralizm informacyjny. Narzędzia operacjonalizujące są jednak jedynie zwiększeniem możliwości na debatę i tworzenie opinii. To robią odbiorcy, którzy są aktywnymi uczestnikami procesu, współtworzą treści (komentarze, udostępnienia czy własne interpretacje). Paradygmat pasywnej publiczności mass mediów zmienił się i obecnie rozpatruje się odbiorców w kontekście teorii aktywnej publiczności, tzn. tego jak kształtują media, nie zaś jak media wpływają na opinię publiczną¹⁵⁸. Badania empiryczne nad nowych mediów dostarczają informacji na temat konsekwencji dla społeczeństwa wykluczając jednak rolę jednostki. Także teoria społeczeństwa masowego kierowała uwagę na destrukcyjne efekty użytkowania mediów¹⁵⁹. Jednak już w latach 20. ubiegłego stulecia John Dewey twierdził, że kluczem do odpowiedniego użytkowania mediów masowych jest edukacja: “postrzegał on problem propagandy jako możliwy do rozwiązania dzięki edukacji publicznej, a nie poprzez cenzurę: jeśli ludzie zostaliby nauczeni lepszego korzystania z treści mediów masowych, wówczas nie byłoby potrzeby ich przed nimi chronić. Mimo takich argumentów, badania empiryczne koncentrowały się – zarówno w tamtym okresie, jak i później – przede wszystkim na wytyczaniu dowodów dotyczących tego, w jaki sposób zwykli ludzie mogą być manipulowani przez media”¹⁶⁰. Rodat wprowadza przewrotną teorię *uses and gratifications*, w której odbiorcy to jednostki świadome swoich potrzeb i celów użytkując nowe media. Tę perspektywę można przełożyć jako teorię korzyści i zaspokajania potrzeb. Jako, że odbiorca, który jednocześnie jest konsumentem treści, jak ich współtwórcą, konieczne jest poznanie dlaczego z pewnymi treściami się zetknęli oraz jakie były ich oczekiwania¹⁶¹. Badania nad nowymi mediami rzeczywiście rzadko odnoszą się do odbiorcy jako świadomego swoich wyborów i to rozumienie zdecydowanie rzuca nowe światło na ten problem¹⁶². Jednak biorąc pod uwagę działania optymalizacyjne i duże modele językowe AI (o czym szerzej w dalszej części rozdziału) potrzeba rzetelnej edukacji cyfrowej, by pozostać użytkownikiem, czy też odbiorcą w pełni świadomym i niosącym berło sprawczości. Autorka zderza model *uses and gratifications* z tradycyjnym

¹⁵⁸ Rodat, S., *Active audience: Media use for social gratifications* w: Stănescu, G.C. (red.), *New Tough Challenges in the Social Sciences*, wyd. SITECH Publishing House, Craiova, 2023, s. 17.

¹⁵⁹ Rodat, S., *Active audience: Media use for social gratifications* w: Stănescu, G.C. (red.), *New Tough Challenges in the Social Sciences*, wyd. SITECH Publishing House, Craiova, 2023, s. 17.

¹⁶⁰ Rodat, S., *Active audience: Media use for social gratifications* w: Stănescu, G.C. (red.), *New Tough Challenges in the Social Sciences*, wyd. SITECH Publishing House, Craiova, 2023, s. 17.

¹⁶¹ Rodat, S., *Active audience: Media use for social gratifications* w: Stănescu, G.C. (red.), *New Tough Challenges in the Social Sciences*, wyd. SITECH Publishing House, Craiova, 2023, s. 19.

¹⁶² Rodat, S., *Active audience: Media use for social gratifications* w: Stănescu, G.C. (red.), *New Tough Challenges in the Social Sciences*, wyd. SITECH Publishing House, Craiova, 2023, s. 19.

modelem komunikacji i zauważa, że: “pomiędzy komunikatami medialnymi a ich efektami pośredniczy wiele czynników, takich jak indywidualne predyspozycje i proces selektywnego postrzegania, normy grupowe, rozpowszechnianie komunikatu poprzez kanały interpersonalne itd. Model *uses and gratifications* różni się również od wcześniej opracowanego modelu komunikacji, mianowicie modelu minimalnych efektów, tym, że nie wyklucza możliwości oddziaływania mediów, ale z zastrzeżeniem, że a) same media zwykle nie są wystarczającą przyczyną efektów na odbiorcach, oraz b) komunikat medialny jest tylko jednym ze źródeł wpływu, obok innych źródeł”¹⁶³. Na podłoże świadomości odbiorcy składają się:

- “a) potrzeby i motywacje komunikacyjne,
- b) środowisko psychologiczne i społeczne,
- c) funkcjonalne alternatywy korzystania z mediów,
- d) zachowania komunikacyjne,
- e) konsekwencje tych zachowań”¹⁶⁴.

Te składowe są istotne w analizie odbioru treści, ponieważ mają wpływ na to do kogo dotrze komunikat i z jakim skutkiem. Niemniej, teoria *uses and gratifications* przenosi sprawczość na stronę odbiorcy, a ten w zderzeniu z algorytmami, pozycjonowaniem czy modelami językowymi AI nie posiada pełni kontroli nad selekcją dostarczanych treści. Rodat przywołuje także koncepcję *circular media model* (Katz, Haas, Gurevitch 1973), która w istocie dotyczy tradycyjnych mediów masowych. Polega na wzajemne podobieństwo każdego medium, co ułatwia zastępstwo w przypadku braku danego medium, czyli tzw. *wymiennosc mediów*¹⁶⁵. Przykładem tej wymiennosci może być prasa w miejscu książek czy radio w miejscu prasy i telewizji. Oznacza to, że media pełnią zbliżone funkcje i mogą wzajemnie zastępować swoje role i zależne jest to od preferencji odbiorców. Na przykład w różnych kontekstach społecznych czy edukacyjnych, radio, prasa, telewizja czy książki mogą realizować podobne gratyfikacje¹⁶⁶. Nowe media noszą znamiona wszystkich kanałów medialnych, więc w rozumieniu tej teorii, odbiorcy “wybierają” te treści, których w danym momencie potrzebują. Jako, że szukane treści mogą pojawić się jako audio, wideo czy artykuły. Co więcej, wyniki wyszukiwania będą inne dla każdego

¹⁶³ Rodat, S., *Active audience: Media use for social gratifications* w: Stănescu, G.C. (red.), *New Tough Challenges in the Social Sciences*, wyd. SITECH Publishing House, Craiova, 2023, s. 19-20.

¹⁶⁴ Rodat, S., *Active audience: Media use for social gratifications* w: Stănescu, G.C. (red.), *New Tough Challenges in the Social Sciences*, wyd. SITECH Publishing House, Craiova, 2023, s. 20.

¹⁶⁵ Rodat, S., *Active audience: Media use for social gratifications* w: Stănescu, G.C. (red.), *New Tough Challenges in the Social Sciences*, wyd. SITECH Publishing House, Craiova, 2023, s. 20.

¹⁶⁶ Rodat, S., *Active audience: Media use for social gratifications* w: Stănescu, G.C. (red.), *New Tough Challenges in the Social Sciences*, wyd. SITECH Publishing House, Craiova, 2023, s. 20.

użytkownika, ze względu na historię aktywności. Google Support tłumaczy, że wyniki wyszukiwania mogą różnić się ze względu na kontekst czy personalizację czy czas, który jest najpotężniejszym czynnikiem dla rozbieżności w wyszukiwaniach. Czas, w którym użytkownik korzysta z wyszukiwarki jest kluczowy przy dostarczeniu najnowszych publikacji. Natomiast kontekst zależy od lokalizacji, języka, a nawet typu urządzenia. Personalizacja to równie determinujący algorytm - wyniki wyszukiwania są dobierane na podstawie aktywności użytkownika¹⁶⁷. Zatem to algorytm decyduje co będzie bardziej trafne i przydatne w odpowiedzi na wpisane hasło w wyszukiwarce. Nowe media są dystrybutorem treści w systemie marketingowym, są zarazem produktem, symbolem i przede wszystkim narzędziem komunikacyjnym. Proces ich powstawania to wspólna praca redaktora, autora i algorytmów. Mechanizmy opiniotwórcze jednak nie opierają się jedynie na kreatywnej pracy ludzkiej, ale przede wszystkim na zautomatyzowanym procesie sztucznej inteligencji, który wykrywając aktywność użytkownika dobiera odpowiednio treści. Rola odbiorcy w tym sensie jest sprawcza, że dostarcza informacji algorytmom, nie ma jednak kontroli nad kształtem tego medium, ponieważ nie ma potrzeby jego zmiany, kiedy dostaje treści, które są zgodne z jego zainteresowaniami. Potwierdzają to wyniki badania Burbach (i in.) donoszą, że struktura sieci społecznych ma wręcz marginalne znaczenie w procesie opiniotwórczym. Topologia sieci może wpływać na tempo dystrybucji treści, jednak nie determinuje jej¹⁶⁸. Autorzy wskazują, że bardziej znaczącym jest charakter treści, który odgrywa kluczową rolę w procesie kształtowania opinii publicznej. Komunikaty nacechowane emocjonalnie, kontrowersyjne czy mające cechy poradnika praktycznego mają szybsze tempo dystrybucji, co mobilizuje użytkowników do interakcji¹⁶⁹.

Inne badanie podkreśla, że w procesie opiniotwórczym istotne znaczenie ma projekt platformy społecznościowej, szczególnie przestrzeń na wyrażenie informacji zwrotnej¹⁷⁰. Autorzy podkreślają także *asymetrię*, która polega na możliwości reakcji pozytywnej przy jednoczesnej trudności w wyrażeniu reakcji negatywnej, co prowadzi do skrajnych opinii. W przestrzeni, w której użytkownicy mają ograniczony dostęp do negatywnych reakcji, wybierane są najczęściej treści, które wywołują pozytywne emocje¹⁷¹. Sprawdzając ten mechanizm w praktyce na przykładzie Facebooka i LinkedIn, pole do wyrażenia różnych reakcji daje Facebook za pomocą palety emocji umieszczonych na emotikonach w miejscu kliku "Lubię to". Natomiast należy najechać kursorem na "Lubię to", by rozwinęły się inne możliwe reakcje. Jest to nie tylko mylące, ale już wskazuje użytkownikowi, że może mu się

¹⁶⁷ Support Google [online](#) dostęp: 10.08.2025 r.

¹⁶⁸ Burbach, L., Halatchliyski, I., & Pesch, T., *Opinion dynamics and information dissemination in online social networks*, Journal of Artificial Societies and Social Simulation, 23(3), 2020, s.

¹⁶⁹ Burbach, L., Halatchliyski, I., & Pesch, T., *Opinion dynamics and information dissemination in online social networks*, Journal of Artificial Societies and Social Simulation, 23(3), 2020, s.

¹⁷⁰ Konovalova, E., Mens, G. L., Scholl, N., *Social media feedback and extreme opinion expression*, PLoS ONE 18(11): e0293805, 2023, s.

¹⁷¹ Konovalova, E., Mens, G. L., Scholl, N., *Social media feedback and extreme opinion expression*, PLoS ONE 18(11): e0293805, 2023, s.

wpis podobać, może go udostępnić i skomentować. Komentarze rzeczywiście dają większe pole do wyrażenia różnych, pozytywnych i negatywnych, opinii. Na LinkedIn jednak nie ma możliwości przekazania algorytmowi o dezaprobach z wyjątkiem negatywnego komentarza. “Polecam”, “Skomentuj”, “Udostępnij” czy “Wyślij w prywatnej wiadomości” to dostępne zabiegi pod postami i z tym zderzają użytkowników. Dopiero przechodząc do ustawień danego wpisu istnieje funkcja “nie interesuje mnie to”. Zaznaczając ją, algorytm przestanie wyświetlać podobne treści. To jedyny ster odbiorcy, który pozwala na małą zmianę toru przepływu informacji. Zdecydowanie rola algorytmu wykracza poza moderację czy rekomendację treści. Według Profesora Krefta, algorytm pełni funkcję narracyjną: “algorytm jawi się jednak także jako konstrukt narracyjny platform, utożsamiający i – metaforycznie ujmując – „ucieleśniający” obiektywność i neutralność oraz doskonałą wolność od etycznych niejednoznaczności. Jako byt doskonały, wolny od ludzkich i rynkowych ułomności, symbolizujący pokonanie ludzkich ograniczeń, stanowi McLuhanowskie doskonałe „przedłużenie” człowieka. To w nim manifestuje się „pozarynkowy” charakter platform i ich elastyczność, pozwalająca – jako kulturowy konstrukt – uwzględniać miejscowe zwyczaje, kulturę i wiedzę. Kiedykolwiek zatem algorytm pojawi się w dalszych rozważaniach, nie będzie konstruktem programowania, ale przede wszystkim konstruktem społecznym”¹⁷². Ta teza obala mit, jakoby algorytm był jedynie bezstronnym i neutralnym narzędziem, mającym “służyć” użytkownikom. W istocie służy jedynie właścicielom wielkich cyfrowych platform, by mogli sprawować władzę za pomocą tej niewidzialnej batuty. Autor opisuje użytkowników dosłownie jako “ofiary”, które nie są świadome zagrożeń, jakie płyną z realizacji interesów big techów. Ta narracyjna funkcja algorytmów reguluje, kontroluje i przekształca sposób interakcji, a użytkownicy stają się przedmiotem tego algorytmicznego zarządzania¹⁷³. Jednak to, co niepokoi bardziej, to świadome zawieranie algorytmom, które profesor określa jako *autorytet algorytmiczny*, który polega na większym zaufaniu w procesy moderacji i rekomendacji treści algorytmów aniżeli w ludzkie opinie, intuicję, a nawet wiedzę: ”to uznanie za autorytatywny procesu pozyskiwania wartości z różnych niewiarygodnych źródeł, bez udziału człowieka, nawet jeśli polega on na czerpaniu informacji z wielu niesprawdzonych pod względem wiarygodności źródeł i łączenie ich w taki sposób, że powstaje wynik, pod którym nie podpisałby się żaden ludzki autorytet. Takie algorytmy stały się wreszcie czymś w rodzaju nowoczesnego mitu: przypisano im wielkie możliwości, władzę i moce”¹⁷⁴. Nowe media prowadzące swoją działalność na portalach społecznościowych komplikują swoją relację z odbiorcą jeszcze na innym poziomie. Algorytmy to niewidzialne narzędzia kontrolujące, podporządkowujące odbiorcę pod

¹⁷² Kreft, J., *Władza platform. Za fasadą Google, Facebooka i Spotify*, Politechnika Gdańska, wyd. Universitas, 2022, s. 27.

¹⁷³ Kreft, J., *Władza platform. Za fasadą Google, Facebooka i Spotify*, Politechnika Gdańska, wyd. Universitas, 2022, s. 29.

¹⁷⁴ Kreft, J., *Władza platform. Za fasadą Google, Facebooka i Spotify*, Politechnika Gdańska, wyd. Universitas, 2022, s. 29.

formy schematy myślowe¹⁷⁵. Profesor Kreft określa to jako przemoc władzy symbolicznej, która polega na realizowaniu interesów platform prezentując to jako bezstronne czy bezinteresowe¹⁷⁶. Co więcej, sztuczna inteligencja tę władzę poszerza i sprawia, że staje się jeszcze bardziej podstępna: “nowe modele uczenia maszynowego pozwalają na tworzenie nowych systemów śledzenia i wpływu. Decydują o kolejności wpisów, coraz lepiej identyfikują treści naruszające tak zwane standardy społeczności Facebooka czy Instagrama, co nie znaczy, że są nieomyłne”¹⁷⁷.

2.2. Weryfikacja tezy Jana van Dijka

W dziedzinie nauk o mediach przełomowym i pobudzającym wiele dyskusji była teoria cyfrowego podziału, którą sformułował Jan van Dijk. Teza skupiła także krytyków, którzy próbowali ją obalić już kilka lat po jej opublikowaniu. Teoria skupiała się na nierównościach w dostępie do internetu i kompetencjach cyfrowych. Obecnie, Jan van Dijk stale dyskutuje nad teorią, która zmienia się w zależności od warunków. Jednak znajduje swoje uzasadnienie nawet przy powszechnym dostępie do internetu i narzędzi. Nierówności nadal występują w kompetencjach i świadomości działania big techów. Ci, którzy efektywnie korzystają z technologii wykorzystując jej potencjał stanowią grupę uprzywilejowaną. Niestety, należy do mniejszości, a większość użytkowników nie jest świadoma zagrożeń, jakie niosą takie rozwiązania technologiczne, jak algorytmy, duże modele językowe, tj. Chat GPT, czy powszechnie używane media społecznościowe i aplikacje.

Niemal trzy dekady temu Jan van Dijk zauważył, że treści oraz dane płynące z przestrzeni internetowej nie są dystrybuowane równomiernie, co prowadzi do pogłębiania istniejących nierówności społecznych, a nawet wykluczenie społeczne. Doprecyzował wtedy teorię cyfrowego podziału z 1995 roku (raport National Telecommunications and Information Administration NTIA) o obserwację, jakoby ten podział nie opiera się jedynie na posiadaniu dostępu do komputera i internetu. Rozwinął tę definicję, wskazując, że problematyka *digital divide* obejmuje również motywację czy sposoby wykorzystania technologii.

W “The Digital Divide” z 2019 roku pisze: “W pierwszych latach dyskursu szczególny nacisk kładziono na słowo „dostęp”, choć później większe znaczenie zaczęto przypisywać pojęciu „użycie”. Powszechnym synonimem mediów cyfrowych stał się ogólny termin „technologie informacyjno-komunikacyjne”. Dostęp może oznaczać zarówno urządzenia,

¹⁷⁵ Kreft, J., *Władza platform. Za fasadą Google, Facebooka i Spotify*, Politechnika Gdańska, wyd. Universitas, 2022, s. 23.

¹⁷⁶ Kreft, J., *Władza platform. Za fasadą Google, Facebooka i Spotify*, Politechnika Gdańska, wyd. Universitas, 2022, s. 23.

¹⁷⁷ Kreft, J., *Władza platform. Za fasadą Google, Facebooka i Spotify*, Politechnika Gdańska, wyd. Universitas, 2022, s. 108.

połączenia, jak i aplikacje. Pierwszym urządzeniem, do którego uzyskiwano dostęp, był komputer stacjonarny (PC), a następnie kolejne media cyfrowe – zarówno mobilne (telefony komórkowe, laptopy, tablety i smartfony), jak i zdigitalizowane media analogowe (telewizory, radiodbiorniki, aparaty fotograficzne i konsole do gier). Wśród połączeń wymieniano Internet, telefonię komórkową i cyfrowe nadawanie, o przepustowości wąskopasmowej lub szerokopasmowej. Najważniejszymi aplikacjami stały się zaś: poczta elektroniczna, wyszukiwarki internetowe, handel elektroniczny, bankowość elektroniczna i portale społecznościowe. Zanim pojawiło się pojęcie cyfrowego podziału, używano innych terminów, najczęściej związanych koncepcją społeczeństwa informacyjnego i (nie)równości: „nierówności informacyjne” (Schiller 1981, 1996), „luka wiedzy” (Tichenor i in. 1970) oraz „uczestnictwo w społeczeństwie informacyjnym” (Lyon 1988). Dostęp i korzystanie zostały następnie powiązane z umiejętnościami cyfrowymi lub alfabetyzmem cyfrowym, motywacją („want-nots” – czyli „ci, którzy nie chcą”) oraz takimi konsekwencjami, jak podział demokratyczny czy podział w zakresie możliwości ekonomicznych (Mossberger i in., 2003)¹⁷⁸. Jan van Dijk przede wszystkim zauważa przewrotność w samym słowie *podział*. Uważa, że jest to niefortunne określenie, ponieważ sugeruje w wielu językach rozłam i istotne staje się rozróżnienie na wykluczenie i włączenie. Po latach przedstawia pięć “nieporozumień”, jakie wyniknęły z dyskusji nad cyfrowym podziałem:

1. Przekonanie o prostym podziale między dwiema kategoriami społecznymi - tymczasem społeczeństwo jest złożone i zróżnicowane pod względem społecznym, ekonomicznym i kulturowym, dlatego bardziej precyzyjnym byłoby postrzeganie społeczeństwa jako “spektrum pozycji obejmujących całą populację” i podział na tych, którzy nie mają dostępu do nowych technologii oraz na tę grupę, która ten dostęp ma powszechny. Wyznaczenie granicy byłoby bardziej adekwatne byłoby zdefiniowanie społeczeństwa trójwarstwowego, ponieważ między elitami informacyjnymi a wykluczonymi cyfrowo znajduje się większość populacji, która ma dostęp do technologii cyfrowej “w pewnym zakresie” (co dziś oznacza nieświadome użytkowanie technologii, nie posiadając wiedzy cyfrowej o zagrożeniach i konsekwencjach);
2. Luka ta jest stała i nie można jej zlikwidować, co więcej prowadzi to do trwałych nierówności. Fizyczne posiadanie dostępu do technologii cyfrowej nie stanowi jednak podziału, a kompetencje użytkownika. Jan van Dijk próbuje udowodnić, że także umiejętności można wyrównać dzięki odpowiedniej polityce czy edukacji;
3. Trzecim jest założenie, jakoby cyfrowy podział dotyczy jedynie włączenia i wykluczenia. W rzeczywistości jest to kwestia względna. Należy rozważyć stopień motywacji jednostek, fizyczny dostęp, umiejętności, a także możliwości używania technologii. Pod tym względem autor sugeruje rozważenie relacyjnego i sieciowego wymiaru nierówności;

¹⁷⁸ Van Dijk, J., *The digital divide*, Polity Press, 2019, s. 1.

4. Van Dijk *cyfrowy podział* sprowadza do metafory, która polega na istnieniu jedynie jednego podziału. Jednak jest to bardziej złożony problem i zależy od nierówności społecznych, ekonomicznych i kulturowych;
5. Zwraca także uwagę na słowo *cyfrowy*, które sugeruje, że problem dotyczy technologii. Jest to przede wszystkim problem społeczny, a cyfrowy podział nie zniknie, gdy zostanie zapewniony fizyczny dostęp do technologii i zostaną podniesione kompetencje¹⁷⁹.

Podkreślając trójwarstwową strukturę, tj. elity informacyjne, wykluczeni oraz reszta społeczeństwa, która w ograniczonym zakresie posiada dostęp do technologii, van Dijk wciąż krąży wokół pojęcia *podział*. Rozwój platform opartych na sztucznej inteligencji, takie jak Facebook, Instagram czy TikTok sprawia, że podział się rozmywa, ponieważ dostęp do tych platform jest “darmowy” (jedynie pod względem finansowym, za dostęp płaci się swoimi danymi osobowymi) i powszechny niemal na całym globie (z wyjątkiem np. Afganistanu, Chin¹⁸⁰ oraz długiej listy krajów, także europejskich, w których korzystanie z TikToka na urządzeniach państwowych przez ministrów i pracowników sektora publicznego). Nie jest to kwestia posiadania dostępu czy nawet kompetencji, a świadomości jak duże platformy społecznościowe działają. Wiedza na ten temat może pomóc ograniczyć udostępnianie swoich danych i ukrócić manipulację algorytmiczną i w nieco ostrożniejszy sposób korzystanie z tych stron. Po drugie, fizyczna bariera dostępu do internetu została w dużej mierze przezwyciężona, wciąż jednak pozostają nierówności na poziomie kompetencyjnym. To jednak nie jest najważniejsza kwestia, która odpowiada za cyfrowy podział. Te różnice dotyczą już nie tyle umiejętności technicznych, ile zdolności krytycznej oceny treści generowanych i rekomendowanych przez algorytmy AI¹⁸¹. W tym sensie luka cyfrowa przybiera nową formę przepaści epistemicznej¹⁸², której nie można łatwo wyrównać polityką infrastrukturalną. Duże modele językowe AI także tę umiejętność krytycznego myślenia ujmują. Autor wskazuje także, że cyfrowy podział jest względny i powinien być rozpatrywany w kontekście motywacji czy umiejętności i sposobów używania technologii¹⁸³. Jednak współczesne społeczeństwa charakteryzują się nie tylko zróżnicowaniem indywidualnym, lecz także coraz większą zależnością od systemów algorytmicznych, które selekcionują treści. Użytkownik, nawet zmotywowany i kompetentny, nie posiada pełnej autonomii w dostępie do informacji¹⁸⁴. Jego możliwości są ograniczone przez decyzje projektowe i komercyjne interesy platform cyfrowych. To jest zatem kwestią świadomości i niekiedy wiedzy tajemnej, by przejść na stronę

¹⁷⁹ Van Dijk, J., *The digital divide*, Polity Press, 2019, s. 3.

¹⁸⁰ Chustecki, J., *W tych krajach TikTok jest zakazany częściowo lub całkowicie. W USA zaczyna się burza online* dostęp: 22.08.2025 r.

¹⁸¹ Napoli, P., *Social Media and the Public Interest: Media Regulation in the Disinformation Age*, New York: Columbia University Press, 2019.

¹⁸² Marres, N., *For a Situational Analytics: A Sociology of Devices in the Digital Age, Big Data & Society* 7(2), 2020.

¹⁸³ Van Dijk, J., *The Network Society. Social Aspects of New Media*, Londyn, Sage, 2012.

¹⁸⁴ Zuboff, S., *The Age of Surveillance Capitalism*, New York: PublicAffairs, 2019.

uprzywilejowanych. Jednak w tym wypadku linia cyfrowego podziału konstytuuje się między użytkownikami, odbiorcami a właścicielami dużych nowych mediów, a nie wewnątrz społeczeństwa. Jan van Dijk słusznie krytykuje uproszczoną metaforę „jednego podziału”, natomiast problem nie jest tylko złożony i rozgrywa się na polu społecznym, ekonomicznym i kulturowym. Zajmującą kwestią jest jednak pogłębiający się podział, który generuje logika nowych mediów. Algorytmy AI nie tylko reprodukują istniejące nierówności, ale mogą je wzmacniać, utrwalając stereotypy czy faworyzując określone grupy treści¹⁸⁵. Na koniec van Dijk trafnie podkreśla, że problem cyfrowego podziału ma charakter społeczny, a nie wyłącznie technologiczny. Obecnie, technologia stała się nie tylko narzędziem, ale także aktywnym aktorem społecznym, współdecydującym o tym, jak użytkownicy odbierają i interpretują treści. W erze sztucznej inteligencji granica między kwestią technologiczną a społeczną zaciera się, co wymaga nowego paradygmatu badań nad nierównościami cyfrowymi. Problem cyfrowego podziału ulega transformacji w dobie sztucznej inteligencji i nowych mediów. O ile w początkowych dekadach istnienia koncepcji istotne były różnice między tymi, którzy posiadają dostęp do komputerów i internetu, a tymi, którzy go nie mają, o tyle dziś podział ten przyjmuje coraz częściej formę relacji między użytkownikami a globalnymi korporacjami technologicznymi, określanymi mianem Big Techów. To one kontrolują infrastrukturę cyfrową, algorytmy oraz systemy oparte na sztucznej inteligencji, które determinują sposób, w jaki treści są tworzone, dystrybuowane i konsumowane. Shoshana Zuboff określa ten stan mianem „kapitalizmu inwigilacji”, w którym to nie tyle sam dostęp do internetu decyduje o nierównościach, ile asymetria władzy informacyjnej pomiędzy firmami technologicznymi a zwykłymi użytkownikami¹⁸⁶. Podział ten nie polega więc już wyłącznie na zróżnicowaniu wewnątrz społeczeństw – między jednostkami lepiej i gorzej wykształconymi cyfrowo, ale na głębokiej strukturze władzy, jaka wykształciła się w globalnym ekosystemie mediów cyfrowych. Nick Couldry i Ulises Mejias piszą wręcz o „kolonizacji danych”, w której prywatne korporacje przejmują i monetyzują ludzką aktywność jako zasób, stając się arbitrami uczestnictwa w życiu cyfrowym¹⁸⁷. Remedium na tego rodzaju pogłębiający się podział może być regulacja instytucjonalna funkcjonowania Big Techów, zarówno poprzez narzucenie im statutów etycznych, jak i wdrożenie rozwiązań prawnych ograniczających monopolizację rynku i asymetrię informacyjną. Dokumenty Unii Europejskiej, takie jak *Digital Services Act* (2022) czy projekt *Artificial Intelligence Act* (2021), wskazują kierunki działań mających na celu przywrócenie równowagi między interesem społecznym a komercyjnymi interesami globalnych platform⁴. Uzupełniać je powinna także szeroka edukacja cyfrowa, pozwalająca użytkownikom rozwijać krytyczne kompetencje medialne i cyfrowe, co Helsper i van Deursen określają jako warunek konieczny zmniejszania luki

¹⁸⁵ Couldry, D., Mejias, U., *The Costs of Connection: How Data Is Colonizing Human Life and Appropriating It for Capitalism*, Stanford: Stanford University Press, 2019.

¹⁸⁶ Zuboff, S. (2019). *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*. PublicAffairs.

¹⁸⁷ Couldry, N., & Mejias, U. A. (2019). *The Costs of Connection: How Data Is Colonizing Human Life and Appropriating It for Capitalism*. Stanford University Press.

kompetencyjnej⁵.

2.3. Wspólnoty zainteresowań kulturalnych w cyberprzestrzeni

W latach 70. kiedy realizowane były badania nad uczestnictwem młodych robotników w kulturze, aktywność kulturalna była wówczas w znacznym stopniu ograniczona przez bariery dostępu do dóbr symbolicznych. Kultura była traktowana jako dobro reglamentowane, a jej uczestnictwo, w teorii egalitarne, w praktyce zależało od miejsca zamieszkania, zasobów ekonomicznych oraz kapitału kulturowego jednostki. Współcześnie, w epoce internetu i cyfrowej globalizacji, sytuacja ta uległa diametralnej zmianie. Dostęp do dóbr kultury został zdemokratyzowany w niespotykanej dotąd skali. Dzięki sieci globalnej, treści artystyczne, naukowe czy rozrywkowe stały się powszechnie dostępne. Z perspektywy teorii Pierre'a Bourdieu oznacza to przesunięcie akcentu - nie tyle sama dostępność dóbr kulturowych jest czynnikiem różnicującym, ile umiejętność ich interpretacji, a także selekcji, które wynikają z habitusu i kapitału kulturowego¹⁸⁸.

Należy zatem zadać pytanie, czy i w jaki sposób współczesne uczestnictwo w kulturze prowadzi do powstawania nowych wspólnot. Internet nie tylko udostępnia nieograniczone zasoby, ale także umożliwia tworzenie grup opartych na wspólnych zainteresowaniach, niezależnie od granic geograficznych i społecznych. Kryteria ich formowania nie opierają się już wyłącznie na czynnikach klasowych czy zawodowych, jak w badaniu Bokszańskiego, lecz przede wszystkim na praktykach kulturowych i indywidualnych preferencjach estetycznych. Przykładem mogą być wirtualne społeczności skupione wokół określonych gatunków muzycznych, nurtów literackich, czy nawet subkultur memetycznych. W epoce cyfrowej pojawia się zjawisko *wspólnot wyobrażonych*, które kształtują się wokół wspólnych praktyk konsumpcji i produkcji treści kulturalnych¹⁸⁹. Internet nie tylko intensyfikuje procesy indywidualizacji wyborów, ale także wytwarza nowe formy więzi społecznych, bazujących na wymianie symbolicznej. Co istotne, kryteria przynależności do tych wspólnot opierają się bardziej na kompetencjach kulturowych, zdolności komunikacyjnej i symbolicznym zaangażowaniu niż na tradycyjnych determinantach strukturalnych. W porównaniu z badaniami z lat 70., współczesne uczestnictwo w kulturze charakteryzuje się zniesieniem barier dostępu, lecz równocześnie generuje nowe formy stratyfikacji. Wspólnoty zainteresowań kulturalnych powstają dziś w oparciu o kryteria symboliczne i interakcyjne, a nie instytucjonalne czy ekonomiczne. Oznacza to, że o ile przestrzeń kultury stała się niemal bezkresna, to nadal podlega procesom różnicowania, ale na nowych zasadach, związanych z kompetencjami cyfrowymi i zdolnością jednostki do świadomej partycypacji w obiegu kulturowym.

Jan van Dijk wskazuje, że wpływ cyfryzacji na kulturę implikuje:

¹⁸⁸ Bourdieu, P., *Dystynkcja. Społeczna krytyka władzy sądzenia*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, 2005.

¹⁸⁹ Anderson, B., *Wspólnoty wyobrażone. Rozważania o źródłach i rozprzestrzenianiu się nacjonalizmu*, Wydawnictwo Znak, Kraków, 1997.

“

- Standaryzację i różnicowanie się kultury;
- Fragmentaryzację kultury;
- Mieszanie się kultur;
- Przyspieszenie kulturowe;
- Wizualizację kultury;
- Zwiększenie liczby wytworów kulturowych¹⁹⁰.

Treści w sieci przyjmują wspólne, standaryzowane formaty (pliki mp3, mp4, PDF, memy, szablony stron, czy algorytmny rekomendacji). Dzięki temu mogą być łatwo rozpowszechniane, kopiowane i odtwarzane w różnych kontekstach. Standaryzacja to także pewien globalny kanon kultury, który rozpowszechnia się poprzez platformy społecznościowe. Przez posty czy tzw. rolki (reelsy) są dyktowane są trendy, opinie, także muzyka i dotyczy to całego globu bez względu na kontekst kulturowy. Równocześnie kultura różnicuje się, ponieważ rośnie zasób treści. Odbiorcy mają możliwość dostępu do kina klasycznego, vlogów niezależnych twórców, niszową muzykę czy podcasty.

Ten powszechny i szeroki dostęp do wytworów kultury wiąże się jednak z fragmentarycznością. Według van Dijka, pewne dzieła kultury powiela się, przez co rozpadają się na odrębne zagadnienia. Te z kolei można kolejno rozwijać bądź skracać, co w efekcie zubaża pierwotne dzieło¹⁹¹. Z punktu widzenia dzisiejszej rzeczywistości zdominowanej przez media społecznościowe, odbiorcy dostają jedynie wycinki kultury - krótkie filmy, posty, memy, które zawierają jedynie fragment dzieła. To w istocie powierzchowne uczestnictwo sprawia, że elementom kultury nadaje się nowe znaczenie, w zależności od kontekstu, w którym autor umieścił fragment tego dzieła. Pozostawiam pytaniem otwartym czy te działania niosą szkodę dla kultury. Przykładem z życia wziętym jest dyskusja dwóch osób nad polskim filmem. Obie strony mają zupełnie inne przekonanie o przesłaniu dzieła, ponieważ jedna obejrzała film w całości, a druga jedynie jego fragment w rolce na Instagramie z opisem, który narzuca błędną interpretację. W ten właśnie sposób dzieła kultury rozpowszechniają się z jednoczesnym dużym uszczerbkiem na znaczeniu i wartości wytworów kultury. Pozytywnym aspektem jednak jest mieszanie się kultur. Swobodny przepływ różnych treści w przestrzeni cyfrowej, tzw. *hybrydyzacja kulturowa*¹⁹², polega na przenikaniu się lokalnych tradycji z globalnymi trendami. W takim znaczeniu, że folklor i tradycja odżywają w cyfrowej kulturze, która jednak nie zakotwicza się w kontekście, jej obieg kultury jest bardzo szybki, elementy powstają, są dostarczane i szybko także znikają. To *przyspieszenie kulturowe* skutkuje krótkotrwałością mód i treści (np.

¹⁹⁰ Van Dijk, J., *Spoleczne aspekty nowych mediów*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010, s. 267.

¹⁹¹ Van Dijk, J., *Spoleczne aspekty nowych mediów*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010, s. 268-269.

¹⁹² Yeganeh, H., *A Review of "Globalization And Culture: Global MéLange"*, Journal of International Consumer Marketing, Winona State University, 2012.

wiralowe filmiki, memy), co z jednej strony sprzyja innowacyjności i szybkiemu reagowaniu na rzeczywistość, ale z drugiej osłabia trwałość i głębię przekazu kulturowego. Kultura staje się wizualna, co określiłabym jako główną cechę kultury cyfrowej. Obraz dominuje nad tekstem, nawet słuchowiska prowadzi się w formacie audio i wideo, słowo pisane także trafia do obrazu. Komunikacja wizualna staje się podstawowym nośnikiem treści. Zdecydowanie zwiększa to jej dostępność, ale jednocześnie upraszcza przekaz, który jest powierzchowny, spłycony i po raz kolejny zubaża elementy kultury. Jak wskazuje Jan van Dijk zwiększa się także liczba wytworów kulturowych. Dzieje się tak, ponieważ w internet nie jest zinstytucjonalizowany, każdy może zostać autorem i twórcą - posiada do tego narzędzia i kanały. Taka demokratyzacja twórczości może wzbogacić kulturę i rzeszę opinii, interpretacji, natomiast jednocześnie skutkuje utrudnieniem selekcji i wyboru wartościowych treści.

2.3.1. Wspólnototwórcza rola memów

Ciekawym przykładem jest mem, który może zakotwiczyć się w pamięci zbiorowej i który może wpływać na kontekst kulturowy. Marta Wójcicka wskazuje cztery fazy pamięci w memach:

- I. Zapamiętywanie, które polega na dołączaniu do pamięci zbiorowej nowych elementów, doświadczeń, uzupełnianiu tego, co już znane i dane;
- II. Pamiętanie, rozumiane jako trwanie, przekazywanie z pokolenia na pokolenie doświadczeń, tekstów, zwyczajów społecznych (...);
- III. Zapominanie tego, co niepotrzebne, nieprzydatne, nieaktualne, niespójne z tym, co już znajduje się w strukturze pamięci. Zapominanie może być procesem świadomym i pożądanym albo przeciwnie - przypadkowym i niezamierzonym;
- IV. Przypominanie - (...) to ponowne włączanie w strukturę pamiętania tego, co społecznie i jednostkowo ważne albo aktualne. (...) Wiąże się z komunikacją, bo “pamięć żyje w komunikacji i dzięki niej” (Assmann 2008:53)¹⁹³

Memy często odnoszą się do aktualnych wydarzeń i do doświadczeń szerokiego kręgu odbiorców i doświadczeń osobistych, z którymi utożsamiają się wszyscy uczestnicy kultury. Przykładem jest komentowanie poprzez mem aktualnych tematów, newsów informacyjnych, problemów społecznych czy polityki danego kraju.

¹⁹³ Wójcicka, M., *Mem internetowy jako multimodalny gatunek pamięci zbiorowej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie - Skłodowskiej, Lublin, 2019, s. 63.

Rys. 2. Mem 1

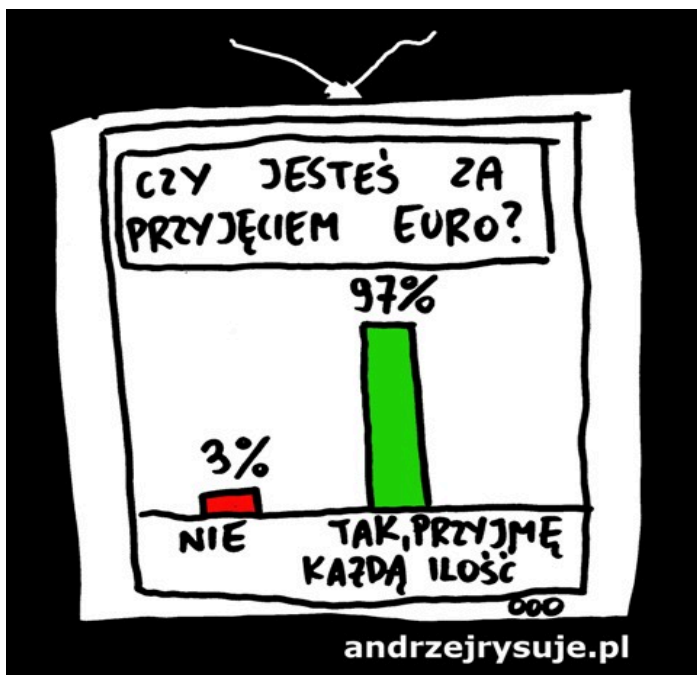


źródło: Andrzej Rysuje [[online](#)]

Memy zapamiętują wydarzenia czy aktualnie dyskutowane tematy i jednocześnie ujmują w kontekst sytuacji w warstwie ikonicznej (wydarzenie) i werbalnej (medialne wypowiedzi)¹⁹⁴.

¹⁹⁴ Wójcicka, M., *Mem internetowy jako multimodalny gatunek pamięci zbiorowej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie - Skłodowskiej, Lublin, 2019, s. 65-66.

Rys. 3. Mem 2.



źródło: Andrzej Rysuje [\[online\]](#)

Mem “mediuje” pomiędzy pamięcią indywidualną a zbiorową. Jest tworzony z tego, co jednostkowe, a w procesie dystrybucji staje się częścią pamięci zbiorowej¹⁹⁵. Co więcej, mem jest w procesie resemiotyzacji: “w kolejnych wariantach memu następuje bowiem “przesuwanie się procesów nadawania znaczenia między kontekstami lub między praktykami lub między poszczególnymi etapami praktyk” (Iedema 2013:208)”¹⁹⁶. Mem jest także narzędziem, które podtrzymuje tradycyjne aspekty społeczeństwa oraz klasyczne elementy kultury, takie jak obrazy. Przy czym dodaje się do nich tekst, co może całkowicie zmienić znaczenie obrazu. Mem jednak zakorzenił się w kulturze cyfrowej, a odbiorcy mają wiedzę, że jest to twór, hybryda.

¹⁹⁵ Wójcicka, M., *Mem internetowy jako multimodalny gatunek pamięci zbiorowej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie - Skłodowskiej, Lublin, 2019, s. 69.

¹⁹⁶ Wójcicka, M., *Mem internetowy jako multimodalny gatunek pamięci zbiorowej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie - Skłodowskiej, Lublin, 2019, s. 70.

Rys. 4. Mem 3



Źródło: Muzeum Narodowe we Wrocławiu [[online](#)]

Powyższy mem to wykorzystanie obrazu J.M. Breitschneidera, pt. "Gabinet uczonego", a tekst nawiązuje do sytuacji podczas pandemii. Obraz i tekst nie są ze sobą w żaden sposób powiązane, co jest częstą praktyką. Memy tworzone w tym schemacie: obraz + nośnik pamięci kulturowej + tekst werbalny (w tym przykładzie obraz Breitschneidera, kontekst sytuacyjny i podpis) stanowią przykład "multimodalnego tekstu kultury, w którym zawarty jest tekst (werbalny) w kontekście (ikonicznym)"¹⁹⁷. Komunikacja za pomocą memów może być sposobem na tworzenie wspólnot kulturowych, ponieważ działają na zasadzie kodu kulturowego. Odbiorcy muszą podzielać rozumienie kontekstu z autorem mema i innymi odbiorcami w procesie komunikacji. Tym samym uczestnictwo w kulturze memów wymaga współdzielenia wiedzy i wrażliwości, co staje się podstawą budowania więzi. Internauci, którzy śmieją się z tych samych memów, tworzą wspólnotę symboliczną, opartą na podobnym rozumieniu świata. Wspólnototwórcza rola memów uwidacznia się szczególnie w momentach kryzysów politycznych czy społecznych. Memy stają się wtedy narzędziem ekspresji zbiorowych emocji, od gniewu, przez ironię, po solidarność. Użytkownicy, którzy tworzą i udostępniają podobne treści, budują wspólnotę

¹⁹⁷ Wójcicka, M., *Mem internetowy jako multimodalny gatunek pamięci zbiorowej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie - Skłodowskiej, Lublin, 2019, s. 73.

doświadczenia i współuczestnictwa w danym wydarzeniu. W tym sensie memy można odczytywać jako współczesną formę ww. *wspólnot wyobrażonych*, w której poczucie przynależności powstaje dzięki wspólnym symbolom, a nie bezpośrednim interakcjom. Nie bez znaczenia jest także ich potencjał inkluzywny, ponieważ memy nie wymagają rozbudowanych kompetencji intelektualnych czy artystycznych, by w nich uczestniczyć. Każdy użytkownik internetu może je tworzyć i rozpowszechniać, co dodatkowo wzmacnia egalitarny charakter wspólnot cyfrowych. Komunikacja za pomocą memów staje się mechanizmem identyfikacji i budowania więzi w społeczeństwie sieciowym. Idąc dalej, memy to symboliczne *hasła rozpoznawcze*, dzięki którym jednostki odnajdują swoje miejsce w większej, choć rozproszonej przestrzeni wspólnoty cyfrowej.

2.3.2. Platformizacyjny zanik wspólnoty

Dialog w przestrzeni internetowej staje się jednak kontrolowany przez algorytmy, które są używane przez wielkich właścicieli platform. Ich definicja autorstwa Krefta demaskuje sztuczność w tworzeniu wspólnot: “taka płynna interpretacja platformy nawiązuje do definicji organizacji rodem z zarządzania humanistycznego autorstwa Mary J. Hatch, według której jest to wspólny wytwór technologii, struktury społecznej i fizycznej oraz kultury zanurzonych w otoczeniu, które współkształtuje – jest siecią zbiorowych działań podejmowanych jako próba kształtowania świata i życia ludzi. Taka organizacja jest symboliczną i społeczną konstrukcją dziejącą się na bieżąco i nakładających się na siebie wymian komunikacyjnych między jej uczestnikami.”¹⁹⁸. Platformy mogą zmieniać swoją definicję i prowadzić tzw. “semantyczny kamuflaż” w odpowiedzi na tymczasowe potrzeby użytkowników: “platforma cyfrowa jest zatem kameleonem przybierającym różne postaci w zależności od tego, jaki czynnik ekosystemu jest akurat najbardziej dla jej właścicieli i zarządzających niebezpieczny, a jaki może jej zapewnić największy wpływ – presja polityczna, rynkowa czy społeczna – oraz który jest akurat poręczny czy może stanowi okazję rynkową. Jest to kameleon osobliwy, władny narzucać interpretacje tego, co sobą przedstawia, kameleon czerpiący swoją moc z „sił witalnych” dostarczanych przez użytkowników i podmioty biznesowe i wpływający na codzienne praktyki życia politycznego, społecznego i gospodarczego. Ponadto – co tym bardziej nie ułatwia diagnozy – jest to podmiot tworzący własny ekosystem, stosujący unikatowy semantyczny kamuflaż. Zanim ten kamuflaż zostanie przedstawiony, odpowiedzi wymaga jednak pytanie o potęgę platform”¹⁹⁹. Jest ona wielka, a całą władzę posiadają platformy, użytkownicy jedynie podporządkowują się ich politykom. Kiedy zachodzi dysproporcja władzy, zawsze pojawia się konflikt interesów - między właścicielami platform i użytkownikami, którzy są

¹⁹⁸ Kreft, J., *Władza platform. Za fasadą Google, Facebooka i Spotify*, Politechnika Gdańska, wyd. Universitas, 2022, s. 20.

¹⁹⁹ Kreft, J., *Władza platform. Za fasadą Google, Facebooka i Spotify*, Politechnika Gdańska, wyd. Universitas, 2022, s. 21.

całkowicie władzy pozbawieni²⁰⁰. Big techy budują takie mechanizmy kontroli, by skupiać jak największą liczbę użytkowników. Idąc za Erichem Frommem, nie jesteśmy wspólnotą, a jedynie rojem autonomicznych jednostek²⁰¹. Dziś ta teoria ma szczególne znaczenie. W “Razem osobno” Baumann także wskazywał, że rozwój usług cyfrowych będzie skutkował nasileniem automatyzacji społeczeństwa. Okres zawierania znajomości i realizowania swoich pasji i dzieleniem tego z innymi użytkownikami (kiedyś internautami) w internecie skończył się wraz z aktywnością algorytmów. Nawet w zamkniętych grupach, forach, pewne treści mogą być pozycjonowane bądź wytwarzane przez AI, a ocena prawdziwości wyводу i człowieczeństwa jest coraz trudniejsza. Działanie algorytmów nadal nie jest w pełni jawne: “(...) inne, jak megaalgorytmy wyszukiwarki Google czy kanałów informacyjnych Facebooka, rekomendacji Netflix i Amazona, a ostatnio Apple+ i platformy streamingowej Disneya, stały się tak skomplikowane, że aż trudno zrozumieć. Zarówno najbardziej skomplikowany, jak i prostszy algorytm społeczny może być interpretowany na kilku poziomach: jako czynnik ułatwiający dialog między ludźmi, jako kreator powszechnego dialogu oraz jako składnik cyfrowego ekosystemu zastępujący/uzupełniający działanie niedoskonałych ludzi składnikiem wyobrażonej doskonałości organizacji. Zawsze zatem pojawi się w kontekście społecznym i humanistycznym, ale także jako czynnik zakłócający i transformujący – w odniesieniu i do sposobu działania organizacji, i do związanego z nią obecnego oraz przyszłego rynku pracy. Ich rozwój sprzyja atrofii jednych sektorów i powstawaniu nowych sektorów – wszystko w zgodzie z prymatem potencjału zakłócania. (...) Wszystko to oznacza, że algorytm nie jest społecznie obojętny i nie jest jedynie matematyczną abstrakcją. Jest kształtowany przez społeczne, polityczne i estetyczne decyzje, przejawiające się w jego instrukcjach i przeobrażeniach. Jego ontogenetyczna natura (znajduje się on zawsze w stanie stawania się) oznacza, że jest labilnym abstraktem kształtowanym przez bogactwo środowiskowych wpływów. (...) Jest „technologią kultury”. Takie ujęcie stoi w opozycji do wykorzystywanej przez platformy potocznej interpretacji, według której algorytmy pozostają przede wszystkim jądrem racjonalnego, matematycznie opisywalnego cybers środowiska – logiki, zgodnie z którą świat można przedstawić za pomocą „zer” i jedynek” w sekwencjach kodu.²⁰² Określenie *media społecznościowe* jest dziś niefortunne i nie powinno kojarzyć się z żadnego rodzaju wspólnotą. To grupowanie się według kwantyfikowalnych kryteriów, bez określonej tożsamości. Wyjątkiem będzie zgromadzenie się wokół pewnej ideologii, natomiast i to będzie sterowane przez algorytmy, które będą wpływać na dynamikę grupy. Nie istnieje jednak tożsamość grupy, wspólne doświadczenia. Są to jedynie indywidualne jednostki, *rojowisko*. Platformy redefiniują swoje znaczenie pod dyskurs publiczny ma swój cel w społecznej perswazji - dodawanie lub usuwanie

²⁰⁰ Fraser, M., 39. Odcinek podcastu Techspresso Cafe.

²⁰¹ Fromm, E., *Ucieczka od wolności*, wyd. Vis-a-VIs Etudia, 2021.

²⁰² Kreft, J., *Władza platform. Za fasadą Google, Facebooka i Spotify*, Politechnika Gdańska, wyd. Universitas, 2022, s. 29.

pewnych treści jest codzienną praktyką Facebooka²⁰³. Celem tej perswazji jest także kreowanie rzeczywistości, nie poprzez prawdę, a poprzez prawdopodobieństwo prawdy. Treści są więc tworzone tak, by wymykały się spod prostego podziału na prawdę i fałsz²⁰⁴. Komunikacja w tym schemacie jest pewnego rodzaju grą znaczeń, a nie wymianą faktów, a komunikaty balansują na odczuciu szczerości czy autentyczności. Wspólnotowość w internecie kończy się także na algorytmie, który steruje aktywnością konta w mediach społecznościowych. Iluzja wspólnoty buduje się często wokół konta na Facebooku i/lub Instagramie, które śledzi duża liczba osób, która komunikuje się przez komentarze oraz z autorem treści na tym konczie. Istnieje także możliwość stworzenia prywatnej grupy, tj. Kanały nadawcze na Instagramie, do którego dołącza mniejsza liczba obserwujących, mających możliwość bezpośredniej komunikacji. Jednak gdy aktywność właściciela danego konta zmniejsza się, przestaje być pokazywany dla innych użytkowników, a powrót na tzw. "Stronę główną" czy ukazywanie się swoim obserwującym zależy od spełnienia warunków stawianym przez algorytmy. Należy wywiązać się z obowiązku np. Nagrania tzw. rolki (reelsa), która będzie zawierała treści, które aktualnie są klikalne, co więcej z użyciem popularnej muzyki o największych zasięgach. Tak sterowane i wymuszone treści przestają być charakterystyczne dla danej społeczności. Kultura i wspólnoty myślowe są w ten sposób platformizowane i algorytmicznie kreowanych zainteresowaniach "wspólnoty". W tak niesprzyjających warunkach, w których tożsamość grupy czy zaufanie społeczne jest nikłe, tworzenie wspólnot okazuje się być wyzwaniem.

Podsumowanie

Współczesne mechanizmy opiniotwórcze, oparte na algorytmach sztucznej inteligencji, wskazują, że treści są w coraz mniejszym stopniu efektem pracy twórczej, a w coraz większym produktem procesów automatycznych, które selekcionują informacje zgodnie z aktywnością użytkownika. Paradoks polega na tym, że jednostka współtworzy medium poprzez własne dane, jednocześnie tracąc wpływ na jego kształt, ponieważ dostarczane treści wzmacniają jej preferencje i nie prowokują potrzeby zmiany. Ten model komunikacyjny ujawnia jednak rosnące nierówności. Algorytmy nie tylko odtwarzają istniejące podziały społeczne, lecz także je intensyfikują, utrwalając stereotypy i wzmacniając widoczność wybranych treści. Potwierdzając tezę van Dijka, współczesny cyfrowy podział ma charakter głęboko społeczny, ale jednocześnie pokazuje, że technologia nie jest neutralnym narzędziem. W tym sensie, określenie „media społecznościowe” okazuje się niefortunne. Platformy nie tworzą wspólnot w klasycznym znaczeniu, lecz jedynie zbierają jednostki według danych ilościowych, przekształcając interakcje w zjawisko rojowe. Tożsamość zbiorowa pojawia się co najwyżej pozornie, która

²⁰³ Kreft, J., *Władza platform. Za fasadą Google, Facebooka i Spotify*, Politechnika Gdańska, wyd. Universitas, 2022, s. 73.

²⁰⁴ Kreft, J., *Władza platform. Za fasadą Google, Facebooka i Spotify*, Politechnika Gdańska, wyd. Universitas, 2022, s. 73.

i tak pozostaje podatna na manipulacje algorytmiczne. Komunikacja w ramach nowych mediów nie opiera się na wymianie faktów, lecz na grze znaczeń i wrażeniu autentyczności, co sprawia, że granica między prawdą a fałszem staje się płynna. Ostatecznie nowe media redefiniują samą istotę opinotwórczości. Zamiast tradycyjnych ośrodków kształtujących dyskurs publiczny mamy do czynienia z systemami, które kierują się celem konsumenckim, konstruują rzeczywistość opierając się na mechanizmach perswazji. W tym procesie ruchliwość społeczna staje się ściśle związana z kompetencjami cyfrowymi, ale równocześnie obciążona ryzykiem podporządkowania logice platform i ich algorytmów, które coraz silniej determinują formy uczestnictwa w kulturze.

Rozdział III Refleksja socjologiczna: procesy ciągłości oraz zmiany uczestnictwa w kulturze “wczoraj i dziś”. Charakterystyka współczesnego społeczeństwa

Wzory uczestnictwa w kulturze w procesie przeobrażeń

3.1. Ewolucja uczestnictwa w kulturze

“Jedyną stałą jest zmiana”²⁰⁵ - to trafne spostrzeżenie Harari’ego ma szczególnie znaczenie w kontekście procesów ciągłości praktyk kulturalnych. Choć kultura jest nader płynnym zjawiskiem, jednak pewne jej elementy pozostają nieruchome, takie jak tradycje, praktyki uczestnictwa, kategorie czy dziedziny kultury. Stałe pozostaje kultywowanie obyczajów czy obchody świąt, powstają także nowe praktyki, wyrosłe wskutek globalizacji i uczestnictwa w przestrzeni cyfrowej. Stałe także są dziedziny takie jak: sztuka, kino czy muzyka, które jednak wzbogacane są o nowoczesne formy i interpretacje. Uczestniczenie w kulturze należy rozumieć przez wielowymiarowy odbiór dzieł artystycznych. Obecność w instytucjach kultury czy w wydarzeniach kulturalnych jako publika to tylko jeden ze sposobów obcowania z kulturą. Obecnie, przez wzgląd na przestrzeń cyfrową, w której digitalizowane są dzieła i muzeum można odwiedzić z poziomu domowego zacisza, czy także obejrzeć jakikolwiek film na jednej z setek platform streamingowych, uczestniczenie odbywa się także poprzez tworzenie czy przekazywanie i popularyzowanie treści kulturowych (udostępnianie). Warunki cyfrowe zatem powodują, że scena i widownia stają się jedną przestrzenią, a dzieła kulturowe zyskują nowe znaczenie - są nie tylko dziełami artystów, ale także wątkami życia codziennego, pobieżnie przedyskutowanymi w sieci. Aldona Molesztak zwraca uwagę, że uczestnictwo nie jest epizodem, lecz procesem ciągłym, w którym każdy akt kontaktu z dziełem kultury kształtuje kolejne doświadczenia²⁰⁶. Współdziałanie jednostki z kulturą prowadzi do tworzenia nowych znaczeń, a jednocześnie osadza ją w sieci relacji społecznych. W tym sensie kultura nie jest czymś zewnętrznym wobec człowieka, ale przestrzenią, w której człowiek istnieje i którą współtworzy²⁰⁷. Choć współczesność charakteryzuje się zmiennością i fragmentaryzacją doświadczeń, to kultura wciąż pozostaje procesem przekazywania dziedzictwa i wartości między pokoleniami. Uczestnictwo jednostek sprawia, że kultura nie tylko trwa, ale także

²⁰⁵ Harari, Y., *21 lekcji na XXI wiek*, Wydawnictwo Literackie, 2021

²⁰⁶ Molesztak, A., *W kręgu rozważań o uczestnictwie w kulturze W: Twórczość pedagogicznie kształtowana. s. 285-302.*

²⁰⁷ Molesztak, A., *W kręgu rozważań o uczestnictwie w kulturze W: Twórczość pedagogicznie kształtowana. s. 285-302.*

ewoluuje, dopasowując się do nowych warunków społecznych i technologicznych²⁰⁸. W efekcie uczestnictwo w kulturze jawi się jako zjawisko nierozzerwalnie związane z ludzkim życiem i jego ciągłością. To poprzez kulturę jednostka zdobywa orientację w świecie, a zarazem przyczynia się do utrwalania wspólnotowych wartości. Kultura trwa więc nie jako statyczny zasób, lecz jako dynamiczny proces, którego spoiwem jest nieustanne uczestnictwo ludzi²⁰⁹. Elementem procesu ciągłości, według Molesztak, jest m.in. dziedzictwo kulturowe oraz wartości wspólnotowe, które przekazywane międzypokoleniowo są fundamentem dla wszelakich form twórczości, a także odbioru. To także nieprzerwany dialog między twórcą a odbiorcą. Uczestniczenie w procesie ciągłości to poza obecnością, także proces interpretowania, nadawania znaczenia czy emocjonalnej refleksji nad dziełem, gdyż dzięki temu dzieło jest wciąż w użyciu. Zachowanie ciągłości uczestnictwa w tym sensie ma swoje odzwierciedlenie w partycypacji online. Digitalizacja dzieł to nie tylko zabezpieczenie na poczet dziedzictwa kulturowego, ale także szansa na szerszy ich odbiór w sieci. Platformy internetowe są zaś kanałem do ich dystrybucji i upowszechniania. Jednak zagrożeniem jest spłylenie ich przekazu, zubożenie na znaczeniu i wartości poszczególnych dzieł, ponieważ zarówno algorytmy jak i projekt mediów społecznościowych zachęcają do wymiany szybkich i krótkich komunikatów. Memy, opisane w rozdziale 2, są także przykładem na wyrwanie sztuki z kontekstu i znaczenia. Rytualność to kolejny element zapewniający przetrwanie nurtu kultury, ponieważ każda interakcja kształtuje następną i w efekcie tej sekwencji podtrzymywana jest ciągłość uczestnictwa. Także forma integrująca, czyli “proces społecznego zakorzenienia” sprawia, że kultura oraz wspólnoty zbudowane dookoła jej kultu podtrzymują i przekazują dalej kody kulturowe²¹⁰. Na tę integrującą i rytualną formę zwrócił uwagę także Wojciech Świątkiewicz: “(...) uczestnictwo w kulturze wyższej tworzy solidarność społeczną wśród tych, którzy podzielają te same wzory zachowań kulturalnych”²¹¹. Integracja zachodzi kiedy pełnione są rytuały, które wzmacniają wspólnotę czy ideologiczną jedność: “integrująca funkcja zachowań kulturalnych realizuje się poprzez ich rytualny charakter”²¹². To, co pozostaje w procesie ciągłości, jest funkcją integracyjną kultury, zmienia się jednak forma tej integracji i znaczenie wspólnoty. Kultura łączy poszczególne grupy, społeczności i narodowości, daje poczucie tożsamości. Natomiast rytualność zmienia się przez dualność rzeczywistości. Cyfrowa strona wpływa na rodzaj i częstotliwość praktyk, także na ich znaczenie. Globalne trendy przenikają się i wpływają na lokalne wartości. Z drugiej strony uczestnictwo online może podtrzymać rytualność, jednak z istotnym zagrożeniem

²⁰⁸ Molesztak, A., *W kręgu rozważań o uczestnictwie w kulturze W: Twórczość pedagogicznie kształtowana*. s. 285-302.

²⁰⁹ Molesztak, A., *W kręgu rozważań o uczestnictwie w kulturze W: Twórczość pedagogicznie kształtowana*. s. 285-302.

²¹⁰ Molesztak, A., *W kręgu rozważań o uczestnictwie w kulturze W: Twórczość pedagogicznie kształtowana*. s. 285-302.

²¹¹ Świątkiewicz, W., *Integracja kulturowa i jej społeczne uwarunkowania*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice, 1987, s. 103.

²¹² Świątkiewicz, W., *Integracja kulturowa i jej społeczne uwarunkowania*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice, 1987, s. 103.

wpływów innych praktyk. Analizując uczestnictwo w kulturze wyłącznie w przestrzeni cyfrowej, trudno wskazać na istnienie środowisk o charakterze integrującym, a tym bardziej trwałych wspólnot. Struktura komunikacji online, zdominowana przez logikę algorytmów, nie sprzyja bowiem konsolidacji więzi społecznych, co szerzej omówiłam w rozdziale drugim. Choć wirtualne praktyki trudno uznać za pełnoprawne rytuały kulturalne, dostrzec można jednak pewne powtarzalne schematy i kody, które umożliwiają użytkownikom zarówno komunikowanie się, jak i przekazywanie określonych treści. Służą temu głównie media społecznościowe, które w swoim interfejsie nie przewidują pola na dogłębne dyskusje czy skupienie uwagi poprzez nieustanną aktualizację strony, by trafić w preferencje swoich użytkowników.

3.1.1. Dystynkcja klasowa a wszystkożerność kulturowa

Gust klasyfikuje, i jednocześnie klasyfikuje klasyfikującego.

~ Pierre Bourdieu²¹³

W literaturze przedmiotu rozpatruje się preferencje kulturowe przez pryzmat przynależności klasowej. Co potwierdzają także badania społeczne, sposób uczestnictwa w kulturze zależy od poziomu kapitału społeczno - kulturalnego, a ten bezpośrednio wiąże się z przypisaniem do klasy społecznej. Jest to nie tylko wypełnianie oczekiwań względem przedstawicieli klas, ale także intencja awansu społecznego czy zaznania prestiżu: "specyficzna forma zachowań kulturalnych traktowana jest również jako wskaźnik identyfikacji społecznej zarówno przez tych, którzy takie zachowania reprezentują i których obejmuje grupowa solidarność jak i przez osoby należące do grup o odmiennych statusach społecznych. (...) Częsta aktywność kulturalna przejawiana przez członków wyższych warstw klasy średniej w sferze kultury wyższego poziomu może być ujmowana jako próba utrzymania wysokiego prestiżu społecznego, który nie znajduje skądinąd oparcia w odpowiednio wysokiej pozycji ekonomicznej"²¹⁴. Kultura jest więc elementem ładu społeczno-kulturalnego i integruje grupy społeczne tworząc poczucie wspólnoty. Uczestnictwo w kulturze nie jest jednorodne, lecz zróżnicowane hierarchicznie. Różne formy kultury mają inny poziom trudności w odbiorze: od treści prostych, dostępnych powszechnie (np. muzyka pop czy literatura popularna), przez bardziej wymagające intelektualnie i emocjonalnie dzieła, aż po takie, które rozumiane są tylko przez wąskie grono ekspertów lub twórców. Jak zauważa Paweł Rybicki, publiczność kultury stanowi ciągłość (continuum) - od odbiorców przypadkowych i powierzchownych, przez osoby

²¹³ Bourdieu, P., Dystynkcja. Społeczna krytyka władzy sądenia, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa, 2005, s.15.

²¹⁴ Świątkiewicz W., Kapitał kulturowy a zagadnienie integracji społecznej. w: A. Barska, T. Michalczyk, M. S. Szczepański (red.), "Ku integracji rozwoju człowieka i społeczeństwa" (S. 93-106), Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice, 2001, s. 97-98.

głęboko zaangażowane w określone dziedziny kultury, po wyrafinowane elity kulturowe²¹⁵. Rybicki proponuje również podział wspólnot kulturowych według poziomu aktywności twórczej. Na dole tej hierarchii znajdują się szerokie grupy odbiorców o niskim poziomie zaangażowania. Wyżej plasują się mniejsze grupy bardziej świadomych i aktywnych uczestników kultury. Na samej górze znajdują się elitarne wspólnoty twórców i znawców, którzy są mocno zaangażowani, często tylko w jednej dziedzinie kultury²¹⁶. Te wspólnoty różnią się od siebie zakresem wiedzy, zaangażowaniem, a także stopniem integracji, tzn. tym, jak bardzo dzielą wspólne wzory zachowań kulturowych. Kluczowe jest jednak to, że wspólnota kulturowa może powstać tylko wtedy, gdy jej członkowie mają podobny poziom kompetencji komunikacyjnych i kulturowych. Jeśli te kompetencje są zbyt rozbieżne, wówczas nie ma mowy o rzeczywistej wspólnocie. Ta hierarchizacja wspólnot kulturowych zyskuje nowe znaczenie w kontekście kultury cyfrowej. Na najniższym poziomie hierarchii można ulokować szerokie grupy użytkowników o ograniczonych kompetencjach cyfrowych i medialnych, których uczestnictwo sprowadza się głównie do konsumpcji treści i pasywnego odbioru przekazów. Wyżej sytuują się użytkownicy posiadający rozwinięte kompetencje komunikacyjne i medialne, pozwalające im na świadome uczestnictwo w obiegu treści, czyli selekcję informacji, krytyczną analizę komunikatów oraz aktywne współtworzenie znaczeń (np. poprzez komentowanie, tworzenie remiksów kulturowych, udział w dyskusjach online). Na szczycie tej struktury znajdują się elitarne wspólnoty cyfrowych twórców i ekspertów, którzy dzięki wysokiemu poziomowi kompetencji cyfrowych (np. zaawansowane umiejętności techniczne, znajomość narzędzi produkcji i dystrybucji treści), medialnych (zdolność do świadomego operowania kodami kulturowymi) oraz komunikacyjnych (umiejętność budowania interakcji i sieci społecznych) są zdolni do intensywnego zaangażowania w kulturę. Jako, że w świetle poprzednich analiz okazuje się, że przestrzeń cyfrowa nie sprzyja kształtowaniu się wspólnot, to jednak istnieje także podział na te grupy indywidualnych użytkowników o różnym poziomie kompetencji, które warunkują współdzielenie wzorów kulturowych.

W 1992 roku, Richard Peterson opublikował wyniki badań nad praktykami kulturalnymi różnych klas społecznych w Stanach Zjednoczonych, polemizując tym samym z teoriami kanonów klasowych. Okazało się, że grupy zawodowe o wyższym statusie mają tendencję do częstszego uczestnictwa w aktywnościach „nieelitarnych”²¹⁷. Autor sugeruje alternatywne podejście do teorii hierarchii statusu i inne spojrzenie na podział na elity i masy w kontekście uczestnictwa w kulturze. Peterson zastanawiając się nad przyczyną takiego stanu rzeczy, rozważa wyższy poziom egalitaryzmu wśród Amerykanów i podważa

²¹⁵ Świątkiewicz, W. *Integracja kulturowa i jej społeczne uwarunkowania*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice, 1987, s.19. za: P. Rybicki: *Struktura społecznego świata. Studia z teorii społecznej*. Warszawa 1979.

²¹⁶ Świątkiewicz, W. *Integracja kulturowa i jej społeczne uwarunkowania*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice, 1987, s.19. za: P. Rybicki: *Struktura społecznego świata. Studia z teorii społecznej*. Warszawa 1979.

²¹⁷ Peterson, R., *Understanding audience segmentation* s. 251.

skuteczność wyznaczników dla statusów, jakimi są praktyki kulturalne czy aktywności rekreacyjne. Ostatecznie wskazuje na nieaktualność hierarchii “od snoba do prostaka” i nie wiąże konesera z przedstawicielem klasy wyższej. Peterson wyjaśnia to zjawisko terminem “wszystkożerca” (*omnivore*): “Coraz więcej – choć fragmentarycznych – dowodów z innych badań wskazuje, że grupy o wysokim statusie nie tylko częściej uczestniczą niż inne w aktywnościach o wysokim prestiżu, lecz mają także tendencję do częstszego uczestniczenia w większości innych form rekreacji (DiMaggio 1987; DiMaggio i Useem 1978; Peterson i Hughes 1984). W efekcie gust elitarny nie jest już definiowany wyłącznie jako wyrażone docenienie wysokich form sztuki i towarzysząca mu moralna pogarda lub protekcyjna tolerancja wobec wszystkich innych przejawów estetycznych. O ile ta perspektywa jest trafna, estetyka statusu elitarnego zostaje przedefiniowana jako docenienie wszelkich wyróżniających się aktywności rekreacyjnych i form twórczych – obok uznania klasycznych sztuk pięknych. Ponieważ status zyskuje się poprzez wiedzę o wielu (jeśli nie wszystkich) formach i uczestnictwo w nich (innymi słowy: poprzez ich konsumpcję), termin ‘wszystkożerca’ wydaje się odpowiedni wobec osób zajmujących szczytowe miejsca w wyłaniającej się hierarchii statusu.”²¹⁸. Peterson wszystkożerców kulturowych upatruje szczególnie w muzyce, podając, że duża część badanych nie była w stanie podać jednego ulubionego gatunku muzycznego i byli to respondenci z wyższych szczebli hierarchii społecznej. Także przez pryzmat muzyki, zjawisko wszystkożerności jest wyjaśniane także przez Magdalenę Szpunar: “Amerykańscy badacze stwierdzili, że członkowie klas wyższych jeszcze w latach osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych XIX wieku odrzucili snobizm jako mechanizm definiujący, ale i zabezpieczający ich pozycję społeczną. Jednym z pierwszych, którzy zaobserwowali to zjawisko, był Harold Wilensky. Wskazywał on, że elity nie odrzucają kultury masowej, lecz aktywnie w niej uczestniczą. Afirmację i bezwzględne gloryfikowanie kultury wysokiej zastąpiła nowa strategia określona mianem wszystkożerności (*omnivorousness*). Zdaniem Richarda Petersona i Rogera Kerna snobistyczna konsumpcja „jednogatunkowa” została wyparta przez niehomologiczną wszystkożerność. Wszystkożerność oznacza sytuację, w której jednostki o wysokim kapitale kulturowym nie zawężają swojego gustu do legitymizowanych form kultury wyższej, ale są otwarte na formy kulturowe zwyczajowo przynależne klasom niższym. Inaczej ujmując, snobistyczne zachowania i wybory klasy wyższej zastępuje wszystkożerność”²¹⁹. W przestrzeni cyfrowej, wszystkożerność kulturalna graniczy niemal z pewnością, mimo, że algorytmy pracują nieprzerwanie nad indywidualizacją treści. Internet, a zwłaszcza platformy streamingowe i media społecznościowe, oferują ogromne zbiory treści, od kultury wysokiej po masową czy niszową. Nadprodukcja oznacza wielość form kulturowych, z którymi stykają się użytkownicy niezależnie od preferencji. Użytkownicy stykają się z treściami często incydentalnie, za pośrednictwem reklam, poleceń ze strony znajomych, czy rekomendacji algorytmicznych. Oprócz personalizacji

²¹⁸ Peterson, R., *Understanding audience segmentation* s. 252 - 253

²¹⁹ M. Szpunar, Muzyczna wszystkożerność, „Kultura Współczesna” 3(96)/2017, s. 28 [[online](#)] dostęp: 15.08.2025 r.

wyników wyszukiwań, algorytmy mają za zadanie utrzymać uwagę odbiorcy możliwie najdłużej. Dlatego wyświetlane są nowe treści, w taki sposób, by zwiększyć prawdopodobieństwo interakcji ze strony użytkownika. W ten sposób spektrum doświadczeń stopniowo się poszerza. W rezultacie, wszystkożerność kulturowa w przestrzeni cyfrowej nie wynika ze świadomej postawy otwartości na różne dziedziny kultury i zerwanie z wizerunkiem snoba, lecz ze struktury środowiska cyfrowego, czyli nadmiaru treści, wszechobecności rekomendacji i mechanizmów przypadkowej ekspozycji. Michał Wróblewski odpowiada na zagadnienie wszystkożerności w kontekście algorytmizacji uczestnictwa w kulturze w trzech ujęciach. Po pierwsze, istotnym elementem jest aktywizowanie odbiorców do formułowania ocen oraz generowania danych wykorzystywanych następnie w procesach produkcji kulturowej. Biorąc pod uwagę, że platformy streamingowe oferują szeroki zasób treści, zarówno z nurtu masowego, jak i kina studyjnego, użytkownicy mogą podzielić się ocenami szerokiego zakresu gatunków filmowych²²⁰. W ten sposób na swojej dużej próbie (Netflix w 2025 roku odnotował 302 mln użytkowników²²¹) sprawdza które treści cieszą się większą popularnością, co na sobie samych testują także użytkownicy. Jak zauważa Michał Cebula, model wszystkożerności zakłada nie tylko selekcję, lecz także umiejętność jej uzasadniania poprzez oceny czy komentarze. W warunkach kultury algorytmicznej tego rodzaju odbiorcy są zatem bardziej skłonni do dzielenia się opiniami, a tym samym stają się bardziej efektywnymi dostarczycielami danych dla systemów rekomendacyjnych²²². Drugie przypuszczenie, jakoby użytkownicy są wszystkożerni kulturowo, dotyczy niezwykle podstępnej konstrukcji platform, które działają w celu rozproszenia uwagi odbiorcy i tym samym narzuca wielość i różnorodność treści. Michał Wróblewski wiąże to z ekonomią uwagi, podstawowego pojęcia przemysłu marketingowego²²³. Kupno uwagi użytkownika odbywa się po cenie skonstruowania algorytmu rekomendującego. Ostatnim i na pozór nieintuicyjnym wyjaśnieniem jest nisza kulturowa prezentowana przez platformy internetowe. Autor wyjaśnia, że wszystkożerność polega nie tylko na “wszechstronnej konsumpcji, ale także na umiejętności swobodnego poruszania się po niszowych gatunkach”²²⁴. Systemy algorytmiczne także w tej kategorii potrafią sprostać tym preferencjom poprzez mikrosegmentację w serwisach streamingowych²²⁵ (Netflix posiada 77 tys. mikrogatunków (sic!) filmów i seriali, aby być zbieżnym z gustami

²²⁰ Bomba, R., *Sztuka algorytmów. Algorytmy w sztuce*, Kultura Współczesna” 1(104), 2019, s. 119. [[online](#)] dostęp: 15.08.2025 r.

²²¹ *Netflix bije rekordy. Ma ponad 300 mln użytkowników*, [[online](#)] dostęp: 15.08.2025 r.

²²² Bomba, R., *Sztuka algorytmów. Algorytmy w sztuce*, Kultura Współczesna” 1(104), 2019, s. 119. [[online](#)] dostęp: 15.08.2025 r.

²²³ Bomba, R., *Sztuka algorytmów. Algorytmy w sztuce*, Kultura Współczesna” 1(104), 2019, s. 119. [[online](#)] dostęp: 15.08.2025 r.

²²⁴ Bomba, R., *Sztuka algorytmów. Algorytmy w sztuce*, Kultura Współczesna” 1(104), 2019, s. 121. [[online](#)] dostęp: 15.08.2025 r.

²²⁵ Bomba, R., *Sztuka algorytmów. Algorytmy w sztuce*, Kultura Współczesna” 1(104), 2019, s. 121. [[online](#)] dostęp: 15.08.2025 r.

użytkowników²²⁶).

3.1.2. Weryfikacja teorii o integrującej roli kultury

Ciągłość uczestnictwa w kulturze zapewniają także “styczności społeczne”, które zachodzą w relacji między odbiorcą a nadawcą treści kulturalnych²²⁷. Obecnie, w cyfrowym kształcie i formie dzieł kulturowych, a także ich zdigitalizowanych wersji, role nadawcy i odbiorcy przenikają się. Kanały rozpowszechniające i publikujące treści są powszechnie dostępne, a gromadzenie własnej publiczności z wykorzystaniem algorytmów oraz kompetencji medialnych i cyfrowych skutkuje zdobyciem miana twórcy. Kwalifikacja do tego tytułu stała się zdecydowanie łatwiejszym zadaniem, co zmienia znaczenie teorii trzech układów kultury według Antoniny Kłoskowskiej, będącymi odpowiednikami trzech typów interakcji kulturowych. Mianowicie, analizując sposób uczestnictwa w kulturze, należy uwzględnić trzy zasadnicze kryteria, czy też płaszczyzny, które określają charakter relacji między nadawcami a odbiorcami treści kulturowych. Jest to układ grup pierwotnych, układ instytucjonalny i układ mediów masowych²²⁸. Pierwszy, najważniejszy układ wprowadza jednostkę w świat kultury przez rodzinę czy rówieśników. W ten sposób jednostka nabywa znaczące kody kulturowe, tj. język, normy i obyczaje społeczne czy praktyki uczestnictwa w kulturze²²⁹. Układ instytucjonalny jest kolejnym etapem zdobywania wiedzy na temat kultury i jej praktyk, a także, poprzez takie instytucje jak szkoła, kościół, domy kultury, muzea, etc., przekazuje te wartości w sposób rozszerzony²³⁰. Drugi układ kultury, zwany instytucjonalnym, ma zasadnicze znaczenie dla transmisji kultury i wiedzy o kulturze. Rola nadawcy w tym układzie jest pozostaje na poziomie lokalnym, tj. Animator, instruktor, wykładowca, etc. Trzeci układ, mediów masowych, ówczesnie nadający tytuł nadawcy prasie, radiu i telewizji²³¹, dziś to również elektroniczne ich wydania, portale internetowe i media społecznościowe. Wojciech Świątkiewicz wskazuje także narodowe instytucje kulturalne jako “czwarty” układ kultury: “Tworzy on ramy integracji kulturowej w takim zakresie, w jakim zachowania kulturalne realizowane poza „własnym” środowiskiem społecznym są podstawą stosunków społecznych, których „platformą” jest akceptowanie wspólnych wartości kulturalnych i odpowiadających im wzorów zachowań kulturalnych zbliżonych względem siebie nie tylko co do formy, ale także podobnych w sposobach

²²⁶ Jenkins, Tricia. *Netflix's geek-chic. How one company leveraged its big data to change the entertainment industry. Jump Cut. A Review of Contemporary Media* 57 (2016) za: Bomba, R., *Sztuka algorytmów. Algorytmy w sztuce*, Kultura Współczesna” 1(104), 2019, s. 121. [online] dostęp: 15.08.2025 r.

²²⁷ Świątkiewicz Wojciech. (1987). *Integracja kulturowa i jej społeczne uwarunkowania*. Katowice : Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego: za: P. Rybicki: *Struktura społecznego świata. Studia z teorii społecznej*. War szawa 1979,

²²⁸ Boksański, Z., *Teoria i socjologia kultury Antoniny Kłoskowskiej*, Kultura i Społeczeństwo, Polska Akademia Nauk Komitet Socjologii , Instytut Studiów Politycznych, nr 3, 2006, s. 195 - 196.

²²⁹ Matuchniak - Krasuska, A., *Wiedza o kulturze a kapitał społeczny. Refleksje socjologa*, s. 38 -39.

²³⁰ Matuchniak - Krasuska, A., *Wiedza o kulturze a kapitał społeczny. Refleksje socjologa*, s. 38 -39.

²³¹ Matuchniak - Krasuska, A., *Wiedza o kulturze a kapitał społeczny. Refleksje socjologa*, s. 38 -39..

receptji treści kultury. Integrująca rola czwartego układu kultury, chociaż głównie — jak można sądzić — odnosząca się do środowisk społecznych o ubogiej infrastrukturze kulturalnej, co zwykle wiąże się ze społecznościami wiejskimi lub małomiasteczkowymi, przejawiają się także w społecznościach wielkomiejskich. (...) Wspólne przeżywanie wartości, połączone ze wspólnym przekraczaniem granic własnego środowiska społecznego, daje szansę nie tylko na indywidualne wzbogacenie osobowości, ale również na wytworzenie się wspólnoty kulturowej²³². Jest to szczególnie aktualny opis “styczności” z kulturą. Doświadczenia kulturalne w przestrzeni cyfrowej są właśnie przykładem uczestnictwa i praktyk poza “swoim środowiskiem”. Łącze internetowe okalające glob czyni z niego wioskę, w której mieści się cały tygiel kulturowy. Co więcej, elementy kultury takie jak kino, sztuka, a także praktyki życia codziennego czy obyczaje można dzielić z użytkownikami z drugiego krańca świata. Możliwe jest obcowanie ze sztuką światowych artystów, ale także lokalnych, reprezentujących inną część świata. Natomiast mimo możliwości komunikacyjnych, przewyższających czas i przestrzeń, stworzenie wspólnoty kulturowej jest dużym wyzwaniem. Użytkownicy mediów społecznościowych mimo częstych interakcji są w istocie indywidualnymi jednostkami, ze względu na powierzchowny charakter tych kontaktów. Autentyczność relacji, elementów kultury i natury wspólnoty jest odbierana także przez algorytmy platform, których zadaniem jest utrzymanie uwagi użytkownika i produkowanie przez niego coraz więcej treści (o czym szerzej pisałam w drugim rozdziale). Łatwy dostęp do mediów cyfrowych jest naturalnie także przyczynkiem do zaniedbania udziału w kulturze na rzecz innych aktywności.

Analizując uczestnictwo w kulturze w perspektywie integracji kulturowej, ujmowanej zarazem jako proces ciągłości i przemian, szczególnie zasadne wydaje się uwzględnienie dwóch kluczowych determinant: stylu życia oraz obyczajów. Styl życia stanowi istotną kategorię analizy socjologicznej, ponieważ pozwala uporządkować na pozór chaotyczne działania jednostek i grup. Nie jest on prostą sumą codziennych zachowań, lecz określoną strukturą, która obejmuje zarówno działania codzienne, jak i odświętne. Według Andrzeja Sicińskiego styl życia manifestuje położenie społeczne jednostek i grup, a zarazem nadaje formę różnym rodzajom aktywności, stabilizując relacje pomiędzy nimi. Pełni on kilka kluczowych funkcji: stanowi zewnętrzną oznakę przynależności grupowej, wzmacniając więzi i tożsamość zbiorową; wyodrębnia grupę z szerszego społeczeństwa, przyczyniając się do jej trwałości; a także daje jednostkom poczucie sensowności działań i umożliwia ekspresję własnej osobowości w społecznie akceptowany sposób. W tym sensie styl życia integruje zarówno zachowania indywidualne, jak i zbiorowe, a jego czynnikiem strukturyzującym mogą być właśnie formy i treści uczestnictwa w kulturze²³³. Badania

²³² Świątkiewicz, W. (1987). Integracja kulturowa i jej społeczne uwarunkowania. Katowice : Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, s. 110-111.

²³³ Świątkiewicz, W. (1987). Integracja kulturowa i jej społeczne uwarunkowania. Katowice : Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, s. 120-121.

empiryczne prowadzone w Polsce, szczególnie w latach siedemdziesiątych, doprowadziły do powstania typologii stylów życia powiązanych z klasami i strukturami społecznymi. Wynikało z nich, że styl życia jest uwarunkowany głównie czynnikami społeczno-ekonomicznymi, a nie tylko indywidualnymi wyborami wartości. Na tym tle pojawiła się także koncepcja masowego stylu życia, rozwinięta przez A. Jawłowską i A. Pawełczyńską, która wskazywała, że upowszechnianie kultury masowej, standaryzacja konsumpcji, podobny rytm pracy i wyrównywanie poziomów wykształcenia prowadzą do ujednolicania zachowań²³⁴. Masowy styl życia determinowany jest przede wszystkim przez obiektywne warunki społeczno-ekonomiczne, a świadome wybory jednostek odgrywają w nim niewielką rolę. Jednocześnie procesom standaryzacji towarzyszą procesy różnicowania wynikające m.in. z wieku, płci, statusu materialnego, dostępu do edukacji czy pozycji zawodowej. Ostatecznie można więc stwierdzić, że styl życia wyznacza sposoby uczestnictwa w kulturze i stanowi czynnik integrujący zachowania jednostek i grup. Jest jednocześnie odzwierciedleniem położenia społecznego, mechanizmem wzmacniającym tożsamość oraz narzędziem różnicującym dostęp i formy uczestnictwa. W konsekwencji uczestnictwo w kulturze okazuje się zarówno wyrazem indywidualnych aspiracji i preferencji, jak i rezultatem obiektywnych warunków społeczno-ekonomicznych.

Współcześnie styl życia i uczestnictwo w kulturze nabrały nowych wymiarów, silnie powiązanych z rozwojem technologii cyfrowych, mediów społecznościowych oraz sztucznej inteligencji. O ile dawniej styl życia był przede wszystkim odzwierciedleniem pozycji społecznej i dostępu do dóbr kultury, o tyle dziś coraz częściej wyznaczają go wzorce obecności w sieci, sposoby korzystania z nowych mediów i cyfrowych form komunikacji. Media społecznościowe stały się przestrzenią, w której jednostki i grupy manifestują swoją tożsamość, kształtują poczucie przynależności i budują symboliczne granice między sobą a innymi. Uczestnictwo w kulturze przybiera więc charakter hybrydyczny - łączy w sobie tradycyjne formy konsumpcji kultury (literatura, kino, muzyka) z aktywnym współtworzeniem treści w Internecie. Nowym czynnikiem kształtującym style życia jest personalizacja treści dokonywana przez algorytmy. To one selekcionują informacje i propozycje kulturalne, często ograniczając różnorodność doświadczeń do tego, co zgodne z wcześniejszymi preferencjami użytkownika. Z jednej strony ułatwia to dostęp do kultury i czyni go bardziej demokratycznym, z drugiej jednak może prowadzić do tworzenia tzw. baniek informacyjnych i pogłębiania różnic społecznych. Coraz większą rolę odgrywa także sztuczna inteligencja – od generowania treści artystycznych (np. muzyki, grafiki, literatury) po wpływ na sposób odbioru i interpretacji kultury. Uczestnictwo w kulturze staje się więc nie tylko kwestią wyborów indywidualnych i społecznych, ale także rezultatem działania technologii, które współtworzą ramy codziennego życia. W tym sensie można zauważyć, że integracyjna i różnicująca rola stylu życia, znajduje swoje odbicie także dziś. Zmieniły się jednak główne

²³⁴ Świątkiewicz, W. *Integracja kulturowa i jej społeczne uwarunkowania*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice, 1987, s.122

mechanizmy, z czynników czysto ekonomicznych i instytucjonalnych na cyfrowe i algorytmiczne. Styl życia we współczesnym świecie kształtują więc nie tylko warunki materialne, lecz także sposoby obecności online, uczestnictwo w kulturze cyfrowej oraz zdolność jednostek i grup do adaptacji wobec dynamicznych zmian technologicznych.

To, co niewątpliwie utrzymuje tradycyjne uczestnictwo w kulturze i zachowuje tożsamość kulturową są obyczaje. W przestrzeni cyfrowej, cierpiącej na nadmiar treści i szum informacyjny, obyczaje stanowią wręcz logos społeczeństwa. Maria Mead podkreślała, że ciągłość kultury opiera się na współobecności i interakcji trzech pokoleń, a jej fundamentem są zwyczaje. To one, obok wartości i norm, przekazywane z pokolenia na pokolenie, zapewniają tożsamość i integrację społeczną. Zwyczaje stabilizują życie jednostki, budują więzi emocjonalne i społeczne, dają poczucie zakorzenienia oraz przynależności do wspólnoty. Rodzina odgrywa kluczową rolę w ich podtrzymywaniu – staje się pomostem między jednostką a społeczeństwem oraz między przeszłością, teraźniejszością i przyszłością²³⁵. Z kolei badania Jadwigi Komorowskiej pokazały, że zwyczaje świąteczne i rodzinne należą do najbardziej trwałych elementów kultury. Zmieniają się powoli i są wyrazem integracji międzypokoleniowej. Dzięki temu zwyczaje pełnią funkcję zarówno stabilizującą, jak i integracyjną w wymiarze mikro (rodziny) i makro (narodu). Tam, gdzie zanika pielęgnowanie zwyczajów, pojawia się dezintegracja kultury i osłabienie więzi społecznych. Aktywność w przestrzeni cyfrowej jednak może mieć wpływ na zwyczaje i tradycje bądź tworzyć nowe, które praktykuje się jako obyczaj. Przykładem może być uroczystość na cześć nienarodzonego jeszcze dziecka (tzw. *baby shower*) czy odświętne ogłoszenie płci nienarodzonego dziecka w kręgu rodziny i przyjaciół (tzw. *gender reveal*). Te praktyki nie wywodzą się bynajmniej z polskich obyczajów, a zostały zaczerpnięte z trendów mediów społecznościowych.

3.2. Jak Polacy uczestniczą dziś w kulturze - przegląd badań

Z raportu “Aktywność kulturalna Polaków” Narodowego Centrum Kultury wynika, że preferencje kulturalne badanych z roku na rok nie zmieniają się gwałtownie, a pozostają w tym samym zakresie. Niemniej, badania podsumowujące 2024 rok wykazują małe, ale systematyczne spadki uczestniczenia w kulturze²³⁶. Najpowszechniejszą praktyką pozostają wizyty w kinie (58% badanych, spadek o 10 pkt proc. względem poprzedniego roku), bibliotekach (31% badanych), instytucjach historycznych (58% badanych) i kulturalnych (44% badanych). Indywidualną aktywnością, która jest deklarowana najczęściej pozostaje słuchanie muzyki, następnie oglądanie telewizji, czytanie książek. Koncerty w operach i filharmoniach odnotowały najmniejszą frekwencję.

Do najpopularniejszych rodzajów instytucjonalnej aktywności kulturalnej wciąż należą

²³⁵ Świątkiewicz, W. *Integracja kulturowa i jej społeczne uwarunkowania*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice, 1987, s.122-123.

²³⁶ Głowacki, A., Skrzypińska, A., *Aktywność kulturalna Polaków*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa, 2024, s. 4. [[online](#)] dostęp: 15.08.2025 r.

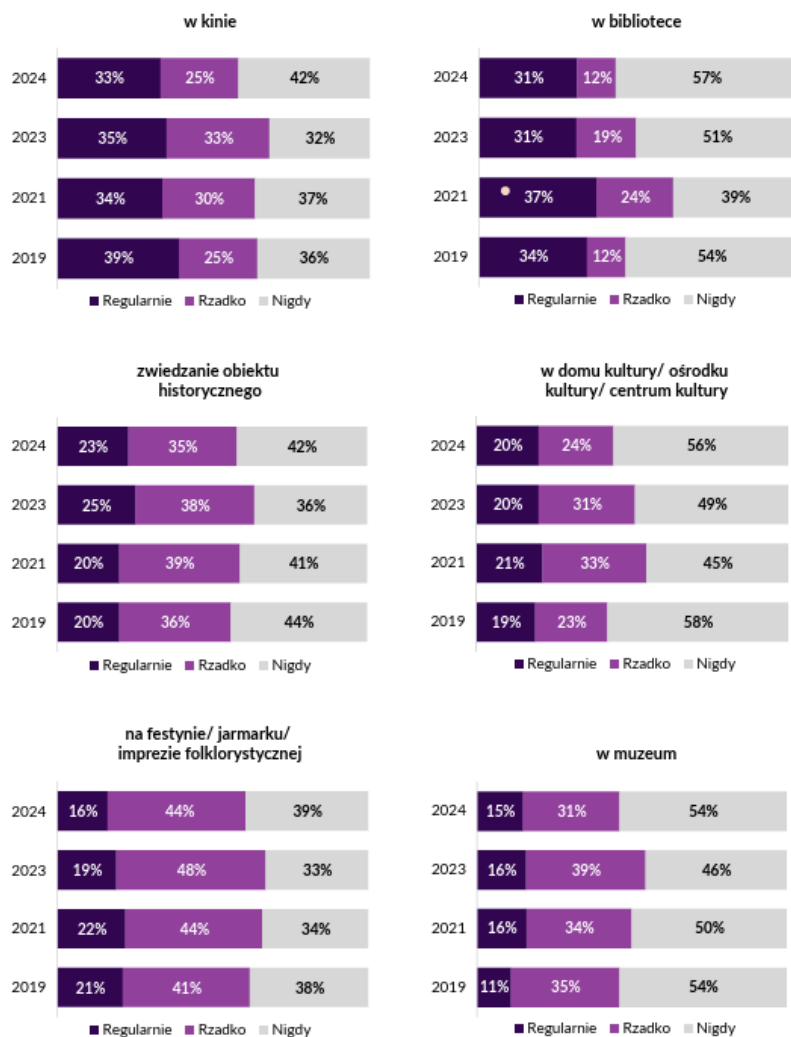
wizyty w kinach (jedna trzecia badanych bywa w nich regularnie), bibliotekach, obiektach historycznych, a także w domach, centrach i ośrodkach kultury. Spośród indywidualnych aktywności kulturalnych, o które pytaliśmy, badani najczęściej deklarują słuchanie muzyki dla przyjemności, oglądanie telewizji oraz czytanie książek. Obserwujemy intensyfikację praktyk związanych ze streamingiem wideo, która jednak nie przekłada się na zwiększanie zasięgu. Ci, którzy korzystają z tej formy kontaktu z kulturą, robią to coraz częściej. Jednocześnie jednak odsetek osób, które nie korzystają z niej wcale, pozostaje stabilny między pomiarami. Poza zwyczajowo wskazywanymi zmiennymi powiązаныmi z aktywnością kulturalną (przede wszystkim wykształcenie, wiek) wskazujemy także na znaczącą rolę posiadania dzieci: osoby mające na utrzymaniu dzieci do 19 r.ż. częściej niż inni podejmują aktywności kulturalne. Młodszy i starsi badani wyraźnie różnią się stosunkiem do aktywności kulturalnej: starsi badani częściej są skłonni przyjąć normatywną wizję uczestnictwa w kulturze. Raport przybliży także zmiany uczestnictwa, jakie pojawiły się na przestrzeni pięciu lat, od 2019 do 2024 roku. Seans w kinie okazał się aktywnością, która straciła swoich uczestników z największym kretelem (o wspomniane wyżej 10 pkt proc.). Podobny spadek został zaobserwowany w kategorii koncertów i festiwali muzyki (innej niż klasyczna) - w ciągu roku (od 2023 do 2024 roku) poziom 51% spadł do 43% partycypantów²³⁷. Co jest warte podkreślenia, to także najniższy, od 2019 roku odsetek korzystania, oprócz z przybliżonego kina czy koncertów, także bibliotek, festynów, imprez folklorystycznych²³⁸.

²³⁷ Autorzy raportu przybliżając te wartości procentowe zsumowali odsetek uczestniczących regularnie i procent osób uczestniczących rzadko.

²³⁸ Głowacki, A., Skrzypińska, A., *Aktywność kulturalna Polaków*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa, 2024, s. 6-7. [[online](#)] dostęp: 15.08.2025 r.

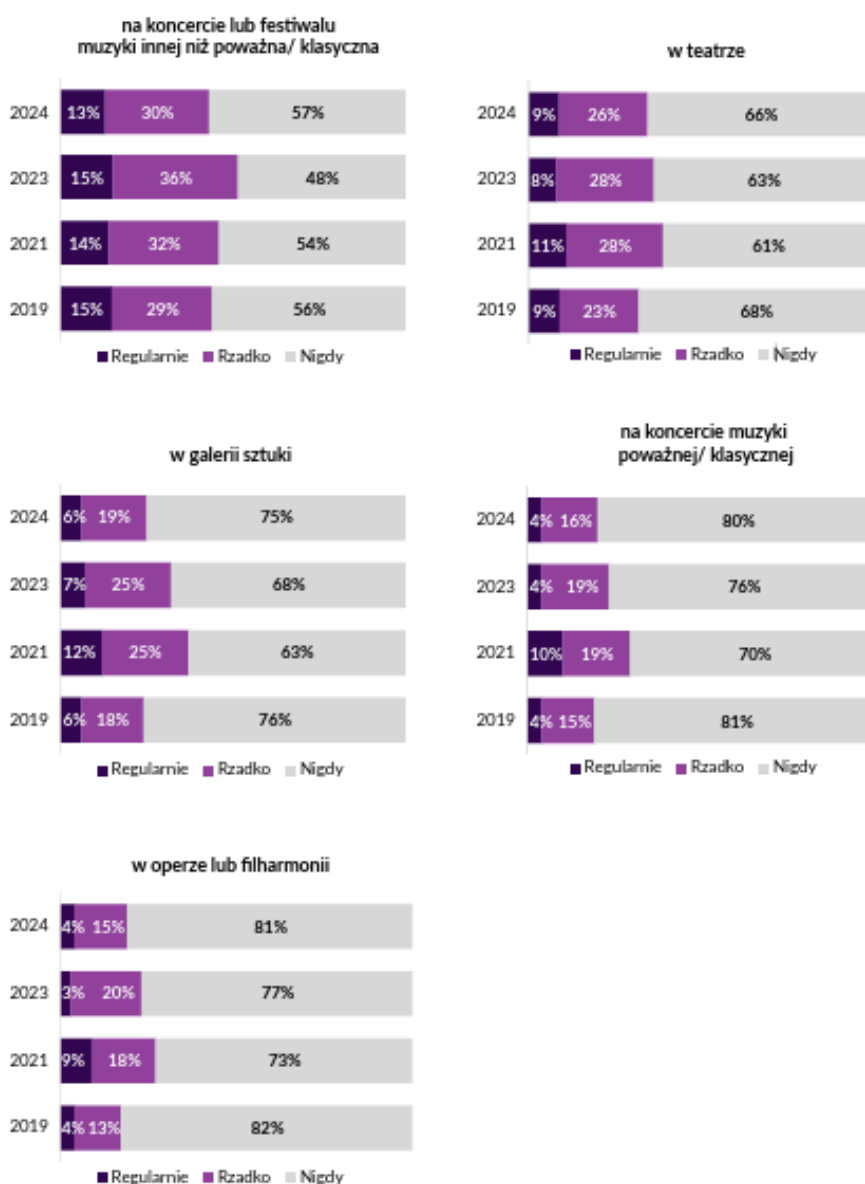
Rys. 5. Uczestnictwo Polaków w wydarzeniach kulturalnych

Uczestnictwo w wydarzeniach kulturalnych i wizyty w instytucjach kultury według roku badania



Źródło: Raport *Aktywność kulturalna Polaków*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa, 2024

Rys. 6. Uczestnictwo Polaków w wydarzeniach kulturalnych cd.



Źródło: 2019: NCK/IQS, CATI, 1-8 czerwca 2020, N = 1000; 2021: NCK/IBRIS, CATI, 17-20 grudnia 2021, N = 1010; 2023: NCK/Opinia24, CATI, 17-30 października 2023, N = 1000; 2024: NCK/Opinia24, CATI, 14-25 listopada 2024, N = 1000.

Źródło: Raport *Aktywność kulturalna Polaków*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa, 2024

W badaniu co roku zbierane są także odpowiedzi na temat motywacji uczestnictwa. Respondenci niezmiennie podają trzy najczęstsze powody: rozrywka (45%), chęć poszerzenia horyzontów (39%) i oderwanie się od codzienności (31%)²³⁹.

Okazuje się, że rozrywka stała się znów głównym powodem korzystania z dóbr kultury (w 2023 roku zamieniła miejsca z chęcią poszerzania horyzontów). Wyniki z 2024 roku dowodzą, że dość często badani wybierają wydarzenia kulturalne, by ciekawie spędzić czas z innymi (25% badanych), a także w celu odpoczynku (21% badanych) czy wyjątkowych doświadczeń (także 21%)²⁴⁰.

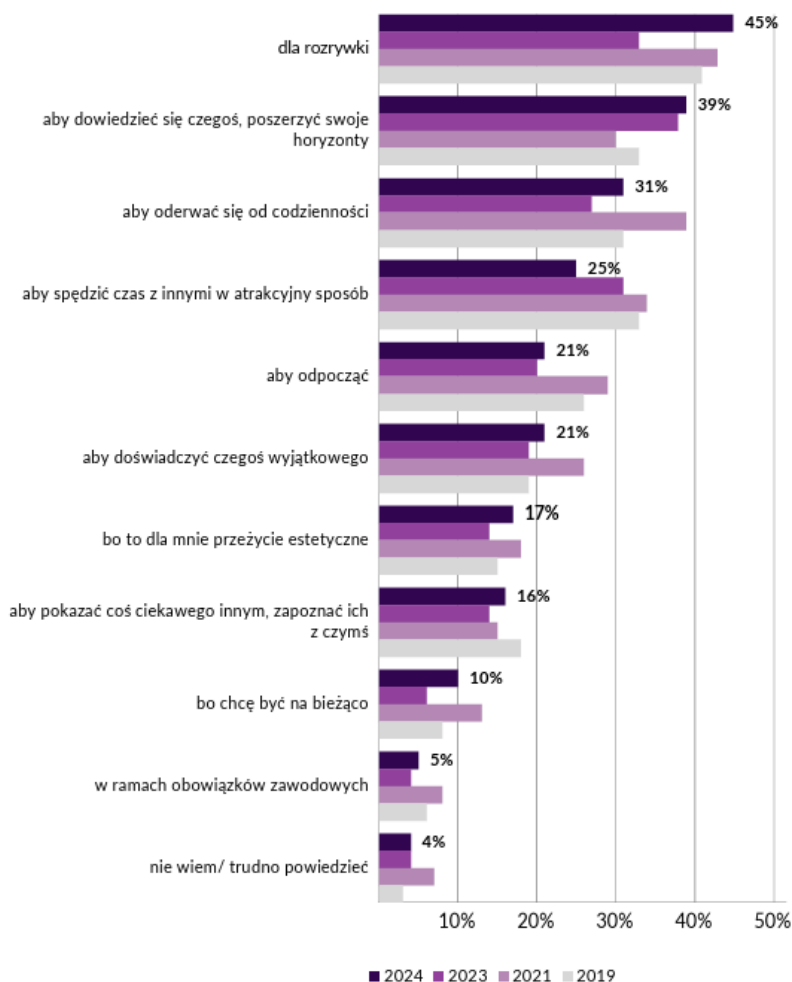
²³⁹ Głowacki, A., Skrzypińska, A., *Aktywność kulturalna Polaków*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa, 2024, s. 12. [[online](#)] dostęp: 15.08.2025 r.

²⁴⁰ Głowacki, A., Skrzypińska, A., *Aktywność kulturalna Polaków*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa, 2024, s. 12. [[online](#)] dostęp: 15.08.2025 r.

Rys. 7. Deklarowane motywacje aktywności kulturalnej

Deklarowane motywacje aktywności kulturalnej

Kiedy uczestniczy Pan/Pani w wydarzeniach kulturalnych bądź odwiedza instytucje kultury, to robi to Pan/Pani przede wszystkim...



Źródło: Raport *Aktywność kulturalna Polaków*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa, 2024

W świetle przytoczonych danych można zauważyć, że motywacje związane z rozrywką oraz relacjami społecznymi (spędzanie czasu, odpoczynek, wyjątkowe przeżycia) wskazują na przesunięcie akcentu z funkcji edukacyjno-rozwojowych ku funkcjom rekreacyjnym. To z kolei sugeruje demokratyzację uczestnictwa (większe upodobnienie wzorców odbioru kultury między klasami) czy też wszystkożerność kulturalną, bądź odwrotnie - dalsze rozwarstwienie, w którym część odbiorców koncentruje się na doświadczeniu i zabawie, a mniejsza grupa z wyższym kapitałem kulturowym nadal wykorzystuje kulturę do podkreślania swojej pozycji społecznej.

Według klasycznych ujęć (Bourdieu), uczestnictwo w kulturze jest silnie zróżnicowane klasowo, czego nie potwierdzają przytoczone wyniki raportu Narodowego Centrum Kultury. Jednak autorzy chcąc poznać opinię respondentów na temat ukulturalnienia, w sensie normatywnym i przynależności do klasy, pytają o obcowanie z elementami kultury wyższej świadczące o statusie społecznym.

Rys. 8. Wartościowanie kultury

W jakim stopniu zgadza się Pan/Pani z poniższymi stwierdzeniami?



Źródło: NCK/Opinia24, CATI, 14–25 listopada 2024, N = 1000.

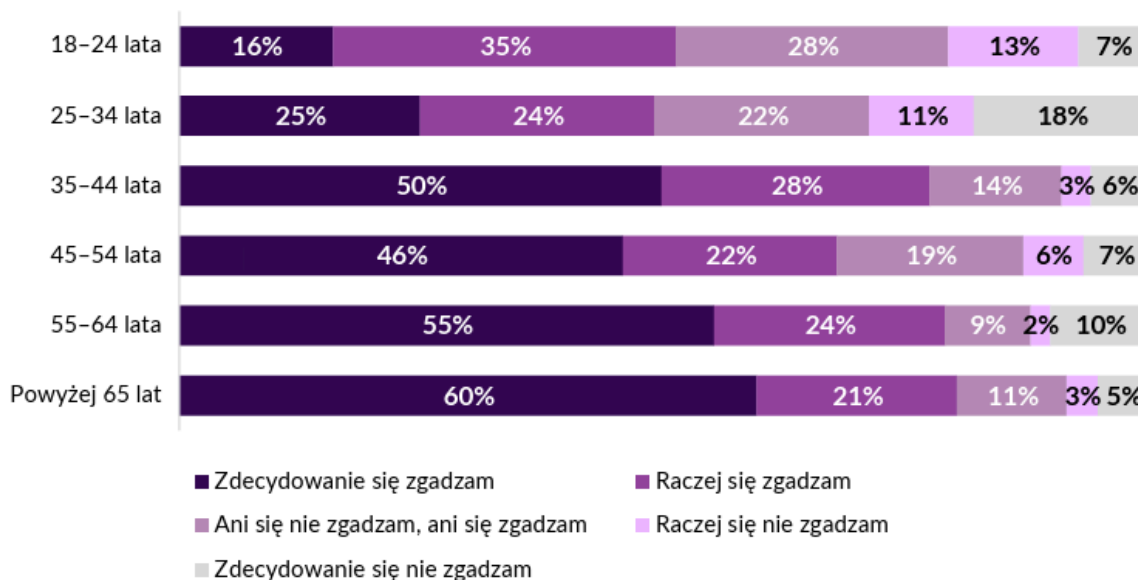
Źródło: Raport *Aktywność kulturalna Polaków*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa, 2024

Jednogłośnie, słuchanie muzyki poważnej, ale także jakiegokolwiek uczestnictwo w kulturze i sztuce jest klasyfikowane przez badanych jako “świadczące o człowieku”, czy “świadczące o kulturze człowieka”. Oznacza to, że respondenci przypisują uczestnictwo w kulturze do hierarchii społecznej. Należy jednak zaznaczyć, że za wysokim odsetkiem odpowiedzi “zdecydowanie się zgadzam” stoją głównie osoby w dojrzałym wieku.

Rys. 9. Wartościowanie kultury z podziałem na wiek

W jakim stopniu zgadza się Pan/Pani z poniższym stwierdzeniem?

Zainteresowanie kulturą i sztuką świadczy o człowieku



Źródło: NCK/Opinia24, CATI, 14-25 listopada 2024, N = 1000.

Źródło: Raport *Aktywność kulturalna Polaków*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa, 2024

Grupa respondentów w wieku od 35 do 65 roku życia i więcej zgadza się, jakoby uczestnictwo w kulturze świadczy o człowieku. Młodsza część badanych nie jest już do tego stwierdzenia przekonana, co więcej, ta grupa, w wieku od 18 do 34 lat jest podzielona. Zgadzający się z takim osądem stanowią około 50%, druga połowa odpowiada ambiwalentnie bądź wyraża sprzeciw.

Co ciekawe, pytanie “czy słuchanie muzyki poważnej świadczy o kulturze człowieka” zebralo zgoła inne odpowiedzi. Badani zgadzali się rzadziej, w grupach wiekowych od 18 do 44 lat, większy odsetek dotyczył odpowiedzi przeczących. Starsi respondenci, od 45 roku życia, nadal odpowiadali przy twierdząco, stanowiąc ponad 50% wskazań, niemniej wykazali się zdecydowanie mniejszym entuzjazmem: 46% badanych w przedziale wiekowym 45-54 lata nie ma zdania lub nie zgadza się ze stwierdzeniem o prestiżu muzyki poważnej. Kolejno, w grupie 55-64 lata oraz 65 lat i więcej badani odpowiedzieli przecząco w 33% i 31% przypadków. Można zatem stwierdzić, że muzyka klasyczna traci funkcję uniwersalnego wyznacznika wysokiego kapitału kulturowego i dystynkcji, która jeszcze w XX wieku zależała od znajomości kultury wyższej. Według przytoczonych wyżej wyników badań znacznie częściej uznaje się zainteresowanie kulturą i sztuką, w sensie ogólnym, za oznakę kapitału symbolicznego. Można więc mówić o przesunięciu w stronę pluralizacji

wzorców kulturowych²⁴¹. Z kolei podział opinii względem wieku może wskazywać na ciągłość reprodukcji hierarchii kultury w świadomości starszych pokoleń. Młodszy badani socjalizujący się w warunkach *kultury popularnej* i *kultury*

Natomiast jednogłośny spadek wartościowania muzyki poważnej wskazuje na postępującą demokratyzację gustów: uznanie kulturowe rozkłada się dziś na wiele praktyk i na drodze do statusu człowieka kulturalnego pojawia się wiele skrzyżowań. Jednocześnie indywidualizacja praktyk, dotycząca zwłaszcza kultury cyfrowej, sprawia, że sam fakt zainteresowania sztuką i kulturą staje się wyznacznikiem pewnego statusu czy klasyfikacji.

3.3. Uczestnictwo a platformizacja kultury

Rozwój nowych mediów i technologii cyfrowych w ostatnich dekadach doprowadził do wykształcenia się zjawiska określanego mianem kultury cyfrowej. Jest ona rozumiana jako przestrzeń społeczna i komunikacyjna, w której uczestnictwo i wymiana treści są w znacznym stopniu kształtowane przez platformy cyfrowe i algorytmy, które odgrywają coraz istotniejszą rolę we współczesnej sztuce. Funkcjonują jako systemy reguł, które częściowo przejmują od artysty odpowiedzialność za kształt dzieła. Ich zastosowanie wiąże się z proceduralizacją procesu twórczego, wprowadzeniem elementów losowości oraz kreowaniem autonomicznych rozwiązań estetycznych²⁴². Konsekwencją tego przesunięcia jest redefinicja roli artysty - z twórcy pojedynczego dzieła na projektanta systemów generatywnych oraz podkreślenie procesualności sztuki²⁴³. Tzw. sztuka generatywna, według Marcina Składanka, wyróżnia się implementacją zaprogramowanych procedur, kodów, które generują duże ilości dzieł. Za pomocą jednego algorytmu może powstać ich wiele, co więcej, często pozostają nieprzewidywalne dla twórcy²⁴⁴. Przykładem tego rodzaju sztuki może być NFT (ang. *non -fungible token*, w wolnym tłumaczeniu: niezamienialny token), która mimo cyfrowego wydania i zamieszczonego kodu QR, poprzez który można z dziełem wchodzić w interakcje, pozostaje w jednym egzemplarzu. Gwarancją oryginalności jest specjalny token (działający jako blockchain), który rejestruje transakcję, a nabywcy przypisuje unikalny kod²⁴⁵. Relacja między artystą a algorytmem waży się między autonomią kodów a sprawczością kreatywną autora, co prowadzi do nowych strategii twórczych, eksperymentalnych czy przypominających dyrygenta oprogramowania. Istotą kultury cyfrowej jest nie tylko tworzenie nowych form estetycznych, lecz także krytyczna analiza procesów cyfrowych, w tym dekonstrukcja sposobów pozyskiwania i interpretowania danych. Tym samym sztuka algorytmiczna i

²⁴¹ Paleczny, T., Modele pluralizmu kulturowego w procesach globalizacji, [online] dostęp: 15.08.2025 r.

²⁴² Bomba, R., *Sztuka algorytmów. Algorytmy w sztuce*, Kultura Współczesna” 1(104), 2019, s. 155. [online] dostęp: 15.08.2025 r.

²⁴³ Bomba, R., *Sztuka algorytmów. Algorytmy w sztuce*, Kultura Współczesna” 1(104), 2019, s. 156. [online] dostęp: 15.08.2025 r.

²⁴⁴ Bomba, R., *Sztuka algorytmów. Algorytmy w sztuce*, Kultura Współczesna” 1(104), 2019, s. 156. [online] dostęp: 15.08.2025 r.

²⁴⁵ *Czy dzieła NFT podbiją rynek sztuki?* [online] dostęp: 15.08.2025r.

generatywna nie tylko adaptuje się do dynamicznych przemian technologicznych, ale także odsłania ich ukryte uwarunkowania kulturowe. Kultura cyfrowa funkcjonuje w oparciu o logikę platformizacji. Główną rolę pełnią platformy cyfrowe, które łączą twórców, dystrybutorów i odbiorców treści. Jej specyfiką jest personalizacja przekazu oraz opieranie doświadczenia użytkownika na analizie danych i algorytmicznych rekomendacjach²⁴⁶. Oznacza to, że odbiorca nie tylko konsumuje treści, ale także, często nieświadomie, wchodzi w interakcje z systemem, którego zadaniem jest kształtowanie jego wyborów i preferencji. Proces platformizacji kultury polega na dominacji infrastruktury platform cyfrowych, które odpowiadają za produkcję, dystrybucję i konsumpcję dóbr symbolicznych²⁴⁷. Platformy takie jak YouTube, Spotify, Netflix czy Facebook nie pełnią wyłącznie funkcji narzędzi pośredniczących, lecz aktywnie kształtują praktyki kulturowe poprzez algorytmiczne systemy rekomendacji, modele monetyzacji oraz standaryzację formatów treści.²⁴⁸ Platformizacja kultury w badaniach społecznych jest analizowana jako proces wielowymiarowej transformacji produkcji kulturowej w dobie mediów cyfrowych. Należy ją postrzegać zarówno przez pryzmat instytucjonalny jak i praktyk kulturowych: “struktury instytucjonalne są wzajemnie powiązane z realnymi doświadczeniami społecznymi producentów i konsumentów w określonych kontekstach. (...) Bez powracania do dziś już wyczerpanego sporu między ekonomią polityczną a studiami kulturowymi, warto podkreślić, że wszelkie rozumienie platformizacji produkcji kulturowej powinno uwzględniać tę zwrotną relację między instytucjami a praktykami kulturowymi. (...) Pełne zrozumienie platformizacji produkcji kulturowej jest w równym stopniu instytucjonalne (rynek, zarządzanie i infrastruktury), co zakorzenione w praktykach ludzi. (...) W związku z tym definiujemy praktyki platformowe w przemysłach kultury jako strategie, rutyny, doświadczenia oraz formy ekspresji kreatywności, pracy i obywatelstwa, które kształtują produkcję kulturową poprzez platformy.”²⁴⁹ Oznacza to przenikanie logik ekonomicznych, technologicznych i politycznych platform cyfrowych do ekosystemu kulturowego, co skutkuje zmianami w pracy twórczej, formach kreatywności, a także w sposobach sprawowania władzy i obywatelskiego uczestnictwa w kulturze. Zatem zasób i narzędzia kultury cyfrowej nie ograniczają się jedynie do własnej przestrzeni, a skutecznie dominują także w instytucjach prowadząc do nowych struktur społeczno-zawodowych, form pracy czy ekspresji twórczej. Jest to niejako kolejny układ kultury, który mógłby się stać dopełnieniem teorii Antoniny Kłoskowskiej. Platformizacja prowadzi zatem do głębokiej reorganizacji pola kulturowego: twórcy uzależniają swoją widoczność i możliwości ekonomiczne od algorytmicznych logik oraz regulaminów platform, odbiorcy kształtują

²⁴⁶ Wróblewski, M., *Netflix, Rotten Tomatoes i Wszystkożercy kulturowi. Kwantyfikacja kultury w dobie Big Data*, *Kultura Współczesna* 1(104), 2019, s. 122. [online] dostęp: 15.08.2025 r.

²⁴⁷ Magaudda, P., Solaroli, M., *Platform Studies and Digital Cultural Industries*, *Sociologica*. V.14 N.3, 2020, s. 274.

²⁴⁸ Magaudda, P., Solaroli, M., *Platform Studies and Digital Cultural Industries*, *Sociologica*. V.14 N.3, 2020, s. 269 - 277.

²⁴⁹ Duffy, B. E., Poell, T., Nieborg, D.B., *Platform Practices in the Cultural Industries: Creativity, Labor, and Citizenship*, *Social Media + Society* 5(4), 2019, s.2.

swoje nawyki konsumpcyjne w ramach zaprojektowanych przez nie środowisk, a instytucje kultury zmuszone są adaptować się do infrastrukturalnych i ekonomicznych wymogów dystrybucji cyfrowej. Proces ten należy rozumieć nie tylko jako technologiczną zmianę w obiegu treści, lecz także jako transformację relacji władzy w kulturze, w której globalne korporacje platformowe przejmują kluczowe funkcje mediacyjne, redefiniując reguły uczestnictwa w sferze kulturowej²⁵⁰. Konsekwencją tego modelu jest głęboka transformacja uczestnictwa w kulturze. Po pierwsze, kultura staje się bardziej dostępna, ponieważ treści można odbierać w dowolnym czasie i miejscu, co znosi tradycyjne ograniczenia instytucjonalne. Po drugie, zmianie ulega sposób odbioru - zamiast wspólnotowego uczestnictwa (np. kino, teatr), dominować zaczyna indywidualne, prywatne doświadczenie konsumpcji treści. Po trzecie, platformy kształtują oczekiwania i nawyki, co prowadzi do homogenizacji gustów, a zarazem do fragmentaryzacji odbiorców w ramach algorytmicznie tworzonej „bańki”²⁵¹.

Wpływ kultury cyfrowej można rozpatrywać także dualistycznie. Z jednej strony otwiera nowe możliwości uczestnictwa, demokratyzując dostęp do treści i poszerzając formy ekspresji czy upowszechniania. Z drugiej, podporządkowuje praktyki kulturowe logice korporacyjnych algorytmów, które selekcionują i porządkują treści zgodnie z własnymi interesami ekonomicznymi. W ten sposób, cyfrowy kapitał kulturowy powinien być rozpatrywany w teoriach awansu kulturowego, ponieważ kompetencje cyfrowe i technologiczne są ważne na równi z kompetencjami kulturalnymi. Okazuje się, że uczniowie, którzy potrafią posługiwać się technologią cyfrową, nie tylko nabywają konkretne umiejętności, lecz także prezentują się jako kulturowo kompetentni członkowie społeczeństwa ery informacyjnej²⁵². W konsekwencji, cyfrowy kapitał kulturowy zawiera także zasób, który wpływa na status społeczny, a nawet sukces edukacyjny²⁵³.

²⁵⁰ Magaudda, P., Solaroli, M., *Platform Studies and Digital Cultural Industries*, Sociologica. V.14 N.3, 2020, s. 270.

²⁵¹ Wróblewski, M., *Netflix, Rotten Tomatoes i Wszystkożercy kulturowi. Kwantyfikacja kultury w dobie Big Data*, Kultura Współczesna 1(104), 2019, s. 123-126. [online] dostęp: 15.08.2025 r.

²⁵² Paino, M., Renzulli, L.A., *Digital Dimension of Cultural Capital: The (In)Visible Advantages for Students Who Exhibit Computer Skills*, Sociology of Education, 86(2), American Sociological Association, 2012, s. 124-138.

²⁵³ Paino, M., Renzulli, L.A., *Digital Dimension of Cultural Capital: The (In)Visible Advantages for Students Who Exhibit Computer Skills*, Sociology of Education, 86(2), American Sociological Association, 2012, s. 125.

3.4. Homo digitalis. Charakterystyka współczesnego społeczeństwa

W tej części rozdziału podejmę się charakterystyki współczesnego społeczeństwa w dobie algorytmizacji i platformizacji. Oba procesy rozpatrzę przez codzienne rutyny związane z praktykami społeczno-kulturalnymi. Zarówno interakcje, odbiór treści czy sposób komunikacji w przestrzeni cyfrowej są kształtowane przez algorytmy. Projekt i interfejs platform służących do tychże aktywności również determinuje częstotliwość czy znaczenie codziennych rytuałów. W analizowaniu uczestnictwa w kulturze, algorytmy pełnią rolę rekomendacyjną, selekcyjną, a także kształtującą preferencje użytkowników na podstawie zebranych o nich danych. W skutek tych działań, algorytmy wpływają na sposób uczestnictwa, wybory treści, a finalnie determinuje gusta. Ted Striphas opisuje kulturę algorytmiczną (*algorithmic culture*) jako przedmiot kalkulacji, klasyfikacji czy hierarchizacji treści, idei i praktyk przez algorytmy²⁵⁴. Kultura w przestrzeni cyfrowej z demokratycznego, także wspólnotowego i publicznego dobra wspólnego staje się zautomatyzowanym procesem, który jest kierowany przez algorytmy tworzone przez korporacje technologiczne, tzw. Big techy. Ten proces trwa już od lat 80. XX wieku, kiedy zaczęto używać komputery czy bazy danych (tj. Netflix czy Amazon), głównie w celach digitalizacyjnych. Obecnie, algorytmy spełniają założenia „autorytatywnej kultury” wskazując na trendy, kształtując formę odbioru, tak, jak niegdyś czyniły to elity kulturowe²⁵⁵. Na pozór demokratyczne (ponieważ wykorzystują dane pochodzące z ocen i rankingów), w rzeczywistości choć mają charakter „demokratyczny” (wykorzystują dane tłumów – np. rekomendacje, rankingi, trending topics), w praktyce prowadzą do „prywatyzacji decyzji kulturowych” i powstania nowego decydenta, jakim jest algorytm. Striphas zauważa także inne zagrożenie u podstaw: „ale problem jest jeszcze bardziej złożony. Gillespie (2011) dodaje, że „nie dysponujemy wystarczającym słownictwem do oceny interwencji algorytmicznej w narzędziu takim jak Trends”, co podkreśla, jak głęboko splecione są kwestie języka, technologii, dużych zbiorów danych, analityki i ekonomii politycznej. Tym bardziej należy poruszyć kwestię prywatyzacji procesu decyzyjnego w kulturze dopiero po przeanalizowaniu kontekstu semantycznego, czyli słów kluczowych, które w pierwszej kolejności ujmują ten problem elitarności, opartej na wiedzy i kontroli korporacji nad kodem i algorytmami”²⁵⁶. Należy zatem rozpatrywać kulturę cyfrową i związane z nią zagrożenia w wymiarze semantycznym oraz praktycznym.

Taki kształt uczestnictwa w kulturze i codziennym życiu, jaki zaserwowały platformy społecznościowe czy streamingowe, wpływa znacząco na współczesne społeczeństwo. Poniższa charakterystyka ma na celu przybliżenie natury człowieka z gatunku *Homo Digitalis*, która jednocześnie wyjaśni wybory oraz sposób uczestnictwa, które nie są dyktowane jedynie przez algorytmy. Będzie to także wstęp do wyjaśnienia analogii grupy

²⁵⁴ Striphas, T., Algorithmic culture, *European Journal of Cultural Studies*, 18(4-5), 2015, s. 405.

²⁵⁵ Striphas, T., Algorithmic culture, *European Journal of Cultural Studies*, 18(4-5), 2015, s. 406.

²⁵⁶ Striphas, T., Algorithmic culture, *European Journal of Cultural Studies*, 18(4-5), 2015, s. 407.

badanej młodych robotników w badaniu prof. Bokszańskiego oraz próby niniejszego badania (młodych pracujących), którą to poczynię w następnym rozdziale. W literaturze naukowej termin *Homo Digitalis*, który odnosi się do egzystencji w świecie technologii cyfrowych. Jest to społeczno - kulturalna ewolucja jednostki społecznej. Tzw. *człowiek cyfrowy*, funkcjonując w świecie materialnym, jest jednocześnie przez większość czasu lub stale z siecią internetową. Jego dane, tożsamość, sposób myślenia, preferencje, informacje o stylu życia są nieprzerwanie analizowane przez algorytmy, które inicjują i projektują aktywność w przestrzeni cyfrowej. Antropologicznie *Homo Digitalis* jest postrzegany jako kolejny etap ewolucji (po *Homo faber*, twórcy narzędzi czy *Homo economicus*, racjonalnym i kalkulującym człowiekiem). W tym przypadku systemy technologiczne nie są tylko narzędziami, lecz stają się integralną częścią życia społeczno - kulturalnego. Człowiek współczesny żyje w środowisku silnie modelowanym przez naukę i technologię, które kształtuje zarówno jego otoczenie, jak i sposób myślenia czy praktyki. Ada Florentyna Pawlak nakreślając antropologicznie człowieka współczesnego, nadaje mu termin *homo technologicus*: “Technokultura kształtuje jednostki obudowane maszynami modelującymi mentalność, dzięki którym zapośredniczone doświadczanie staje się powszechnie akceptowanym sposobem bycia *homo technologicus*. Współcześnie procesy percepcyjne, pamięć, rozumowanie i wnioskowanie nie przebiegają już w pojedynczym mózgu, lecz są rozdystrybuowane po sieciach ludzkich i pozaludzkich, technologicznych. Poznanie nie jest już procesem ucieleśnionym w mózgu, lecz rozproszone jest w sieciach interakcji człowiek – technologi”²⁵⁷. W efekcie codzienne życie zostaje osadzone w technokulturze, a człowiek współczesny staje się bytem hybrydowym, istniejącym na styku biologii i technologii.

Z perspektywy socjologii i psychologii *Homo Digitalis* jest tylko na pozór wolnym człowiekiem mającym nieograniczone możliwości. Zyskuje nieograniczony dostęp do informacji, nowych form kultury, czy globalnych sieci społecznych za cenę danych o sobie samym, którymi zachłystuje się algorytm. Przestrzeń cyfrowa nie jest już jedynie dodatkiem do życia społecznego, lecz jego integralną częścią. Antropologia podkreśla, że technologia nie jest „zewnętrzna” wobec kultury, ale konstytuuje jej współczesny kształt²⁵⁸. Ta “nowa antropologiczna natura” jest w rzeczywistości sztucznie skonstruowaną przestrzenią, która jednak będzie elementem dziedzictwa dla kolejnych pokoleń²⁵⁹.

²⁵⁷ Pawlak, A. F., *Antropologia technologii jako antropologia przyszłości*, Zeszyty wiejskie, 2024, s. 310.

²⁵⁸ Pawlak, A. F., *Antropologia technologii jako antropologia przyszłości*, Zeszyty wiejskie, 2024, s. 314.

²⁵⁹ Pawlak, A. F., *Antropologia technologii jako antropologia przyszłości*, Zeszyty wiejskie, 2024, s. 314.

3.4.1. Phono sapiens w cyfrowej jaskini

Uczestniczenie w przestrzeni cyfrowej porównywane jest do niehigienicznego przebywania w permanentnym hałasie treści. W tym hałasie użytkownicy są pozostawieni jako indywidualne jednostki tworzące jeden rój²⁶⁰. Byung - Chul Han w filozoficznym eseju na temat kryzysu współczesnego społeczeństwa wskazuje na początek nowego nihilizmu: “nowy nihilizm jest fenomenem XXI wieku. Należy do patologicznych zaniechań społeczeństwa informacyjnego. Powstaje tam, gdzie tracimy wiarę w prawdę. W epoce fake newsów, dezinformacji i teorii spiskowych wymyka nam się rzeczywistość ze swoimi prawdami opartymi na faktach. Informacje cyrkulują dziś w przestrzeni hiperrealnej, w całkowitym oderwaniu od rzeczywistości. Ginie wiara w faktyczność. Żyjemy zatem we wszechświecie bez faktów. Wraz ze znikaniem prawd faktualnych znika w końcu także wspólny świat, do którego moglibyśmy się odnieść w naszym działaniu”²⁶¹. W świecie, w którym nie sposób odróżnić prawdy od fałszu, nie wiedząc kto jest po drugiej stronie ekranu i przy tym być obiektem, z którego czerpią algorytmy, niezwykle trudno jest bazować na prawdzie i faktach. Natomiast im głębiej w przestrzeń cyfrową, tym więcej szumu i zagubienia. To iluzoryczny sposób na wyrażenie siebie czy dotarcie do faktów, prawdziwych dzieł etc. Codziennosc w mediach społecznościowych jest pozbawiona narracji, tj. pełna treści o nic nieznaczących historiach, brakujących wartości czy przesłania. Han twierdzi, że otaczają nas opowieści, które są produkowane w celach sprzedażowych²⁶². Użytkownicy mają te treści konsumować, nie wartościować czy analizować. Jak wnioskował Zbigniew Bauman, akt konsumpcji jest aktem samotnym i pozbawionym swobodnego wyboru²⁶³, odbiorcom treści w szumie przestrzeni cyfrowej także nikt nie towarzyszy ani nie ma drogowskazów. To istotny kryzys dla odbiorcy, ale także nadawcy (w jednej osobie). Han, kontynuując krytykę współczesnego społeczeństwa:”w naszej codzienności opowiadamy sobie coraz mniej historii. Komunikacja jako wymiana informacji prowadzi do śmierci opowiadania. Również w mediach społecznościowych nie ma prawie żadnych opowieści. Narracje wiążą ludzi ze sobą, wspierając ich zdolność empatii. Wytwarzają wspólnotę. (...) Już sama technika smartfonu utrudnia opowiadanie historii. Klikanie i scrollowanie nie są gestami narracyjnymi”. Egzystencja cyfrowa, w tym rozumieniu, polega jedynie na wymianie informacji, co ma niewiele wspólnego z wiedzą czy także uczestnictwem w kulturze. Zderzenie z informacją to zbyt mało, by mieć świadomość i zrozumienie dla otaczającego świata, ponieważ sama informacja nie wyjaśnia, co więcej, może nie być prawdziwa .²⁶⁴ Phono sapiens nie może podjąć działań ochronnych przed cyfrowymi zagrożeniami,

²⁶⁰ Han, B.C., *Kryzys narracji i inne eseje*, Wydawnictwo Krytyki Politycznej, Warszawa, 2024, s. 17.

²⁶¹ Han, B.C., *Kryzys narracji i inne eseje*, Wydawnictwo Krytyki Politycznej, Warszawa, 2024, s. 117.

²⁶² Han, B.C., *Kryzys narracji i inne eseje*, Wydawnictwo Krytyki Politycznej, Warszawa, 2024, s. 136.

²⁶³ Iwasiński, L., *Spółczesność konsumpcyjna w ujęciu Zbigniewa Baumana*, Kultura i Społeczeństwo, Polska Akademia Nauk, Komitet Socjologii, Instytut Studiów Politycznych, nr 4, 2015, s. 6.

²⁶⁴ Fraser, M., w: podcast *Techspresso Cafe*, odc.. 31.

ponieważ świadomość i wiedza na ich temat nie może się narodzić w hałasie informacyjnym²⁶⁵. Według Byung-Chula Hana, phono sapiens funkcjonuje w logice absolutnej chwilowości. Jego wyobraźnia zostaje zdominowana przez nieustanny strumień informacji, które przejmują władzę nad doświadczeniem jednostki. Życie człowieka podporządkowanego ekranowi smartfona pozbawione jest wymiaru historycznego. Zanika perspektywa „przedtem” i „potem”, a pozostaje wyłącznie nieprzerwane „tu i teraz”. Smartfon, media społecznościowe i nieustanne powiadomienia tworzą rzeczywistość, w której planowanie czy budowanie pamięci staje się niemożliwe. Han porównuje egzystencję w sieci do jaskini platońskiej pisząc: “tkwimy dziś w niewoli cyfrowej jaskini, chociaż wydaje się nam, że nic nas nie ogranicza. (...) więzi nas w informacjach. (...) Ogłuszający szum informacji rozmywa kontury bycia. Prawda nie szumi”²⁶⁶. Wszechobecny szum informacyjny niweluje te ramy, prowadząc do swoistego „nie-istnienia”, które wyraża się w zatarciu ciągłości komunikacji i koncentracji na efemerycznych impulsach. Komunikacja phono sapiens nie ogranicza się jedynie do biernej konsumpcji treści. Każdy użytkownik dąży do bycia równocześnie nadawcą i odbiorcą. W efekcie media społecznościowe, które Han określa mianem mediów „wiecznej obecności”²⁶⁷, nadprodukują komunikatów, które przekraczają możliwości ich świadomego przyswajania.

3.4.2. Konsekwencje dualnej egzystencji. Smog informacyjny, choroba szybkości i nowe ja

Współczesna egzystencja człowieka opiera się na swoistym dualizmie, rozpiętym pomiędzy światem materialnym a cyfrowym. Oba te wymiary przenikają się i uzupełniają, tworząc złożoną przestrzeń doświadczeń, w której jednostka społeczna internalizuje nowe normy, wartości i wzorce zachowań. W konsekwencji kształtuje się nie tylko odmienny styl życia, lecz również specyficzne formy aktywności zawodowej i społecznej, realizowane równolegle w sferze fizycznej i wirtualnej. Te obserwacje są czynione przez psychologów, socjologów czy neurologów, ponieważ w istocie, aktywność w przestrzeni cyfrowej ma niebagatelny wpływ na plastykę mózgu. Te treści, z którymi zmierza się człowiek cyfrowy w sieci mają wpływ na rzeczywistość, czy trafniej określając - rzeczywistość materialną. Człowiek, który pełni rolę “łącznika” tych dwóch wymiarów, mierzy się z kilkoma wyzwaniem. Pierwszym z nich jest smog informacyjny, który już w 1999 roku został zdefiniowany przez Ryszarda Tadeusiewicza na podstawie analogii smogu atmosferycznego: “klasyczny smog był ubocznym produktem procesu spalania. Dokładniej - prymitywnego i nieuporządkowanego procesu spalania byle czego, byle gdzie i byle jak - dostarczającego niezbędnej energii dla rozmaitych procesów wytwórczych, burzliwie i chaotycznie rozwijanych na początku poprzedniej rewolucji przemysłowej, przez analogię,

²⁶⁵ Fraser, M., w: podcast *Techpresso Cafe*, odc.. 31.

²⁶⁶ Han, B.C., *Kryzys narracji i inne eseje*, Wydawnictwo Krytyki Politycznej, Warszawa, 2024, s. 131.

²⁶⁷ Han, B.C., *Kryzys narracji i inne eseje*, Wydawnictwo Krytyki Politycznej, Warszawa, 2024, s.

duszający nadmiar informacji, paraliżujący dzisiaj rozwój i wykorzystanie technik informatycznych. jest produktem ubocznym upowszechnienia i rozproszenia procesów wytwarzania, gromadzenia, przetwarzania i przesyłania informacji. (...) Jak wiadomo, w XIX wieku nazwa ta przypisana została zjawisku bardzo gęstej mgły zmieszanej z dymem, wyjątkowo szkodliwej dla ludzi i przedmiotów. Mgła to kropelki wody - substancji niezbędnej do życia i w typowych warunkach przyjaznej ludziom. Źródeł zła w mgle nie jest więc jej skład lub jej zawartość, ale fakt niesłychanego rozdrobnienia kropelek wody oraz ich wszechobecność. Ta sama ilość wody zebranej razem, w jednym miejscu, uporządkowanej - nie stanowi żadnego problemu. Rozpylona w postaci mgły - poraża i dusi. Dokładnie to samo dzieje się z informacją we współczesnych systemach teleinformatycznych, Internet jest środowiskiem, w którym dostępna jest ogromna liczba rozrzuconych, rozdrobnionych, nieuporządkowanych informacji i fakt ten jest źródłem kłopotów²⁶⁸. Dane sprzed dziesięciu lat mówią o średnim, codziennym przetwarzaniu przez człowieka aż 34 GB informacji, co równa się około 100 tys. słów²⁶⁹, czyli mniej więcej tyle, ile zawiera 100 artykułów prasowych czy 11 godzin audycji czy podcastu. Z informacji opublikowanych w tym roku, waga przyswajanych informacji dziennie zwiększyła się dwukrotnie - to już średnio 74 GB danych, co porównuje się z 174 gazetami²⁷⁰. Należy jednak ostrożnie podchodzić do tego typu wpisów, ponieważ jak dotąd nie ma oficjalnych badań nad dokładną wagą przyswajanych informacji. Jest to chwytny nagłówek, który powielany jest na różnych portalach i w mediach społecznościowych, a źródło tych informacji przypisuje się raportowi Domo Domo „Data Never Sleeps”. Raport przedstawia obraz globalnej generacji danych w każdej minucie dnia, podkreślając aktywności takie jak interakcje w mediach społecznościowych (np. każdej minuty zostały obejrzone 138,4 mln *rolek* (reels) w serwisie Facebook i Instagram), odtwarzanie wideo (np. każdej minuty YouTube zarejestrował prawie 3.5 mln odsłon swoich treści) czy wyszukiwanie informacji (każdej minuty w wyszukiwarce Google ląduje 5.9 mln zapytań)²⁷¹. Prawdopodobnie na podstawie tego typu danych oszacowano średnią wagę informacji, jakie dziennie przyswaja człowiek- użytkownik sieci. Skutkuje to permanentnym przebodźcowaniem, co neurologicznie oznacza postawienie kory mózgowej w ciągły tryb alarmu. Organizm odczytuje to jako zagrożenie i stres, co ma wpływ na samopoczucie, emocje, poziom koncentracji czy klarowność myślenia. Kathryn Bouskill zdiagnozowała wyzwania człowieka cyfrowego jako wynik funkcjonowania “społeczeństwa szybkości” (*fast paced society*). W swoim wykładzie „The Unforeseen Consequences of a Fast-Paced World” analizuje konsekwencje życia w przyspieszonym tempie, podkreślając potrzebę świadomego spowolnienia. Autorka

²⁶⁸ Tadeusiewicz, R., *Smog Informacyjny*, 1999, Polska Akademia Umiejętności, Prace Komisji Zagrożeń Cywilizacyjnych, tom 2, 1999, s. 99-100 [online] dostęp: 13.08.2025r.

²⁶⁹ Fedorowicz, A., *Jak wpływają na nas gigabajty danych, które pochłaniamy każdego dnia?* [online] dostęp: 13.08.2025r.

²⁷⁰ Nadolski, K., *Dane z tego wieku, mądrość z poprzedniego. O skutkach przebodźcowania* [online] dostęp: 13.08.2025r

²⁷¹ Data Never Sleeps 12.0 [online] dostęp: 21.07.2025 r.

wskazuje na niedopasowanie biologiczne współczesnego człowieka do szybkiego rytmu życia, zauważając, że mózg ludzki nie jest przystosowany do nieustannej ekspozycji na bodźce i presję czasową generowaną przez technologie cyfrowe. W konsekwencji pojawia się zjawisko określane mianem “choroba szybkości” (hurry sickness) charakteryzujące się chronicznym poczuciem pośpiechu, presją i powierzchownym podejmowaniem decyzji, co negatywnie wpływa na jakość działań i zdolność refleksji. Bouskill wskazuje również na paradoks efektywności, w którym dążenie do maksymalnej produktywności prowadzi do przeciążenia informacyjnego i ograniczenia jakości decyzji. Jednocześnie autorka podkreśla znaczenie praktyk kulturowych promujących spowolnienie, które umożliwiają głębsze połączenie jednostki z otoczeniem oraz własnym doświadczeniem. Kluczowym wnioskiem jest potrzeba równoważenia tempa życia, tak aby łączyć efektywność z momentami refleksji i odpoczynku, co sprzyja zapobieganiu wypaleniu oraz poprawie jakości funkcjonowania jednostki w życiu codziennym²⁷². W nurcie filozofii, perspektywa współczesnego społeczeństwa również jest rozpatrywana poprzez tempo egzystencjalne, które jednak, jak wskazuje Byung - Chul Han, nie stanowi istoty problemu. Filozof diagnozuje życie społeczne poprzez brak ciągłości i jedności doświadczenia czasu. Zamiast płynności przemijającego czasu, czy jak w koncepcji Henriego Bergsona - „strumienia” przeżyć, obecnie czas jest fragmentaryczny i podzielony na pewne etapy: “współczesny kryzys nie polega na przyspieszeniu, lecz na rozproszeniu i dysocjacji czasu. Wskutek temporalnej dyschronii czas brzęczy bez celu i rozpada się na punktowe, zatimizowane teraźniejszości. Staje się przez to addytywny i opróżniony z wszelkiej wartości narracyjnej”²⁷³. Wskazując na deficyt narracji, zwraca uwagę na “nadmiar pozytywności”, przez którą współczesne społeczeństwo cierpi na zanik pamięci - w jej miejsce tworzy się “rupieciarnia” danych, informacji, przypadkowych symboli i wątpliwej jakości treści²⁷⁴. W ten sposób zanika także historia, ponieważ pozbawiona jest narracji. Han obecną egzystencję ocenia wprost jako transparentną, semantycznie ubogą, obsceniczną. Porównuje dzisiejszego człowieka do turysty, który w przeciwieństwie do pielgrzyma nie realizuje pełnej narracji procesji, a zwieńczenie jego drogi nie kończy się zamierzonym celem (zbawieniem), tylko nicością²⁷⁵. Życie pozbawione znaczenia, jedynie “tu i teraz” wydaje się nieco apokaliptycznym opisem współczesnego społeczeństwa. Han jednak swoje rozważania czyni przez pryzmat życia w przestrzeni cyfrowej, mającej naturalnie wpływ na rzeczywistość (poza siecią).

Jako, że funkcjonowanie w sieci oraz formy komunikacji sprzyjają indywidualizmowi, zaczęto dostrzegać zjawisko jawiące się jako kult samorozwoju. Jest to płynący zewsząd komunikat, że należy skupić się na sobie i własnym rozwoju. Obserwuję tę presję w mediach społecznościowych, także na platformach, które rozpowszechniają treści

²⁷² Bouskill K., Wystąpienie: *The unforeseen consequences of a fast-paced world*, TEDTalk [[online](#)] dostęp: 21.07.2025 r.

²⁷³ Han, B.C., *Spoleczeństwo zmęczenia i inne eseje*, wydawnictwo Krytyki Politycznej, 2022, s. 130.

²⁷⁴ Han, B.C., *Spoleczeństwo zmęczenia i inne eseje*, wydawnictwo Krytyki Politycznej, 2022, s. 127-129.

²⁷⁵ Han, B.C., *Spoleczeństwo zmęczenia i inne eseje*, wydawnictwo Krytyki Politycznej, 2022, s. 128-129.

kulturowe, jak np. audiobooki czy słuchowiska. Głównym ich hasłem marketingowym jest brak czasu, a słuchając można robić więcej niż jedną rzecz jednocześnie. Jest to jasny komunikat, że nie należy spoczywać czy poświęcać czasu na pewien rytuał, jakim może być czytanie książki papierowej. Samorozwój jako dyskurs kulturowy jest rozpatrywany jako nacisk współczesnej kultury na własne „ja”, jako „materialny quasi-obiekt, który trzeba „urzeczywistnić” i stylizować”²⁷⁶. Współczesna kultura, akcentująca indywidualność i autentyczność, wytwarza specyficzny dyskurs, w którym kategoria „ja” ulega uprzedmiotowieniu. Nie jest już rozumiana jako dynamiczny proces wewnętrznej samorealizacji, lecz jako obiekt możliwy do urzeczywistnienia poprzez zestaw praktyk i technik. Jak podkreśla Urbanek, w tym kontekście „bycie sobą” przestaje pełnić rolę czasownika, a zostaje sprowadzone do rzeczownika – quasi-rzeczy, która domaga się materialnego ucieleśnienia w stylu życia, sposobie działania czy wyborach konsumpcyjnych²⁷⁷. W tym sensie samorozwój nabiera cech fetyszu: jednostka projektuje w nim własne pragnienia i oczekiwania, a następnie utożsamia z widzialnymi atrybutami, które mają zapewnić sprawczość i kontrolę nad światem. Samorozwój, rozumiany jako zespół praktyk i rytuałów, działa niczym technika magiczna, pozwalająca zyskać poczucie wpływu w obliczu niepewności i ograniczeń współczesnego życia społecznego²⁷⁸. Proces ten nie polega zatem na introspekcji, ale na instrumentalnym traktowaniu własnej tożsamości jako technologii osiągania sukcesu i szczęścia. Konsekwencją takiego ujęcia jest presja performatywności. Narracja samorozwojowa, powielana w literaturze popularnej czy w praktykach coachingowych, nie tylko opisuje, ale zarazem kształtuje jednostkę, narzucając jej obowiązek nieustannego doskonalenia się. „Autentyczność” staje się normą społeczną, a szczęście i sukces są przedstawiane jako powszechnie dostępne, pod warunkiem stosowania odpowiednich technik²⁷⁹. Fenomen kultu samorozwoju łączy elementy gospodarki rynkowej, logiki konsumpcyjnej, psychologii popularnej oraz nowych mediów, a zarazem odpowiada na fundamentalne potrzeby egzystencjalne jednostki: poczucie braku kontroli, deficyt sprawczości i rozproszenie tożsamości w świecie nadmiaru informacji²⁸⁰. Maciej Urbanek podkreśla, że zjawisko to wpisuje się w szerszy system kulturowy, który nie tylko oferuje techniki samodoskonalenia, lecz także pełni funkcję normatywną i kontrolną, regulując sposoby myślenia, odczuwania i działania współczesnego człowieka²⁸¹.

²⁷⁶ Urbanek, M., *Fetyszystyczny wymiar samorozwoju (zarys problematyki)*, Analiza i Egzystencja, 60, 2022, s. 114-115.

²⁷⁷ Urbanek, M., *Fetyszystyczny wymiar samorozwoju (zarys problematyki)*, Analiza i Egzystencja, 60, 2022, s. 113-114.

²⁷⁸ Urbanek, M., *Fetyszystyczny wymiar samorozwoju (zarys problematyki)*, Analiza i Egzystencja, 60, 2022, s. 119-121.

²⁷⁹ Urbanek, M., *Fetyszystyczny wymiar samorozwoju (zarys problematyki)*, Analiza i Egzystencja, 60, 2022, s. 120.

²⁸⁰ Urbanek, M., *Fetyszystyczny wymiar samorozwoju (zarys problematyki)*, Analiza i Egzystencja, 60, 2022, s. 115-119.

²⁸¹ Urbanek, M., *Fetyszystyczny wymiar samorozwoju (zarys problematyki)*, Analiza i Egzystencja, 60, 2022, s. 128 - 130.

Rozwój mediów cyfrowych i powszechna obecność smartfonów istotnie wpływają na refleksję nad własnym „ja”. Psychologia wskazuje na dwa zasadnicze poziomy tożsamości: *ja minimalne*, rozumiane jako bezpośrednie, cielesne i przedrefleksyjne doświadczenie obecności w świecie oraz *ja narracyjne*, które obejmuje opowieści o sobie, wspomnienia i plany na przyszłość²⁸². Według niemieckich psychologów, media cyfrowe w wyraźny sposób kształtują przede wszystkim *ja narracyjne*, umożliwiając jednostkom konstruowanie i rozpowszechnianie narracji o własnym życiu (np. w mediach społecznościowych). Wszak jest to inne rozumienie narracji, do której zaniku odwoływał się Byung - Chul Han. W tym kontekście rozpatrywana jest narracja jako przekazywanie informacji o sobie, czy relacjonowanie swojej codzienności. Eksperymenty z tzw. *iluzją gumowej ręki* pokazały, że człowiek może traktować sztuczne obiekty, nawet tak prozaiczne jak komputerowa mysz, jako część własnego ciała. Powstaje zatem pytanie, czy podobnie można włączać w poczucie tożsamości elementy cyfrowe, takie jak zdjęcia profilowe czy awatary²⁸³. Wskazuje na to między innymi fakt, że negatywne komentarze pod zdjęciami publikowanymi online odbierane są niemal jak ból fizyczny. Cyfrowa autoprezentacja wpływa zatem realnie na samopoczucie, poczucie wartości i motywację jednostki. Łączy się to z koncepcją *rozszerzonego ja* w psychologii konsumpcji, zgodnie z którą ludzie traktują posiadane obiekty jako część swojej (także cyfrowej) tożsamości²⁸⁴. Kluczowym problemem staje się więc pytanie, czy świat cyfrowy jest postrzegany jako odrębna i równoległa rzeczywistość, czy też jako integralny element „prawdziwego” świata.

Podsumowanie

Refleksja socjologiczna nad procesami uczestnictwa w kulturze „wczoraj i dziś” ukazuje zasadnicze przesunięcie od wspólnotowych form praktyk kulturowych ku zindywidualizowanym i algorytmicznie sterowanym doświadczeniom kultury cyfrowej. O ile tradycyjne praktyki kulturalne posiadały wymiar integracyjny i rytualny, o tyle współczesne uczestnictwo online coraz rzadziej prowadzi do trwałości więzi społecznych i praktyk kulturalnych. Zamiast wspólnot, struktura komunikacji internetowej tworzy jedynie płynne sieci powiązań, oparte na incydentalnych kontaktach i rekomendacjach systemowych. Nadprodukcja treści, charakterystyczna dla ery platform cyfrowych, prowadzi do zjawiska „wszystkożerności kulturowej”, w której użytkownicy stykają się zarówno z kulturą elitarną, jak i popularną czy niszową, najczęściej przypadkowo, poprzez algorytmiczne sugestie. W konsekwencji uczestnictwo w kulturze staje się procesem podporządkowanym logice platformizacji: widoczność twórców, nawyki konsumpcyjne

²⁸² Montag, C., Diefenbag, S., *Towards Homo Digitalis: Important Research Issues for Psychology and the Neurosciences at the Dawn of the Internet of Things and the Digital Society*, Sustainability, 10(2),2018, s. 2.

²⁸³ Montag, C., Diefenbag, S., *Towards Homo Digitalis: Important Research Issues for Psychology and the Neurosciences at the Dawn of the Internet of Things and the Digital Society*, Sustainability, 10(2),2018, s. 3.

²⁸⁴ Montag, C., Diefenbag, S., *Towards Homo Digitalis: Important Research Issues for Psychology and the Neurosciences at the Dawn of the Internet of Things and the Digital Society*, Sustainability, 10(2),2018, s. 3

odbiorców oraz strategię instytucji kultury w coraz większym stopniu determinowane są przez algorytmy i regulaminy korporacyjnych środowisk cyfrowych. Zmiana ta nie dotyczy wyłącznie praktyk, ale także samego podmiotu uczestnictwa. Wraz z upowszechnieniem się kategorii *Homo Digitalis* obserwujemy ewolucję człowieka ku egzystencji permanentnie splecionej z technologią. Tożsamość, preferencje i aktywności jednostki są nieustannie analizowane i kształtowane przez algorytmy, które organizują jego obecność w świecie cyfrowym. Egzystencja ta, jak wskazuje Byung-Chul Han, wiąże się jednak z redukcją wymiaru historycznego doświadczenia: życie cyfrowe rozgrywa się w nieprzerwanym „tu i teraz”, zdominowanym przez strumień informacji i natychmiastowość komunikacji. W tym sensie, uczestnictwo w kulturze we współczesnym społeczeństwie przybiera formę procesualną i rozproszoną, pozbawioną stabilnych ram wspólnotowych. Jednostka, funkcjonując jako *phono sapiens*, jest zarówno konsumentem, jak i współtwórcą treści, lecz jej aktywność ma charakter fragmentaryczny i podporządkowany logice platform cyfrowych. Ta sytuacja rodzi fundamentalne pytania o ciągłość kulturową, o możliwość zachowania wymiaru pamięci i tradycji, a także o konsekwencje społeczne uczestnictwa zredukowanego do wymiany informacji, która coraz częściej zastępuje wiedzę i zrozumienie świata.

Rozdział IV Założenia metodologiczne badań i społeczno-demograficzna charakterystyka badanej społeczności

4.1. Cel i ramy heurystyczne badania

4.1.1. rekonstrukcja badań Zbigniewa Bokszańskiego w celu ponownej operacjonalizacji pojęcia awans kulturalny

Głównym celem niniejszej dysertacji jest dokonanie rekonstrukcji badania Zbigniewa Bokszańskiego, którego analiza została ujęta w publikacji pt. „Młodzi robotnicy a awans kulturalny”, wydanej w 1976 roku. Wyniki badania, a także rozpatrzenie pojęcia awansu kulturalnego oraz ruchliwości społecznej z uwzględnieniem charakterystyki grupy młodych robotników, stanowią niebagatelny wkład do dyskursu nad uczestnictwem w kulturze, ale także nad odtwarzalnością struktur społecznych. Zwłaszcza w socjalistycznym ustroju, w którym niezwykle istotne są zmiany kulturalne, które w myśl marksistowską miały wysoki priorytet w dyskusjach nad społeczeństwem. W latach 70. ubiegłego wieku, awans kulturalny był pojęciem, nad którym toczono pierwsze refleksje i analizy. Z tego względu, owe badanie przyczyniło się do szerszego rozumienia tego terminu oraz wyodrębniło kategorie, przez które należy ten proces diagnozować.

Zbigniew Bokszański analizował pojęcie awansu kulturalnego przez pryzmat znajomości jedynie elementów kultury symbolicznej i do tego celu przyjął kryterium instytucjonalnego podziału kultury²⁸⁵. Antonina Kłoskowska ten podział opisuje jako kryterium oparte na „społecznie akceptowanym sądzie znawców”²⁸⁶, co w ogólnym rozumieniu można przyjąć jako kultura wyższego i niższego poziomu. W badaniu młodych robotników, autor przyjął jednak, że sama znajomość dzieł kultury wyższej może mało rzetelnie przybliżyć obraz uczestnictwa w kulturze²⁸⁷. Z tego względu, uwzględnia krytykę tego podziału i wskazuje na sugestię odpowiedniejszego, na kulturę wyższą oraz kulturę rozrywki i relaksu²⁸⁸. Zważywszy także na to, że odbiór elementów kultury nie zawsze spoczywa jedynie na wyższym czy niższym poziomie, a często występuje styczność z różnymi typami kultury²⁸⁹, autor badania sugeruje, że kluczowym jest wyodrębnienie wskaźników awansu kulturowego, które miałyby świadczyć o umiejętności recepcji przekazów i kodów

²⁸⁵ Kłoskowska, A., *Społeczne ramy kultury*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 1972 r., s. 76 - 87.

²⁸⁶ Kłoskowska, A., *Społeczne ramy kultury*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 1972 r., s. 76.

²⁸⁷ Bokszański, Z., *Młodzi robotnicy a awans kulturalny*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 1976, s. 16.

²⁸⁸ Bokszański, Z., *Młodzi robotnicy a awans kulturalny*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 1976, s. 19.

²⁸⁹ Bokszański, Z., *Młodzi robotnicy a awans kulturalny*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 1976, s. 17.

kulturowych²⁹⁰. Do tego celu, Bokszański opiera się na dwóch dychotomiach: relaks - asceza i uczestnictwo odświętne - uczestnictwo powszednie²⁹¹. Sposób, w jaki klasyfikował respondentów wedle poziomu uczestnictwa w kulturze i jednocześnie wyodrębniając grupę awansujących kulturalnie obrazuje poniższa tabela:

Tab. 1. Punktowanie awansu kulturalnego młodych robotników

	odświętność	powszedniość
relaks		
asceza		x*

*grupa awansujących kulturalnie

Źródło: Bokszański, Z., *Młodzi robotnicy a awans kulturalny*

“Relaks” oznacza odbiór treści kultury rozrywkowej, popularnej, natomiast “asceza” opisuje wysiłek percepcyjny dzieła, wiedza, skupienie nad interpretacją etc. Jeśli respondent okazjonalnie obcuje z jednym z wymienionych rodzajów kultury, jego odpowiedź jest klasyfikowana do zbioru “odświętność”. Regularny kontakt z treściami kulturowymi, w tym przypadku został określony mianem “powszedniość”. Dlatego, jeśli respondent regularnie obcuje z elementami kultury “wyższej”, poświęca czas i wysiłek intelektualny na przyswojenie treści, zgodnie z powyższą tabelą, awansuje kulturalnie.

W celach opercjonalizacyjnych, autor wyodrębnił trzy wskaźniki awansu kulturalnego²⁹²:

1. Częstotliwość praktyk (np. Ilość przeczytanych książek lub obejrzanych filmów w danym okresie);
2. Selekcja jakościowa (zważywszy na mieszane wybory elementów kultury);
3. Wymiary uczestnictwa w kulturze.

W niniejszej dysertacji powyższa klasyfikacja będzie miała inny kształt ze względu na wiele nowych zmiennych, które wystąpiły po pięciu dekadach od publikacji omawianego badania, tj. zmiana ustroju, globalizacja, pojawienie się sieci internetowej, wraz z nią sztuczna inteligencja i algorytmy, nowy kształt komunikacji, a także inny rynek pracy. To

²⁹⁰ Bokszański, Z., *Młodzi robotnicy a awans kulturalny*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 1976, s. 21.

²⁹¹ Bokszański, Z., *Młodzi robotnicy a awans kulturalny*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 1976, s. 22-23.

²⁹² Bokszański, Z., *Młodzi robotnicy a awans kulturalny*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 1976, s. 25.

wszystko ma niebagatelny wpływ na uczestnictwo w kulturze. Wedle ustaleń wynikających z analizy teoretycznej we wcześniejszych rozdziałach, przestrzeń cyfrowa jest nie tylko równoległą rzeczywistością, w której można realizować swoje potrzeby kulturalne. Jest także związkiem algorytmów, dużych systemów językowych opartych na sztucznej inteligencji i wielości kanałów dystrybuujących i umożliwiających tworzenie treści kulturalnych. Ten mariaż ma niepokonaną moc wpływania na wybory treści, niekiedy spłykania przekazów kulturowych, kumulowania nieograniczonych zasobów, wywołując tym samym informacyjny hałas, ale także ułatwia dostęp do zdigitalizowanych dzieł czy ich cyfrowych form. Aktywność w sieci zdecydowanie ma wpływ na realną egzystencję, m.in. choćby poprzez systemy rekomendacyjne, promocję instytucji kulturalnych i, naturalnie, kształtowanie opinii publicznej. Zatem wskaźnik częstotliwości, służący Boksańskiemu jako jeden z kryteriów operacjonalizacji pojęcia awansu kulturowego, w przypadku niniejszych badań nie będzie miał przełożenia. Przyjmując, że dostęp do Internetu posiada 95,9% gospodarstw domowych²⁹³, 87,6% Polaków regularnie korzysta z internetu²⁹⁴, a 75,8% posiada smartfon²⁹⁵, kieszonkowe narzędzie służące do natychmiastowego dostępu do informacji, częstotliwość szeroko rozumianego uczestnictwa w kulturze (tj. także treści cyfrowe) nie występuje w korelacji z awansem kulturalnym. Ze względu na logikę działania algorytmów, projekt platform społecznościowych, a także brak kompetencji cyfrowych (i wiedzy na temat działania algorytmów rekomendujących), respondenci mogliby deklorować, że codziennie obcuja z elementami kultury symbolicznej, mimo tylko powierzchownego odbioru, np. poprzez przegląd aktualności w mediach społecznościowych. Zważywszy na zagrożenie powierzchowności w przekazie i odbiorze treści cyfrowych, respondenci mogliby fałszywie wskazywać “ascetyczne” uczestnictwo w częstotliwości “powszedniości”. Wyłoniłaby się tym samym duża grupa awansujących kulturalnie, która w rzeczywistości charakteryzuje się częstą aktywnością w sieci, a minimalną obecnością w instytucjach kultury. Taki stan rzeczy nie pozwala na ocenę poziomu uczestnictwa w kulturze, jakie badano wśród młodych robotników, ponieważ częstotliwość, ze względu np. na cyfrowy szum informacyjny czy dostęp do platform streamingowych, nie oznacza awansowania kulturalnie. Zatem celem badania było także sprawdzenie czy udział w kulturze jest równomiernie rozmieszczony między instytucje kultury, analogowe praktyki a odbiór za pomocą kanałów w przestrzeni cyfrowej. Taka próba rozmieszczenia respondentów względem założonych kryteriów może pomóc zdefiniować na nowo awans kulturalny. Zatem, odpowiedzi badanych na pytanie o sposób dotarcia do treści kulturowych (wyszukiwanie samodzielne lub rekomendacje algorytmów) oraz zweryfikowanie źródeł i kanałów (inaczej miejsc), w których znajdują pewne elementy kultury, plasują się na poniższej tabeli:

²⁹³ Raport GUS, *Spoleczeństwo informacyjne w Polsce w 2024 r.*, s. 118.,[[online](#)], dostęp:20.08.2025 r.

²⁹⁴ Raport GUS, *Spoleczeństwo informacyjne w Polsce w 2024 r.*, s. 114.,[[online](#)], dostęp: 20.08.2025 r.

²⁹⁵ Badanie Założycielskiego Krajowego Instytutu Mediów, *Usługi medialne i infrastruktura do ich odbioru w roku 2024. Gospodarstwa domowe*, [[online](#)], dostęp: 20.08.2025 r.

Tab. 2. Punktowanie awansu kulturalnego młodych pracowników umysłowych

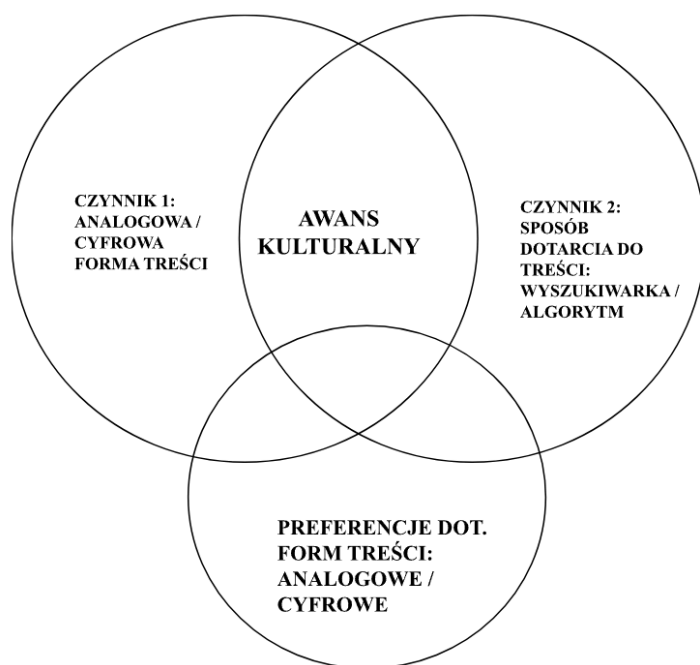
	analogowe	cyfrowe
wyszukiwanie samodzielne	x*	
algorytmy rekomendacyjne		

*w odniesieniu do badań Zbigniewa Bokszańskiego, awans kulturalny przebiega na linii samodzielnego wyszukiwania informacji o wydarzeniu bądź pozycji (muzyka, literatura) i fizyczny udział w nim (bądź analogowa forma odbioru).

Awansujący kulturalnie będą oceniani przez fizyczne uczestnictwa w wydarzeniach kulturalnych bądź korzystanie z analogowych nośników kultury, tj. książka czy prasa papierowa oraz przez sposób dotarcia do poszczególnych elementów kultury. Wysilek wniesiony w dotarcie do treści oraz jakość ich odbioru ma świadczyć o poziomie uczestnictwa w kulturze. Zarzut dla tego sposobu mierzenia awansu może być argumentowany wartością kulturalną, jaka może być niesiona poprzez cyfrowe nośniki. Przykładem jest audiobook czy inne słuchowisko, które będzie dla odbiorcy źródłem wiedzy o kulturze, co więcej, elementy kultury symbolicznej mogą nawet być w ten sposób interpretowane i dyskutowane, co jest nie tylko gwarantem uczestnictwa w kulturze, ale także podtrzymywanie jej ciągłości. Tym, co skłoniło mnie do tego rodzaju klasyfikacji jest spostrzeżenie, że jakość odbioru w postaci analogowej jest wyższa aniżeli korzystanie z cyfrowych narzędzi, ponieważ papier czy odtwarzacz muzyczny nie niesie ze sobą takich rozpraszaczy jak powiadomienia czy reklamy i zdecydowanie są wolne od algorytmów rekomendujących (świadomie ignoruję fakt, że biblioteki stosują już w swoich systemach katalogowych algorytmy rekomendujące i tym samym mogą wpływać na wybory czytelników. Niemniej, aby uwzględnić także ten czynnik potrzeba dużego badawczego przedsięwzięcia, czym nie jest niniejsza dysertacja).

Ze względu na złożoność tego problemu oraz wątpliwości badawcze, jakie nasuwają się w związku z operacjonalizacją pojęcia awansu kulturalnego w warunkach dualistycznej, rzeczywistości, konieczne było wprowadzenie zmiennej kontrolnej, mierzonej przez wskaźnik preferencji form odbioru w podziale na: cyfrowe i analogowe. Określenie preferowanego rodzaju nośnika może mieć wpływ na ponowne rozpatrzenie pojęcia awansu kulturalnego i poszukiwanie jego przejawów nie tylko w odniesieniu do korzystania z analogowych form, ale także do wyszukiwania jakościowych treści w przestrzeni cyfrowej. Zatem intencją badawczą jest tutaj sprawdzenie, czy klasyfikowanie respondentów do awansu kulturalnego poprzez analogowy i cyfrowy odbiór treści w kategoriach dobra i zła ma swoją zasadność.

Rys. 10. Czynniki awansu społecznego.



Źródło: opracowanie własne

Dopełnieniem tej analizy będzie zbadanie zależności pomiędzy awansem społeczno-zawodowym a awansem kulturowym jednostek. Awans społeczny i zawodowy, rozumiany jako wzrost prestiżu wykonywanego zawodu, poprawę sytuacji ekonomicznej czy zwiększenie kapitału społecznego, potencjalnie sprzyja także poszerzaniu kompetencji kulturowych oraz uczestnictwu w kulturze. Nie jest to jednak zależność jednoznaczna, ponieważ awans materialny nie zawsze przekłada się na awans kulturowy, co stwarza przestrzeń do badań empirycznych. W centrum zainteresowania badawczego pozostają korporacje, a także mniejsze biura, które mają podobną strukturę, hierarchię oraz ścieżkę awansu. Istotne jest czy praca w tego rodzaju miejscu stanowi realny wyznacznik awansu społecznego, czy też jedynie daje jego pozory, a także czy przekłada się na zmiany w zakresie praktyk kulturowych. Kluczowym problemem badawczym jest także ustalenie, w jakim stopniu awans zawodowy wpływa na awans kulturowy. Analizie podlegać będzie pytanie, czy wzrost pozycji zawodowej i dochodów rzeczywiście prowadzi do intensyfikacji uczestnictwa w kulturze, poszerzenia kompetencji kulturowych i akumulacji kapitału kulturowego, czy też czynnikiem determinującym te procesy są przede wszystkim wzorce socjalizacji wyniesione z rodziny pochodzenia bądź samo ustanowione preferencje.

Jako, że w badaniach nad kulturą w nurcie socjologicznym zaleca się rozważyć różne poziomy kultury²⁹⁶, także i w niniejszym badaniu celem jest sprawdzenie jaką definicję w świadomości badanych ma uczestnictwo w kulturze oraz jak wartościuje się uczestnictwo w kulturze cyfrowej, która zawiera zarówno elementy kultury wyższej, masowej, a także wszelkiego rodzaju modyfikacje, interpretacje o różnych, cyfrowych formach (tekst, wideo, mem, etc.). To pewnego rodzaju dociekanie o hierarchię wartości kulturalnych, która formułuje się poza instytucjonalnym podziałem, dzięki czemu odkryje się obecne wartościowanie kultury przez badanych. Taki zabieg okazuje się sposobem na dotarcie do cennego zasobu informacji, jakie badana grupa, może udzielić na temat wartości kulturalnych. Taki kierunek badań może przynieść w rezultacie dane na temat zmian społeczno-kulturalnych²⁹⁷, co w dzisiejszej rzeczywistości ma niebagatelne przełożenie. Celem zatem jest poznanie wartościowania kultury i uczestnictwa w niej, a także zestawienie tychże ocen respondentów z pojmowaniem i klasyfikacją kultury przez młodych robotników.

W badaniu Zbigniewa Boksańskiego, młodzi robotnicy dokonali hierarchii wartości kultury symbolicznej próbując ją zdefiniować, a także scharakteryzować warstwy społeczne w odniesieniu do uczestnictwa w kulturze. Badani byli podzieleni w odpowiedziach, które wskazywały na opis kultury przez pryzmat kryterium estetycznego i kryterium moralne²⁹⁸. Badani próbujący zbudować koncepcję kultury symbolicznej przejawiali w swym rozumowaniu społeczne zróżnicowanie, co w badaniu nakreśliło jednocześnie charakterystykę “przestrzeni awansu”: “awans kulturalny jest bowiem związany z postrzeganiem społecznego zróżnicowania udziału w kulturze, z określeniem grup odniesienia pozytywnych i negatywnych z aspiracjami oraz z ruchliwością społeczną”²⁹⁹. Dla zjawiska awansu kulturalnego niezbędne jest również określenie warstw społecznych, które odznaczają się odmiennymi praktykami. Młodzi robotnicy dzielili je względem powszechnie przyjętych klasowo-warstwowych podziałów społecznych, według własnych doświadczeń kulturalnych, a także względem intensywności praktyk czy zmienne psychologiczne i etyczno-moralne³⁰⁰. Na podstawie tej typologii, analizowano prawdopodobieństwo osiągnięcia awansu kulturalnego przez respondentów. Wywnioskowano, że ci, którzy nie powoływali się na hierarchię praktyk kulturowych, a np. na wiek czy cechy charakteru, które są niezależne od aktywności człowieka, należą do

²⁹⁶ Świątkiewicz, W., *Kapitał kulturowy a zagadnienie integracji społecznej*, w: Barska A., Michalczyk T., Szczepański M.S., (red.), *Ku integracji rozwoju człowieka i społeczeństwa*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, s. 39-40.

²⁹⁷ Świątkiewicz, W., *Kapitał kulturowy a zagadnienie integracji społecznej*, w: Barska A., Michalczyk T., Szczepański M.S., (red.), *Ku integracji rozwoju człowieka i społeczeństwa*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, s. 40-41.

²⁹⁸ Boksański, Z., *Młodzi robotnicy a awans kulturalny*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 1976, s.132.

²⁹⁹ Boksański, Z., *Młodzi robotnicy a awans kulturalny*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 1976, s.136.

³⁰⁰ Boksański, Z., *Młodzi robotnicy a awans kulturalny*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 1976, s.139.

grupy, które nie pretenduje do awansu kulturalnego³⁰¹. Badanych, którzy odwoływali się do warstw i definiowali uczestnictwo w kulturze w kategoriach “osiągania”, klasyfikowano jako awansujących. W niniejszym badaniu natomiast, celem było również sprawdzenie wartościowania kultury, jednak przez nieco inne czynniki. Biorąc pod uwagę fakt, że udział cyfrowego wymiaru w życiu społeczno-kulturalnym jest znaczący, jeśli nie dominujący, a dostęp do wszelkiego poziomu kultury jest powszechny i nie zależy jedynie od kapitału kulturalno-społecznego, a dostępu do narzędzi czy kompetencji cyfrowych, które bynajmniej nie wynikają z przynależności klasowej, nie zawsze także z poziomu wykształcenia. Zatem wartościowanie kultury i klasyfikowanie jej uczestników przez badanych mogłoby nie mieć odniesienia do rzeczywistości. Co więcej, jak wynika ze wcześniejszej analizy teoretycznej, klasyfikacja poprzez wybór elementów kultury “wyższej” czy “niższej” także może być niekompletna ze względu na tzw. wszystkożerność kulturową, którą charakteryzuje się także współczesne społeczeństwo. Szczegółne znaczenie tej teorii można doszukać w cyfrowym wymiarze. Zachowując jednak ideę badania sprzed pięciu dekad, w tej analizie uwzględniono wartościowanie kultury i poziom ukulturalnienia pod kątem korzystania ze źródeł cyfrowych i tradycyjnych form uczestnictwa. Istotna była także samoocena respondentów w zakresie “wystarczającego” obcowania z kulturą. Zestawiając wyniki dotyczące praktyk badanych z ich własną oceną ukulturalnienia pokaże jak wartościowany jest udział w kulturze i czy pełne jej doświadczanie może odbywać się jedynie w przestrzeni cyfrowej, czy tylko na gruncie instytucjonalnym, czy być może hybrydowe uczestnictwo okazuje się tym najefektywniejszym.

4.1.2. Określenie wspólnot zainteresowań kulturalnych

Biorąc pod uwagę fakt, że podczas badań Zbigniewa Bokszańskiego w latach 70. uczestnictwo w kulturze było wyznaczone poprzez ograniczony dostęp do dóbr kulturalnych. Poziom uczestnictwa badanych był mierzony m.in. poprzez częstotliwość odbioru treści kulturalnych. Obecnie, w dobie Internetu, obszar kultury jest niemal bezkresny, a uczestnictwo może odbywać się bez względu na czas czy geograficzne umiejscowienie. Z tego względu, celem badania jest także określenie czy istnieją obecnie wspólnoty zainteresowań kulturalnych oraz jakie są kryteria ich tworzenia. Zasadniczym przedmiotem tej analizy stają się mechanizmy obiegu informacji oraz logikę funkcjonowania środków opiniotwórczych. W niniejszym badaniu zostanie także podjęta próba określenia czy zainteresowanie kulturalne i uczestnictwo w kulturze współtworzą więzi społeczne i podobne style życia. Istotnie kształtuje się tu także problem kryteriów tworzenia wspólnot myślenia i orientacji na wartości w środowisku badanej grupy młodych pracowników biurowych. Finalnie, zasadniczym będzie określenie czy w dobie nowych

³⁰¹ Bokszański, Z., *Młodzi robotnicy a awans kulturalny*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 1976, s.153.

mediów uczestnictwo w kulturze buduje wspólnotę myślenia i orientację na wartości. Kultura masowa, ze względu na swoją powszechność oraz przenikanie swoich elementów do różnych poziomów czy układów kultury, jest szczególnym rodzajem praktyk kulturalnych, które niezwykle trudno osadzić w obrębie warstw społecznych. W badaniu Zbigniewa Bokszańskiego, podział kultury na wyższą i niższą (“asceza” i “relaks”) mógł mieć swoje zastosowanie także wśród reprezentantów wyższego szczebla hierarchii społecznej. Z tego względu, uchwycenie mechanizmu tworzenia się wspólnoty zainteresowań uwzględniając podział na przynależność do klasy społecznej nie jest jednoznaczne. W niniejszym badaniu w procesie analizy tworzenia wspólnot zainteresowań kulturalnych zostanie uwzględniona aktywność w przestrzeni cyfrowej przez badanych oraz algorytmy rekomendujące treści kulturowe. Analizie poddany zostanie wpływ omawianych zjawisk na proces formowania się wspólnot oraz możliwość ich jednoznacznego zdefiniowania. Ponadto badanie obejmie kwestię, w jakim stopniu wspólnoty te powstają w oparciu o rzeczywiste zainteresowania, a w jakim w wyniku rekomendacji algorytmicznych oraz konsumpcyjnego uczestnictwa w określonych praktykach kulturalnych. W rekonstrukcji badania tej kwestii, zawód i przynależności klasowa nie zostaną uwzględnione, ponieważ obecnie te zmienne nie mają wpływu na poziom uczestnictwa w kulturze.

4.1.3. Analiza procesów ciągłości uczestnictwa w kulturze

W ramach refleksji socjologicznej zostaną poddane obserwacji procesy ciągłości oraz zmiany uczestnictwa w kulturze “wczoraj i dziś”. Zatem kolejny cel badania klaruje się jako ustalenie czy nadal istnieją bariery i stymulatory awansu kulturalnego oraz co, na przełomie pięciu dekad, się zmieniło, a co zachowało ciągłość. Intuicyjnym, a także wiernym odtworzeniem badania Zbigniewa Bokszańskiego, będzie określenie ciągłości pokoleniowej, tj. czy występuje korelacja między zawodem i wykształceniem rodziców a aktywnościami kulturalnym w dzieciństwie badanych. W badaniu młodych robotników natomiast, istotną kwestią było osiedlanie się klasy chłopskiej w mieście i dotyczyło to istotnie właśnie tej grupy badanych. Różnice, zwłaszcza na poziomie kompetencji językowych, ale także praktyk kulturalnych mogły być widoczne analizując ciągłość pokoleniową. Rytuały i postawy chłopskie przestawały być odtwarzane w młodej klasie robotniczej, która coraz częściej zasiedlała miasta³⁰². Obecnie, mimo wielkomiejskich adresów instytucji kulturalnych, możliwe jest wartościowe i pełne uczestnictwo w kulturze bez względu na lokalizację. Dostęp do wiedzy i treści kulturowych także obala podziały klasowe. To kompetencje komunikacyjne i językowe wyznaczają drogę do kultury, a w dobie nowych mediów - kompetencje cyfrowe. Wątkiem łączącym powyższą

³⁰² Świątkiewicz, W., *Kapitał kulturowy a zagadnienie integracji społecznej*, w: Barska A., Michalczyk T., Szczepański M.S., (red.), *Ku integracji rozwoju człowieka i społeczeństwa*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, s.247.

problematykę badawczą będzie określenie wpływu nowych mediów na procesy reprodukcji społeczno-kulturowych, w szczególności na kryteria odtwarzania kompetencji komunikacyjnych oraz na mechanizmy podtrzymywania bądź przełamania struktur społecznych. Analiza ma na celu ustalenie, czy nowe media redefiniują zasady nabywania i transmisji kompetencji komunikacyjnych oraz czy stanowią czynnik sprzyjający modyfikacji reguł ruchliwości społecznej, awansu kulturowego i społecznego. Problem badawczy koncentruje się tutaj wokół dwóch zasadniczych kwestii:

- w jakim stopniu rozwój nowych mediów wprowadza nowe standardy komunikacji (np. multimodalność, interakcyjność, krótkie treści) z uwzględnieniem konieczności nabycia umiejętności cyfrowych, a przez to wpływa na sposób odtwarzania i reprodukcji struktury kompetencji komunikacyjnych w społeczeństwie;
- czy nowe media oddziałują na mechanizmy utrwalania bądź przełamania istniejących struktur społecznych, a także czy zmieniają uwarunkowania ruchliwości społecznej i procesów awansu kulturowego, otwierając nowe ścieżki uczestnictwa i partycypacji społecznej.

4.1.4. Wyznaczenie współczesnej grupy społecznej odpowiadającej kategorii młodych robotników lat 70.

Odpowiedni dobór próby i określenie odpowiednika ówczesnej grupy młodych robotników, choć wynika z natury badania rekonstrukcyjnego, stanowi także jedno z zamierzeń niniejszego badania. Poprzedzającym krokiem będzie analiza współczesnego środowiska pracy i życia osób funkcjonujących w warunkach gospodarki postindustrialnej, ze szczególnym uwzględnieniem procesów nabywania kompetencji, kształtowania ścieżek kariery oraz uczestnictwa w praktykach kulturowych. W tym kontekście badanie podejmuje analogię do klasycznych analiz Zbigniewa Bokszańskiego nad młodymi robotnikami, przy czym analogia ta ma charakter daleko idący i nie oznacza prostego przeniesienia kategorii społecznych sprzed kilkudziesięciu lat. Badanie ma ukazać, w jaki sposób współczesne grupy społeczne, zwłaszcza osoby pracujące w strukturach korporacyjnych i biurowych, odtwarzają lub redefiniują mechanizmy integracji społecznej i kulturowej, a także jak przebiegają procesy ich awansu i ruchliwości w odmiennych warunkach pracy i życia. Problematyka badawcza koncentruje się na rekonstrukcji warunków społecznych i kulturowych, w jakich funkcjonują współczesne grupy zawodowe, oraz na porównaniu ich z wcześniejszymi modelami uczestnictwa i integracji, charakterystycznymi dla środowiska młodych robotników. W badaniu istotne staje się charakterystyka badanego środowiska, czyli osoby zatrudnione w strukturach korporacyjnych i biurowych oraz w nowych formach zatrudnienia, które dysponują wiedzą i kompetencjami nabytymi w toku edukacji, ale których pozycja zawodowa nie zawsze jest bezpośrednio skorelowana z poziomem wykształcenia. W tym zakresie, powzięty do obserwacji zostanie także aspekt zmiany

warunków pracy, ponieważ w przeciwieństwie do środowiska robotniczego, współczesne zespoły pracownicze są rozproszone geograficznie, często działają w skali ogólnokrajowej lub globalnej, a ich struktura kulturowa jest silnie zróżnicowana. Z kolei formy integracji kulturowej, o które dbano w kolektywie pracowniczym w latach 70., dziś, mimo braku tradycyjnych wspólnot pracowniczych, w obrębie środowiska korporacyjnego pojawiają się nowe inicjatywy integracyjne. Są one jednak jakościowo odmienne od dawnych form wspólnotowości, a ich potencjał w zakresie budowania więzi społecznych wymaga krytycznej analizy. Problematyka badania obejmuje także zakres powielanych mechanizmów reprodukcji hierarchii społecznych przez współczesne środowiska zawodowe. Ważnym aspektem badania będzie także identyfikacja i opis nowych form hierarchii społecznych właściwych dla społeczeństwa późnej nowoczesności.

4.2. Metodologia i pozyskiwanie danych

Prezentowane badanie stanowi próbę rekonstrukcji studium Zbigniewa Bokszańskiego, który w latach 70. XX wieku zastosował metodę wywiadów pogłębionych o charakterze swobodnym. W niniejszym projekcie, ze względu na głębokie przemiany społeczno-ustrojowe oraz cywilizacyjne, jakie zaszły w ciągu ostatnich pięćdziesięciu lat, nie było możliwe wierne odtworzenie pierwotnego schematu badawczego. Z tego względu przyjęto podejście metodologiczne łączące zarówno metody jakościowe, jak i ilościowe, co pozwoliło na wieloaspektowe uchwycenie badanych zjawisk. W ramach badań jakościowych wykorzystano triangulację technik w celu możliwie najbardziej rzetelnej analizy, tj. wywiady pogłębione swobodne, obserwację jawną o charakterze nieuczestniczącym oraz analizę danych zastanych. Zastosowanie wywiadów wynikało z intencji rekonstrukcji procedury badawczej Bokszańskiego. Kwestionariusz wywiadu został jednak zaktualizowany i dostosowany do współczesnej rzeczywistości społecznej i kulturowej. Technika wywiadu niestandardyzowanego, jak narzuca jego definicja, polegała na opracowaniu planu przebiegu rozmowy z umożliwieniem badanemu swobodnych refleksji czy wyrażenia pobocznych dygresji³⁰³. Umożliwiło to zebranie danych dotyczących praktyk kulturowych respondentów, ich zainteresowań, a także wpływu kapitału społecznego, wynikającego z pochodzenia. Istotnym tematem rozmów było również korzystanie z nowych mediów, świadomość ich oddziaływania oraz postrzeganie zagrożeń związanych z algorytmizacją treści i funkcjonowaniem platform cyfrowych. Zbigniew Bokszański swoich respondentów rekrutował w zakładach pracy, a także w instytucjach kultury, tj. np. domy kultury, które współpracowały z ówczesnym kolektywem zawodowym. Obecnie, taka droga do zaproszenia do badania nie jest możliwa ze względu na rozproszoną grupę badanych. Pracownicy biur i korporacji różnią się wykonywanym stanowiskiem, a przede wszystkim miejscem pracy, które w dużej części przypadków

³⁰³ Sołoma, L., *Metody i techniki badań socjologicznych. Wybrane zagadnienia*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Pedagogicznej, Olsztyn, 1995, s. 65-66.

stanowi własny dom. Uczestnictwo w kulturze jest dziś także bardzo zindywidualizowaną formą aktywności, więc na próżno szukać odpowiedniej grupy badanych w instytucjach kulturalnych. Korporacje i inne biura to także miejsca zamknięte na osoby z zewnątrz i spotkanie się tam z potencjalnymi respondentami graniczyło z niemożliwością. Zatem respondenci byli zapraszani do wywiadów z osobistej bazy kontaktów oraz poleceń ich współpracowników. Kolejną przeszkodą w dotarciu do potencjalnych respondentów była ich niechęć do wzięcia udziału w badaniu argumentowana przez brak czasu. Jest to jednocześnie pewna informacja charakteryzująca badane środowisko i potwierdzająca wcześniejsze analizy teoretyczne, m.in. nad współczesną kulturą szybkości czy wielości zajęć.

Przed przystąpieniem do wywiadu, badani zostali poinformowani o celu badania, instytucji, w której jest ono przeprowadzane, a także że ma zgodę Komisji Etyki Uniwersytetu Śląskiego. Przede wszystkim jednak, co uważam za niezbędny krok przed rozpoczęciem rozmowy, została stworzona atmosfera zaufania, która polegała na zapewnieniu o anonimowości i neutralności względem deklarowanych praktyk kulturalnych czy uczestnictwa w przestrzeni cyfrowej. Respondenci zostali uprzedzeni, że pytania o formę uczestnictwa analogowego i cyfrowego nie stanowi podziału na dobre i złe. Po przeprowadzonych wywiadach, badani wykazali się ciekawością tematu i wynikami tegoż badania. Niekiedy wyrazili także refleksję nad własnym postrzeganiem współczesnej kultury. Podczas prowadzenia wywiadów kierowałam się zbiorem reguł, które opracowałam na podstawie błędów ankierskich³⁰⁴ według Krzysztofa Kistelskiego. Mimo, że dotyczą one wywiadów standaryzowanych, mają swoje zastosowanie także w przypadku swobodnego kwestionariusza:

- odpowiedni sposób zadawania pytań - klarowne treści, neutralny ton, wyraźna wymowa;
- posiłkowanie się planem rozmowy i leksykonem pojęć przyjętych do analizy;
- umożliwienie badanemu swobodnej odpowiedzi, a także prawo do pominięcia pytania;
- pilnowanie tematu rozmowy;
- zapewnienie odpowiedniego środowiska oraz rozmowy bez osób trzecich;
- skrupulatne podpisywanie nagrań z wywiadów, tj. data, wiek i zawód badanego.

Odpowiedzi respondentów zostały skategoryzowane i zakodowane w programie MAXQDA 2024 z przyjętym kluczem kategoryzacyjnym. Obserwację jawną, czyli serię niezobowiązujących rozmów z pracownikami biur, prowadzonych poza formalnym środowiskiem pracy, prowadzono na przełomie kilku lat. Dyskusje dotyczyły

³⁰⁴ Sołoma, L., *Metody i techniki badań socjologicznych. Wybrane zagadnienia*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Pedagogicznej, Olsztyn, 1995, s. 79-80., za: Kistelski, K., *Problem błędów ankierskich w wywiadzie kwestionariuszowym w socjologii. Próba klasyfikacji w: Z metodologii i metodyki badań empirycznych. Z. 7*, pod red. Z. Gostkowskiego, Warszawa, 1982.

współczesnych praktyk uczestnictwa w kulturze, jej dostępności oraz preferencji odbiorczych. Choć nie miały one charakteru systematycznej obserwacji terenowej, stały się ważnym uzupełnieniem wywiadów, pozwalającym uchwycić dynamikę potocznych opinii i spostrzeżeń badanych. Wnioski z tych rozmów w istotny sposób ukształtowały kierunek badania, uwypuklając rolę przestrzeni cyfrowej jako kluczowego obszaru uczestnictwa we współczesnej kulturze. Już na tym etapie obserwacji wyraźnie ujawniał się istotny wpływ intensywnej obecności w sieci na praktyki kulturowe respondentów.

Analiza danych zastanych została przeprowadzona z wykorzystaniem dostępnych raportów i opracowań badawczych dotyczących współczesnych praktyk kulturowych w Polsce. Uwzględniono m.in. badania odnoszące się do zmian w funkcjonowaniu instytucji kultury, praktyk czytelniczych oraz aktywności w internecie. Te ostatnie, które są publikowane co roku, zobrazowały zmiany w użytkowaniu internetu, które miały charakter nasilający się. Dane te stanowiły ważne tło porównawcze i analityczne, umożliwiając osadzenie własnych wyników badań w szerszym kontekście społecznym. Regularne kwerendy biblioteczne oraz przegląd najnowszych artykułów wynikały z szybkich przemian technologicznych, które mają przełożenie na styl życia i uczestnictwo w kulturze. Niezwykle ważne, na potrzeby niniejszego badania, było bieżące analizowanie nowych doniesień w zakresie digitalizacji, cyfryzacji, także higieny cyfrowej i natężonej aktywności w mediach społecznościowych.

Badanie uzupełniono także o komponent ilościowy w postaci ankiety internetowej. Celem tej części było zebranie danych na temat uczestnictwa w kulturze, preferencji, źródeł informacji o wydarzeniach kulturalnych oraz praktyk korzystania z nowych mediów. Uzyskane wyniki pełnią funkcję weryfikacyjną i kontrolną wobec treści z wywiadów jakościowych. Anonimowość ankiety sprzyjała większej szczerości odpowiedzi respondentów, co znalazło potwierdzenie w deklaracjach dotyczących m.in. długości codziennego korzystania ze smartfonów. Natomiast to, co budziło moje badawcze niepokoje, to brak pełnej kontroli nad ankietą internetową, co niewątpliwie jest jedną z wad tej techniki badawczej. By zapobiec przypadkowości odpowiedzi, link do ankiety były wysyłany bezpośrednio do osób spełniających kryteria grupy badanej z prośbą o udostępnienie wśród swoich współpracowników. Metodą kuli śnieżnej udało się spełnić ilościowy cel jedynie częściowo, tj. ankietę wypełniło 76 osób z zamierzonych 100. Podobnie jak w przypadku kompletowania grupy respondentów do wywiadów, pojawił się problem frekwencji, który w tym przypadku nie był uzasadniony przez badanych. Ankieta została zaprojektowana w Google Ankiety, w sposób przejrzysty i łatwy w operowaniu zarówno na ekranie komputera jak i smartfona. Mimo, że wyniki z ankiety są automatycznie zbierane w postaci wykresów kołowych i słupkowych, zostały one ponownie przeanalizowane na potrzeby niniejszego badania w MS Excel.

Tak skonstruowana metodologia, łącząca jakościowe i ilościowe podejście badawcze, pozwoliła na rekonstrukcję problematyki badawczej zainicjowanej przez Zbigniewa Bokszańskiego, ale również na dostosowanie jej do współczesnego kontekstu społeczno-kulturowego, w którym przestrzeń cyfrowa stała się jednym z kluczowych wymiarów uczestnictwa w kulturze. Tę triangulację oparłam na sposobie integrowania tych

metod badawczych według Alana Brymana. Autor spostrzega m.in. możliwość kontroli polegającej na zestawieniu wyników badania jakościowego oraz ilościowego, a także uzyskanie szerokiego obrazu problemu badawczego. Reprezentatywność, która stanowiła pewną trudność niniejszego badania, to kolejny argument na uzupełnienie badania jakościowego o ilościowe wyniki³⁰⁵.

4.3. Przebieg badania

Warto uwzględnić czynniki makrospołeczne, jakie pojawiły się podczas realizacji badania. Pandemia COVID-19, która wybuchła na początku 2020 roku, spowodowała gwałtowne i bezprecedensowe zmiany w funkcjonowaniu społeczeństwa polskiego. Wprowadzenie restrykcji sanitarnych czy zakaz zgromadzeń, w sposób zasadniczy przekształciło zarówno codzienne praktyki życia społecznego, jak i uczestnictwo w kulturze. Kultura instytucjonalna została w tym czasie zawieszona, co doprowadziło do gwałtownego spadku uczestnictwa w wydarzeniach kulturalnych w tradycyjnej formie. W konsekwencji obserwowano przyspieszony proces digitalizacji oferty kulturalnej. Pojawiły się transmisje spektakli, koncertów, wystaw online, a także rozwój platform streamingowych, co zintensyfikowało rozwój kultury cyfrowej. Ograniczenia w aktywności społecznej i przeniesieniem wielu jej wymiarów do sieci internetowej zmieniło także sposób komunikacji za pomocą narzędzi cyfrowych, tj. m.in. mediów społecznościowych. Szczególnie istotnym zjawiskiem okazało się wprowadzenie na szeroką skalę pracy zdalnej i wykonywanie obowiązków zawodowych online. Konsekwencją tej błyskawicznej transformacji było zatarcie granic (fizycznych i mentalnych) między strefą prywatną a zawodową. Pandemia uwidoczniła również polaryzację rynku pracy. Pracownicy umysłowi byli uprzywilejowani w tym czasie, ponieważ nie musieli narażać swojego zdrowia podczas pracy stacjonarnej w przeciwieństwie do pracowników sektora usług i handlu. Nie byli także narażeni na utratę pracy ze względu na spadek klientów czy dochodów spowodowanego pandemią. Od 2020 r. do 2025 roku, kiedy realizowane było niniejsze badanie, to czas intensywnego rozwoju platform cyfrowych, które istotnie kształtują uczestnictwo w kulturze. Zwłaszcza ciągłe udoskonalania algorytmów rekomendujących ma kluczową rolę w dystrybuowaniu treści kulturowych. Serwisy streamingowe (tj. Netflix, Spotify), media społecznościowe (tj. Facebook, Instagram, TikTok, czy YouTube - choć swoim statusem broni się od tej klasyfikacji, to, notabene, jest serwisem społecznościowym) czy strony internetowe stały się głównymi kanałami dostępu do dóbr kultury. Zjawisko platformizacji życia i kultury stało się przedmiotem wielu badań społecznych w tym czasie, a jego przejawy są widoczne w codziennym funkcjonowaniu. Jednym z nich jest personalizacja stron pod użytkownika, co czynią algorytmy. Zarówno wyszukiwarka internetowa, jak i treści wyświetlane w mediach społecznościowych są dopasowane do preferencji, które są analizowane dzięki potężnej bazie danych o

³⁰⁵ Flick, U., *Projektowanie badania jakościowego. Niezbędnik badacza*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010, s. 32.

użytkownika. Konsekwencją jest m.in. fragmentaryczne i powierzchowne uczestnictwo w kulturze, które coraz częściej jest podporządkowywane ofercie konsumenckiej. Nie sposób pominąć także udostępnienia do powszechnego korzystania produktu firmy OpenAI, jakim jest Chat GPT. Choć ten przełom zasługuje na obszerną analizę, to w istocie nie stanowi przedmiotu badań niniejszej pracy. Jednak ma swój niebagatelny wpływ na wiedzę i kompetencje użytkowników, także w obszarze kultury.

Niniejsze badanie zostało także przerwane w 2022 roku z powodu rocznej przerwy macierzyńskiej. Z perspektywy czasu, miało to swoje korzyści, ponieważ w tym czasie rozwinęły się przytoczone wyżej produkty sztucznej inteligencji, co wzbogaca tę analizę i sprawia, że badanie pozostaje aktualne. Jako młody badacz, w tej dysertacji kierowałam się intencją rzetelności, kompletności, a także aktualności badania. Dzięki przedłużeniu pracy i uwzględnieniu przemian, jakie nastąpiły w tym czasie, możliwe jest szersze spojrzenie na problem uczestnictwa w kulturze przez pryzmat nowych mediów, ale także sztucznej inteligencji, co nie było zawarte w pierwotnym projekcie badawczym. Sprzyjającym warunkiem do pracy było także przeświadczenie opiekuna naukowego niniejszej dysertacji, że plan projektu badawczego podlega regularnym zmianom. Dzięki temu założeniu było możliwe analizowanie tych wątków, które pojawiły się podczas badania i okazały się cennym wkładem w dalszą analizę.

4.4. Wykorzystywane narzędzia AI w badaniu

W badaniu zostały wykorzystane narzędzia oparte o sztuczną inteligencję, tj. Research Rabbit i Chat GPT. W wykorzystywaniu tych programów kierowałam się własną etyką badawczą i zaleceniami zespołu Cyber Science ze Śląskiego Centrum Inżynierii Prawa, Technologii i Kompetencji Cyfrowych Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach. Wyżej wymienione programy służyły przeglądowi literatury, wyszukiwaniu odpowiednich fragmentów tekstu, tłumaczeniu na język polski czy technicznemu opracowaniu, tj. zachowaniu odpowiedniego stylu przypisów czy bibliografii. Wyniki, jakie dostarczała sztuczna inteligencja skrupulatnie weryfikowałam własnym wyszukaniem proponowanych tytułów. Pomocne okazało się także wyszukiwanie z pomocą AI fragmentów w tekście, co jednak nie oznaczało pominięcia lektury części książki czy niekiedy całego artykułu naukowego. Jednak informacja o tym, że w danej pozycji jest nawiązanie do treści, które są istotne na potrzeby niniejszego badania, dawała gwarancję, że z lektury zostaną zaczerpnięte cenne informacje. Tym, co uważam za wady korzystania z tego typu pomocy, jest nierzadko wprowadzanie w błąd użytkownika. Szczególnie Chat GPT wielokrotnie podawał informacje, które na etapie własnej weryfikacji okazywały się nieprawdziwe. To wynika z projektu i założeń tego systemu, którego celem nadrzędnym nie jest rzetelne opracowanie danych, a przekazanie ich w taki sposób, by użytkownik miał wrażenie o ich prawdziwości. Choć to narzędzie było używane z zamiarem efektywnej pracy, nierzadko nie tylko nie było pomocne, to generowało dodatkową pracę. Udział AI w niniejszej pracy

był planowany także przy tworzeniu infografik czy wykresów, które miały zobrazować tok rozumowania czy wyniki, natomiast w tym przypadku Chat GPT okazał się szczególnie nieudolny. Mimo wprowadzenia wszystkich informacji i danych, a także dokładny opis tego, co powinno się znaleźć na grafice, program nie tylko nie pokazał tego w sposób logiczny, ale także mało estetyczny. Określenie Chata GPT terminem sztucznej inteligencji jest niefortunne, ponieważ to narzędzie wielokrotnie wprowadza użytkownika w błąd, bądź, co jest bardziej niebezpieczne, przekazuje dane, które sam opracował w celu usatysfakcjonowania użytkownika swoimi odpowiedziami. Nauka opiera się na faktach, a tych nierzadko próżno szukać w rozmowie z tym botem. Warto jednak posiłkować się tego typu narzędziami polecając zadania typu projekt grafu czy redakcję przypisów i bibliografii.

Wyszukiwarka Research Rabbit to platforma umożliwiająca wyszukanie literatury naukowej, budowanie sieci kontaktów z innymi naukowcami. Różni się od platformy Research Gate, że posiada funkcję wizualizacji i mapowania treści, co jest pomocne w uporządkowaniu przyswajanych informacji. Należy jednak mieć na uwadze, że działa na zasadzie algorytmów rekomendujących, więc istnieje ryzyko, że użytkownik może mieć ograniczoną widoczność treści, które nie wpisują się w klucz kategoryzacyjny, jaki zbudował algorytm na podstawie historii wyszukiwań. W moim przekonaniu, to narzędzie działa najlepiej, gdy równolegle korzysta się z wyszukiwarki Research Gate czy Academia.eu.

Z doświadczenia używania sztucznej inteligencji w pracy naukowej wysuwam wniosek, że wciąż ta sfera nie jest odpowiednio uregulowana. Narzędzia AI są w powszechnym użytku w wielu dziedzinach życia, także na polu badawczym i naukowym, szczególnie w medycynie AI jest skuteczne i użyteczne. Na polu innych dziedzin jest to także możliwe, natomiast konieczna jest wiedza na temat działania dużych, zaawansowanych modeli językowych oraz kompetencje umożliwiające odpowiednie korzystanie z nich. Nadużywanie praw autorskich i AI w celach tworzenia treści pozostaje w moim mniemaniu kwestią bezdyskusyjną i leżącą w gestii etycznej badacza.

4.5. Kryteria doboru próby

Pierwotnym założeniem było badanie społeczności pracowników korporacji, czyli dużych oddziałów polskich lub zagranicznych biur, które skupiają kilkaset podwładnych i mają rozbudowaną strukturę hierarchiczną, a także jasną ścieżkę awansu. Projekt niniejszego badania od początku zakładał określoną problematykę badawczą i rodzaj grupy badanych, a idea była konsekwentnie realizowana. Jednak podczas analizy teoretycznej oraz równoległej obserwacji tego środowiska wyłonił się wniosek, że pracownicy biur niekorporacyjnych także mogą spełniać założone kryteria. W mniejszych przedsiębiorstwach również istnieje hierarchia pracownicza czy możliwość awansu. Przed wszystkim jednak, zatrudnieni w korporacji i w mniejszych biurach nie różnili się między sobą stopniem wykształcenia czy stylem życia. W obu przypadkach byli to pracownicy umysłowi, którzy wypełniali swoje obowiązki przy komputerze, pracowali na jedną, dzienną zmianę w domu, w biurze bądź hybrydowo. Podobieństwem była także kultura pracy, społeczne inicjatywy pracownicze, także kulturalne. Logika doboru próby opiera się zatem na wyznaczeniu grupy stopniowo, w trakcie procesu badawczego, na podstawie bieżących wniosków z analizy i obserwacji. Taki sposób doboru określany jest przez Uwe Flicka jako alternatywny³⁰⁶. Zważając na przedmiot badania oraz intencje związane z rekonstrukcją badania Zbigniewa Bokszańskiego, dobór próby miał charakter iteracyjny. Wraz ze zdobywaniem wiedzy na temat badanego środowiska, kategorie doboru zmieniały się w trakcie prowadzenia badania. Jednak pierwotne założenie o młodych pracownikach umysłowych nie zmieniło się. Do badania rekrutowani byli młodzi pracujący umysłowo, tzn. w wieku 19 - 35 lat. Demografia grupy także podlegała kilku zmianom i różniła się zdecydowanie od założeń projektu Bokszańskiego. Choć nazywanie osób po 30. roku życia *młodzieżą* może być kwestią dyskusyjną, to w sensie ich etapu życia zawodowego i niezależnej dorosłości w istocie mogą nią być. Wierne odwzorowanie kryteriów doboru próby młodych robotników, tj. pracujący poniżej 26. roku życia, w tym badaniu byłiby głównie pracującymi studentami, którzy mają zdecydowanie inny tryb pracy niż etatowcy, a także inny styl życia, a co za tym idzie uczestnictwo w kulturze. Poszerzenie granicy wiekowej miało także na względzie fakt, że obecnie później zaczyna się prawdziwie dorosłe życie, tj. stabilizacja wynikająca ze znalezienia odpowiedniej pracy, kwalifikacje czy niezależność finansowa i założenie rodziny. Rodzaj wykonywanego stanowiska, profil ukończonej szkoły, płeć czy pochodzenie nie znajdowały się w kryterium doboru.

³⁰⁶ Flick, U., *Projektowanie badania jakościowego. Niezbędnik badacza*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010, s. 56.

4.5.1. Klasa robotnicza młodych robotników w badaniu Zbigniewa Bokszańskiego

W badaniach Zbigniewa Bokszańskiego nad młodymi robotnikami respondentami byli pracownicy zakładów włókienniczych, odzieżowych, metalowych i papierniczych. Grupę badanych zasilali także pracownicy łączności i handlu. Dobór próby odbywał się na drodze przeglądu kartotek działów kadr oraz udostępnionych list uczestników w instytucjach kultury, tj. domy kultury. Do badania zakwalifikowano osoby w wieku 19–26 lat, zatrudnione na etatach pracowników fizycznych³⁰⁷. Według ówczesnych danych GUS, na które powołuje się autor, odsetek osób czynnych zawodowo wynosił wówczas 42,2%, a 49,3% ojców młodych robotników byli pracownikami fizycznymi³⁰⁸. Pokolenie to stanowiło więc nie tylko wyraz reprodukcji klasy robotniczej, lecz także odzwierciedlenie procesów ruchliwości społeczno-zawodowej. Jak zauważa Bokszański, znaczna część rodzin respondentów stosunkowo niedawno przeniosła się do miast, co oznaczało wciąż silne powiązanie klasy robotniczej ze środowiskiem wiejskim. Proces urbanizacji prowadził z jednej strony do przenikania miejskich wzorów kulturowych na wieś, z drugiej do komplikacji procesów integracyjnych wewnątrz samej klasy robotniczej³⁰⁹.

Klasa robotnicza w Polsce lat 70. była określana mianem „podwójnie młodej”: społecznie - ze względu na dynamiczny rozwój socjalistycznej industrializacji i urbanizacji oraz demograficznie, gdyż znaczną jej część stanowili robotnicy poniżej 30. roku życia³¹⁰ (s. 248). Ta „podwójna młodość” miała bezpośredni wpływ na uczestnictwo w kulturze, determinując charakter praktyk kulturalnych i aspiracji tej grupy. Szczególnie istotne było pokolenie młodych robotników pochodzących z wyżu demograficznego lat 50., które niosło ze sobą określone wzory kulturowe. Procesy ruchliwości kulturowej można zatem analizować przez pryzmat ciągłości i zmian wzorów uczestnictwa w kulturze³¹¹. Zbigniew Bokszański zaznaczył, że zjawiska awansu kulturalnego należy interpretować w perspektywie makrostruktur społecznych. Wartości kulturowe, style życia czy uczestnictwo w kulturze nie są jedynie jednostkowymi wyborami, lecz stanowią elementy procesów społecznych determinowanych położeniem klasowym. Zróżnicowanie dostępu do treści

³⁰⁷ Bokszański, Z., *Młodzi robotnicy a awans kulturalny*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1976 r., s. 105.

³⁰⁸ Bokszański, Z., *Młodzi robotnicy a awans kulturalny*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1976 r., s. 245.

³⁰⁹ Bokszański, Z., *Młodzi robotnicy a awans kulturalny*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1976 r., s. 246.

³¹⁰ Bokszański, Z., *Młodzi robotnicy a awans kulturalny*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1976 r., s. 248.

³¹¹ Bokszański, Z., *Młodzi robotnicy a awans kulturalny*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1976 r., s. 249.

kultury symbolicznej wynikało zatem z istnienia określonych struktur warstwowych³¹². Młodzi robotnicy żyli także w zupełnie odmiennej rzeczywistości. System socjalistyczny, na pozór dbający o egalitaryzm, utrzymywał nierówności symboliczne, związane z prestiżem i dostępem do dóbr kultury, a także różnice wynikające z pochodzenia społecznego. Szczególnie skomplikowana była równość o charakterze sytuacyjnym, na zasadzie równości partycypacji. Pozycja społeczna czy uczestnictwo dotyczą nie tylko wszystkich dziedzin życia, ale także rodzaju pracy, kultury, władzy³¹³. Z tych czynników wynikał także poziom zaangażowania w życie kulturalne. Ponadto, system socjalistyczny był także czasem rosnącej złożoności systemu oświaty, co również prowadziło do nowych zjawisk w sferze uczestnictwa w kulturze. Ówczesnie, system oświaty rozwijał się w ramach założeń realnego socjalizmu, łącząc cele edukacyjne z ideologicznymi i politycznymi. Edukacja została podporządkowana centralnemu planowaniu państwowemu, co oznaczało silną kontrolę nad strukturą szkolnictwa, treściami programowymi czy wychowaniem młodzieży³¹⁴. Szkoła miała kształtować tzw. „nowego człowieka”, lojalnego wobec państwa i wiernego ideałom socjalizmu. W duchu egalitaryzmu rozbudowywano sieć szkół, zwłaszcza na obszarach wiejskich, oraz rozszerzano dostęp do edukacji średniej i zawodowej, co miało wyrównywać szanse i umożliwiać awans społeczny. Szczególny nacisk kładziono na kształcenie zawodowe, ściśle powiązane z potrzebami gospodarki planowej³¹⁵.

Istotne znaczenie miał także proces urbanizacji, który zmieniał warunki uczestnictwa w kulturze i stopniowo zmniejszał rolę czynników ekonomicznych w obiegu i rozpowszechnianiu dóbr kultury³¹⁶. Założeniem tego procesu było równoczesne budowanie infrastruktury mieszkalnej wraz z zapleczem społecznym i kulturalnym. W obrębie typowych osiedli, także robotniczych, w okresie Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej znajdowały się szkoły, biblioteki czy domy kultury. Dzięki temu, instytucje kultury były bliżej mieszkańców, co przekładało się na poziom uczestnictwa³¹⁷.

W realiach Polski Ludowej młodzi robotnicy wchodzili na rynek pracy w warunkach gospodarki centralnie planowanej, co zasadniczo odróżniało ich sytuację od mechanizmów charakterystycznych dla gospodarki rynkowej. Zatrudnienie było wówczas traktowane jako element prawa socjalnego, a zarazem obowiązku wobec państwa, które gwarantowało pełne

³¹² Bokszański, Z., *Młodzi robotnicy a awans kulturalny*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1976 r., s. 251.

³¹³ Piasny, J., *Rozwój socjalistycznej koncepcji podziału i jej wpływ na egalitaryzację społeczeństwa*, Ruch prawniczy, ekonomiczny i socjologiczny, 42(1), 1980, s. 106 - 108.

³¹⁴ Cichosz, M., *Kształtowanie polskiego systemu oświaty (lata 1960–1973) w kontekście założeń realnego socjalizmu*, Polska Myśl Pedagogiczna 6, 2020, s.100.

³¹⁵ Cichosz, M., *Kształtowanie polskiego systemu oświaty (lata 1960–1973) w kontekście założeń realnego socjalizmu*, Polska Myśl Pedagogiczna 6, 2020, s. 107.

³¹⁶ Bokszański, Z., *Młodzi robotnicy a awans kulturalny*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1976 r., s. 252.

³¹⁷ Malinowski, E., *Architektura PRL: Dziedzictwo i Wpływ na Współczesne Budownictwo*, [online] dostęp: 20.08.2025 r.

wykorzystanie siły roboczej. Jednym z podstawowych mechanizmów była instytucja tzw. nakazów pracy, stosowana wobec absolwentów szkół zawodowych i technicznych. Otrzymywali oni skierowanie do zakładu przemysłowego zgodnego z wykształceniem, co miało zaspokajać potrzeby gospodarki planowej w zakresie kadrowym³¹⁸. System komunistyczny w Polsce przyniósł niektórym ulgę i wyzwolenie się z tradycyjnego układu klasowego, innych prowadził do pauperyzacji statusu społecznego. Idea bezklasowego społeczeństwa miała tworzyć atmosferę szans dla wszystkich, przy czym podstawową jednostką społeczną pozostawała rodzina³¹⁹. Równocześnie istotną rolę odgrywał kolektyw pracowniczy, który wyznaczał miejsce jednostki w hierarchii zawodowej i społecznej, realizując założenia humanizmu socjalistycznego. W socjalistycznym przedsiębiorstwie kładziono nacisk na braterstwo, wzajemną pomoc i wspólną odpowiedzialność, a działalność w ramach kolektywu oraz posłuszeństwo wobec jego norm były postrzegane jako gwarancja bezpieczeństwa i warunek awansu w aparacie biurokratycznym³²⁰. W tym systemie odwróciła się tradycyjna hierarchia społeczna. Preferowane było pochodzenie chłopskie lub robotnicze, co dodatkowo wzmacniano poprzez przynależność do partii, często będącą warunkiem awansu na stanowiska kierownicze. Z drugiej strony, osoby o niższych kwalifikacjach, wykształceniu i ograniczonych zasobach społecznych były bardziej podatne na podporządkowanie systemowi i brak krytyki wobec niego. Dlatego projektowano dla części społeczeństwa komfortowe warunki pracy i zapewniano różnego rodzaju benefity, także w formie dostępu do kultury³²¹. Warto również podkreślić historyczny kontekst. Po traumatycznych doświadczeniach II wojny światowej każda zmiana społeczno-polityczna mogła być postrzegana jako bezpieczna, a początkowy okres socjalizmu wiązał się z poczuciem odzyskanej wolności. W miarę upływu czasu narastał jednak bunt wobec systemu. Doświadczenie ponad półwiecza obowiązywania ustroju komunistycznego rozpowszechniło w społeczeństwie poczucie bezsensu jednostkowego wysiłku, wykształcenia i niezależności myśli, stawiając na centralny plan i kolektyw³²².

³¹⁸ Instytut Pamięci Narodowej, [\[online\]](#)] dostęp: 20.08.2025 r.

³¹⁹ Biernacka, M., *Człowiek korporacji. Od normatywizmu do afirmacji własnego Ja*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa, 2009, s. 185.

³²⁰ Biernacka, M., *Człowiek korporacji. Od normatywizmu do afirmacji własnego Ja*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa, 2009, s. 186.

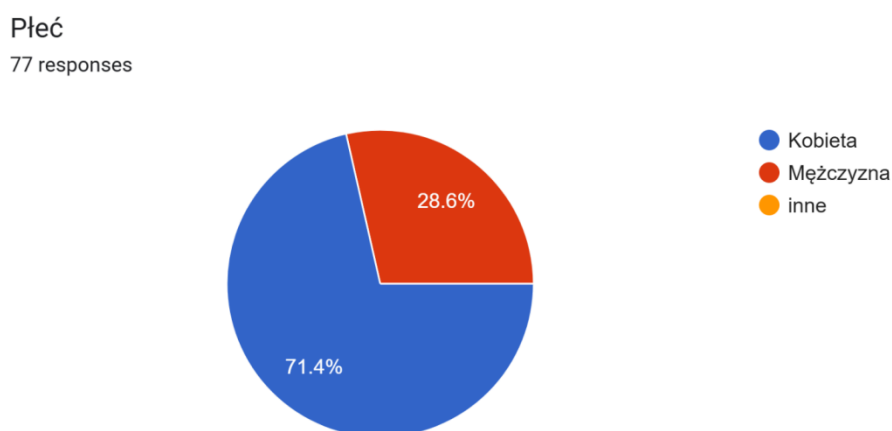
³²¹ Biernacka, M., *Człowiek korporacji. Od normatywizmu do afirmacji własnego Ja*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa, 2009, s. 188.

³²² Biernacka, M., *Człowiek korporacji. Od normatywizmu do afirmacji własnego Ja*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa, 2009, s. 188.

4.5.2. Charakterystyka grupy młodych pracowników umysłowych niniejszego badania

Grupę młodych pracowników w Polsce można scharakteryzować jako osoby zatrudnione przede wszystkim w sektorze usług opartych na wiedzy, w tym w korporacjach o zróżnicowanym profilu, w dużych przedsiębiorstwach, agencjach oraz start-upach. Większość z nich pracuje w dużych miastach, w organizacjach liczących powyżej stu pracowników. Są to osoby wykształcone, wykonujące pracę umysłową, posiadające kilkuletnie doświadczenie zawodowe. Większą część badanych stanowiły kobiety.

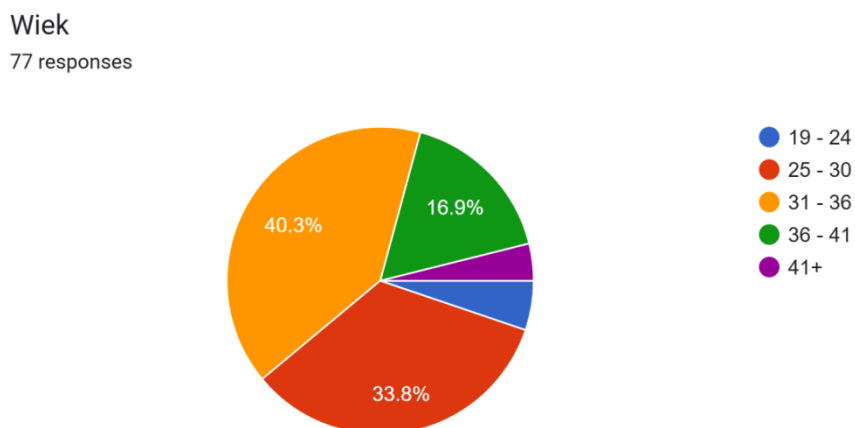
Rys. 11 Płeć respondentów



Źródło: badania własne

Mimo, że 40,3% badanych stanowiły osoby głównie w wieku 30 - 35 lat, a 33,8% reprezentowało grupę 25 - 30 lat, w dużej były to młode małżeństwa, najczęściej bezdzietne. Zbigniew Bokszański kwestię posiadania dzieci poruszył jako możliwą przyczynę mniejszej aktywności kulturalnej. W przypadku niniejszego badania również wzięłam pod uwagę ten czynnik, nie jest jednak relewantny.

Rys. 12 wiek respondentów



Źródło: badania własne

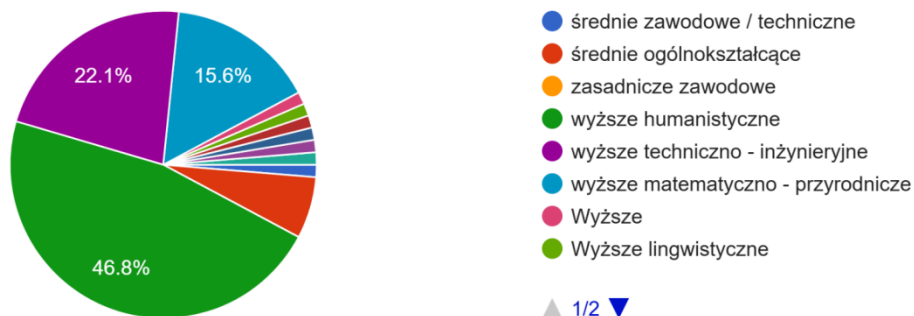
Wspólną cechą tej grupy jest mobilność - niemal wszyscy pochodzą z mniejszych miejscowości, jednak na etapie edukacji wyższej przeprowadzili się do większych miast i tam pozostali. Żadne z nich nie deklaruje chęci powrotu do miasta rodzinnego. Migracja ta wiązała się również ze zmianą stylu uczestnictwa w kulturze: dostęp do jej dóbr w dużych aglomeracjach jest szerszy, a sposób korzystania z nich różni się od doświadczeń dzieciństwa.

Pokolenie to urodziło się w latach dziewięćdziesiątych, co oznacza, że dzieciństwo spędzili jeszcze w realiach świata analogowego, pozbawionego powszechnego dostępu do internetu. Nie są zatem cyfrowymi tubylcami, lecz mimo to znakomicie odnajdują się w świecie cyfrowym, wykorzystując media społecznościowe i narzędzia online zarówno do celów zawodowych, jak i prywatnych. Ich aktywność w sieci jest codzienna, wszyscy posiadają konta w mediach społecznościowych i regularnie z nich korzystają. Ważnym kontekstem formacyjnym jest fakt, że dorastali w systemie demokratycznym po 1989 roku. Edukacja wyższa stanowiła dla nich naturalny wybór, wspierany przeświadczeniem rodziców, że studia są niezbędnym warunkiem godnego życia. Sami również nie rozważali alternatywnej ścieżki edukacyjnej. Zdecydowana większość badanych ma wykształcenie wyższe o zróżnicowanym profilu:

Rys. 13. Wykształcenie respondentów.

Wykształcenie

77 responses



Źródło: badanie własne

Poszukiwanie pracy przez respondentów odbywało się głównie w oparciu o internetowe portale rekrutacyjne, platformy społecznościowe takie jak LinkedIn oraz sieci kontaktów osobistych i zawodowych, co wskazuje na znaczenie zarówno formalnych, jak i nieformalnych kanałów rekrutacyjnych. Choć ich dzieciństwo upływało w przestrzeni osiedli powstałych w okresie socjalistycznym, edukacja i wychowanie miały charakter apolityczny. Dostęp do instytucji kultury i placówek edukacyjnych był relatywnie bliski, a uczestnictwo w nich zależało przede wszystkim od inicjatywy rodziców. Znają oni jeszcze formy rekreacji organizowane w ramach zakładów pracy rodziców, takie jak kolonie czy obozy wakacyjne, jednak nie identyfikują się z tradycją kolektywów zawodowych.

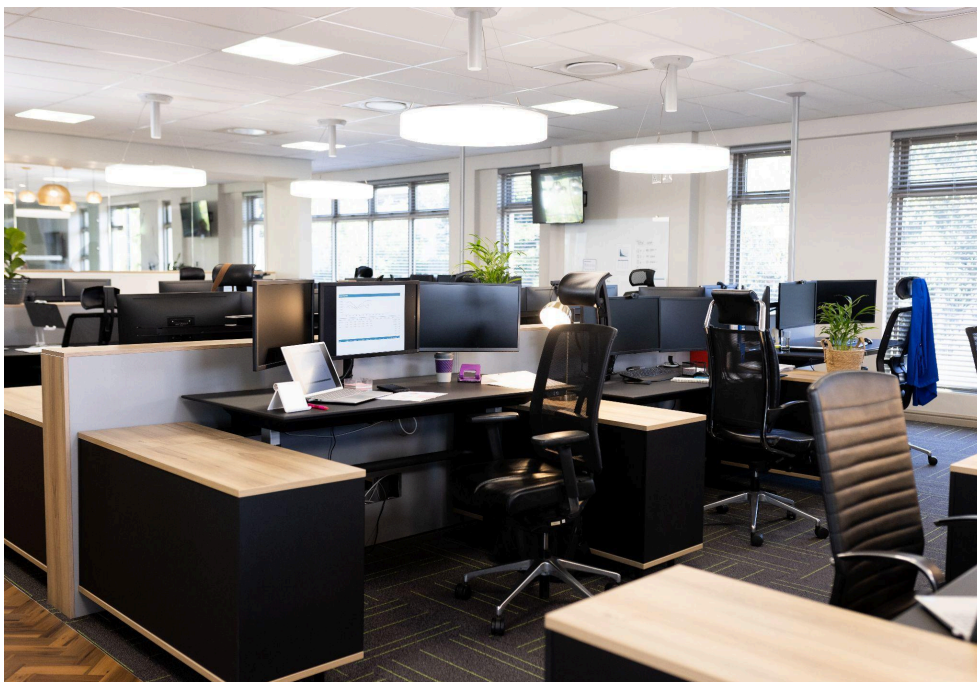
4.5.2.1. Charakterystyka środowiska pracy

Obserwacje, jakie poczyniłam od początku badania, były spisywane regularnie i dostarczyły szerokiego obrazu środowiska pracy badanych. Współczesne środowisko pracy w sektorze pracowników umysłowych, zarówno w dużych korporacjach, jak i mniejszych biurach czy startupach, ulega dynamicznym przemianom pod wpływem globalizacji, rozwoju technologicznego, a także zmieniających się oczekiwań pracowników.

W dużych przestrzeniach biurowych korporacji, pracownicy dzielą ją z innymi, mając do swojej dyspozycji biurko i służbowy komputer. Mimo tej fizycznej bliskości częstym przypadkiem jest ograniczona współpraca, niekiedy nawet przynależność do innych zespołów, realizując odmienne zadania i cele. Podział na zespoły jest to

charakterystycznym model pracy współczesnych biur. Jednak codzienna kooperacja odbywa się raczej w wymiarze międzynarodowym, z zespołami rozlokowanymi w różnych krajach, co sprawia, że dominującym językiem komunikacji staje się angielski. Spotkania zespołów mają w zdecydowanej większości charakter wirtualny.

Rys. 14. Zdjęcie poglądowe biura korporacji



tw. *open space* biura korporacji, zdjęcie poglądowe, źródło: Adobe Stock

Struktura organizacyjna w korporacjach jest niezwykle złożona i trudna do określenia przez pracowników. Podczas obserwacji udało mi się ustalić jedynie jaka jest kultura organizacyjna wewnątrz zespołu i do kogo się raportuje wyniki. Nie jest to jednak rzecz zaskakująca, ponieważ między badanym pracownikiem a zarządem przedsiębiorstwa jest pięć lub więcej poziomów w hierarchii. Jako, że korporacje są często siecią globalną, zatrudniającą dziesiątki tysięcy pracowników, wynikają z tego następujące konsekwencje. Zatrudnieni deklarują wysoki poziom stresu i frustracji wynikający z presji przełożonego czy częstych i dynamicznych zmian w zakresie obowiązków. Okazuje się, że im bardziej złożona struktura pracownicza, tym wyższy poziom frustracji wśród podwładnych. W takim środowisku panuje także bardzo niskie poczucie odpowiedzialności za działalność przedsiębiorstwa ze względu na nikłe sprawstwo. Niezadowolony pracownik na szczeblu specjalisty ma prawo zgłosić swoje uwagi na temat np. organizacji pracy, jednak prawdopodobieństwo ich rozpatrzenia przez radę zarządczą jest małe. To wynika z wielości stopni, przez które zgłoszenie musi przejść. Kolejnym powodem dla tego stanu rzeczy jest rozmieszczenie oddziałów na całym świecie, co oznacza większą anonimowość.

Rys. 15. Ogólna struktura pracownicza korporacji



Opracowanie własne na podstawie obserwacji środowiska pracy badanych

Mniejsze, krajowe biura również przyjmują strukturę hierarchiczną, z jasno określonym podziałem zadań i odpowiedzialności. Zaczyna się na poziomie zespołów, wewnątrz których pracują specjaliści, o odpowiednim stażu, są to kolejno: junior, regular, senior, expert. Przełożonym specjalistów jest team leader, który kontroluje i raportuje pracę zespołu osobie na stanowisku manager of department. Z kolei menadżerowie odpowiadają przed head of department, a ten współpracuje z CEO (Chief Executive Officer), czyli szefem.

Rys. 16. Struktura pracownicza biura



Opracowanie własne na podstawie obserwacji środowiska pracy badanych

W startupach częściej występuje struktura płaska, cechująca się elastycznym podziałem obowiązków i większą autonomią jednostki. Wyżej w hierarchii są jedynie założyciele, udziałowcy.

Współczesna kultura pracy polega także na regularnej ewaluacji zarówno zespołów jak i indywidualnych pracowników. W korporacjach efektywność pracy oceniana jest na podstawie wskaźników typu KPI (*Key Performance Indicators*). Szczególną rolę pełnią w organizacji zorientowanej na wyniki, ponieważ dostarczają informacji na temat efektów prac, ale także samych pracowników. Między innymi, przybliżają jakość ich pracy, spełnione cele etc. Na podstawie tego miernika wyznacza się wysokość premii i podwyżek. Wskaźnik KPI jest także pomocnym narzędziem dla zarządu, który na jego podstawie może podjąć szybkie i trafne decyzje, określić i zaplanować działania biznesowe³²³.

W korporacjach, ewaluacja odbywa się raz do roku i polega na mierzeniu wyników całych zespołów i jak to przekłada się na obrót finansowy firmy, a także na ocenie jakości pracy zatrudnionych. Zazwyczaj, po tych rozmowach ustalana jest wysokość podwyżki i premii, która jednak jest zależna od wyżej wymienionych czynników. Według zebranych

³²³ Zelga, K., *Key Performance Indicator as a type of performance measurement. Analysis of a chosen enterprise*, Acta universitatis nicolai copernici, Zarządzanie, 45(1), 2018, s. 128.

informacji podczas obserwacji środowiska pracy w mniejszym biurze, wskaźnik KPI częściej wykorzystuje się do mierzenia efektów wypełnionych zadań zespołów. W celu ewaluacji pracowniczey, najczęściej kwartalnie analizuje się dwa obszary określane jako: *objectives* i *key results*, czyli spełnione cele oraz określanie drogi do osiągnięcia kolejnych. Oprócz tego, okresowo pracownicy podlegają *performance review*, czyli ocenie wyników pracy. Odbywa się to najczęściej w indywidualnych rozmowach (w biurowym żargonie: *one on one*), podczas których pracownicy nie tylko otrzymują informację zwrotną na temat swoich działań, ale także sugestie obszarów do poprawy lub nagrody w postaci podwyżek lub premii.

Model pracy zdalnej czy hybrydowej od czasu wybuchu pandemii COVID-19 stał się standardem zarówno w biurach korporacyjnych czy agencyjnych i innych. W związku z tym, spotkania pracowników w biurze mają charakter okazjonalny, a komunikowanie online jest regularną praktyką. Proces rekrutacyjny do biur także nierzadko przybiera formę wirtualną, szczególnie na pierwszych etapach. Jest to system złożony, wielostopniowy i wymaga wysokich kwalifikacji działu kadr, by wyłonić odpowiedniego kandydata wśród dużej ilości zgłoszeń. Mimo ogromu ofert pracy, jest także niewspółmierna liczba kandydatów na stanowisko. Z tego względu procesy rekrutacyjne automatyzują się, zwłaszcza na podczas wstępnego przesiewu aplikacji. Coraz częściej do pracy przyjmuje się na podstawie doświadczenia, umiejętności praktycznych i kompetencji miękkich aniżeli na podstawie profilu wykształcenia. Obecnie można zaobserwować wysoką mobilność zawodową, co potwierdzają dane raportu LiveCareer: zmianę stanowiska przynajmniej raz w życiu deklaruje 84% Polaków, a 69% badanych przynajmniej raz zmieniło branżę lub zawód. Na ten krok częściej decydują się badani o wyższym wykształceniu (70%) aniżeli zawodowym (64%). Z raportu wynika także, że większość tej grupy pracowników, którzy zmienili pracę choć raz, nie decyduje się podpisać umowy nie częściej niż co pięć lat (58%). Natomiast 22% respondentów nowego szefa poznaje średnio co trzy do pięciu lat, a jedynie 12% tej grupy zmienia pracę raz na 1 - 2 lata. Za wysoką mobilność odpowiadają głównie młodszy pracownicy (do 25. roku życia). Powodem zmiany pracy jest przede wszystkim wyższe wynagrodzenie, atmosfera w biurze, jego lokalizacja czy formalne warunki zatrudnienia³²⁴.

Środowisko pracowników umysłowych posiada charakterystyczną kulturę komunikacji. Używają narzędzi wirtualnych, takich jak wewnętrzne czaty, na których piszą typowym biurowym żargonem. Częste zapożyczenia z angielszczyzny, czy nazwy stanowisk w tym języku, często niezrozumiałe dla osób funkcjonującym poza tym środowiskiem, wynikają z braku granic czasowych czy geograficznych, co pozwala skupiać pracowników z najdalszych części świata w jednym biurze. To, na co nie skarżą się pracownicy umysłowi, to wysokość wynagrodzenia pozwalająca na komfort finansowy, w tym wyżej opisane regularne premie i podwyżki, a także ciągle ich zapotrzebowanie. Natomiast rozwój technologiczny, zwłaszcza rozwój sztucznej inteligencji wymusza przekwalifikowanie

³²⁴ LiveCareer, *Zmiana pracy oczami Polaków. Badanie 2024*, [online.] dostęp: 20.08.2025 r.

się i nieustającą naukę oraz podwyższanie swoich kompetencji. To jednak dotyczy wielu sektorów rynku pracy na całym świecie. Współczesne środowisko pracy oferuje różne formy wsparcia i integracji. Korporacje i przedsiębiorstwa zapewniają benefity w postaci prywatnej opieki zdrowotnej, konsultacji psychologicznych czy dostęp do obiektów sportowych. Ponadto organizowane są bankiety i imprezy firmowe, zwykle raz lub kilka razy do roku. Uczestnictwo w kulturze pracownicy traktują jednak w sposób indywidualny - wyjścia do kina czy inne aktywności kulturalne mają charakter oddolnych inicjatyw w grupach pracowniczych i nie stanowią formalnego elementu polityki korporacyjnej.

4.5.3. Młodzi robotnicy a młodzi pracownicy biurowi. Uzasadnienie analogii z uwzględnieniem różnic

Na tle przemian społeczno-politycznych lat 70. XX wieku w Polsce klasa robotnicza stanowiła centralny punkt odniesienia dla władzy, zarówno w wymiarze gospodarczym, jak i ideologicznym. Ówczesny system socjalistyczny premiował pochodzenie chłopskie i robotnicze, co wynikało z odwrócenia hierarchii społecznej i świadomej polityki państwa, które faworyzowało tę grupę jako fundament budowy nowego ustroju³²⁵. Awans społeczny i zawodowy był silnie powiązany z przynależnością partyjną, a projektowane warunki pracy, w tym dostęp do szeregu świadczeń, miały zapewniać poczucie stabilizacji oraz lojalności wobec systemu. Jak wskazuje Maja Biernacka, im niższe były kwalifikacje i zasób świadomości jednostki, tym większe prawdopodobieństwo jej podporządkowania i akceptacji zasad funkcjonowania socjalistycznej gospodarki: “pochodzenie chłopskie czy robotnicze było preferowane i umacniane zresztą przez przynależność do partii, co często było wymogiem w drodze do awansu na stanowiska kierownicze. Im mniejsze kwalifikacje, wykształcenie, biedniejsze pochodzenie, świadomości etc. tym większe prawdopodobieństwo zniewolenia i braku krytyki panującego ówczesnie systemu. Dlatego też projektowano komfortowe warunki pracy i “benefity” dla tej części społeczeństwa”³²⁶. Centralny plan i kolektywna organizacja życia społecznego zniechęcały do indywidualnego wysiłku, a kultura pracy opierała się na wspólnocie, której istotą była kolektywna tożsamość. Po II wojnie światowej taka organizacja życia społecznego była odbierana przez część obywateli jako forma bezpieczeństwa i odbudowy, choć z czasem zaczęły narastać napięcia i bunt wobec systemu. Współczesna grupa młodych pracowników umysłowych funkcjonuje w zupełnie odmiennym kontekście społeczno-ekonomicznym. Dzisiejsi pracownicy biur, korporacji, agencji czy start-upów dysponują wysokimi kwalifikacjami i wyższym wykształceniem, a ich praca ma charakter umysłowy, wykonywana jest w komfortowych warunkach, często w modelu hybrydowym bądź zdalnym. Choć nie pełnią roli społecznej elity, podobnie jak w latach 70. robotnicy, cieszą się względną

³²⁵ Biernacka, M., *Człowiek korporacji. Od normatywizmu do afirmacji własnego Ja*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa, 2009, s. 185.

³²⁶ Biernacka, M., *Człowiek korporacji. Od normatywizmu do afirmacji własnego Ja*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa, 2009, s. 188.

uprzywilejowaną pozycją dzięki stabilności zatrudnienia i systemowi benefitów, jakie oferują przedsiębiorstwa, tj. prywatnej opiece medycznej, dodatkowym ubezpieczeniem, dostępowi do obiektów sportowych czy programom wsparcia psychologicznego. Mechanizm ten może być interpretowany jako współczesny odpowiednik opiekuńczej roli państwa wobec klasy robotniczej w okresie PRL. Sfera motywacji zawodowych także rozpatrywania analogii między tymi dwoma grupami badanych. Zarówno dla robotników w latach 70., jak i dla dzisiejszych pracowników umysłowych ważnym aspektem jest wzrost wynagrodzenia, a niekoniecznie awans w hierarchii organizacyjnej³²⁷. Badania prowadzone w czasach PRL wykazywały, że mimo krytycznego nastawienia do niektórych aspektów funkcjonowania zakładów pracy, robotnicy często deklarowali zadowolenie z sytuacji zawodowej³²⁸. Podobny mechanizm widoczny jest współcześnie: pracownicy biur mają swoje zastrzeżenia wobec kultury organizacyjnej korporacji, jednak mobilność zawodowa odbywa się głównie w obrębie tego samego rynku pracy, co wskazuje na względną akceptację systemu. Natomiast, to, co cenią sobie dzisiejsi pracownicy, nawet kosztem niższej wypłaty mało stresująca i koleżeńska atmosfera w pracy, elastyczne godziny pracy czy stabilizacja i poczucie bezpieczeństwa zawodowego³²⁹. Istnieją jednak wyraźne różnice między ówczesną i dzisiejszą grupą badanych. W latach 70. państwo pełniło dominującą rolę w organizowaniu czasu wolnego robotników. Zakłady pracy zapewniały m.in. wczasy, wycieczki zagraniczne do krajów bloku socjalistycznego czy uczestnictwo w życiu kulturalnym poprzez świetlice, domy kultury, biblioteki zakładowe czy imprezy integracyjne³³⁰. Często było to jedyną możliwością na wyjazd czy organizację czasu po pracy. Wspólne uczestnictwo w kulturze miało charakter kolektywny i było elementem systemu kontroli społecznej. Współcześnie natomiast pracownicy biur i korporacji organizują czas wolny samodzielnie, a uczestnictwo w kulturze ma charakter indywidualny i zróżnicowany. Wyjazdy urlopowe są samodzielnie planowane i często znacznie bardziej ekskluzywne niż te oferowane w PRL, a integracja firmowa ogranicza się zazwyczaj do corocznych bankietów czy spotkań zespołowych. Kolejnym punktem różnicującym jest obecność przestrzeni cyfrowej. Młodzi pracownicy urodzeni w latach 90., choć dzieciństwo spędzili w świecie analogowym, dziś swobodnie poruszają się w środowisku cyfrowym, a media społecznościowe stanowią dla nich codzienne narzędzie komunikacji i pracy. Tym samym, ich uczestnictwo w kulturze, życiu społecznym i zawodowym ma charakter zindywidualizowany, oparty na algorytmach i globalnej wymianie treści. W przeciwieństwie do kolektywnej organizacji życia społecznego w PRL, współczesny model pracy i uczestnictwa w kulturze kształtowany jest przez logikę neoliberalnego indywidualizmu oraz globalnej gospodarki korporacyjnej.

Zmiana systemu politycznego po 1989 roku doprowadziła do głębokiej transformacji norm

³²⁷ Refleksje respondentów zebrane podczas realizacji wywiadów swobodnych w niniejszym badaniu

³²⁸ Doktor, K., *Przedsiębiorstwo przemysłowe. Studium socjologiczne Zakładów Przemysłu Metalowego "H. Cegielski"*, wyd. Książka i Wiedza, Warszawa, 1964, s. 74.

³²⁹ Maj, M., *Nie wynagrodzenie i nie benefity. Co najbardziej cenią sobie polscy pracownicy?*, Akademia ESG, [online] dostęp: 22.08.2025 r.

³³⁰ Archiwum Państwowe w Piotrkowie Trybunalskim, [online] dostęp: 22.08.2025 r.

społecznych. Praca przestała być gwarantowanym elementem życia, a stała się wartością pożądaną, wymagającą ciągłej autoweryfikacji i rywalizacji na rynku pracy. O ile w okresie socjalizmu kolektyw i przynależność partyjna stanowiły warunki awansu, o tyle współcześnie kluczowe znaczenie mają indywidualne kompetencje, kapitał edukacyjny i chęć samorealizacji. Kodem kulturowym stało się „własne Ja”, a wolność, demokracja oraz szerokie możliwości edukacyjne stworzyły warunki do indywidualnych strategii kariery³³¹. Natomiast przełom lat 2000–2010 przyniósł istotną zmianę kulturową. Polska, integrując się z globalnym rynkiem gospodarczym i wchodząc do Unii Europejskiej w 2004 roku, stała się częścią przestrzeni, w której wartości neoliberalne, tj. konkurencyjność, mobilność, indywidualna przedsiębiorczość zyskały status norm kulturowych. W systemie socjalistycznym to kolektyw i wspólnota stanowiły kulturę pracy, a w warunkach globalizacji i neoliberalizmu aspiracje jednostki i jej chęć samorealizacji jest determinantą aktywności zawodowej. Większa autonomia pracownika uwidacznia się także podczas wypełniania obowiązków zawodowych, co daje możliwość elastycznego zatrudnienia, niestety równolegle niesie mniejszą stabilność warunków pracy czy stałości zatrudnienia. Indywidualizacja pracy wpływa także na postrzeganie jej jako źródła samorealizacji, ale też jako źródła niepewności. Pracownicy muszą bardziej samodzielnie zadbać o swoją karierę, o rozwój kompetencji, o sieć kontaktów, adaptację do technologii i zmieniających się narzędzi pracy. Ciągła presja na podwyższanie kompetencji czy adaptowanie się do dynamicznych zmian czy pracy w warunkach stresujących to tylko niektóre z obaw współczesnego pracownika³³². Podobieństwem pomiędzy dwiema grupami badanych - młodymi robotnikami lat 70. XX wieku oraz współczesnymi pracownikami umysłowymi, jest fakt funkcjonowania w ramach hierarchicznej struktury zawodowej, którą można określić mianem kultury organizacyjnej. Obie kategorie pracowników stanowią ogniwo zespołu podporządkowanego osobie zarządzającej. W realiach Polski Ludowej, rolę tę pełnił brygadzysta lub kierownik zmiany, natomiast współcześnie kontrolę nad pracą sprawuje team leader bądź menedżer. Zasadnicza różnica polega jednak na tym, iż dzisiejsza hierarchia ma znacznie bardziej złożony charakter niż struktury w ówczesnych fabrykach czy zakładach przemysłowych. Co więcej, współczesny system korporacyjny jest często międzynarodowy. Oznacza to, że osoby sprawujące funkcje kierownicze mogą znajdować się w zupełnie innym miejscu i zarządzać zespołem w sposób zdalny, co jest rezultatem globalizacji i rozwoju technologii komunikacyjnych. Kolejnym obszarem porównania jest kwestia awansu zawodowego oraz ścieżki kariery. Zarówno w przeszłości, jak i dziś, istnieje jasno określona hierarchia, w której pracownicy mogą piąć się w górę. W latach 70. awans wiązał się jednak w dużej mierze z przynależnością partyjną lub z uzyskaniem specyficznych, często trudno dostępnych kwalifikacji zawodowych. Współczesna droga awansu jest w większym stopniu powiązana z indywidualną pracą

³³¹ Biernacka, M., *Człowiek korporacji. Od normatywizmu do afirmacji własnego Ja*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa, 2009, s. 42.

³³² Orczyk, J., *Indywidualizacja i elastyczność. Nowa cywilizacja pracy?*, *Polityka Społeczna*, 44, 8(521), 2017, s. 3-9.

jednostki oraz z możliwością uzupełniania wiedzy korzystając z szerokiej oferty kursów czy szkoleń. Dzisiejszy system wspiera więc samodzielny rozwój, a inwestowanie w kompetencje stanowi warunek konieczny, aby w perspektywie zdobywać wyższe stanowiska w strukturze organizacyjnej. Analogiczność można dostrzec również w momencie wejścia w życie zawodowe. W okresie socjalizmu szkoły zawodowe pełniły funkcję bezpośredniego przygotowania do wykonywania konkretnego zawodu, a na absolwentów stanowiska związane z ich wykształceniem. Współcześnie, rolę tę przejęły wyższe uczelnie, a naturalnym krokiem po zakończeniu studiów staje się poszukiwanie zatrudnienia w sektorze biurowym, przede wszystkim w korporacjach i firmach usługowych, których oferty pracy stanowią znaczną część na rynku pracy. Tego typu miejsca pracy oferują często staże dla studentów, w ramach przygotowania zawodowego, stąd też wynika popularność wyboru tej pracy. To sprawia, że ścieżka przejścia od edukacji do pracy jest stosunkowo przewidywalna. Zarówno robotnicy lat 70., jak i współcześni pracownicy biur, stanowią grupy młode zarówno w sensie demograficznym, jak i społecznym. Na określenie tego zjawiska Zbigniew Bokszański użył pojęcia „podwójnej młodości”³³³. Pracownicy są w młodym wieku, a także tworzą nową kategorię społeczną, której specyfika kształtuje się wraz z nimi. Z kolei różnice są widoczne już na poziomie wykształcenia. Robotnicy tamtego okresu najczęściej legitymowali się wykształceniem zasadniczym zawodowym, które było bezpośrednio związane z wykonywanym zawodem. System edukacyjny miał wówczas charakter pragmatyczny - szkoła zawodowa przygotowywała młodych ludzi do konkretnej pracy, zapewniając im jednocześnie zatrudnienie w zakładach przemysłowych. Współcześni pracownicy biurowi posiadają z reguły wykształcenie wyższe, choć należy podkreślić, że profil wykształcenia nie zawsze ma bezpośredni związek z późniejszym wykonywanym zawodem. Często wybór kierunku studiów motywowany jest zainteresowaniami osobistymi, pasją bądź prestiżem. W tym sensie różnica między obiema grupami jest zasadnicza, ponieważ robotnicy kształcili w kierunku wykonywanego zawodu, a współczesna klasa pracowników umysłowych traktuje edukację niekoniecznie jako realizowanie zawodowych celów. Zróżnicowany jest również styl życia obu grup, wynikający zarówno z odmiennych realiów ustrojowych, jak i warunków gospodarczych. Robotnicy w Polsce Ludowej funkcjonowali w systemie, w którym mieszkania często były przydzielane przez zakład pracy lub spółdzielnię, a ich możliwości konsumpcyjne były ograniczone przez reglamentację towarów i sztywne struktury społeczne. Współcześni pracownicy biurowi sami decydują o miejscu zamieszkania, kupują lub wynajmują mieszkania na wolnym rynku. Ich czas i miejsce pracy także są bardziej elastyczne, ponieważ mogą korzystać z hybrydowych form zatrudnienia. W odróżnieniu od nich, młodzi robotnicy podporządkowani byli systemowi zmianowemu w fabrykach, co wyznaczało rytm dnia i ograniczało swobodę w kształtowaniu stylu życia.

³³³ Bokszański, Z., *Młodzi robotnicy a awans kulturalny*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa, 1976, s. 248.

Obecny brak kolektywu zawodowego i wspólnotowego uczestnictwa w kulturze to kolejny aspekt różnicujący obie grupy. Współcześni pracownicy umysłowi doświadczają kultury w sposób indywidualny, a uczestnictwo w niej nie jest już związane z zakładem pracy, lecz z własnymi zainteresowaniami czy stylem życia. Kultura stała się domeną prywatnej inicjatywy, wyborem jednostki, a nie obowiązkiem grupowym czy elementem polityki zakładowej.

Jedną z najbardziej znaczących różnic jest obecność przestrzeni cyfrowej, która redefiniuje sposoby uczestnictwa w kulturze i w życiu społecznym. Współczesny pracownik egzystuje równolegle w świecie realnym i cyfrowym, korzystając z mediów społecznościowych, platform streamingowych i narzędzi pracy online. Algorytmy, które kształtują widoczność treści w internecie, mogą w znaczącym stopniu wpływać na jego wybory konsumpcyjne, światopoglądowe i kulturowe. Młody robotnik nie miał takich możliwości. Jego uczestnictwo w kulturze ograniczało się do oferty instytucji kulturalnych i czasu, który mógł przeznaczyć na aktywność pozazawodową. Dziś dostęp do kultury jest niemal nieograniczony, a decyzja o uczestnictwie sprowadza się głównie do indywidualnego wyboru i preferencji. Istotną różnicą jest także kwestia odtwarzalności struktury społecznej. W okresie socjalizmu młodzi robotnicy wykazywali dużą ciągłość klasową. Najczęściej pracowali w obrębie tej samej warstwy społecznej, z której pochodzili, a system gospodarki planowej utrzymywał tę powtarzalność. Współcześni pracownicy biurowi funkcjonują w warunkach odmiennego modelu społecznego. Często nie powielają zawodu ani pozycji swoich rodziców, lecz osiągają niekiedy wyższy status społeczny dzięki wykształceniu i nowym możliwościom awansu zawodowego. Ich ścieżki kariery są bardziej zindywidualizowane, a mobilność społeczna, zarówno geograficzna, jak i zawodowa, jest znacznie większa niż w przypadku młodych robotników sprzed pięciu dekad.

Podsumowanie

Rozdział poświęcony założeniom metodologicznym badań i społeczno-demograficznej charakterystyce badanej społeczności wyznacza ramy analityczne niniejszej dysertacji. Punktem odniesienia jest klasyczne studium Zbigniewa Boksańskiego *Młodzi robotnicy a awans kulturalny* z 1976 roku, którego rekonstrukcja stanowi główny cel badawczy. Współczesne ujęcie problematyki wymaga jednak uwzględnienia szeregu nowych czynników: transformacji ustrojowej, globalizacji, rewolucji cyfrowej, logiki algorytmów oraz zmienionego rynku pracy. Te elementy w sposób zasadniczy kształtują uczestnictwo w kulturze i procesy ruchliwości społecznej. Podjęta analiza nie ogranicza się wyłącznie do odtworzenia pierwotnej klasyfikacji, lecz poszerza ją o pytanie o relacje między awansem społeczno-zawodowym a awansem kulturowym jednostek. O ile poprawa pozycji ekonomicznej i prestiżu zawodowego sprzyja poszerzaniu kompetencji kulturowych, o tyle zależność ta nie jest jednoznaczna i wymaga empirycznej weryfikacji. Kluczowym

problemem badawczym staje się więc ustalenie, czy awans zawodowy stanowi realny czynnik sprzyjający awansowi kulturowemu, czy też ogranicza się do powierzchownych przejawów ruchliwości. W tym celu, badanie odwołuje się do współczesnych środowisk pracy, tj. korporacji i biur, jako odpowiednika ówczesnych grup młodych robotników. Analogia ta ma charakter daleko idący, choć obie kategorie badanych funkcjonują w strukturach hierarchicznych, są grupami o “podwójnej młodości” - młodymi w sensie demograficznym i społecznym, a ich motywacje zawodowe koncentrują się wokół stabilizacji ekonomicznej. Istotne różnice wynikają jednak z odmiennego kontekstu społeczno-gospodarczego, przede wszystkim z obecności przestrzeni cyfrowej, która redefiniuje zarówno praktyki zawodowe, jak i uczestnictwo w kulturze.

Metodologicznie projekt łączy podejście jakościowe i ilościowe, obejmując wywiady pogłębione, obserwację, analizę danych zastanych oraz ankietę internetową. Triangulacja metod pozwala uchwycić wielowymiarowość badanych procesów i uwzględnić dynamikę zjawisk związanych z platformizacją kultury, indywidualizacją ścieżek kariery oraz transformacją wzorców uczestnictwa. Tak zakreślone badanie nie tylko podejmuje rekonstrukcję studium sprzed pięciu dekad, lecz także dostarcza materiału do refleksji nad współczesną kondycją młodych pracowników umysłowych. Analiza ich praktyk kulturowych i zawodowych pozwoli ukazać, w jakim stopniu w nowych warunkach społecznych, gospodarczych i cyfrowych powtarzają się, a w jakim przeobrażają mechanizmy integracji społecznej, awansu i ruchliwości kulturowej.

Rozdział V Od kapitału kulturowego do kapitału cyfrowego: przemiany relacji między awansem społecznym, zawodowym i kulturalnym

6.1. Redefinicja pojęcia awansu społecznego

W niniejszej części pracy skoncentruję się na sposobach, w jakie respondenci definiują pojęcie awansu społecznego, a także na problematyce klasyfikacji jednostek, które można określić mianem awansujących kulturalnie. Zagadnienie to okazuje się szczególnie złożone, ponieważ proces awansu kulturowego nie daje się łatwo uchwycić w prostych kategoriach socjologicznych. Służące tej analizie pytania badawcze kształtują się następująco:

P1: Czy awans społeczny / zawodowy pozostaje w relacji z awansem kulturowym?

P2: Jakie są wskaźniki awansu społecznego?

P3: Czy praca w korporacji jest wyznacznikiem pozycji społecznej oraz awansu społecznego?

P4: Czy awans zawodowy ma wpływ na awans kulturalny?

Posiłkowałam się w tym zakresie schematem opracowany przez Zbigniewa Bokszańskiego, który w swojej analizie posłużył się tabelarycznym ujęciem awansu społecznego i kulturowego.. Ze względu jednak na zmieniające się realia społeczne, kulturowe i, przede wszystkim, technologiczne byłam zmuszona do jego modyfikacji. Ostatecznie przyjęta przeze mnie wersja zestawienia przybrała następującą postać:

Tab. 3. Punktowanie awansu kulturalnego młodych pracowników umysłowych

	analogowe	cyfrowe
wyszukiwanie samodzielne	x*	
algorytmy rekomendacyjne		

*w odniesieniu do badań Zbigniewa Bokszańskiego, awans kulturalny przebiega na linii samodzielnego wyszukiwania informacji o wydarzeniu bądź pozycji (muzyka, literatura) i fizyczny udział w nim (bądź analogowa forma odbioru).

Analiza poszczególnych odpowiedzi uzyskanych w ramach ankiety internetowej, prowadzona pod kątem odbioru treści kulturowych oraz sposobu docierania do nich, z

rozróżnieniem na formy analogowe i cyfrowe, pozwala na sformułowanie kilku istotnych wniosków. Po pierwsze, w zdecydowanej większości przypadków to właśnie algorytmy rekomendacyjne pełniły kluczową rolę w procesie selekcji i prezentacji treści, zarówno tych dostępnych w przestrzeni cyfrowej (np. platformy streamingowe), jak i tych związanych z uczestnictwem w kulturze w wymiarze analogowym (np. propozycje wydarzeń czy seansów).

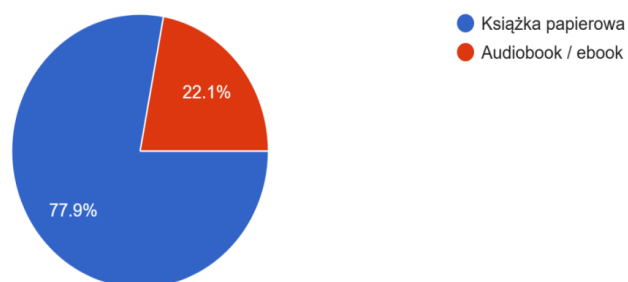
W celu pogłębienia analizy każdemu respondentowi przypisano punkty odpowiadające sposobowi dotarcia do treści oraz charakterowi samych treści. Taki zabieg miał umożliwić jednoznaczne rozstrzygnięcie, czy badane osoby preferują wyłącznie wydarzenia kulturalne (np. spektakle, wystawy) czy też inne formy uczestnictwa, takie jak seanse filmowe. Wyniki nie pozwoliły jednak na uzyskanie klarownej odpowiedzi. Badani rzadko ograniczali się do jednej kategorii w obrębie form analogowych. Co istotne, w badanej próbie nie odnotowano ani jednej osoby, która korzystałaby wyłącznie z treści cyfrowych, rezygnując całkowicie z uczestnictwa w wydarzeniach tradycyjnych. Świadczy to o tym, że przestrzeń cyfrowa nie zastępuje rzeczywistości analogowej, lecz raczej tworzy wobec niej równoległe uniwersum, silnie oddziałujące na sposoby uczestnictwa w kulturze i kształtujące praktyki odbiorcze współczesnych odbiorców. Poniżej prezentowane są wykresy pokazujące preferencje badanych w kontekście form odbioru treści kulturalnych. W tej części badania, respondenci zostali zmierzeni z następującym pytaniem:

W tej części poproszę o zaznaczenie jaką formę treści preferujesz, czyli którą z nich wybrałabyś/wybrałbyś chętniej. Nie chodzi tu bynajmniej o częstotliwość wyboru.

Następnie, zaznaczali odpowiednio czy wolą analogowe formy czy cyfrowe w kategorii książka, film i prasa.

Rys. 17. Preferowana forma odbioru - książka

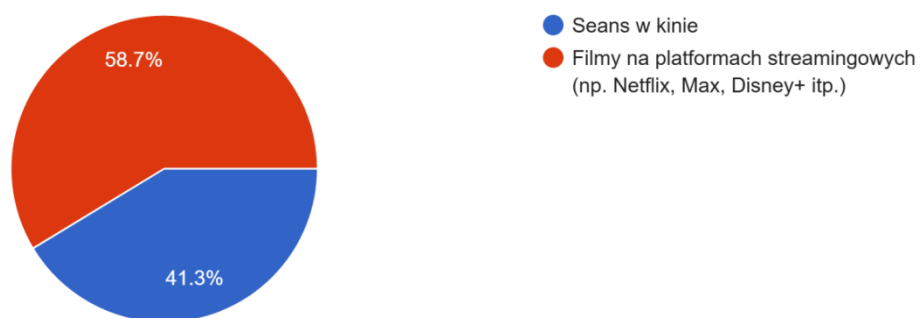
Zaznacz proszę którą formę preferujesz (możesz zaznaczyć jedną odpowiedź lub żadną):
77 responses



Źródło: opracowanie własne

Rys. 18. Preferowana forma odbioru - film

Zaznacz proszę którą formę preferujesz (możesz zaznaczyć jedną odpowiedź lub żadną):
75 responses

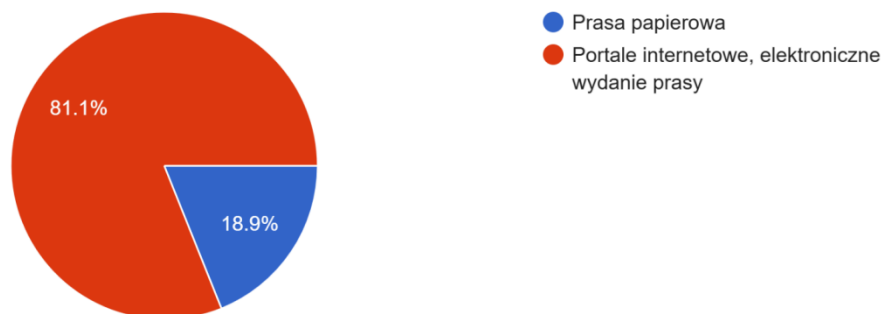


Źródło: opracowanie własne

Rys. 19. Preferowana forma odbioru - prasa

Zaznacz proszę którą formę preferujesz (możesz zaznaczyć jedną odpowiedź lub żadną):

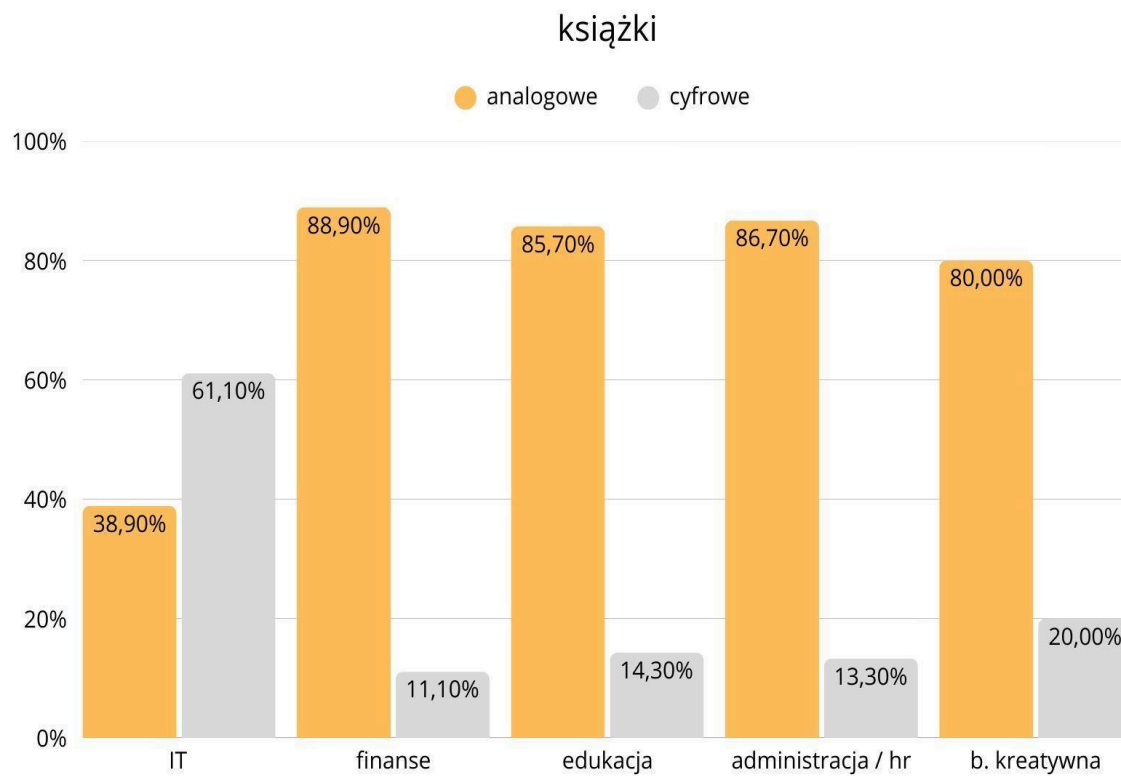
74 responses



Źródło: opracowanie własne

Książka papierowa wciąż wydaje się atrakcyjniejsza od czytnika ebooków, na co wskazało prawie 78% badanych. Jednak na pozór popularna forma rozrywki, jaką jest wyjście do kina, została wyparta przez platformy streamingowe. Ponad połowa, 58,7% badanych woli oglądać filmy bądź seriale z poziomu własnej kanapy. Przepowiadany upadek prasy tradycyjnej mógłby ziścić się w niniejszym badaniu. Tylko 18,9% woli szelest gazety od przeglądania portali internetowych. Oznacza to, że dostęp do internetu może bardzo zmienić formy uczestnictwa w kulturze, także sprawiając, że platformy cyfrowe mogą spełnić dużo potrzeb kulturalnych. Świadczy o tym choćby przewaga platform streamingowych nad kinem. Jednak pracownicy umysłowi, tudzież biurowi to nie jest jednolita grupa. Jest przede wszystkim zróżnicowana ze względu na rodzaj branży czy wykonywanego stanowiska. W badaniu wyłoniło się pięć kategorii pracowników, których przypisałam na podstawie wpisanej przez nich nazwy stanowiska. Mianowicie, najliczniejszą grupą okazali się pracownicy reprezentujący dział finansów, następnie IT, administracja / HR, branża kreatywna i najmniej liczna, edukacja. Poniższy wykres ponownie pokazuje preferencje form odbioru z podziałem na analogowe i cyfrowe, tym razem z wyodrębnieniem branż.

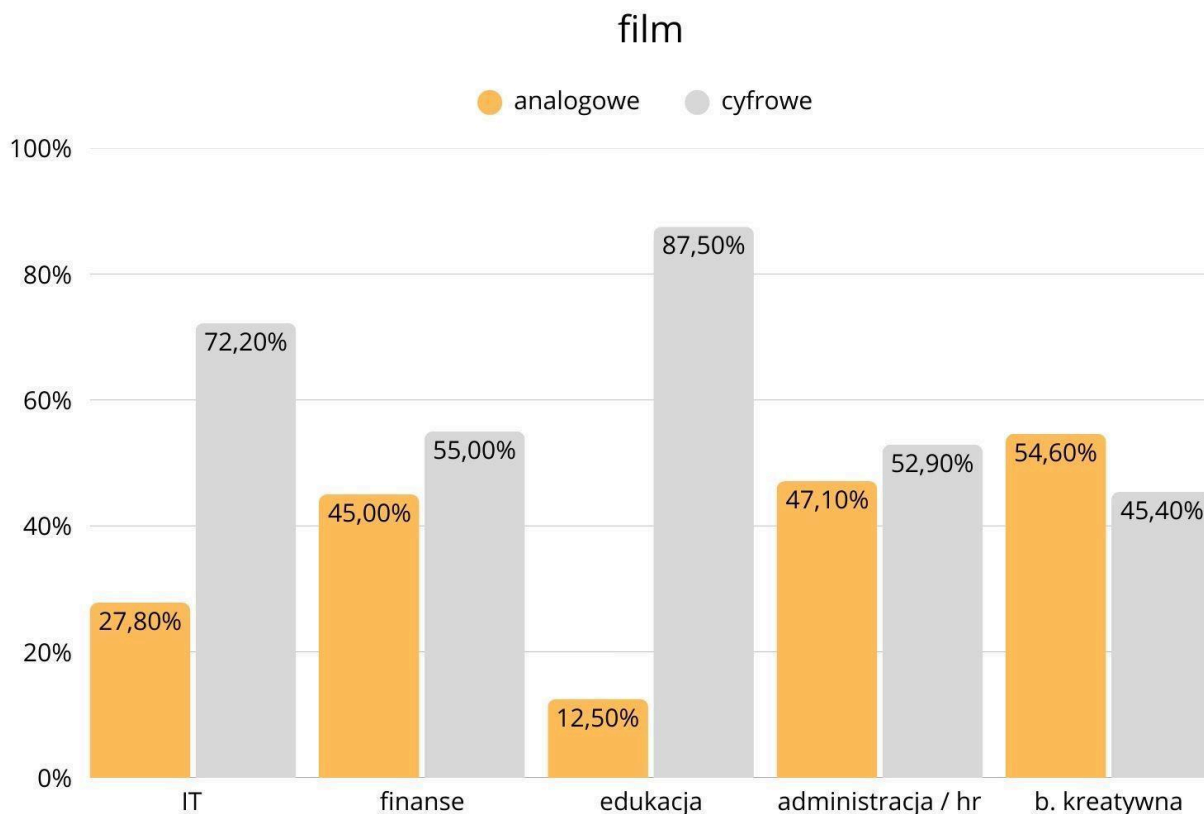
Rys. 20. Preferencje form odbioru z podziałem na branże – książki



Źródło: opracowanie własne

Choć zamiłowanie do historii pisanych na papierze zadeklarowała zdecydowana większość badanych, okazuje się, że przedstawiciele branży IT, kim byli programiści, software deweloperzy, czy analityk danych odznaczyli się preferencją cyfrowego wydania książki.

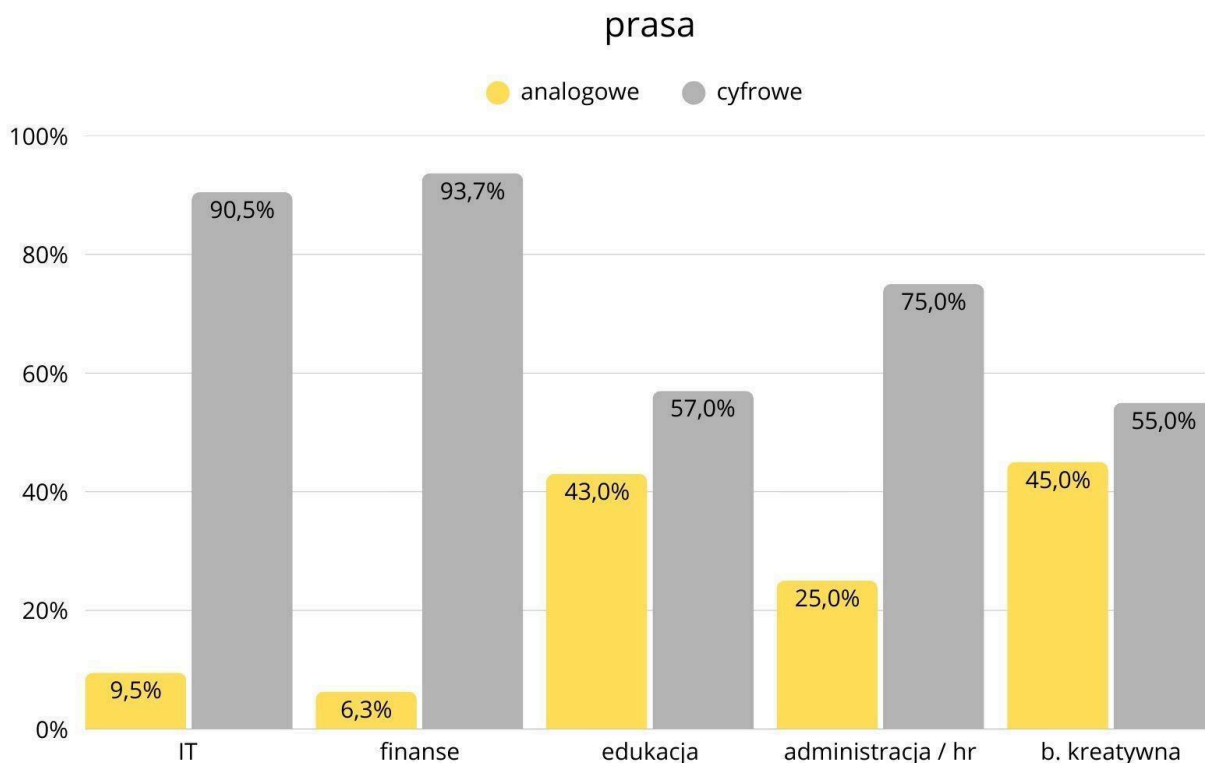
Rys. 21. Preferencje form odbioru z podziałem na branże - film.



Źródło: opracowanie własne

Także w kategorii film, mimo większości głosów ogółu na korzyść platform streamingowych, branżą, która wyłamała się w tym zestawieniu są pracownicy kreatywni, tj. projektant graficzny, redaktor, korektor. 54,6% z nich zadeklarowało analogową formę, w tym przypadku oznacza to tradycyjny odbiór filmu, w kinie.

Rys. 22. Preferencje form odbioru z podziałem na branże - prasa.



Źródło: opracowanie własne

Prasa papierowa nie znalazła swoich miłośników w żadnej z grup pracowniczych, natomiast znalazła się duża liczba pracowników w edukacji (43%) oraz w branży kreatywnej (45%), która opowiada się za prasą tradycyjną.

Analiza materiału empirycznego prowadzi do jeszcze jednego wniosku, a mianowicie do stwierdzenia, iż współczesną kulturę niezwykle trudno jest jednoznacznie sklasyfikować. W dyskursie społecznym nadal obecne jest pojęcie kultury wysokiej, które tradycyjnie obejmuje takie formy uczestnictwa jak opera czy teatr. Uczestnictwo w tego rodzaju wydarzeniach wiąże się z koniecznością posiadania określonych kompetencji interpretacyjnych, kapitału kulturowego, a także wrażliwości estetycznej. Z drugiej strony, obok kultury wysokiej funkcjonuje niezwykle szeroki i zróżnicowany obszar kultury popularnej, której ramy trudno precyzyjnie wyznaczyć. W jej obrębie odnaleźć można zarówno treści o dużej wartości symbolicznej i artystycznej, tj. filmy czy literatura popularnonaukowa, ale także dzieła nastawione na masową konsumpcję, często o uproszczone i mało wyrafinowane. Kultura popularna w istocie łączy w sobie elementy różnych porządków, od form symbolicznych i refleksyjnych po treści czysto rozrywkowe,

co dodatkowo komplikuje próby jednoznacznej klasyfikacji. W odpowiedziach respondentów także wyłania się ta wątpliwość.

W wywiadach, na pytanie **Jak rozumiesz pojęcie awansu? Czy potrafisz opisać, czym dla Ciebie jest awans społeczny, zawodowy i kulturalny? Czy te formy awansu się ze sobą w jakiś sposób łączą? Czy Twoim zdaniem mogą być związane z uczestnictwem w kulturze?** - respondenci wyrażali małe zmieszanie, potrzebowali chwili, by uporządkować myśli. Okazało się, że pytanie początkowo sprawiło trudność, ponieważ awans społeczny czy kulturalny były pojęciami dawno nie słyszanyymi. Jednak po krótkim namyśle, odpowiedzi okazały się konkretne i przytoczę parę z nich, które reprezentowały pewien tok myślenia.

Kobieta, 28 lat, branża finansowa, pracownik korporacji:

Dla mnie awans społeczny to zajmowanie jakiś wyższych pozycji, takiego prestiżu, tego, że ludzie rozpoznają osobę po jego czynach. To też awans zawodowy, np. na menagera. A branie udziału w wydarzeniach kulturalnych, np. w spektaklu teatralnym to też wyraz pozycji albo chęci przynależenia.

Awans społeczny zatem może być osiąganym bez względu na zajmowane stanowisko, natomiast awans zawodowy świadczy zarazem o pozycji społecznej. Kultura w tym procesie pełni zatem pewnego rodzaju narzędzie do wspinania się po drabinie społecznej.

Kobieta, 32 lata, branża administracyjna, pracownik biurowy:

Zdecydowanie rozróżniłabym awans społeczny a zawodowy. Zmienia się bardzo prestiż zawodów, pojawiają się też nowe stanowiska, które ciężko jeszcze jakkolwiek określić. Awans społeczny to chyba wynik też pochodzenia, jakiś zasobów i raczej zdobywa się go już z jakiejś pozycji. Kultura zdecydowanie w tym wszystkim pomaga, niektórzy mogą aspirować do pewnych stanowisk pokazując się na danych wydarzeniach. Myślę o kulturze wysokiej jako trochę snobistycznej... to znaczy, że jest wykorzystywana do celów snobistycznych, jak fasada.

W tym przypadku awans społeczny i zawodowy jest rozdzielany. To, na co wskazuje respondentka to zmiana prestiżu zawodów, ale także nowe, które jeszcze w świadomości społecznej nie zostały sklasyfikowane. Może to wynikać z szeroko rozbudowanych struktur zawodowych korporacyjnych, których stanowiska są często określane w języku angielskim i żargonem branżowym. Zatem nazwa stanowiska może być trudna do zrozumienia. Co więcej, obecnie zdobycie wykształcenia

wyższego jest ścieżką powszechną i wiążącą się z wysiłkiem, jaki należy włożyć w zdobycie wiedzy. Czy istnieje zatem dziś kategoria zawodów prestiżowych?

Mężczyzna, 32 lata, branża IT, pracownik korporacji:

Awans to postrzeganie przez innych, uznanie społeczne... myślę, że zawodowy ze społecznym mocno się wiąże... np. lekarze czy prawnicy są uznawani za prestiżowe zawody i cieszą się też szacunkiem społecznym... natomiast uważam, że z kulturą to nie ma nic wspólnego. Prawnik może oglądać same seriale na Netflixie nigdy nie będąc w teatrze... Tak myślę sobie, że na pewno z kulturą osobistą to nie ma nic wspólnego.

Kolejna wypowiedź z kolei rozdziela uczestnictwo w kulturze ze zdobywaniem awansu społecznego i zawodowego. Respondent zauważa, że korzystanie z platform streamingowych nie jest oznaką niższego statusu społecznego, a jako dobro powszechne, które nie zna podziałów. Wykształcenie czy pełniony zawód nie wpływa na częstotliwość korzystania z tego typu cyfrowych nośników kultury. Wskazują na to także wyniki ilościowe niniejszego badania, które zostaną przedstawione w dalszej części tego podrozdziału.

Kobieta, 25 lat, branża finansowa, pracownik korporacji:

Awans zawodowy to wyższe stanowisko, większa odpowiedzialność. A awans społeczny jest szerszy, chodzi o to, jak jesteś postrzegany w społeczeństwie. To może oznaczać, że dzięki lepszej pracy i zarobkom możesz sobie pozwolić na życie w innym standardzie, przebywasz w innym towarzystwie, ale to nie zawsze idzie w parze z awansem zawodowym... chociaż wyższa pensja i prestiż pracy mogą zmieniać Twoją pozycję w społeczeństwie. (...) Uczestnictwo w kulturze może nawet wyznaczać awans. Zauważyłam to szczególnie w dużych miastach, też tam, gdzie pracuję, że znajomość pewnych miejsc, ale też takie obycie świadczy o pozycji w społeczeństwie.

Ta definicja awansu zawodowego otwiera kolejny jego aspekt. Jak respondenci zgodnie zauważają, że awans społeczny i zawodowy często zachodzą niezależnie, to jednak istnieje jeszcze czynnik finansowy. Wśród badanych wyłoniła się pewna grupa, która oprócz prestiżu, mocno akcentowała zarobki jako czynnik awansu społecznego oraz to, że możliwe jest uczestnictwo w kulturze.

Kobieta, 33 lata, branża kreatywna, pracownik start-upu:

W moim środowisku raczej nie używa się tych pojęć - awans społeczny czy zawodowy. To w ogóle nie jest ważne, bo mamy taką atmosferę równości, razem pracujemy na sukces firmy. Nie określamy też formalnie awansu, raczej są to nagrody za wyniki, podwyżki, wspólne

świętowanie sukcesów. (...) A awans społeczny to raczej kwestia tego, w jakim otoczeniu funkcjonują, ale to nie jest tak pewne jak awans zawodowy i nie ma takich sztywnych reguł tego awansu. Myślę, że to funkcjonuje w jakiejś podświadomości ludzi. Kulturę traktuję nie tylko jako rozrywkę czy poszerzanie horyzontów, to też część mojej pracy. Uczestnicząc w różnych wydarzeniach reprezentuję też firmę i poszerzam sieci kontaktów.

Biura typu start-up mają charakterystyczną kulturę pracy a struktura zawodowa jest mniej formalna aniżeli w korporacji. W powyższej wypowiedzi duch pracownika start-upowego przekłada się na jego postrzeganie o awansie w sensie ogólnym. Pojęcie awansu w tym środowisku przestało istnieć, na co intuicja socjologiczna wskazuje korelację pomiędzy postrzeganiem awansu a miejscem wykonywanej pracy. Rzecz jasna, może to być przedmiot odrębnego badania oraz szerszej próby badanych. Niemniej, w niniejszym badaniu, zauważyłam, że odpowiedzi różnią się ze względu na miejsce pracy. Stąd także kodowanie wypowiedzi względem tego wskaźnika.

P1: Czy awans społeczny / zawodowy pozostaje w relacji z awansem kulturowym?

Wyniki tej części badania wskazują na trudności w jednoznacznej klasyfikacji badanych w kategoriach awansu kulturalnego, co wynika z dominującej roli cyfrowych form uczestnictwa w kulturze. Preferencje odbiorców jednoznacznie przesuwają się w stronę treści cyfrowych, choć zauważalne są różnice w zależności od wykonywanego zawodu. Przedstawiciele branży IT jako jedyni deklarują wybór cyfrowych książek, podczas gdy osoby związane z branżą kreatywną częściej wybierają kino, a zarówno branża edukacyjna, jak i kreatywna wykazują przywiązanie do prasy papierowej.

Analiza wywiadów pogłębionych ukazuje złożoność samego pojęcia awansu, a także trudność w uchwyceniu roli uczestnictwa w kulturze w tym procesie. Z perspektywy społecznej awans może być osiąganym niezależnie od zajmowanego stanowiska, jednak awans zawodowy staje się równocześnie wyznacznikiem pozycji społecznej. Kultura pełni w tym kontekście funkcję narzędzia umożliwiającego wspinanie się po drabinie społecznej. Jednocześnie obserwuje się proces zmiany prestiżu poszczególnych zawodów, a także pojawianie się nowych profesji, które nie zostały jeszcze jednoznacznie sklasyfikowane w świadomości społecznej. Zjawisko to może wynikać z rozbudowanych struktur korporacyjnych, w których stanowiska są często definiowane przy użyciu języka angielskiego i specjalistycznego żargonu branżowego. Co istotne, korzystanie z platform streamingowych nie jest postrzegane jako wyznacznik niższego statusu społecznego, lecz jako dobro powszechne, niezależne od podziałów społecznych. Częstotliwość sięgania po cyfrowe nośniki kultury nie koreluje ani z poziomem wykształcenia, ani z wykonywanym zawodem. W badanej grupie ujawniła się jednak część respondentów, którzy oprócz prestiżu wskazywali również wysokość zarobków jako istotny czynnik awansu społecznego, podkreślając jednocześnie znaczenie możliwości uczestnictwa w kulturze. W środowisku start-upowym natomiast pojęcie awansu traci na znaczeniu, co może świadczyć

o ścisłej zależności między sposobem postrzegania awansu a specyfiką miejsca pracy. W odpowiedzi na postawione pytania badawcze, zależność między awansem społecznym i zawodowym a kulturowym pozostaje niejednoznaczna. Uczestnictwo w kulturze w coraz większym stopniu przyjmuje formę cyfrową, co utrudnia powiązanie awansu społecznego czy zawodowego z awansem kulturowym. Według spostrzeżeń grupy badanej, awans społeczny może być osiągnięty niezależnie od pozycji zawodowej i nie wymaga bezpośredniego zakorzenienia w określonych praktykach kulturalnych. Kultura pełni często jednak rolę narzędzia wspomagającego budowanie pozycji społecznej.

P2: Jakie są wskaźniki awansu społecznego?

Za kluczowe wskaźniki awansu społecznego respondenci uznali działalność społeczną, znajomość pewnych kodów kulturowych, pochodzenie, a także prestiż zawodowy czy wysokość zarobków. Istotną rolę pełni również możliwość uczestnictwa w kulturze, choć w ujęciu cyfrowym przestaje być wyznacznikiem statusu społecznego, gdyż dostęp do treści cyfrowych i platform streamingowych ma charakter egalitarny. Kultura może być narzędziem służącym do osiągnięcia awansu czy podtrzymania pozycji społecznej.

P3: Czy praca w korporacji jest wyznacznikiem pozycji społecznej oraz awansu społecznego?

Badani wskazali również, że praca w korporacji wpływa na sposób postrzegania awansu społecznego, ale nie zawsze wprost determinuje jego osiągnięcie. Rozbudowane struktury zawodowe oraz specjalistyczny język korporacyjny tworzą nowe kategorie stanowisk, które nie zawsze zostały jeszcze sklasyfikowane w świadomości społecznej. Sama obecność w środowisku korporacyjnym nie gwarantuje więc awansu, lecz raczej redefiniuje rozumienie prestiżu i pozycji zawodowej. Co więcej, miejsce wykonywania pracy może wpływać na postrzeganie awansu w kategoriach hierarchii społecznej. Jako, że w korporacji struktura zawodowa jest sformalizowana i sztywna, może mieć to przełożenie na postrzeganie awansu społecznego. Świadczą o tym wypowiedzi pracowników mniejszych biur, tj. Start-upów, którzy wykazywali mniejsze przywiązanie do terminu awansu, zarówno społecznego, jak i zawodowego.

P4: Czy awans zawodowy ma wpływ na awans kulturalny?

Zależność między awansem zawodowym a kulturalnym pozostaje ograniczona. Preferencje kulturalne badanych różnią się w zależności od branży (np. IT wybiera książki cyfrowe, branża kreatywna kino, a edukacyjna prasę papierową), jednak sam awans zawodowy nie przekłada się automatycznie na intensyfikację uczestnictwa w kulturze. W większym stopniu determinuje on pozycję społeczną i poczucie prestiżu niż bezpośrednio praktyki kulturalne.

Tym samym, potwierdza się pierwsza hipoteza: **Uczestnictwo w kulturze nie jest związane z usytuowaniem w strukturze społeczno-zawodowej.** Korzystanie z dóbr kultury, zwłaszcza w formie cyfrowej, ma charakter powszechny i nie zależy ani od wykształcenia, ani od wykonywanego zawodu. Platformy streamingowe czy treści cyfrowe są dostępne niezależnie od pozycji społecznej, co sprawia, że uczestnictwo w kulturze traci funkcję tradycyjnego wyznacznika miejsca w strukturze społeczno-zawodowej. Różnice obserwowane w preferencjach (np. IT - książki cyfrowe, kreatywni - kino, edukacja - prasa papierowa) mają charakter branżowy, a nie hierarchiczny.

6.2. Uczestnictwo w kulturze a tworzenie wspólnoty myślowej - warunki i kryteria

W projekcie badawczym zostały także postawione pytania o tworzenie wspólnot wokół zainteresowań kulturalnych:

- Czy zainteresowanie kulturalne i uczestnictwo w kulturze współtworzą więzi społeczne i podobne style życia?
- Jakie są kryteria tworzenia wspólnot myślenia i orientacji na wartości w środowiskach badanej młodzieży i jak wpływa to na ich style życia?
- Czy uczestnictwo w kulturze buduje wspólnotę myślenia i orientacji na wartości?

Podczas realizacji badania, znacząco rozwinęły się algorytmy, także platformy społecznościowe opierają się na rozwiązaniach sztucznej inteligencji. Premiera Chatu GPT także okazała się pomyślna dla firmy Open AI i ten model językowy stał się powszechnie używanym narzędziem. W związku z tym, powyższe pytania nabrały nowego znaczenia. Analiza teoretyczna w poprzednich rozdziałach tej dysertacji także wskazuje na to, że tworzenie wspólnot w sieci jest iluzoryczne, a prawdziwe relacje są zakłócanie przez rozwiązania AI służące głównie celom konsumenckim. Pytania są także próbą rekonstrukcji badania Zbigniewa Bokszańskiego. Ówczesnie, zważywszy na ustrój polityczny, kulturę pracy, styl życia i możliwości w dostępie do kultury wspólnoty myślenia, zorientowane na kulturę miały prawo bytu. Obecnie, w wyniku wielu zmian społeczno-politycznych i przede wszystkim rozwoju technologicznego, warunki na stworzenie wspólnoty nie są już tak sprzyjające. Podczas prowadzenia wywiadów swobodnych, wszyscy respondenci odpowiedzieli przecząco jakoby należeli do grupy, której relacje oparte są na zainteresowaniach kulturowych. Nie utożsamiają się także z żadną wspólnotą w przestrzeni cyfrowej. Po pogłębieniu tego pytania, w istocie dzielą swoje zainteresowania z najbliższym otoczeniem, uczestniczą także w różnego rodzaju wydarzeniach, natomiast nie towarzyszy temu poczucie wspólnoty. Wciąż uczestnictwo w kulturze pozostaje kwestią indywidualną. Jednak po kolejnej próbie pogłębienia pytania, czy środowisko zawodowe ma wpływ na zainteresowania i poziom uczestniczenia kulturalnego, okazuje się, że biuro jest dla badanych często polem do dyskusji na temat kultury.

Kobieta, 28 lat, branża finansowa, pracownik korporacji:

Tak, praca ma wpływ na moje uczestnictwo. Osoby, z którymi pracuję, często dzielą się ze mną doświadczeniami czy informacjami o różnych wydarzeniach. Czasem nawet razem gdzieś wychodzimy.

Mężczyzna, 32 lata, branża IT, pracownik korporacji:

Rzeczywiście czasem rozmawiamy o kulturze, ale to nie tak, że wpływa to na moje zainteresowania. Czasem dowiem się np. o jakiejś wystawie, ale finalnie sam rozpatruję czy warto się tam wybrać. (...) W biurze raz na jakiś czas są organizowane inicjatywy, oddolne, ale w celu integracji, a nie obcowania z kulturą.

Kobieta, 32 lata, branża administracyjna / HR, pracownik start-upu:

Nie, to w zupełności indywidualna sprawa. Praca po prostu daje mi wynagrodzenie, dzięki czemu mogę uczestniczyć w kulturze.

Środowisko pracy to może być przestrzeń do dzielenia się wiedzą i zainteresowaniami, natomiast respondenci nie wykazali, że tworzą w ten sposób wspólnotę. Potencjalnie może przyczyniać się do kształtowania więzi o charakterze wspólnotowym w założeniu codziennego kontaktu, możliwości nieformalnych rozmów. W takie warunki mogą sprzyjać powstawaniu mikrospołeczności, w których uczestnicy dzielą się nie tylko kompetencjami zawodowymi, lecz także praktykami kulturalnymi czy pasjami. Jednakże uzyskane wyniki badań pokazują, że w przypadku respondentów ten potencjał nie został zrealizowany. O ile zauważalne jest dzielenie się wiedzą w wymiarze funkcjonalnym (np. w kontekście wykonywania obowiązków zawodowych), o tyle brak jest oznak, by prowadziło to do budowania trwałej wspólnoty opartej na wspólnych zainteresowaniach czy uczestnictwie w kulturze. Można to interpretować jako efekt indywidualizacji praktyk kulturalnych. Jedną odpowiedź jednak różni się od pozostałych i wskazuje tym samym na znaczenie miejsca pracy:

Mężczyzna, 33 lata, branża marketingu, pracownik agencji kreatywnej:

Moje zainteresowania związane są z pracą. Wybieram często takie filmy, które mnie w jakiś sposób inspirują do pracy. Dostaje też dużo poleceń od współpracowników. W zasadzie to mamy grupki na Slacku³³⁴, jak np. "Filmy", "gotowanie", "kino francuskie"... i tam ludzie wymieniają się jakimiś recenzjami, ciekawostkami itd. Ja do nich nie należę, bo nie mam na

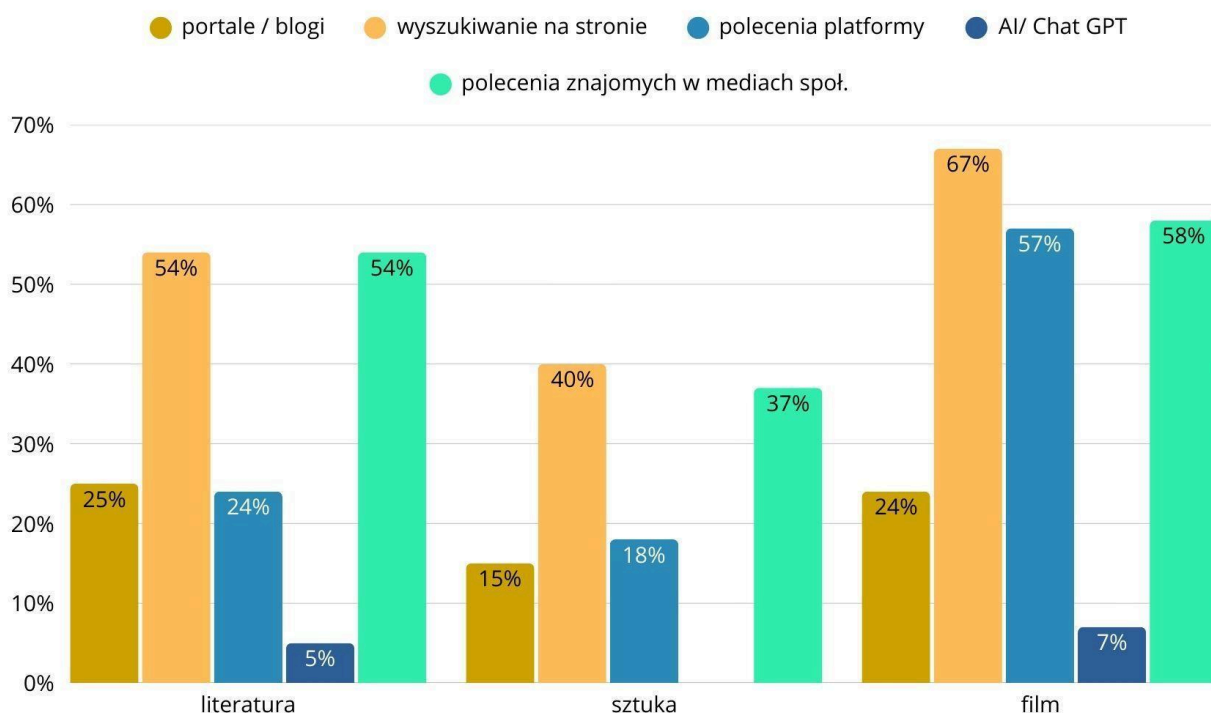
³³⁴ Slack to platforma komunikacyjna, często wykorzystywana na gruncie zawodowym, do współpracy zespołowej

to czasu... Ale gdy pracowałem w start-upie, rzeczywiście czasem zostawaliśmy po godzinach w biurze, żeby razem obejrzeć jakiś film, potem chwilę o nim rozmawialiśmy. To było jeszcze przed pandemią.

Choć pracownicy start-upów wyrażają rozbieżne doświadczenia w tym zakresie, jednak miejsce pracy może mieć większe lub mniejsze związek z uczestnictwem w kulturze ze względu na dwa czynniki. Po pierwsze, stopień sformalizowania przestrzeni biurowej. W dużych korporacjach układ i organizacja biur są z reguły podporządkowane efektywności pracy i standaryzacji procesów. Wnętrza mają charakter funkcjonalny, ale rzadko wspierają swobodną integrację pracowników czy inicjatywy kulturalne. Brak otwartych, elastycznych przestrzeni utrudnia spontaniczne formy dzielenia się zainteresowaniami oraz ogranicza możliwość budowania więzi, które mogłyby być podstawą dla powstawania mikropraktyk kulturalnych. Z moich obserwacji wynika, że start-upy często mają przestrzenie bardziej swobodne, np. ze strefami relaksu pozwalające na opisane przez ostatniego respondenta inicjatywy. Tego rodzaju aranżacje sprzyjają powstawaniu inicjatyw oddolnych, zarówno towarzyskich, jak i kulturalnych, co potwierdzają wypowiedzi respondentów. Możliwość swobodnej interakcji poza ściśle zawodowym kontekstem stwarza warunki do wymiany doświadczeń, rekomendacji czy nawet wspólnego uczestnictwa w wydarzeniach kulturalnych. Trudno pominąć okres pandemii COVID-19, o której badany także wspomina. Praca zdalna lub hybrydowa nie sprzyja tworzeniu się wspólnot czy organizowaniu wydarzeń kulturalnych.

Mierzenie wskaźnika tworzenia się wspólnot odbywa się w tym badaniu jedynie drogą analizy jakościowej, natomiast pewne dane ilościowe sugerujące obecność bądź brak więzi. Dane ilościowe w przypadku określenia tworzenia wspólnot nie mają przełożenia. Jest to zdecydowanie czynnik jakościowy do zmierzenia. Natomiast, poniższy wykres pokazuje jak nawet w sieci tych wspólnot nie ma. Są to z reguły indywidualne wybory, polecenia platform, a dopiero na trzecim miejscu polecenia znajomych.

Rys. 23. Sposób wyszukiwania informacji w sieci - literatura / sztuka / film



Źródło: opracowanie własne

Jednocześnie analiza przedstawionego wykresu potwierdza brak silnych przejawów budowania wspólnot nawet w przestrzeni cyfrowej, która teoretycznie sprzyja łączeniu ludzi o podobnych zainteresowaniach. Polecenia znajomych to drugie najczęstsze źródło kontaktu z kulturą, choć jak w przypadku sztuki czy filmu, badani opierają się na własnych wyborach. 54% badanych deklaruje, że zarówno własne wyszukiwania literatury jak i polecenia znajomych sprawiają, że czytają pewne pozycje. W kategorii filmu, bardziej polegają na własnych wyborach (67% deklaracji) lub na równi z poleceniami platform biorą pod uwagę polecenia znajomych, kolejno: 57% i 58%. Zatem czynnik społeczny, polecenia znajomych, co może sugerować wymiar wspólnotowy i interpersonalny ma drugorzędne znaczenie wobec indywidualizacji konsumpcji kultury.

Odpowiedź na postawione pytania badawcze wskazuje jednoznacznie, że w badanej grupie nie dochodzi do tworzenia trwałych wspólnot ani do kształtowania poczucia tożsamości opartego na uczestnictwie w kulturze. Choć miejsce pracy może stanowić istotny czynnik wpływający na praktyki kulturalne, to jednak jego rola jest raczej pośrednia i ograniczona. Współpracownicy wymieniają się informacjami czy rekomendacjami, lecz nie prowadzi to do budowania głębszych więzi wspólnotowych. Istotne znaczenie mają tu zarówno kultura pracy, jak i aranżacja przestrzeni biurowej. W środowiskach bardziej otwartych i mniej sformalizowanych częściej pojawia się przestrzeń dla inicjatyw o charakterze kulturalnym,

podczas gdy w korporacjach silnie zhierarchizowanych i formalnych takie możliwości są wyraźnie ograniczone. Warto również podkreślić, że przestrzeń cyfrowa, mimo iż stwarza teoretycznie nieograniczone możliwości kontaktu, w praktyce nie sprzyja budowaniu wspólnot kulturowych. Zamiast relacji interpersonalnych dominującą rolę odgrywają algorytmy rekomendacyjne, które kształtują nawyki odbiorcze użytkowników i w dużej mierze decydują o ich dostępie do treści. Respondenci częściej polegają na sugestiach generowanych przez platformy niż na rekomendacjach znajomych, co dodatkowo wzmacnia proces indywidualizacji konsumpcji kultury. Uczestnictwo w kulturze w analizowanym kontekście oznacza praktykę indywidualną, często dyktowaną przez technologie cyfrowe. W niewielkim stopniu jest zakorzeniona we wspólnocie czy tożsamości grupowej. Miejsce pracy i jego organizacja mogą wpływać na sposób uczestnictwa w kulturze, ale nie są wystarczającym czynnikiem do wytworzenia poczucia wspólnoty czy trwałych więzi społeczno-kulturowych.

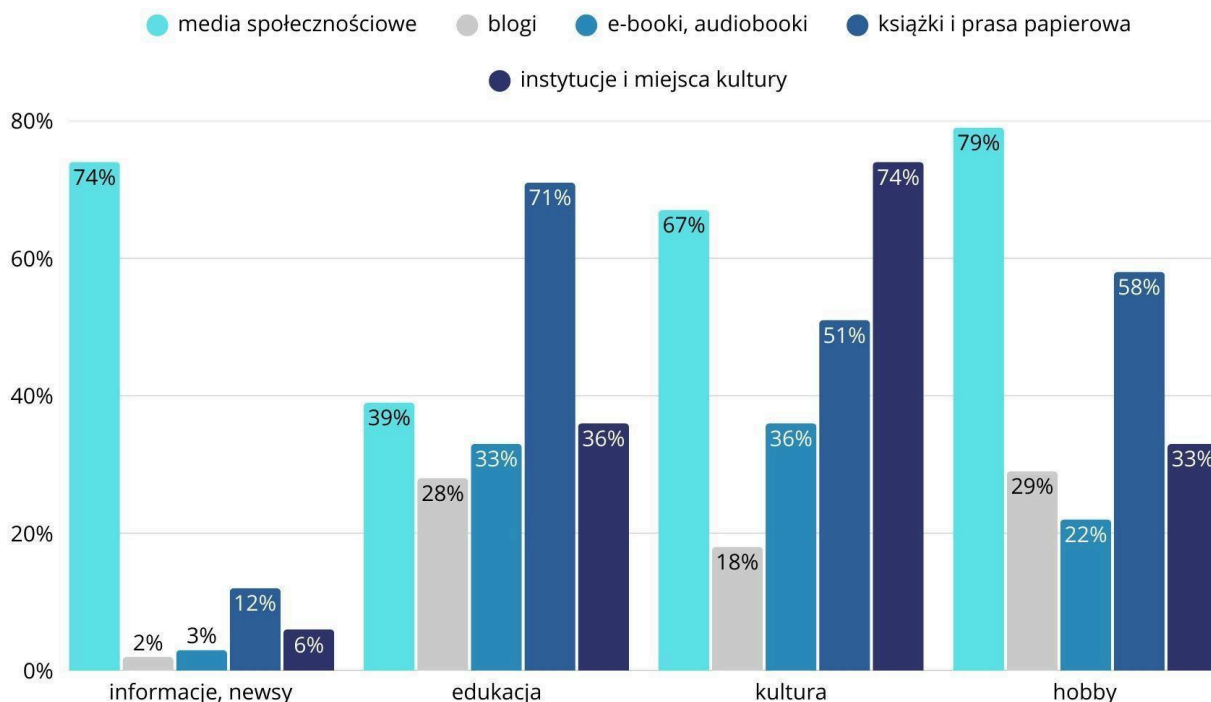
6.3. (Nie)konieczne kompetencje predysponujące do odbioru treści kulturowych

W tej części badania zostały postawione następujące pytania badawcze: **Czy i w jaki sposób kompetencje kulturalne sprzyjają awansowi kulturalnemu i społecznemu?**

Zbigniew Bokszański skrupulatnie analizował kompetencje językowe i znajomość literatury jako wskaźnik awansu kulturalnego. Obecnie, ze względu na inną rzeczywistość - inny poziom wykształcenia, dostępność jego zdobycia, a także wielość cyfrowych narzędzi, służących poszerzeniu wiedzy, to nie jest kluczowy czy jedyny wskaźnik, który może dopełnić analizę uczestnictwa w kulturze.

Obecnie, przestrzeń cyfrowa daje wiele możliwości uczestnictwa w kulturze. Wygląda na to, że jest to częściej preferowana droga do wyboru treści kulturowych aniżeli wizyta w instytucji kultury. Respondenci zostali poproszeni o odpowiedź na pytanie: **W jakich miejscach tudzież przez jakie kanały odbierasz poszczególne kategorie treści?**

Rys. 24. Cyfrowe źródła informacji



Źródło: opracowanie własne

Media społecznościowe stanowiły główne źródło wiedzy w zakresie informacji i newsów (74%) oraz realizowania własnego hobby (79%). W kategorii edukacja, aż 71% respondentów deklaruje korzystanie z papierowych książek i prasy. Instytucje i miejsca kulturalne stanowią 74% deklaracji w pytaniu o odbiór treści kulturalnych, choć niemal równolegle media społecznościowe są miejscem uczestnictwa kulturalnego (67%). Ciekawe wyniki uplasowały się w kategorii hobby, aż 79% realizuje swoje pasje w mediach społecznościowych, 58% posiłkuje się książkami i prasą papierową, 33% uczęszcza do instytucji kulturalnych, a 29% badanych odwiedza w tym celu tematyczne strony, blogi. To pokazuje jak media społecznościowe zdominowały wszelkie dziedziny życia. Są źródłem informacji, odbioru kultury, realizowania hobby, a także źródłem treści edukacyjnych (39% badanych). Rozpatrywanie określonych kompetencji służących awansowi kulturalnemu w przestrzeni mediów społecznościowych wiąże się z kilkoma wątpliwościami. Po pierwsze, problematyczna pozostaje jakość treści, które trafiają do odbiorców. Media społecznościowe są przestrzenią, w której każdy użytkownik może pełnić rolę nadawcy. Prowadzi to do sytuacji, w której treści nie zawsze są zweryfikowane, a odbiorcy muszą samodzielnie dokonywać oceny ich wiarygodności. W konsekwencji pojawia się ryzyko chaosu informacyjnego, dezinformacji oraz nadprodukcji treści o niskiej wartości merytorycznej. Po drugie, brak odpowiedniej selekcji materiałów dodatkowo wzmacniają mechanizmy technologiczne, zwłaszcza algorytmy rekomendacyjne. Z jednej strony

ułatwiają one dostęp do treści zgodnych z preferencjami użytkowników, z drugiej jednak prowadzą do zawężenia pola odbioru i ograniczenia różnorodności źródeł. Odbiorcy nie tyle samodzielnie selekcionują treści, ile raczej korzystają z propozycji generowanych przez platformy. Oznacza to ograniczoną autonomię w kształtowaniu własnych kompetencji i ich zależność od komercyjnych mechanizmów zarządzających uwagą użytkowników. Tymczasem, to właśnie zróżnicowanie źródeł i wielość punktów widzenia stanowi warunek rozwoju krytycznego myślenia i rzeczywistego przyswajania wiedzy. Po trzecie, konsumpcja treści w mediach społecznościowych ma często charakter fragmentaryczny i powierzchowny. Dominują krótkie formy (posty, reels / rolki, stories / relacje), które są atrakcyjne wizualnie, ale nie sprzyjają pogłębionej refleksji ani systematycznemu rozwojowi kompetencji. W rezultacie, użytkownicy częściej odbierają treści w czasie kilkusekundowych relacji czy krótkich komunikatów ograniczonych przez projekt platformy.

6.3.1. Kompetencje kulturalne

W wywiadach respondenci zostali poproszeni o określenie bliski i obcych elementów kultury symbolicznej na wzór kwestionariusza wywiadu prowadzonego w latach 70.³³⁵ Badani w większej mierze określili jedynie bliskie elementy, czyli te kierowane pierwszym wyborem. Co więcej, trudnością okazało się zaklasyfikowanie ich do kategorii kultury czy gatunku literackiego, filmowego czy muzycznego.

Kobieta, 28 lat, branża finansowa, pracownik korporacji:

Najbardziej lubię oglądać filmy w kinie, ale na platformach też. Często słucham muzyki na Spotify czy YouTube. Raczej są to treści rozrywkowe, np. Komedia, stand up, seriale... I to, co wyświetla mi się na Netflixie. Czasem, jak mam taką potrzebę, oglądam filmy dokumentalne, żeby czegoś się dowiedzieć.

Kobieta, 32 lata, branża administracyjna / HR, pracownik start-upu:

Kino, książki... zarówno papierowe, jak i ebooki. Korzystam z Empik Go, Legimi na czytniku. Mam też subskrypcję na platformach streamingowych. A kategorie, które wybieram zależą od nastroju. Czasem jest to rozrywka, beletrystyka, czasem nauka... Zależy na co mam ochotę.

Uczestnictwo w kulturze przez pryzmat kompetencji kulturalnych w niniejszym badaniu musi być rozpatrywane odmiennie do badania Zbigniewa Bokszańskiego. Obecnie badani nie przykładają wagi do rodzaju treści kulturowych, a ich wybory polegają na

³³⁵ Bokszański, Z., *Młodzi robotnica a awans kulturalny*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa, 1976, s. 264.

spontaniczności. Prowadząc interdyscyplinarne, współautorskie badanie wśród młodzieży edukowanej domowo wyniosłam wniosek, że w badaniu ilościowym, bardzo cennym dopełnieniem okazuje się pozostawienie przestrzeni na refleksję badanych. Oprócz zgromadzonych danych, źródłem analizy były obszernie wypowiedzi uczniów chcących powiedzieć więcej, niż zakładają zamknięte pytania. Tak uczyniłam i tym razem - w ankiecie internetowej pozostawiłam pole, w którym badani mogli podzielić się swoimi spostrzeżeniami. Ku pozytywnemu zaskoczeniu, prawie 25% badanych postanowiło pozostawić komentarz. Dzięki temu, że odpowiedzi mogły zostać zapisane i respondent odczuwał pewnego rodzaju swobodę, której mimo wysiłków ankietera, wywiad tego nie zapewnia, informacje na temat bliskich i obcych elementów kultury były obszerniejsze. Niemniej, wciąż nie określały konkretnych tytułów tudzież gatunków.

Kobieta, 31-36 lat, wykształcenie wyższe inżynierskie - techniczne, urzędnik:

Obecnie coraz częściej doceniam formy nieelektroniczne - w postaci koncertów, sztuk teatralnych. Moją uwagę na malarstwo zwrócił podcast Dawida Podsiadło i Radosława Kotarskiego, którzy w każdym odcinku przygotowują obraz wybranej polskiej malarki, omawiając go z uwzględnieniem stylu autorki w bardzo przystępny sposób. Z książką - z racji braku czasu - obcuje w formie audiobooków w trakcie jazdy samochodem.

Powyższa wypowiedź wskazuje ponownie na potężną moc mediów społecznościowych i platform streamingowych. Za ich pomocą, respondentka nie tylko odbiera preferowane treści, ale także odkrywa nowe elementy kultury symbolicznej. Jej kompetencje kulturalne płyną zatem z odbioru treści cyfrowych. Warto też podkreślić formę czytania książek - w tym przypadku jest to słuchanie podczas jazdy samochodem. Zatem odbiór i interpretacja naturalnie nie odbywają się w skupieniu na lekturze, a stanowią miłą oprawę dla codziennej rutyny. Taka forma odbioru treści z jednej strony nie jest jakościowa, z drugiej strony pozwala na podtrzymanie tej aktywności, która w przeciwnym razie byłaby porzucona.

Jeden z respondentów pozostawił także pytanie, wskazujące na obecność refleksji na temat uczestnictwa w kulturze.

Mężczyzna, 31-36 lat, wykształcenie wyższe humanistyczne, pracownik agencji brandingowej:

Czy odbiór dzieł kultury w bardziej tradycyjnych formach jak książki, teatry, audycje radiowe, festiwale filmowe czy literackie, wystawy, etc. prowadzi do podobnych refleksji jak kultura prezentowana w internecie z naciskiem na social media i krótkie formy przekazu?

Mężczyzna, 25-30 lat, wykształcenie wyższe inżyniersko-techniczne, inżynier oprogramowania:

Warto rozważyć gry wideo jako jedną z dróg obcowania z kulturą.

Choć w niniejszym badaniu nie rozpatruję kategorii gier wideo jako form uczestnictwa w kulturze, ten głos wymusił krótką analizę w tym kierunku. Sugestia, aby rozważyć gry wideo jako jedną z dróg obcowania z kulturą, otwiera oddzielną perspektywę interpretacyjną. Gry wideo funkcjonują w dyskursie społecznym jako forma rozrywki, a nie jako praktyka kulturowa. Wypowiedź respondenta wskazuje jednak na przesunięcie tego paradygmatu i dostrzeganie w grach potencjału kulturotwórczego. Gry mogą mieć również wymiar edukacyjny i poznawczy. Wiele z nich odwołuje się do historii, literatury czy sztuki, oferując graczom możliwość odbioru tych treści w sposób interaktywny, co za tym idzie, angażujący. Przykładem takiej gry może być „Inkulinati”, która ożywia średniowieczne manuskrypty³³⁶. Ma to swój wymiar edukacyjny czy poznawczy, ale przede wszystkim „wymusza” współuczestnictwo, co przybliża niejako do formy wspólnotowej. Zdecydowanie jest to złożony problem badawczy, który być może warto przedsięwziąć w osobnym badaniu, niemniej jednak warto włączyć te cyfrowe formy do refleksji nad awansem kulturalnym.

W wywiadach swobodnych, odpowiedzi, które pojawiały się kilkakrotnie dotyczyły nie tyle kompetencji a wrażliwości i uczuć odbiorcy.

Kobieta, 32 lata, branża administracyjna /HR, pracownik start-upu:

Być może do uczestnictwa potrzeba coś takiego jak computer literacy, ale nawet jak tego nie ma, to można z powodzeniem uczestniczyć w kulturze. Kompetencje nabywa się właśnie poprzez uczestnictwo. Uważam, że kulturę należy pozostawić wolną od takich stwierdzeń, że wymaga szczególnych kompetencji. Odbieramy ją przede wszystkim zmysłami, powinna być dla każdego.

Kobieta, 28 lat, branża finansowa, pracownik korporacji:

Nie potrzeba kompetencji... ale korzystanie z komputera, platform, smartfona... myślę, że już tak. Choć to dużo zależy od wrażliwości.

W odczuciu badanych dostęp do kultury jest dobrem powszechnym, które przestało być wyznacznikiem statusu społecznego czy kapitału kulturowego. Cyfryzacja oraz szeroka oferta platform streamingowych, serwisów społecznościowych zniósł wiele dawnych barier, takich jak ograniczona dostępność instytucji czy konieczność posiadania specjalistycznej wiedzy, by móc w pełni uczestniczyć w praktykach kulturalnych.

³³⁶ Ruchoma historia sztuki. „Inkulinati” i inne gry wideo [[online](#)] dostęp: 10.09.2025 r.

Respondenci podkreślają, że korzystanie z dóbr kultury w coraz większym stopniu zależy od indywidualnego wyboru oraz od poziomu wrażliwości jednostki, a nie od tradycyjnie rozumianych kompetencji kulturowych. Wrażliwość estetyczna, chęć obcowania z kulturą czy potrzeba rozwijania pasji okazują się ważniejsze niż znajomość kanonu kultury bądź umiejętność krytycznej analizy dzieła. Istotnym elementem jest również intensywne korzystanie z mediów społecznościowych, które, jak wskazują badani, stały się jednym z głównych źródeł treści kulturalnych. Charakter materiałów publikowanych w tych kanałach nie wymaga od odbiorców specjalnych kompetencji językowych ani zaawansowanej wiedzy interpretacyjnej. Dominują krótkie, uproszczone formy wizualne i tekstowe, łatwe do zrozumienia i przyswojenia, co dodatkowo wzmacnia przekonanie, że uczestnictwo w kulturze nie wymaga wysiłku poznawczego ani wysokiego poziomu kapitału kulturowego. W rezultacie uczestnictwo w kulturze coraz częściej przybiera formę doświadczenia zindywidualizowanego, opartego na łatwo dostępnych treściach, które nie różnicują społecznie, lecz homogenizują praktyki odbioru. To zjawisko można interpretować zarówno jako przejaw demokratyzacji kultury, jak i jako proces osłabiania znaczenia kompetencji kulturowych.

6.3.2. Kompetencje komunikacyjne i medialne

Uczestnictwo w kulturze w coraz większym stopniu przybiera formę praktyki indywidualnej, podporządkowanej osobistym preferencjom. Pomimo istnienia wielu platform, komunikacja w przestrzeni cyfrowej staje się procesem zdominowanym przez technologię. Kompetencje tradycyjnie związane z komunikowaniem, czyli umiejętność formułowania wypowiedzi, prowadzenia dialogu czy interpretacji treści, ustępują miejsca kompetencjom cyfrowym. Oznacza to, że w coraz mniejszym stopniu liczy się sam sposób komunikowania i jego treść, a coraz większą wagę zyskuje sprawność w korzystaniu z narzędzi cyfrowych, które umożliwiają uczestnictwo w procesie komunikacji. Ważniejsze staje się to, czy jednostka potrafi obsłużyć aplikację, odnaleźć treści, poruszać się w środowisku platform społecznościowych czy streamingowych, aniżeli to, czy posiada rozwinięte kompetencje interpretacyjne lub krytyczne. Tym samym uczestnictwo w kulturze zostaje w dużej mierze sprowadzone do zdolności technicznych, które są warunkiem dostępu do treści. Kompetencje komunikacyjne, które tradycyjnie wiązano z rozwojem kulturowym i społecznym, zostają więc przekształcone w umiejętność skutecznego korzystania z cyfrowych narzędzi i algorytmów. Oznacza to przesunięcie znaczenia kapitału kulturowego z jego klasycznego wymiaru, tj. wiedzy, kompetencji, w stronę kapitału cyfrowego, którego podstawą jest biegłość technologiczna.

Badani w pytaniu o szczególne kompetencje pozwalające na udział w kulturze zaznaczyli jedynie kompetencje cyfrowe wskazując na dominację nowych mediów.

Kobieta, 31-36 lat, wykształcenie wyższe humanistyczne, specjalista ds. marketingu:

Świat cyfrowy to narzędzie i jak każde narzędzie może być wykorzystane dobrze lub źle. Od nas zależy jak je wykorzystamy. Świetnie to opisuje Magdalena Bigaj w książce "Wychowanie przy ekranie". Generalnie myślę, że świat cyfrowy może bardzo ułatwiać uczestnictwo w kulturze - łatwy dostęp do informacji i wiedzy. Można dowiedzieć się że organizowane są jakieś wydarzenia offline, sprawdzić harmonogram, kupić bilety, kupić książki, płyty etc. W tym kontekście świat online pomaga uczestniczyć w świecie offline. Myślę, że w obecnych czasach ciężko odseparować te dwa światy, ale jeśli w zdrowy sposób będą się one przenikać to można wiele skorzystać.

Respondentka podkreśla znaczenie świadomego i odpowiedzialnego korzystania z narzędzi cyfrowych. Zwraca uwagę, że kluczowym aspektem jest umiejętność kontrolowania technologii oraz rozumienie mechanizmów jej działania. Użytkownik może w pełni wykorzystywać jej potencjał i jednocześnie minimalizować zagrożenia związane z jej nadużywaniem tylko, gdy ma wiedzę na temat funkcjonowania tych narzędzi. Wskazuje, że uczestnictwo w kulturze zyskuje nowy wymiar dzięki przestrzeni cyfrowej, która umożliwia szybki dostęp do treści. Świat online i offline przenikają się w każdej dziedzinie życia. To może być źródłem nowych możliwości rozwoju, wymiany doświadczeń i wzmacniania kapitału kulturowego, pod warunkiem że użytkownicy potrafią zachować równowagę, krytyczne podejście i dbałość o jakość swojego uczestnictwa. Kompetencje medialne, cyfrowe, rozumiane nie tylko jako biegłość techniczna, ale także jako świadomość konsekwencji i umiejętność refleksyjnego korzystania z technologii stają się jednym z najważniejszych czynników warunkujących pełne uczestnictwo w kulturze współczesnej.

Mężczyzna, 33 lata, wykształcenie wyższe humanistyczne, specjalista ds. marketingu:

Pełne uczestnictwo w kulturze wymaga przede wszystkim otwartości i zrozumienia jak działa np. Facebook. Ludzie nie mają tej wiedzy, że mają możliwość dostosowania treści, jakie im się pojawiają w aktualnościach. Są często niezadowoleni, że dostają byle jakie treści, niezgodne z ich preferencjami. Sęk w tym, że mogą to dostosować i mieć kontrolę nad algorytmem. Jednak nikt tego nie robi...

Znajomość projektu platformy społecznościowej i logiki działania algorytmu okazuje się kluczowa, by dostawać bardziej jakościowe treści. Tym, co zwracało uwagę przy tego typu wypowiedziach było wykonywane stanowisko respondenta. Dwie powyższe wypowiedzi są autorstwa marketingowców, którzy na co dzień pracują z danymi pozyskiwanymi z tego typu platform i analizują na ich podstawie ruch konsumentów. Stąd także ich wiedza na temat ich działania. Znalazły się także wypowiedzi dwóch pracowników branży IT, którzy za kluczowe kompetencje wskazali wiedzę na temat mechaniki platform, algorytmów i wszystkich produktów nowych mediów.

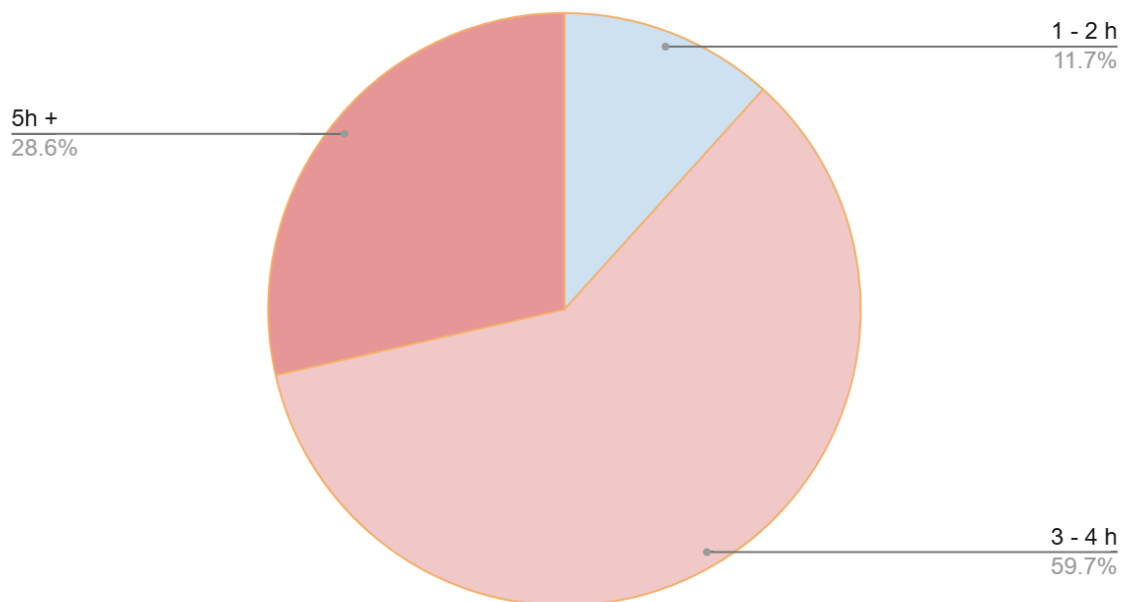
Mężczyzna, 33 lata, wykształcenie wyższe-inżynierskie, software developer:

Myślę, że jeśli potrafimy dobrze wykorzystywać wyszukiwarkę internetową i współpracować z chatbotami, jak np. Chat GPT, to jesteśmy w stanie odbierać naprawdę szeroki zakres kultury. Dzięki temu możemy doświadczyć nawet więcej niż wizyta w muzeum, podczas której nic nie wynika z oglądania eksponatów. Oczywiście nie możemy takich doświadczeń zastępować oglądaniem ich w sieci, ale mogą wiele wnieść do odbioru.

Dopełnienie analizy danymi ilościowymi wskazującymi na długość dziennego korzystania ze smartfona przez respondentów także wskazuje na potrzebę rozwijania kompetencji cyfrowych.

Rys. 25. Średnia codzienna długość korzystania ze smartfona

średnia codzienna długość korzystania ze smartfona



Źródło: opracowanie własne

Respondenci na otwarte pytanie **Jak długo korzystasz ze swojego smartfona dziennie (możesz to sprawdzić: Android: ustawienia -> cyfrowy dobrostan (równowaga) / iPhone: ustawienia -> czas przed ekranem)**, odpowiadali jaki jest dokładny czas, jaki średnio spędzają korzystając ze smartfona. Odpowiedzi następnie zostały sklasyfikowane względem trzech kategorii, a podawane minuty były zaokrąglane. W przypadku zamkniętego pytania, z kafeterią odpowiedzi, istniałoby większe prawdopodobieństwo, że

respondent odpowie niezgodnie z prawdą, nie sprawdzając tej informacji w telefonie, a jedynie szacując ten czas. Dzięki rzetelnym odpowiedziom, możliwe jest sprawdzenie jaką rzeczywista część dnia odbywa się w przestrzeni cyfrowej. Zbiorcze dane wykazały, że w znakomitej większości, respondenci nie odkładają smartfona przez ponad 3 godziny i więcej (88,3%), w tym 3-4 godziny deklaruje 59,7% badanych, natomiast 5 godzin i więcej - 28,6%. Tylko 11, 7% badanych ogranicza ten czas do 1- 2 godzin dziennie. To świadczy o tym, że spędzając lwią część dnia i jak można wnioskować, przeznaczając na to wolny czas, wiedza na temat higieny cyfrowej, ale także działania platform i logiki algorytmów jest kluczowa do bezpiecznego i świadomego korzystania z sieci. Bez tych kompetencji, możliwa jest większa manipulacja, dezinformacja czy wpływ uzależniających strategii projektowania aplikacji. Natomiast wyposażeni w te kompetencje mogą nie tylko lepiej chronić siebie i swoje dane, ale również aktywniej i bardziej krytycznie uczestniczyć w kulturze cyfrowej. Skupiając się jednak na deklaracjach, które oscylowały wokół granicznych przedziałach czasowych, tj. 5 godzin lub więcej, przekrój demograficzny respondentów wyglądał następująco:

Rys. 26. Przekrój demograficzny respondentów - płeć, wiek, wykształcenie, zawód

Kobieta	25 - 30	wyższe humanistyczne	Audyt finansowy
Kobieta	31 - 36	wyższe matematyczno - przyrodnicze	Starszy specjalista ds kontroli projektu
Mężczyzna	31 - 36	wyższe techniczno - inżynieryjne	Handel
Kobieta	25 - 30	wyższe humanistyczne	Finanse
Kobieta	25 - 30	wyższe matematyczno - przyrodnicze	Starszy specjalista ds. podatku VAT
Kobieta	25 - 30	wyższe matematyczno - przyrodnicze	Analityk Danych
Mężczyzna	25 - 30	wyższe techniczno - inżynieryjne	Programista
Kobieta	31 - 36	Wyższe lingwistyczne	Nauczyciel języka angielskiego
Kobieta	25 - 30	wyższe humanistyczne	Administracja
Kobieta	25 - 30	wyższe matematyczno - przyrodnicze	Controlling
Mężczyzna	31 - 36	wyższe humanistyczne	Marketing
Kobieta	25 - 30	Wyższe	Sekretarka medyczna
Kobieta	25 - 30	wyższe humanistyczne	Account Manager
Kobieta	36 - 41	wyższe humanistyczne	Branża kreatywna
Mężczyzna	19 - 24	średnie ogólnokształcące	software engineer
Mężczyzna	31 - 36	średnie ogólnokształcące	administracja
Kobieta	31 - 36	wyższe techniczno - inżynieryjne	urzędnik

Źródło: opracowanie własne

Są to odpowiedzi badanych, którzy wpisywali takie wartości jak: 6 godzin, 6,5 godziny, 7 godzin, 8 godzin. Dominuje grupa wiekowa 25 - 30 lat, natomiast wykształcenie czy wykonywany zawód nie stoją w korelacji do średniego dziennego czasu korzystania z telefonu. Smartfon stał się narzędziem, które pełni wiele funkcji. Jest środkiem

komunikacji, źródłem informacji, stanowi też przestrzeń rozrywki i pracy. Aplikacje mobilne projektowane są w taki sposób, by jak najdłużej utrzymywać uwagę użytkownika. Stosują mechanizmy natychmiastowej gratyfikacji, personalizowanych treści i systemów powiadomień. To sprawia, że użytkownik jest połączony ze światem online niemal nieustannie. Tzw. powiadomienia push, których zarówno dźwięk, jak i widok powiadomień skutecznie dekoncentrują. Okazuje się, że sam widok telefonu może zaburzać uwagę³³⁷. Smartfon jest także nośnikiem ogromnej bazy informacji, która powoduje przeciążenie psychiczne, tzw. technostres³³⁸. To może prowadzić do obniżenia efektywności myślenia i ogólnego funkcjonowania. Dlatego zrozumienie tych mechanizmów i wiedza na temat higieny cyfrowej stają się niezbędne dla bezpiecznego balansowania między światem cyfrowym a światem offline.

Zebrane dane wskazują na przesunięcie akcentów w sposobie uczestnictwa w kulturze. Z tradycyjnie rozumianych kompetencji kulturowych, opartych na wiedzy i znajomości kanonu, w stronę kompetencji komunikacyjnych i cyfrowych. Dla badanych to nie tyle jasno zdefiniowane preferencje kulturowe czy świadome wybory określonych treści są istotne, ile raczej spontaniczność, nastrój, także wrażliwość na sztukę. Media społecznościowe pełnią przy tym niebagatelną rolę - kształtują zarówno kierunki, jak i sposób dokonywania wyborów kulturowych. Zjawisko to można interpretować jako przesunięcie znaczenia kapitału kulturowego. Jego wymiar ustępuje miejsca kapitałowi cyfrowemu, którego fundamentem staje się biegłość technologiczna, wiedza na temat działania platform i, przede wszystkim, zdolność bezpiecznego poruszania się w świecie online.

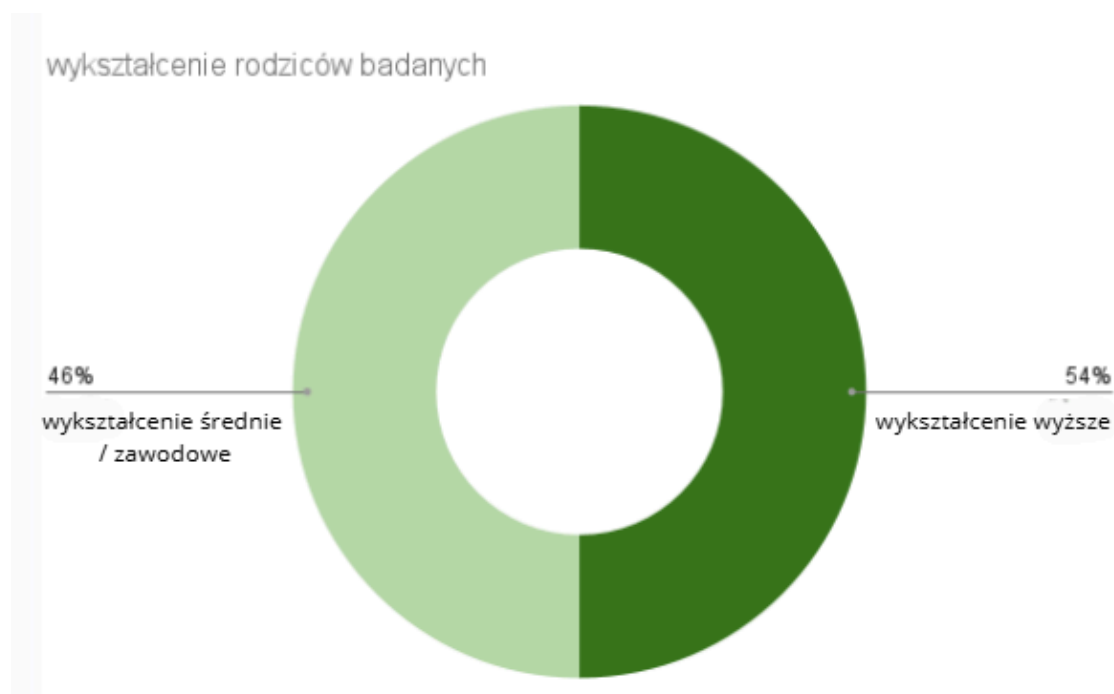
6.4. Procesy ciągłości i zmian. Dzieciństwo badanych

Ta część badania opiera się na dążeniu do odpowiedzi na następujące pytanie badawcze: **Czy nowe media wpływają na zmianę kryteriów odtwarzalności struktury kompetencji?** Analiza została przeprowadzona poprzez zestawienie deklaracji respondentów dotyczących wykształcenia i wykonywanego zawodu ich rodziców, a następnie odniesienie tych danych do poziomu wykształcenia samych badanych.

³³⁷ Bigaj, M. (red.), Woynarowska, M. (red.), Ciesiołkiewicz, K., Klimowicz, M., Panczyk, M., *Higiena cyfrowa dorosłych użytkowników i użytkowników internetu w Polsce*, Wydawnictwo Newslina, Warszawa, 2023, s. 39. [[online](#)] dostęp: 10.09.2025 r.

³³⁸ Bigaj, M. (red.), Woynarowska, M. (red.), Ciesiołkiewicz, K., Klimowicz, M., Panczyk, M., *Higiena cyfrowa dorosłych użytkowników i użytkowników internetu w Polsce*, Wydawnictwo Newslina, Warszawa, 2023, s. 7. [[online](#)] dostęp: 10.09.2025 r.

Rys. 27. Wykształcenie rodziców badanych



Źródło: opracowanie własne

Wyniki wskazują, że ponad połowa badanych (54%) pochodziła z rodzin, w których rodzice (lub co najmniej jeden rodzic) legitymowali się wykształceniem wyższym, natomiast 46% wykształceniem średnim lub zawodowym. Respondenci o średnim wykształceniu, którzy stanowią 7,3% badanej grupy, odtworzyli poziom wykształcenia swoich rodziców. Natomiast osoby z wykształceniem wyższym osiągnęły poziom wykształcenia równy bądź wyższy niż ich rodzice. Analiza tych danych sugeruje, iż w grupie osób z wykształceniem wyższym dochodzi do dwóch procesów: odtworzenia poziomu wykształcenia rodziców bądź jego przekroczenia, co można interpretować jako awans edukacyjny.

Kolejny aspekt badania dotyczył uczestnictwa w kulturze w okresie dzieciństwa. Blisko połowa respondentów (47%) zadeklarowała, że w ich domach rodzinnych przywiązywano wagę do praktyk kulturowych. Okazuje się, że aż 83% rodziców dbających o uczestnictwo w kulturze posiadało wykształcenie wyższe. Wynik ten, widoczny na poniższym wykresie, potwierdza silny związek pomiędzy kapitałem edukacyjnym a uczestnictwem w kulturze.

Rys. 28. Odsetek rodziców dbających o udział w kulturze



Źródło: opracowanie własne

Jednocześnie zauważalna jest zmiana tego mechanizmu w warunkach współczesnych. Powszechny dostęp do kultury, cyfryzacja, globalizacja oraz łatwość zdobywania treści niezależnie od posiadanych kompetencji kulturowych prowadzą do osłabienia znaczenia kapitału edukacyjnego w procesie uczestnictwa w kulturze. Badani opisali także jakie formy uczestnictwa praktykowano w domu rodzinnym. Bardzo często powtarza się wyjście do kina, rzadziej do teatru czy na koncerty. Obcowanie z kulturą to także czytanie książek, z wyraźnym zaznaczeniem, że ta aktywność była inicjowana przez rodzica.

Tab. 4. Wypowiedzi respondentów na temat praktyk kulturalnych z dzieciństwa

<p><i>Rodzice byli nauczycielami. Chodziliśmy często do kina, czasem na koncerty, odwiedzaliśmy muzea</i></p>
<p><i>Rodzice prowadzą działalność gospodarczą związaną z handlem, z wykształcenia są inżynierami. W dzieciństwie zdarzały się wyjścia do kina, lub do domu kultury, a jeśli była okazja podczas wyjazdu do większego miasta to i do teatru. Rodzice czytali nam do snu książki, a w wieku szkolnym, zachęcali do wizyt w bibliotece.</i></p>
<p><i>Mama z zawodu jest pielęgniarką (wykształcenie wyższe oraz specjalizacja), tata pracownikiem administracji publicznej (wykształcenie wyższe w dziedzinie chemii i ochrony środowiska). Moje wspomnienia z dzieciństwa to przede wszystkim wyjścia do kina i wycieczki z rodzicami (dodatkowo oczywiście wycieczki szkolne do muzeum, kina i teatru)</i></p>
<p><i>Rodzice są nauczycielami wychowania fizycznego. Pamiętam częste wyjścia do kina, teatru.</i></p>
<p><i>Rodzice z wykształcenia są ekonomistami. Pamiętam koncerty, wyjścia do kina, wystawy, muzea.</i></p>
<p><i>Rodzice to urzędnicy, chodziliśmy do filharmonii.</i></p>
<p><i>Rodzice są nauczycielami. Mam wiele wspomnień z teatrów, muzeów, sporo chodziliśmy do kina.</i></p>
<p><i>Tata jest inżynierem transportu z wykształcenia, a pracownik banku z zawodu. Mama jest magistrem fizyki z wykształcenia i agentem ubezpieczeniowym z zawodu. Rodzice dbali o moje uczestnictwo w kulturze, przede wszystkim poprzez kupowanie książek i zapisanie do</i></p>

biblioteki, też udział w koncertach muzyki klasycznej, seanse w kinie. Również szkoła organizowała wyjścia do teatru, kina, na wystawy.

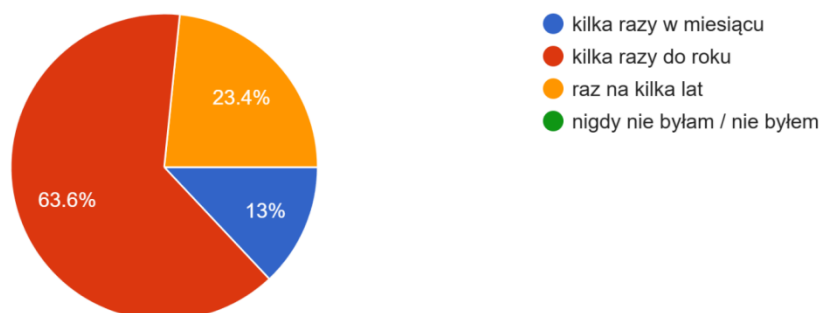
Źródło: opracowanie własne

Choć poziom wykształcenia okazał się determinantą, to zawód rodziców nie znalazł zależności między aktywnością kulturalną. Zarówno urzędnicy, jak i nauczyciele czy zawody związane z naukami ścisłymi znalazły się w grupie uczestniczących w kulturze. Podobną korelację można zauważyć obecnie. Deklarujący chodzenie do kina kilka razy do roku również stanowili zróżnicowany przekrój pod względem rodzaju wykształcenia czy stanowiska. Tę grupę stanowili badani z wykształceniem o profilu humanistycznym, matematyczno-przyrodniczym, technicznym, inżynierskim. Poziom wykształcenia w niniejszej analizie nie może mieć większego zastosowania, ponieważ osoby mające średnie lub zawodowe wykształcenie stanowią jedynie 7,3% próby badawczej. Natomiast, co warto podkreślić, cztery osoby o średnim wykształceniu z sześciu biorących udział w tym badaniu, deklarowali wizytę w kinie kilka razy do roku.

Rys. 29. Częstotliwość - kino.

Jak często chodzisz do kina?

77 responses



Źródło: opracowanie własne

Trudnością zdecydowanie jest sprecyzowanie “częstego” chodzenia do kina w dzieciństwie. Co więcej, oszacowanie tej częstotliwości względem oglądanych seansów obecnie również spotkało się z wątpliwościami. Przyjęta kategoria odpowiedzi okazała się możliwie najbardziej precyzyjną. 63,6% badanych odwiedza kino kilka razy do roku, co

przyjmuje się za częstą praktykę. Porównując z danymi z zeszłorocznego raportu Państwowego Instytutu Filmowego, wyjście do kina raz na 6 miesięcy lub rzadziej deklaruje 50% Polaków³³⁹. Przyczynami tego stanu rzeczy jest brak odczuwanej potrzeby, co deklaruje 40% badanych³⁴⁰.

Istotnym okazuje się czynnik posiadania dzieci, co w swoim badaniu uwzględnił także Zbigniew Bokszański, jako prawdopodobieństwo ograniczenia aktywności kulturalnej. Poniższa wypowiedź dowodzi, że ma to zdecydowany wpływ na uczestnictwo.

Kobieta, 36-41 lat, wykształcenie wyższe ekonomiczne, pracownik agencji reklamowej:

Pochodzę z małego miasta i jak byłam mała to nie mieliśmy zbyt dużego wyboru do wyjścia, ale w domu zawsze była muzyka, książki i gazety. Moje uczestnictwo w kulturze offline, takiej jak koncerty, teatr czy kino było zdecydowanie większe przed dziećmi, i wtedy np koncertów było kilka/kilkanaście rocznie, tak samo teatr. Teraz przy dwójce małych dzieci, ciężko jest mi na to znaleźć czas.

Analiza uzyskanych danych wskazuje, że w przypadku respondentów z wykształceniem średnim dominującym mechanizmem była reprodukcja poziomu edukacyjnego rodziców, podczas gdy osoby z wykształceniem wyższym częściej odtwarzały lub przekraczały kapitał edukacyjny swojego środowiska rodzinnego. Wyniki ilościowe wskazują, że niemal połowa (46%) badanych ma wyższe wykształcenie niż ich rodzice, co można to interpretować jako przejaw awansu edukacyjnego. Natomiast druga połowa (54%) podtrzymała ciągłość struktury w rodzinie. Z kolei aktywności kulturalne, które były praktykowane w dzieciństwie badanych, zwłaszcza wizyty w kinie, są poniekąd transmitowane w życiu dorosłym, ponieważ 63,3% badanych deklaruje tam częste wizyty. Niemniej, poziom wykształcenia determinował rodzinny udział w kulturze - aż 83% rodziców, którzy dbali o ten aspekt wychowania, posiadało wykształcenie wyższe. Jednocześnie brak analogicznej zależności w odniesieniu do wykonywanego zawodu badanych wskazuje, że czynnik ten nie odgrywa już istotnej roli w kształtowaniu aktywności kulturalnej. Jednym z przyczynkiem jest dominacja mediów społecznościowych w wielu aspektach życia społecznego. Wyniki pokazały, że stanowią one główne źródło informacji, a także przestrzeń do realizowania pasji czy potrzeb kulturowych. Nowe media zdecydowanie kształtują formę uczestniczenia w kulturze i modyfikują tradycyjne kryteria reprodukcji kompetencji. Egzystencja w dualistycznej rzeczywistości daje możliwość obcowania z kulturą, często niezależnie od poziomu kompetencji kulturalnych czy wzorców nabytych w dzieciństwie. Warunkiem stają się

³³⁹ Polski Instytut Sztuki Filmowej, raport *Segmentacja widzów kina Raport z 7. fali badania ilościowego, Część 1 - kontakt z kulturą*, czerwiec, 2025, s. 10., [\[online\]](#) dostęp: 20.09.2025 r.

³⁴⁰ Polski Instytut Sztuki Filmowej, raport *Segmentacja widzów kina Raport z 7. fali badania ilościowego, Część 1 - kontakt z kulturą*, czerwiec, 2025, s. 4., [\[online\]](#) dostęp: 20.09.2025 r.

kompetencje komunikacyjne i medialne, inaczej cyfrowe pozwalające na selekcję odpowiednich treści oraz zrównoważonego i bezpiecznego bytu w przestrzeni cyfrowej.

6.5. Wartościowanie kultury przez pryzmat przestrzeni cyfrowej

Ta ostatnia już część badania dotyczy obrazu człowieka kulturalnego w oczach badanych. Jest to ułkon w stronę badania Zbigniewa Bokszańskiego, w którym młodzi robotnicy dokonali pewnego rodzaju definicji ukulturalnienia. Ich odpowiedzi okazały się cennymi danymi, pokazującymi jak w świadomości funkcjonuje kultura, jaki rzeczywisty stosunek mają do niej respondenci i czy aspirują bądź mają predyspozycje do awansu kulturalnego. Choć w niniejszym badaniu, określenie tego czym jest awans społeczno-zawodowy i kulturalny przysporzył respondentom trudności. Finalna refleksja dotyczyła tego, że awans społeczno-zawodowy może odbywać się zupełnie niezależnie od uczestniczenia w kulturze, choć praktyki kulturalne czasem są transportem w drodze na społeczne wyżyny.

Badani zostali tym razem poproszeni o ocenę czy uczestniczenie w kulturze jest wystarczające, gdy:

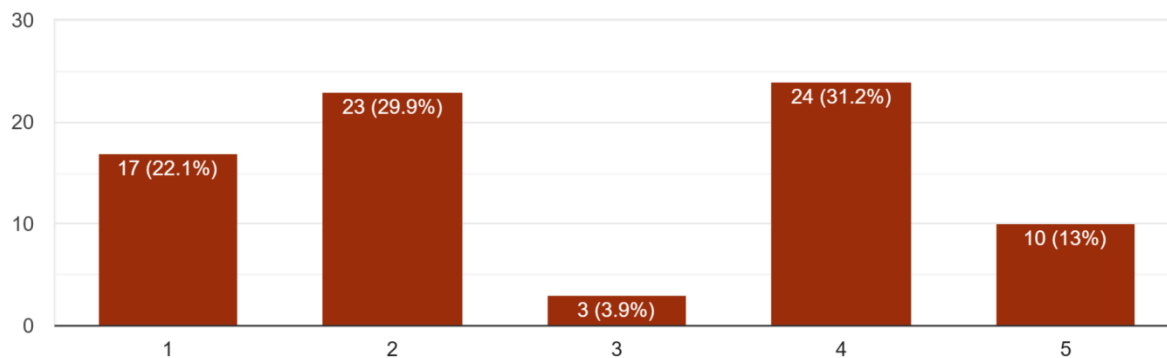
- 1) Korzysta się jedynie z cyfrowych zasobów;
- 2) Praktyki kulturalne odbywają się jedynie w formie tradycyjnej.

Na poniższym wykresie, widać, jak kwestia cyfrowego uczestnictwa podzieliła badanych. 30% z nich wskazało, że korzystanie jedynie z cyfrowych zasobów “raczej nie” jest pełnowartościowe. Taki sam odsetek badanych opowiada się za nowymi mediami, choć wciąż niepewnym “raczej tak”. Skrajne odpowiedzi, tj. “zdecydowanie nie” (22%) i “zdecydowanie tak” (13%) bardziej rozstrzygały ten problem.

Rys.30. Ocena poziomu ukulturalnienia - przestrzeń cyfrowa

Oceń, czy korzystanie jedynie z cyfrowych zasobów pozwala uczestniczyć w kulturze, gdzie: 1 = "zdecydowanie nie", 2 = "raczej nie", 3 = "nie wiem" 4 = "raczej tak", 5 = "zdecydowanie tak"

77 responses

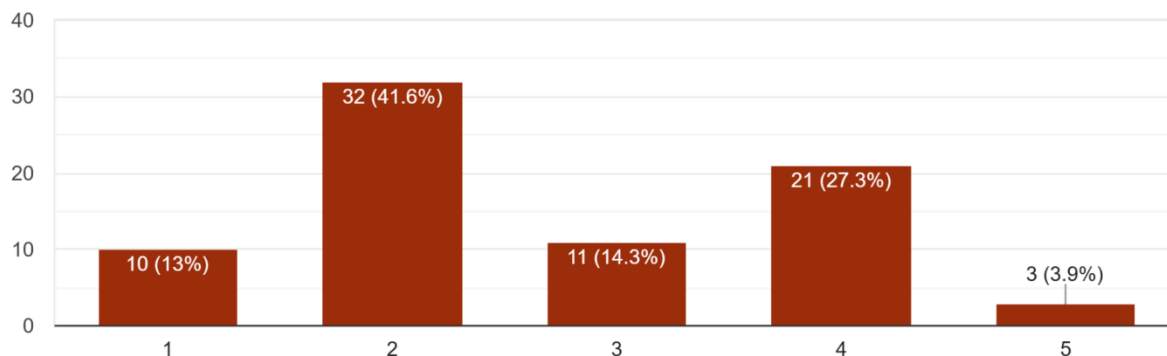


Źródło: opracowanie własne

W przypadku pytania **Oceń, czy korzystanie z tradycyjnych form, tj. kino, teatr, czy książki bez korzystania z cyfrowych zasobów i informacji jest obecnie wystarczające, by uczestniczyć w kulturze**, wyniki wskazywały na to, wykazała wyraźną dominację poglądu, iż taka praktyka jest niewystarczająca we współczesnym świecie. Poniższy wykres przedstawia, że ponad połowa badanych sądzi, iż tradycyjne nośniki elementów kultury symbolicznej "zdecydowanie nie" (13%) i "raczej nie" (41,6%) dostarczą odpowiedniej wiedzy czy doświadczeń kulturalnych. Zaledwie 31% badanych twierdzi inaczej, z czego tylko 4% zdecydowanie uważa tradycyjne formy uczestnictwa za wystarczające.

Rys. 31. Ocena poziomu ukulturalnienia - zasoby tradycyjne.

Oceń, czy korzystanie z tradycyjnych form, tj. kino, teatr, czy książki bez korzystania z cyfrowych zasobów i informacji jest obecnie wystarczające, by...m zdania", 4 = "raczej tak", 5 = "zdecydowanie tak"
77 responses



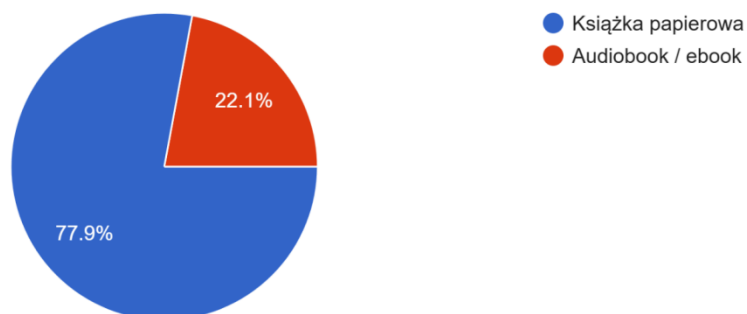
Źródło: opracowanie własne

Analiza wyników badań pozwala stwierdzić, że respondenci w sposób wyraźny różnicują wartość cyfrowego i tradycyjnego uczestnictwa w kulturze, co wskazuje na istotną zmianę w postrzeganiu źródeł kapitału kulturowego. Zestawienie obu obszarów odpowiedzi ukazuje, że badani dostrzegają zarówno ograniczenia cyfrowych form uczestnictwa w kulturze, jak i niedoskonałości form tradycyjnych, przy czym to właśnie brak treści cyfrowych jest oceniany jako bardziej dotkliwy deficyt. Wyniki sugerują, iż w percepcji respondentów współczesne uczestnictwo w kulturze wymaga komplementarnego korzystania z obu typów zasobów.

Badani zostali poproszeni także o ocenę własnego poziomu ukulturalnienia, choć zostanie ona zaprezentowana po krótkim podsumowaniu praktyk i preferencji grupy badanej. Poniższej zostaną ponownie przywołane te wyniki, które wskazują na cechy charakterystyczne grupy badanej. Otóż, respondenci deklarują zarówno analogowe jak i cyfrowe preferencje dotyczące form uczestnictwa w kulturze. Poniższe wykresy wskazują, że książka papierowa (78%) jest bardziej doceniona niż ebook lub audiobook (21%). Warto przy tym zaznaczyć, że w tym wypadku pytanie dotyczy jedynie preferencji, bez wskazania na częstotliwość.

Rys. 32. Preferencje - książka

Zaznacz proszę którą formę preferujesz (możesz zaznaczyć jedną odpowiedź lub żadną):
77 responses

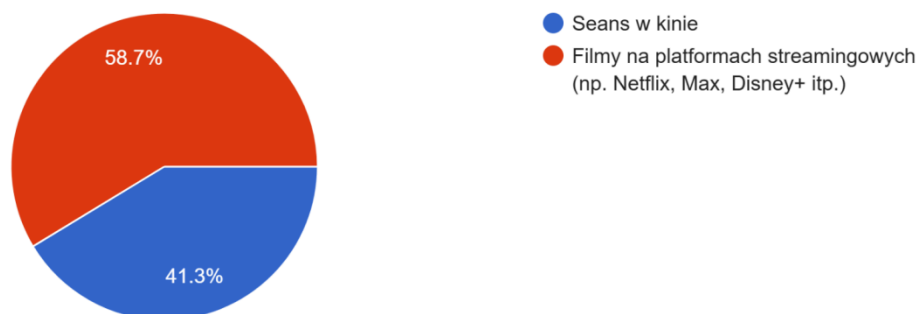


Źródło: opracowanie własne

Inaczej jednak jest w przypadku kina - większość respondentów woli subskrybować platformy streamingowe (59%) niż kupić bilet do kina (41%).

Rys. 33. Preferencje - film

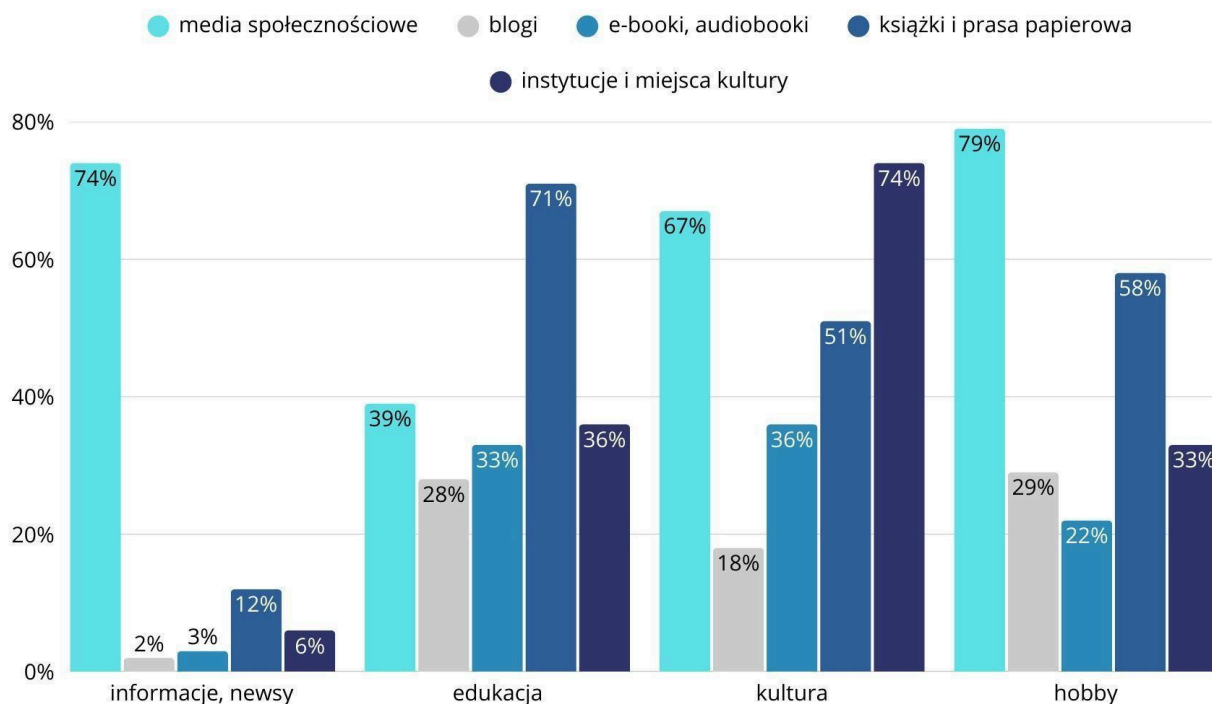
Zaznacz proszę którą formę preferujesz (możesz zaznaczyć jedną odpowiedź lub żadną):
75 responses



Źródło: opracowanie własne

Cechą charakterystyczną badanej społeczności jest także mocne poleganie na treściach mediów społecznościowych. Wysoki odsetek wskazań na media społecznościowe jako źródła informacji czy wiedzy w różnych dziedzinach, tj. Informacje ze świata, edukacja, kultura czy pasje.

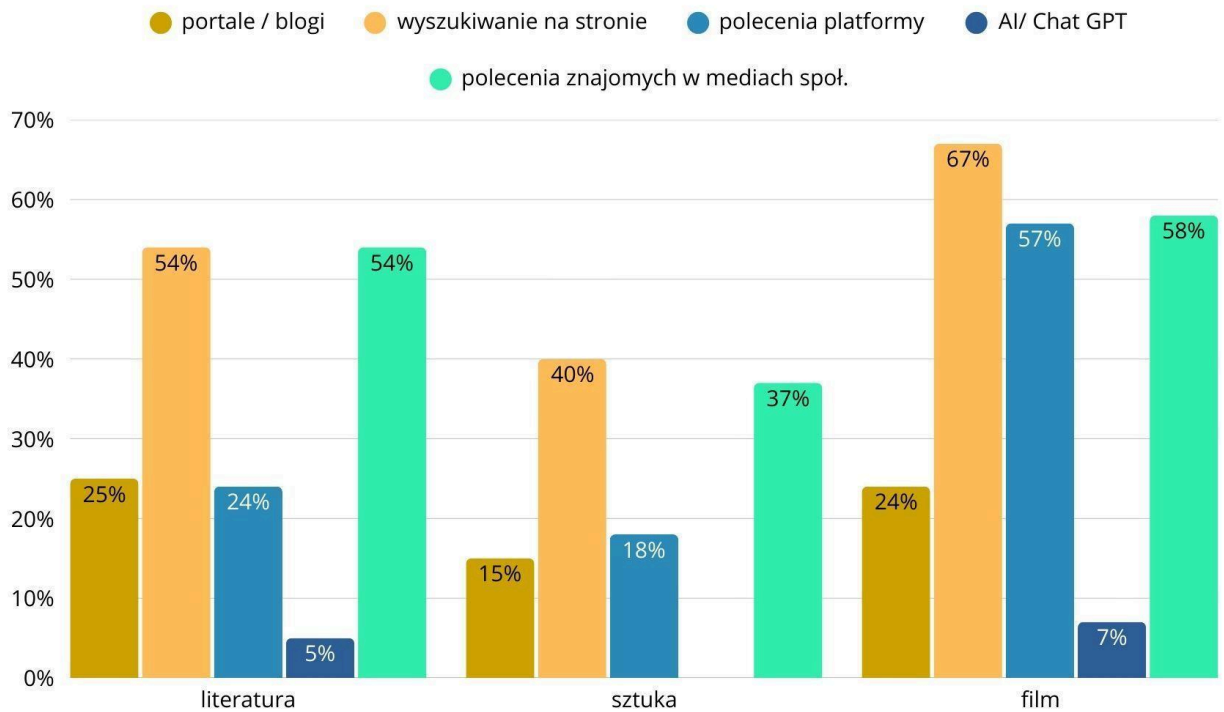
Rys. 34. Źródło informacji



Źródło: opracowanie własne

Co więcej, badani bardziej lub w podobnym zakresie polegają na indywidualnej selekcji treści na stronach internetowych i poleceniach algorytmów niż wskazań ze strony znajomych. Poniższy wykres pokazuje jak czynnik ludzki konkuruje z modelami AI w zakresie dopasowania oferty kulturalnej. W kategorii literatura jest na tym samym poziomie co “wyszukiwanie na stronie” (54%), co może wskazywać na bardziej zindywidualizowanie uczestnictwa, choć nawet samodzielne wyszukanie to zasób wiedzy, który jest przekazywany algorytmom. Szczególnie w kategorii film widać, jak poleganie na głosach innych różni się od zaufania do platform. 67% badanych bazuje na kafeterii strony internetowej, kolejne 57% zawiera swoje wybory algorytmom, a podobny odsetek, 58% dostaje rekomendacje od znajomych.

Rys. 35. Forma wyszukiwań treści

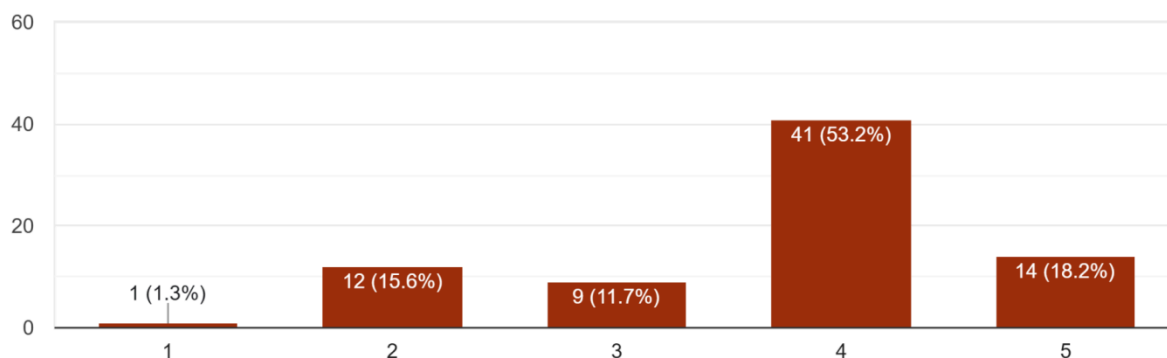


Źródło: opracowanie własne

Poniższy wykres prezentuje, że zdecydowana większość grupy badanej (71%) pozytywnie ocenia swoje uczestnictwo w kulturze. Biorąc pod uwagę opisane wyżej cechy i praktyki kulturalne w przekonaniu badanych są “wystarczającym” (53%) uczestnictwem w kulturze. 18% jest przekonanych o częstym kontakcie z kulturą.

Rys. 36. Samoocena stopnia ukulturalnienia.

Oceń swój poziom uczestnictwa w kulturze, gdzie: 1 = "w ogóle nie obcuje z kulturą" 2 = "jestem mało zorientowany/na" 3 = "nie wiem" 4 = "uczestni... wystarczająco" 5 = "mam częsty kontakt z kulturą"
77 responses



Źródło: opracowanie własne

Biorąc pod uwagę powyższe podsumowanie, tj. Częstsze realizowanie praktyk kulturalnych w przestrzeni cyfrowej, zwłaszcza w mediach społecznościowych, które traktowane jako podstawowe źródło informacji o wydarzeniach i treściach kulturalnych. Co istotne, równie mocno, a niekiedy nawet silniej, ufają rekomendacjom algorytmów niż poleceniom osób z własnego otoczenia. Zjawisko to, w połączeniu z deklarowanym długim czasem spędzonym na smartfonie, sugeruje znaczącą zmianę w sposobach obcowania z kulturą. Równocześnie badani oceniają swoje uczestnictwo w kulturze jako wystarczające, co pozwala postawić pytanie o redefinicję samego pojęcia „uczestnictwa w kulturze”. O ile tradycyjnie kategoria ta była powiązana z uczestnictwem w wydarzeniach instytucjonalnych czy z lekturą, o tyle obecnie coraz częściej utożsamiana jest z aktywnością w przestrzeni cyfrowej. Można zatem podejrzewać pewnego rodzaju przesunięcie akcentu ze świata materialnego na cyfrowe. Uczestnictwo w kulturze staje się bardziej związane z dostępem do treści za pośrednictwem mediów cyfrowych, w których algorytmy odgrywają rolę nie tylko pośrednika, ale przede wszystkim selekcyonerów treści. Zjawisko to może świadczyć o procesie redefinicji kultury w stronę dostępności, natychmiastowości, czy personalizacji doświadczeń kulturalnych.

6.6. Uczestnictwo w kulturze 50 lat później. Analiza porównawcza

Zbigniew Bokszański charakteryzując grupę młodych robotników koncentrował się wokół kategorii „podwójnej młodości”. Pojęcie to odnosi się do młodości demograficznej oraz społecznej. Jest to grupa w przedziale wiekowym 19-26 lat i jednocześnie tworzy nową grupę społeczną³⁴¹. Młodzi robotnicy adaptują się do nowych wzorców kulturowych, stylów życia oraz zmieniających się poziomów i typów aspiracji. Te zmiany wynikają z przekształceń systemowych, rozwoju technicznego, ale także z niedawnej przeprowadzki ze wsi do miasta. Istotnym elementem badań była również problematyka językowa, przez pryzmat której robotnicy byli badani w kontekście awansu kulturalnego. Przedmiotem badania były elementy kultury symbolicznej, rozpatrywane poprzez pojęcie awansu, rozumianego jako możliwość obcowania z kulturą wyższą. Bokszański wskazywał, że taki sposób ujęcia kultury ma charakter instytucjonalny i w wielu aspektach pozostaje zasadny, jednakże zwracał uwagę na jego ograniczenia.³⁴² Autor badania wyjaśnia, że np. Podanie tytułu pozycji klasyfikującej jako element kultury wyższej nie stanowi o rzeczywistym uczestnictwie w kulturze ani o głębszym zaangażowaniu w jej odbiór. W przypadku grupy respondentów analizowanych w niniejszym badaniu można dostrzec analogiczne zjawisko. Powszechny dostęp do wiedzy, narzędzi sztucznej inteligencji oraz zasobów internetowych sprawia, że brak tradycyjnych kompetencji kulturowych nie stanowi już istotnej bariery w obcowaniu z kulturą. Dodatkowo wyższe wykształcenie badanych sprzyja odbiorowi treści zaliczanych do kultury wysokiej. Nie jest to jednak zasadniczy problem zidentyfikowany w toku analizy. Kluczowe znaczenie uzyskały bowiem kompetencje medialne i cyfrowe, które warunkują nie tylko sposób, lecz przede wszystkim jakość korzystania z przestrzeni cyfrowej. To właśnie one okazują się determinować możliwość pełnowartościowego uczestnictwa w kulturze w jej współczesnym, cyfrowym wymiarze. Zbigniew Bokszański zwraca również uwagę na proces przenikania się treści elitarnych i popularnych³⁴³, które w niniejszym badaniu zostało opisane w kategoriach „wszystkożerności”. Zjawisko to odnosi do teorii subiektywnej homogenizacji kultury Antoniny Kłoskowskiej, polegającej na tym, że instytucjonalny podział kultury nie oznacza przywiązania się do jednej kategorii kulturalnej. Zarówno sfera kultury wyższej, jak i niższej, czy “średniego poziomu” zaliczają się do ogółu praktyk. Proces ten prowadzi do redefinicji wzorów uczestnictwa w kulturze. Podobne tendencje ujawniają się w refleksjach badanych pracowników umysłowych, którzy również niechętnie operowali tego rodzaju dychotomią. Respondenci wskazywali, że nie są w stanie jednoznacznie sklasyfikować praktyk kulturowych w ramach sztywnych kategorii, podkreślając raczej subiektywny charakter własnych wyborów. W ich narracjach uczestnictwo w kulturze zależało przede wszystkim od

³⁴¹ Bokszański, Z., *Młodzi robotnicy a awans kulturalny*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa, 1976, s. 248.

³⁴² Bokszański, Z., *Młodzi robotnicy a awans kulturalny*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa, 1976, s. 16.

³⁴³ Bokszański, Z., *Młodzi robotnicy a awans kulturalny*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa, 1976, s. 17.

indywidualnej wrażliwości, nastroju czy sytuacji, w jakiej się znajdowali, a nie od posiadanych kompetencji kulturowych. Takie podejście wzmacnia tezę o odchodzeniu od instytucjonalnych kryteriów oceny praktyk kulturowych na rzecz bardziej płynnych i zindywidualizowanych sposobów doświadczania kultury.

W badaniu nad młodymi robotnikami, wybory kulturalne badanych nie wykazują konsekwencji, więc został zastosowany dodatkowy wymiar analityczny, tj. profil uczestnictwa w kulturze³⁴⁴. W tym celu zostały wyróżnione orientację na "ascezę" i "relaks" oraz "odświętność" i "powszedniość". To rozróżnienie pozwala uchwycić sposób, w jaki respondenci traktują pewne praktyki kulturalne. Przykładowo, wizyta w teatrze klasyfikowana przez nich jako praktyka ascetyczna czy odświętna oznaczała poziom awansu³⁴⁵. Na podstawie czteropolowej tabeli, były przyznawane punkty badanym za: - wymienienie elitarnych tytułów książek, - za wymienienie książek klasycznych i poziomu średniego, - znajomość filmów ocenianych wysoko przez krytyków, - oglądanie programów publicystycznych, teatru telewizji etc., - słuchanie muzyki klasycznej i poważnej, - czytanie czasopism społeczno- literackich³⁴⁶. Uzyskanie 4 punktów oznaczało przypisanie badanego do kategorii awansującego kulturalnie. Współcześnie pojęcie ukulturalnienia czy też uczestnictwa w kulturze uległo znacznemu rozmyciu i przestało mieć jednoznaczny charakter. W świadomości badanych coraz częściej traktowane jest ono w sposób względny, zależny od indywidualnych doświadczeń, preferencji czy kontekstu społecznego. Badani nie wiążą już kategorii awansu kulturalnego ściśle z awansem społecznym, jak i z uzyskaniem wyższej pozycji w hierarchii kulturalnej. Zamiast tego, coraz większe znaczenie przypisuje się kulturze jako sferze samorealizacji, formie spędzania wolnego czasu czy sposobowi wyrażania własnej tożsamości, a nie jako narzędziu legitymizującym określoną pozycję w strukturze społecznej.

Grupa młodych pracowników umysłowych niniejszego badania może być postrzegana jako awansująca kulturalnie, choć w zupełnie innym wymiarze, niż miało to miejsce w przypadku wcześniejszych pokoleń. Awans ten nie jest już utożsamiany jedynie z tradycyjnie rozumianym uczestnictwem w instytucjach kultury, ani z bezpośrednim wzrostem prestiżu społecznego. Współcześnie oznacza raczej nabywanie i doskonalenie kompetencji cyfrowych, umiejętność sprawnego poruszania się w środowisku mediów społecznościowych oraz budowanie w ich ramach sieci kontaktów. Ważnym elementem tego procesu staje się również świadome wybieranie autorytetów, które w przestrzeni cyfrowej odgrywają rolę liderów opinii i w istotny sposób kształtują praktyki uczestnictwa w kulturze. Jednocześnie proces ten nie prowadzi do całkowitego zerwania z tradycją. Ważne pozostaje bowiem zachowanie wzorców i kodów kulturowych przyswojonych w

³⁴⁴ Bokszański, Z., *Młodzi robotnicy a awans kulturalny*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa, 1976, s. 22-23.

³⁴⁵ Bokszański, Z., *Młodzi robotnicy a awans kulturalny*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa, 1976, s. 24.

³⁴⁶ Bokszański, Z., *Młodzi robotnicy a awans kulturalny*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa, 1976, s. 109.

dzieciństwie, ich dalsza praktyka i twórcze rozwijanie. W efekcie, łączenie dziedzictwa kulturowego wyniesionego z domu rodzinnego z nowymi formami uczestnictwa, charakterystycznymi dla kultury cyfrowej może stać się pełnowymiarowym uczestnictwem w kulturze. Łączą się w ten sposób wszystkie układy kultury w teorii Antoniny Kłoskowskiej. Tego rodzaju awans kulturalny wymaga jednak znacznej adaptacji do nowej rzeczywistości społecznej, która różni się istotnie od świata, w którym dorastali badani. Adaptacja ta polega na nieustannym rozwijaniu zainteresowań, poszerzaniu horyzontów oraz podejmowaniu działań związanych z samorozwojem. W praktyce wymaga to także wypracowania równowagi między sferą prywatną a zawodową, które w świecie cyfrowym coraz silniej się przenikają. Paradoksalnie jednak, mimo faktycznego uczestnictwa w procesie awansu kulturalnego, badana grupa społeczna nie utożsamia się z tą kategorią. Wynika to z poczucia, że w porównaniu z praktykami kulturowymi rodziców i dziadków funkcjonuje w zupełnie odmiennej rzeczywistości, której nie można wprost odnieść do wcześniejszych wzorców awansu. W tym sensie, klasyczne kategorie opisane m.in. przez Pierre'a Bourdieu, które łączyły uczestnictwo w kulturze z pozycją społeczną i kapitałem kulturowym, nie znajdują już prostego przełożenia na współczesne doświadczenia. Awans kulturalny przestaje być wyznaczać wspinanie się po drabinie społecznej, a staje się raczej strategią adaptacyjną i formą odbioru treści w przestrzeni cyfrowej.

W badaniu Zbigniewa Bokszańskiego respondenci byli także poddawani pytaniu o postrzeganie awansu i społecznego zróżnicowania w kulturze. Zauważali te podziały i klasyfikowali je jako: inteligencja, wykształcenie, wychowanie, środowisko, podział wieś - miasto, robotnicy - inteligencja, robotnicy - chłopci - inteligencja. Uczestnictwo w kulturze pozostawało wówczas w ścisłym związku ze strukturą społeczną i stanowiło pewien wyznacznik pozycji jednostki w hierarchii społecznej.

Na tle tamtych ustaleń wyraźnie rysuje się odmienna postawa respondentów w niniejszym badaniu. Zdecydowanie niechętnie odnoszą się oni do traktowania kultury w kategoriach uwarstwienia społecznego. W ich świadomości kultura funkcjonuje raczej jako dobro powszechne, dostępne dla wszystkich, niezależnie od statusu społecznego czy pochodzenia. Co więcej, uczestnictwo w kulturze nie jest interpretowane jako element awansu społecznego, lecz jako kwestia indywidualnych wyborów, potrzeb i predyspozycji. W tym ujęciu wybór określonych form kultury symbolicznej zależy przede wszystkim od takich czynników, jak osobista wrażliwość, zainteresowania czy aktualny nastrój, a nie od jej pozycji w strukturze społecznej. Ta zmiana perspektywy dobrze wpisuje się w szersze procesy opisane w socjologii kultury, wskazujące na stopniowe odchodzenie od hierarchicznego modelu uczestnictwa w kulturze, opartego na sztywnych podziałach klasowych, na rzecz bardziej zindywidualizowanych i pluralistycznych praktyk kulturowych. Jak zauważa Richard Peterson w swojej koncepcji "wszystkożercy vs. jednożercy" ("omnivores vs. univores"), współczesne uczestnictwo w kulturze charakteryzuje się większą otwartością i elastycznością, a jednostki coraz częściej łączą

elementy kultury wysokiej i popularnej³⁴⁷. W badaniu Instytutu Kultury Miejskiej *Kulturalna hierarchia. Nowe dystynkcje i powinności w kulturze a stratyfikacja społeczna* respondenci wskazywali, że gusta i praktyki kulturalne mają coraz bardziej zindywidualizowany charakter, wręcz kształtowany poza bezpośrednim wpływem strukturalnym. Nie oznacza to jednak, że kultura już nie jest narzędziem do podtrzymywania dystynkcji społecznych. Wyniki tych badań wskazują raczej na pojawienie się nowych mechanizmów różnicowania³⁴⁸. Zbigniew Bokszański zwracał także uwagę, na to, że młodzi robotnicy, którzy stosunkowo niedawno przenieśli się do miast (często dopiero po ukończeniu około 14. roku życia, wcześniej mieszkając na wsi), funkcjonowali w sytuacji przenikania się wzorów kulturowych, wiejskich i miejskich³⁴⁹. Migracja ta wiązała się nie tylko z koniecznością przyswojenia odmiennych kodów kulturowych, ale także z trudnościami w adaptacji do miejskiej rzeczywistości, co w konsekwencji rzutowało na ich uczestnictwo w kulturze. W przypadku współczesnej grupy młodych pracowników także zachodziły procesy migracyjne, również często ze wsi i mniejszych miast do większych w celu zdobycia wykształcenia wyższego. Jednak ich sytuacja adaptacyjna znacząco różni się od tej, którą opisywał Bokszański. Dzięki przestrzeni cyfrowej i powszechnemu dostępowi do mediów online, przyswajanie nowych wzorów i kodów kulturowych jest ułatwione. W procesie globalizacji i przestrzeni cyfrowej praktyki kulturowe wręcz ujednolicają się i przenikają między społecznościami o różnym pochodzeniu geograficznym czy społecznym, co prowadzi do rozmywania lokalnych różnic kulturowych, czy też do hybrydyzacji na zasadzie lokalne - globalne. Sieci internetowe działają tu jako przestrzeń, w której globalne trendy szybko się rozpowszechniają, a jednostki adaptują je do swoich kontekstów. Nowe media i procesy globalizacji mogą także podważać znaczenie tożsamości kulturowej, która opiera się właśnie na odrębności czy specyfice społeczności³⁵⁰. Jednocześnie cyfryzacja niesie ze sobą nowe trudności. Media społecznościowe, na których polegają badani, jako nadające orientację w świecie kultury, są przepełnione nadmiarem treści i zarządzane przez algorytmy, które selekcionują informacje i kształtują preferencje użytkowników. Oznacza to, że adaptacja do współczesnego środowiska kulturowego wymaga dziś nie tyle przyswojenia „obcych” kodów kultury, ile umiejętności krytycznej selekcji treści i świadomego konstruowania własnych praktyk kulturowych. Jak zauważa Zygmunt Bauman, życie we współczesnym „płynnym społeczeństwie” oznacza konieczność nieustannego dostosowywania się do

³⁴⁷ Peterson, R. A., Kern, R. M., *Changing Highbrow Taste: From Snob to Omnivore*. American Sociological Review, 1996, 61(5), s. 900–907

³⁴⁸ Instytut Kultury Miejskiej, *Kulturalna hierarchia Nowe dystynkcje i powinności w kulturze a stratyfikacja społeczna*, Gdańsk, 2016, [online] dostęp: 25.09.2025 r.

³⁴⁹ Bokszański, Z., *Młodzi robotnicy a awans kulturalny*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa, 1976, s. 246.

³⁵⁰ Studnicki, E., Czerwicz, K., Tożsamość kulturowa i uczestnictwo w kulturze młodych dorosłych a media społecznościowe, *Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis Studia ad Bibliothecarum Scientiam Pertinentia* 22, 2024, s. 433.

zmieniających się warunków, a nadmiar informacji staje się jednym z głównych wyzwań kulturowych³⁵¹.

Rekonstruowanie elementów badania Zbigniewa Bokszańskiego ukazało we współczesnej grupie badanych wyraźną zmianę w sposobie konceptualizowania uczestnictwa w kulturze i jego powiązań ze strukturą społeczną. O ile w ujęciu Bokszańskiego głównym problemem badawczym pozostawała problematyka awansu kulturalnego, który miał wskazywać pozycję jednostki w hierarchii społecznej, o tyle współczesne praktyki kulturowe nie dają się zmierzyć w ten sposób. Kultura traci swój funkcjonalny związek z dystynkcją społeczną i staje się bardziej kwestią indywidualną, gdzie większe znaczenie zyskują kompetencje cyfrowe i umiejętność bezpiecznego poruszania się w warunkach hałasu informacyjnego. Ten proces świadczy o odchodzeniu od instytucjonalnych podziałów i hierarchicznych modeli uczestnictwa w kulturze na rzecz bardziej płynnych, hybrydowych form, w których przenikają się treści popularne i elitarne. Choć badani wskazują na to, że kultura może służyć jako narzędzie legitymizacji społecznej, to, podobnie jak młodzi robotnicy, odnosili ten zabieg do snobizmu, wyrażając do niego krytyczny stosunek. Jednak uczestnictwo w kulturze, w świadomości badanych zależy w dużej mierze od ich własnych wyborów i częściowego wpływu wzorców zaczerpniętych w domu rodzinnym. Współczesne doświadczenia badanych wskazują także na przesunięcie akcentu ku kulturze jako przestrzeni na realizację podmiotowych potrzeb. Jest to część złożonych przemian późnonowoczesnego społeczeństwa, w którym kluczową kompetencją pozostaje umiejętność adaptacji czy elastyczność, co także przekłada się na formę uczestnictwa w życiu kulturowym.

Podsumowanie

Analiza wyników badań ukazuje zasadniczą zmianę w relacjach między awansem społecznym, zawodowym i kulturowym. W odróżnieniu od klasycznych ujęć, w których uczestnictwo w kulturze stanowiło istotny wskaźnik pozycji jednostki w strukturze społecznej, współcześnie zależności te stają się coraz mniej wyraziste. Badani wskazują na egalitarny charakter dostępu do treści cyfrowych i platform streamingowych, które zniosły tradycyjne bariery statusowe. W efekcie uczestnictwo w kulturze przestaje pełnić funkcję dystynkcyjną, a jego znaczenie przesuwa się w stronę praktyk indywidualnych, zdominowanych przez algorytmy i logikę cyfrowej konsumpcji. Choć miejsce pracy i branża w pewnym stopniu różnicują preferencje kulturalne, różnice te nie układają się w hierarchiczną strukturę typową dla tradycyjnych modeli awansu kulturowego. Praca w korporacji wpływa raczej na redefinicję języka i kategorii prestiżu zawodowego niż na realne poszerzanie praktyk kulturowych. Sam awans zawodowy pozostaje zatem czynnikiem wzmacniającym poczucie pozycji społecznej, lecz nie determinuje intensyfikacji uczestnictwa w kulturze. Charakterystycznym rysem badanej społeczności

³⁵¹ Bauman, Z., *Płynna nowoczesność*, Wydawnictwo Literackie, Kraków, 2006.

jest ponadto silne poleganie na mediach społecznościowych jako źródle informacji i inspiracji kulturalnych. Zjawisko to wskazuje na przesunięcie akcentu z kapitału kulturowego rozumianego w kategoriach znajomości kanonu i kompetencji kulturalnych ku kapitałowi cyfrowemu, którego podstawą stają się biegłość technologiczna, umiejętność selekcji treści oraz sprawne poruszanie się w warunkach nadmiaru informacyjnego. W świetle porównania z badaniami Zbigniewa Bokszańskiego sprzed pięciu dekad, zmiana ta wydaje się fundamentalna. O ile młodzi robotnicy lat 70. byli definiowani przez „podwójną młodość” i dopiero adaptowali się do nowych wzorców kulturowych, o tyle współcześni młodzi pracownicy umysłowi funkcjonują w świecie, w którym kultura nie stanowi już wyznacznika hierarchii społecznej. Zamiast tego nabiera charakteru powszechnego dobra, kształtowanego przede wszystkim przez technologie cyfrowe i indywidualne wybory. Awans kulturalny wiąże się raczej z rozwojem kompetencji cyfrowych i umiejętnością świadomego uczestnictwa w kulturze online niż z klasycznym wzrostem prestiżu.

Zakończenie

Niniejsza praca pozwoliła uchwycić dynamikę przemian społeczno-kulturowych, jakie dokonały się na przestrzeni ostatnich pięciu dekad. Dzięki perspektywie porównawczej możliwe było nie tylko odtworzenie głównych kategorii analizy wywiedzionych z badań Zbigniewa Bokszańskiego, ale także ukazanie ich ewolucji w kontekście współczesnych uwarunkowań społecznych, zawodowych i technologicznych. Szczególnie istotnym założeniem niniejszej dysertacji było zdefiniowanie i scharakteryzowanie grupy młodych pracowników umysłowych jako nowego podmiotu badań, funkcjonującego w warunkach gospodarki postindustrialnej i cyfrowej. Problematyka awansu kulturalnego, stanowiąca główną oś analizy, okazała się wyzwaniem zarówno na poziomie operacjonalizacji teoretycznej, jak i empirycznej. Z jednej strony, konieczne było zakorzenienie analizy w modelu komunikacyjnym nowych mediów, z drugiej, zmierzenie się z rzeczywistością, w której tradycyjne narzędzia socjologiczne okazują się niewystarczające wobec zjawiska platformizacji życia społecznego. Przeprowadzona analiza wykazała, że współczesne mechanizmy opiniotwórcze, oparte na algorytmach sztucznej inteligencji, przekształcają kulturę w produkt procesów automatycznych. Użytkownik, wytwarzając dane, współtworzy medium, lecz jednocześnie traci wpływ na jego kształt, gdyż algorytmy wzmacniają jego dotychczasowe preferencje, nie stymulując potrzeby zmiany. Ten paradoks wskazuje na nowy wymiar nierówności, jakim są algorytmy reprodukujące istniejące podziały społeczne i intensyfikujące je. W świetle tych obserwacji, zasadne staje się pytanie o neutralność technologii. Określenie „media społecznościowe” okazuje się problematyczne, ponieważ platformy nie kreują wspólnot w klasycznym sensie, lecz organizują jednostki wokół danych ilościowych, konstruując interakcje o charakterze rojowym. Tożsamość zbiorowa jawi się w tym kontekście jako pozór, podatny na manipulacje algorytmiczne. Komunikacja w ramach nowych mediów nie bazuje na wymianie faktów, ale na grze znaczeń i wytwarzaniu wrażenia autentyczności, co prowadzi do zacierania granic między prawdą a fałszem. Ostatecznie, współczesne media redefiniują samą istotę opiniotwórczości: zamiast ośrodków dyskursu publicznego pojawiają się systemy perswazyjne, podporządkowane logice konsumenckiej. W tym procesie ruchliwość społeczna staje się zależna od kompetencji cyfrowych, a jednocześnie obciążona ryzykiem podporządkowania algorytmom, które coraz silniej determinują formy uczestnictwa w kulturze. Refleksja socjologiczna nad uczestnictwem w kulturze „wczoraj i dziś” obrazuje przesunięcie od praktyk wspólnotowych do bardziej zindywidualizowanych, algorytmicznie sterowanych doświadczeń kulturalnych. Tradycyjne formy uczestnictwa miały wymiar integracyjny i rytualny, natomiast współczesne praktyki online rzadko prowadzą do trwałości więzi społecznych. Internetowa komunikacja tworzy sieci kontaktów o płynnym, incydentalnym charakterze, opartych na rekomendacjach systemowych. Nadprodukcja treści, charakterystyczna dla epoki platform, sprzyja zjawisku

„wszystkożerności kulturowej”,

w której odbiorcy przypadkowo konfrontują się z treściami elity, kultury popularnej i niszowej. W konsekwencji uczestnictwo w kulturze zostaje podporządkowane logice platformizacji, gdzie widoczność twórców, strategie instytucji i nawyki odbiorców determinowane są przez regulaminy korporacyjnych systemów cyfrowych. Zmiana ta dotyczy także samego podmiotu uczestnictwa. Wraz z upowszechnieniem się kategorii *Homo Digitalis* obserwujemy ewolucję człowieka egzystującego nieustannie z technologią. Tożsamość, preferencje czy aktywności jednostki są nieustannie analizowane i kształtowane przez algorytmy, które organizują jego obecność w świecie cyfrowym. Jak zauważa Byung-Chul Han, prowadzi to do redukcji wymiaru historycznego doświadczenia. Życie cyfrowe rozgrywa się w nieustannym „tu i teraz”, zdominowanym przez natychmiastowość i nadmiar informacji. W efekcie, uczestnictwo w kulturze przyjmuje formę procesualną i fragmentaryczną, pozbawioną stabilnych ram wspólnotowych. Człowiek gatunku *phono sapiens* staje się jednocześnie konsumentem i współtwórcą treści, lecz jego aktywność podporządkowana jest algorytmicznej logice platform. Ta sytuacja rodzi fundamentalne pytania o ciągłość kulturową, o możliwość zachowania pamięci i tradycji oraz o konsekwencje społeczne uczestnictwa zredukowanego do wymiany informacji, coraz częściej zastępującej wiedzę i rozumienie świata. Ewolucja ku *Homo Digitalis* oznacza konieczność nieustannego balansowania między życiem offline i online, przy czym to właśnie wymiar cyfrowy coraz silniej determinuje styl życia i sposoby uczestnictwa w kulturze.

Tym samym, wyniki niniejszej pracy wskazują na fundamentalne przeobrażenie relacji między awansem społecznym, zawodowym i kulturowym. Kultura przestaje pełnić funkcję dystynkcyjną i hierarchiczną, a jej kluczowym wymiarem jest kapitał cyfrowy. Wraz z nim pojawiają się nowe wyzwania i pytania o rolę jednostki w kulturze, w której algorytmy coraz częściej zastępują instytucje i wspólnoty.

Nie można jednak pominąć faktu, że rozwój platform cyfrowych, dużych modeli językowych i algorytmów odbywa się w tempie niezwykle dynamicznym i nierzadko wyprzedza refleksję społeczną czy prawną. Są to procesy o dużym stopniu złożoności, które nie mogą być pozostawione wyłącznie specjalistom technologicznym. Wymagają one wieloaspektowego monitorowania z udziałem socjologów, psychologów i filozofów. Podczas wprowadzania nowych rozwiązań technologicznych konieczna jest także debata pod kątem etyki i rozpatrywania nad korzyściami i konsekwencjami dla społeczeństwa. Szczególnie w odniesieniu do uczestnictwa w kulturze niezbędna jest pogłębiona debata, obejmująca pytania o jakość treści, ochronę dziedzictwa oraz przyszłość instytucji kultury w świecie zdominowanym przez nadprodukcję i przyspieszenie komunikacyjne. Nadmiar treści sprawia bowiem, że jakość i ciągłość kultury ulega rozmyciu.

Z przeprowadzonych badań wyłania się także obraz kultury współczesnej jako przestrzeni pełnej sprzeczności. Obserwujemy rosnącą popularność kultury samorozwoju i szybkości. Ludzie nie mają czasu na tradycyjne lektury, sięgają więc po audiobooki czy krótkie formy

cyfrowe, a jednocześnie poświęcają długie godziny aktywności na smartfonach. To rzeczywistość charakteryzująca się napięciem między deklarowaną potrzebą efektywności a faktycznym rozproszeniem uwagi. Jest to czas pełen nieścisłości, w którym trudno się odnaleźć, co tym bardziej wymaga krytycznej refleksji socjologicznej.

Efektom rekonstrukcji badań są m.in. powyższe refleksje nad funkcjonowaniem współczesnego społeczeństwa i rolą technologii w każdej dziedzinie życia. Dlatego też, ponowne rozpatrywanie problemów badawczych na gruncie współczesnych przemian niezwykle poszerza perspektywę socjologiczną. Pozwala uchwycić obecny obraz społeczeństwa przez pryzmat wielu zmian.

Przeprowadzone badania pozwoliły zrealizować postawione cele oraz udzielić odpowiedzi na kluczowe pytania badawcze dotyczące relacji między awansem społecznym, zawodowym i kulturalnym w warunkach współczesnego, silnie zdigitalizowanego świata. Po pierwsze, udało się uchwycić fakt, że uczestnictwo w kulturze w coraz mniejszym stopniu pozostaje związane z miejscem jednostki w strukturze społeczno-zawodowej. Potwierdzona została hipoteza mówiąca, że kultura traci funkcję tradycyjnego wyznacznika pozycji społecznej. Zamiast tego staje się dobrem powszechnym, dostępnym dla wszystkich, niezależnie od wykształcenia, zawodu czy statusu materialnego. Po drugie, badania pokazały, że wskaźniki awansu społecznego są coraz bardziej zakorzenione w kompetencjach cyfrowe i komunikacyjnych, które można traktować jako nową formę kapitału - kapitału cyfrowego. Po trzecie, analiza materiału empirycznego wskazała, że praca w korporacji nie jest jednoznacznym wyznacznikiem awansu społecznego, lecz raczej redefiniuje jego rozumienie. Formalne struktury i język korporacyjny wpływają na poczucie prestiżu, ale nie gwarantują awansu. W środowiskach bardziej elastycznych, takich jak start-upy, z kolei obserwuje się mniejsze przywiązanie do samego pojęcia awansu. Po czwarte, stwierdzono, że awans zawodowy nie pozostaje w prostej zależności z awansem kulturalnym. O preferencjach kulturalnych decydują raczej specyfika branży i indywidualne predyspozycje niż pozycja zawodowa. Uczestnictwo w kulturze przyjmuje obecnie charakter zindywidualizowany, w dużej mierze kształtowany przez algorytmy rekomendacyjne platform cyfrowych. Istotnym założeniem pracy jest również ukazanie, że media społecznościowe i nowe technologie zmieniają nie tylko sposoby uczestnictwa w kulturze, lecz także same kryteria awansu. O ile dawniej kluczową rolę odgrywała znajomość kanonu i określone kompetencje kulturowe, o tyle dziś większe znaczenie mają sprawność w poruszaniu się w środowisku cyfrowym, umiejętność selekcji treści oraz krytyczny dystans wobec nadmiaru informacji. Końcowa konkluzja płynąca z przeprowadzonych badań podkreśla, że współczesne uczestnictwo w kulturze nie buduje już trwałych wspólnot i nie wyznacza jasno tożsamości grupowej. Zyskuje ono natomiast wymiar indywidualny, uwarunkowany przez technologie cyfrowe, które jednocześnie demokratyzują dostęp do kultury i modyfikują tradycyjne formy dystynkcji społecznej. Wyniki te mogą stanowić istotny punkt odniesienia w dalszych analizach procesów

kulturowych zachodzących w środowiskach zawodowych i społecznych młodych pracowników umysłowych.

Zdecydowaną trudnością w badaniu było osadzenie schematu badania Zbigniewa Bokszańskiego w dzisiejszej rzeczywistości i przenieść ówczesne kategorie na współczesną sytuację społeczno-technologiczną. Mimo tych ograniczeń rekonstrukcja okazała się cennym narzędziem, które pozwoliło nie tylko unaocznić skalę przemian, ale także potwierdziło aktualność klasycznych teorii socjologicznych. Weryfikacja ich użyteczności we współczesnych warunkach pokazuje, że mogą one wciąż stanowić istotny punkt odniesienia w analizie procesów społecznych. Przeprowadzone badania wskazały na fundamentalne przeobrażenia w obszarze awansu kulturalnego i uczestnictwa w kulturze, które dziś w coraz większym stopniu determinowane są przez technologie cyfrowe. Jednocześnie otworzyły także przestrzeń do dalszej refleksji nad tym, jak w warunkach cyfryzacji możliwe jest zachowanie jakości doświadczeń kulturowych czy ochrona dziedzictwa. Wymaga to podejścia interdyscyplinarnego, łączącego perspektywy socjologiczne, kulturoznawcze i technologiczne, aby lepiej uchwycić dynamikę przemian zachodzących na styku kultury i technologii.

Bibliografia

Książki

Anderson, B., *Wspólnoty wyobrażone. Rozważania o źródłach i rozprzestrzenianiu się nacjonalizmu*, Wydawnictwo Znak, Kraków, 1997.

Bauman, Z., *Płynna nowoczesność*, Wydawnictwo Literackie, Kraków, 2006.

Biernacka, M., *Człowiek korporacji. Od normatywizmu do afirmacji własnego Ja*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa, 2009.

Bigaj, M., Ciesiołkiewicz, K., Mikulski, K., Miotk, A., Przewłocka, J., Rosa, M., Załęska, A., *Internet dzieci. Raport z monitoringu obecności dzieci i młodzieży w internecie*, Fundacja „Instytut Cyfrowego Obywatelstwa” oraz Państwowa Komisja do spraw przeciwdziałania wykorzystaniu seksualnemu małoletnich poniżej lat 15, Warszawa, 2025.

Bigaj, M. (red.), Woynarowska, M. (red.), Ciesiołkiewicz, K., Klimowicz, M., Panczyk, M., *Higiena cyfrowa dorosłych użytkowników i użytkowników internetu w Polsce*, Wydawnictwo Newline, Warszawa, 2023.

Bokszański, Z., *Młodzi robotnicy a awans kulturalny*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa, 1976.

Bokszański, Z., *Tożsamości zbiorowe*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 2005.

Bourdieu, P., *Dystynkcja. Społeczna krytyka władzy sądenia*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, 2005.

Bourdieu, P., *Dystynkcja. Społeczna krytyka władzy sądenia*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa, 2022.

Castells, M., *Społeczeństwo sieci*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 2007.

Chałasiński, J., *Drogi awansu społecznego robotnika*, Ludowa Spółdzielnia Wydawnicza, Warszawa, 1979.

Doktór, K., *Przedsiębiorstwo przemysłowe. Studium socjologiczne Zakładów Przemysłu Metalowego “H. Cegielski”*, Książka i Wiedza, Warszawa, 1964.

- Floridi, L., *The Onlife Manifesto: Being Human in a Hyperconnected Era*, Springer Nature, 2015.
- Foucault, M., *Nadzorować i karać. Narodziny więzienia*, Wydawnictwo Aletheia, Warszawa, 1997.
- Fromm, E., *Ucieczka od wolności*, Vis-a-Vis Etudia, 2021.
- Geertz, C., *The Interpretation of Cultures*, Basic Books, New York, 1973.
- Głowacki, A., Skrzypińska, A., *Aktywność kulturalna Polaków*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa, 2024.
- Han, B. C., *Spoleczeństwo zmęczenia i inne eseje*, Wydawnictwo Krytyki Politycznej, Warszawa, 2022.
- Harari, Y., *21 lekcji na XXI wiek*, Wydawnictwo Literackie, 2021.
- Jenkins, H., *Netflix's geek-chic. How one company leveraged its big data to change the entertainment industry*, Jump Cut, 2016 (cyt. za: Bomba, 2019).
- Kreft, J., *Władza platform. Za fasadą Google, Facebooka i Spotify*, Universitas, Politechnika Gdańska, 2022.
- Kłoskowska, A., *Spoleczne ramy kultury*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 1972.
- Kłoskowska, A., *Kultura masowa: krytyka i obrona*, PWN, Warszawa, 1981.
- Levinson, P., *Nowe nowe media*, Wydawnictwo WAM, Kraków, 2010.
- Loewe, I., *Język w mediach cyfrowych*, Polska Akademia Nauk, 2020.
- Makimoto, T., Manners, D., *Digital Nomad*, Wiley, 2007.
- Malinowski, B., *A Scientific Theory of Culture and Other Essays*, University of North Carolina Press, Chapel Hill, 1944.
- Manovich, L., *Język nowych mediów*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa, 2006.

- McLuhan, M., *Zrozumieć media. Przedłużenia człowieka*, WAiF, Warszawa, 2001.
- McQuail, D., *Teoria komunikowania masowego*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 2007.
- Napoli, P., *Audience Evolution: New Technologies and the Transformation of Media Audiences*, Columbia University Press, Nowy Jork, 2011.
- Napoli, P., *Social Media and the Public Interest: Media Regulation in the Disinformation Age*, Columbia University Press, 2019.
- Parsons, T., *The Social System*, Free Press, Glencoe, 1951.
- Pariser, E., *The Filter Bubble: What the Internet is Hiding from You*, Penguin Books, Londyn, 2011.
- Sorokin, P., *Ruchliwość Społeczna*, Wydawnictwo IFiS PAN, Warszawa, 2009.
- Srnicek, N., *Platform Capitalism*, Polity Press, 2017.
- Szacki, J., *Historia myśli socjologicznej*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 2006.
- Szczepański, J., *Elementarne pojęcia socjologii*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 1970
- Świątkiewicz, W., *Integracja kulturowa i jej społeczne uwarunkowania*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice, 1987.
- Świątkiewicz, W., *Kapitał kulturowy a zagadnienie integracji społecznej*, w: Barska A., Michalczyk T., Szczepański M.S., (red.), *Ku integracji rozwoju człowieka i społeczeństwa*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Van Dijk, J., *Społeczne aspekty nowych mediów*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 2010.
- Van Dijk, J., *The Network Society. Social Aspects of New Media*, Sage, Londyn, 2012.
- Van Dijk, J., *The digital divide*, Polity Press, 2019.

Wójcicka, M., *Mem internetowy jako multimodalny gatunek pamięci zbiorowej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin, 2019.

Znaniński, F., *Socjologia wychowania, t. 1: Wychowujące społeczeństwo*, PWN, Warszawa, 1973.

Znaniński, F., *Relacje społeczne i role społeczne*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 2011.

Zuboff, S., *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*, PublicAffairs, 2019.

Żarnowski, J., *Spółeczeństwo Polski międzywojennej*, Wiedza Powszechna, Warszawa, 1969.

Artykuły

Adamowicz, K., Jurczyk, M., *Higiena cyfrowa – wybrane sposoby i narzędzia do zarządzania czasem w przestrzeni wirtualnej przez uczniów i osoby aktywne zawodowo*, *Wychowanie w Rodzinie* 30(1), 2023, s. 111–123.

Ahmadi, A., *ChatGPT: Exploring the Threats and Opportunities of Artificial Intelligence in the Age of Chatbots*, *Asian Journal of Computer Science and Technology* 12(1), 2023, s. 25–30.

Aluchna, M., Honig, B., Kamiński, B., *Glass ceiling or glass cliff: an examination of the role of female board members on market performance in Poland*, *Post-Communist Economies*, 35(8), 2023, s. 926–950.

Annaki, F., Ouassou, S., Igamane, S., *Visibility and Influence in Digital Social Relations: Towards a New Symbolic Capital?*, *African Scientific Journal*, 2025.

Bender, E. M., Gebru, T., McMillan-Major, A., Mitchell, M., *On the Dangers of Stochastic Parrots: Can Language Models Be Too Big?*, *Proceedings of the 2021 ACM Conference on Fairness, Accountability, and Transparency (FAccT '21)*, 2021.

Bhatnagar, S., *Information Technology and Development: Foundation and Key Issues*, w: *Information and Communication Technology in Rural Development*, s. 1–9.

- Bokszkański, Z., *Teoria i socjologia kultury Antoniny Kłoskowskiej, Kultura i Społeczeństwo*, 3, 2006, s. 195–196.
- Bomba, R., *Sztuka algorytmów. Algorytmy w sztuce, Kultura Współczesna* 1(104), 2019, s. 156.
- Bouskill, K., *Wystąpienie: The unforeseen consequences of a fast-paced world, TEDTalk*, 2025.
- Burbach, L., Halatchliyski, I., Pesch, T., *Opinion dynamics and information dissemination in online social networks, Journal of Artificial Societies and Social Simulation*, 23(3), 2020.
- Cichosz, M., *Kształtowanie polskiego systemu oświaty (lata 1960–1973) w kontekście założeń realnego socjalizmu, Polska Myśl Pedagogiczna* 6, 2020.
- Couldry, N., Mejias, U. A., *The Costs of Connection: How Data Is Colonizing Human Life and Appropriating It for Capitalism*, Stanford University Press, 2019 (monografia, ale zostawiam jeśli traktujesz jako źródło naukowe w tej grupie).
- Ćwiertniak, R., *Optymalizacja SEO w e-commerce: kluczowe czynniki i ich rola w skutecznym marketingu treści, Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Ekonomii i Informatyki w Krakowie*, 2023, s. 14–15.
- Dastin, J., *Insight – Amazon scraps secret AI recruiting tool that showed bias against women*, 2018.
- Duffy, B. E., Poell, T., Nieborg, D. B., *Platform Practices in the Cultural Industries: Creativity, Labor, and Citizenship, Social Media + Society* 5(4), 2019, s. 2.
- Fedorowicz, A., *Jak wpływają na nas gigabajty danych, które pochłaniamy każdego dnia?*, 2025.
- Flasiński, K., *Algorytmy i big data w mediach i dziennikarstwie prasowym, Rozprawy i Studia* 1233, Uniwersytet Szczeciński, 2021, s. 22.
- Flick, U., *Projektowanie badania jakościowego. Niezbędnik badacza*, Wydawnictwo Naukowe PWN, 2010.
- Fraser, M., *Techpresso Cafe*, podcast, odc. 31.

- Gannon, B., Roberts, J., *Social Capital: exploring the theory and empirical divide*, *Empirical Economics*, 2020.
- Hermann, M., Pentek, T., Otto, B., *Design Principles for Industrie 4.0 Scenarios*, Working Paper nr 01/2015, TU Dortmund.
- Iwasiński, Ł., *Spółeczeństwo konsumpcyjne w ujęciu Zbigniewa Baumana*, *Kultura i Spółeczeństwo*, 4, 2015.
- Jenkins, T., *Netflix's geek-chic. How one company leveraged its big data to change the entertainment industry*, *Jump Cut. A Review of Contemporary Media* 57, 2016.
- Kellner, D. M., Share, J., *Critical Media Literacy: Crucial Policy Choices for a Twenty-First-Century Democracy*, *Policy Futures in Education*, 5(1), 2007, s. 59–69.
- Kistelski, K., *Problem błędów ankieterskich w wywiadzie kwestionariuszowym w socjologii. Próba klasyfikacji*, w: Gostkowski, Z. (red.), *Z metodologii i metodyki badań empirycznych*, z. 7, Warszawa, 1982.
- Kollár, B., Neumann, L., *Precarization via digitalization? Work arrangements in the on-demand platform economy in Hungary and Slovakia*, Friedrich-Ebert-Stiftung, 2021.
- Konovalova, E., Mens, G. L., Scholl, N., *Social media feedback and extreme opinion expression*, *PLoS ONE* 18(11): e0293805, 2023.
- Magaudda, P., Solaroli, M., *Platform Studies and Digital Cultural Industries*, *Sociologica* 14(3), 2020, s. 270.
- Majorek, M., Wojniak, J., *Memetyzacja komunikowania politycznego u progu XXI w.*, *Państwo i Spółeczeństwo* 1, 2012, s. 73–83.
- Malinowski, E., *Architektura PRL: Dziedzictwo i Wpływ na Współczesne Budownictwo*, 2025.
- Marres, N., *For a Situational Analytics: A Sociology of Devices in the Digital Age*, *Big Data & Society* 7(2), 2020.
- Matuchniak-Krasuska, A., *Wiedza o kulturze a kapitał społeczny. Refleksje socjologa*, 2024.
- Montag, C., Diefenbag, S., *Towards Homo Digitalis: Important Research Issues for Psychology and the Neurosciences at the Dawn of the Internet of Things and the Digital*

Society, Sustainability 10(2), 2018.

Moore, W. E., *Industrialization and social change*, w: Hoselitz, H., Moore, W. E., *Industrialization and Labor: Social Aspects of Economic Development*, 1960.

Molesztak, A., *W kręgu rozważań o uczestnictwie w kulturze*, w: *Twórczość pedagogicznie kształtowana*, s. 285–302.

Nicollucci, F., Felicetti, A., *Digital Twin Sensors in Cultural Heritage Ontology Applications*, *Sensors* 24(12), 2024, s. 39–78.

Orczyk, J., *Indywidualizacja i elastyczność. Nowa cywilizacja pracy?*, *Polityka Społeczna* 44(8), 2017, s. 3–9.

Paino, M., Renzulli, L. A., *Digital Dimension of Cultural Capital: The (In)Visible Advantages for Students Who Exhibit Computer Skills*, *Sociology of Education* 86(2), 2012, s. 125.

Paleczny, T., *Modele pluralizmu kulturowego w procesach globalizacji*, 2019.

Pavlik, J. V., *Innovation and the Future of Journalism*, *Digital Journalism* 1(2), 2013.

Peterson, R. A., Kern, R. M., *Changing Highbrow Taste: From Snob to Omnivore*, *American Sociological Review* 61(5), 1996, s. 900–907.

Peterson, R., *Understanding audience segmentation*, 1990.

Piasny, J., *Rozwój socjalistycznej koncepcji podziału i jej wpływ na egalitaryzację społeczeństwa*, *Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny* 42(1), 1980, s. 106–108.

Prensky, M., *Digital natives, digital immigrants – Part 1*, *On the Horizon* 9(5), 2001, s. 1–6.

Rodat, S., *Active audience: Media use for social gratifications*, w: Stănescu, G. C. (red.), *New Tough Challenges in the Social Sciences*, SITECH Publishing House, Craiova, 2023, s. 20.

Sapienza, Z., Iyer, N., Veenstra, A. S., *Reading Lasswell's Model of Communication Backward: Three Scholarly Misconceptions*, *Mass Communication and Society* 18(5), 2015, s. 599–622.

Sołoma, L., *Metody i techniki badań socjologicznych. Wybrane zagadnienia*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Pedagogicznej, Olsztyn, 1995.

Striphas, T., *Algorithmic culture*, *European Journal of Cultural Studies* 18(4–5), 2015, s. 407.

Studnicki, E., Czerwiec, K., *Tożsamość kulturowa i uczestnictwo w kulturze młodych dorosłych a media społecznościowe*, *Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis, Studia ad Bibliothecarum Scientiam Pertinentia* 22, 2024, s. 433.

Studnicki, E., Czerwiec, K., *Tożsamość kulturowa studentów a media społecznościowe – badania pilotażowe*, *Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis*, 2025, s. 42.

Sztompka, P., *Kompetencje cywilizacyjne*, *Dialog: Pismo Dialogu Społecznego* 2, 2010, s. 77–90.

Świątkiewicz, W., *Kapitał kulturowy a zagadnienie integracji społecznej*, w: Barska, A., Michalczyk, T., Szczepański, M. S. (red.), *Ku integracji rozwoju człowieka i społeczeństwa*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, s. 100.

Tadeusiewicz, R., *Smog Informacyjny*, *Prace Komisji Zagrożeń Cywilizacyjnych* 2, PAU, 1999, s. 99–100.

Tirocci, S., *Generation Z, values, and media: from influencers to BeReal, between visibility and authenticity*, *Frontiers in Sociology*, 2024.

Tiwari, S., Lane, M., Alam, K., *Does Broadband Connectivity and Social networking sites build and maintain social capital in rural communities?*, *Australasian Conference on Information Systems*, Adelaide, 2015.

Totleben, B., Domagała, W., *Efekt szklanego sufitu w radach nadzorczych i zarządach polskich spółek akcyjnych*, *Kwartalnik Nauk o Przedsiębiorstwie* 2, 2024, s. 86.

Urbanek, M., *Fetyszystyczny wymiar samorozwoju (zarys problematyki)*, *Analiza i Egzystencja* 60, 2022, s. 128–130.

Verwiebe, R., Hagemann, S., *Bourdieu revisited: new forms of digital capital – emergence, reproduction, inequality of distribution*, *Information, Communication, Society*, 2024, s. 15.

Wróblewski, M., *Netflix, Rotten Tomatoes i Wszystkożercy kulturowi. Kwantyfikacja kultury w dobie Big Data*, *Kultura Współczesna* 1(104), 2019, s. 123–126.

Wysocka, M., *Wpływ specjalnych stref ekonomicznych na poziom zatrudnienia w Polsce*, *Studia Prawno-Ekonomiczne* 107, 2018, s. 373–388.

Yeganeh, H., *A Review of “Globalization And Culture: Global MéLange”*, *Journal of International Consumer Marketing*, 2012.

Zagórski, K., *Przedmowa*, w: Domański, H., *O ruchliwości społecznej w Polsce*, IFiS PAN, 2004.

Zelen, K., *Key Performance Indicator as a type of performance measurement. Analysis of a chosen enterprise*, *Acta Universitatis Nicolai Copernici, Zarządzanie* 45(1), 2018, s. 128.

Źródła online

Archiwum Państwowe w Piotrkowie Trybunalskim, [online], dostęp: 22.08.2025.

Badanie Założycielskiego Krajowego Instytutu Mediów, *Usługi medialne i infrastruktura do ich odbioru w roku 2024. Gospodarstwa domowe*, [online], dostęp: 20.08.2025.

Bouskill, K., *The unforeseen consequences of a fast-paced world*, *TEDTalk*, [online], dostęp: 21.07.2025.

Chustecki, J., *W tych krajach TikTok jest zakazany częściowo lub całkowicie. W USA zaczyna się burza*, [online], dostęp: 22.08.2025.

Czy dzieła NFT podbiją rynek sztuki?, [online], dostęp: 15.08.2025.

Data Never Sleeps 12.0, [online], dostęp: 21.07.2025.

Dastin, J., *Insight – Amazon scraps secret AI recruiting tool that showed bias against women*, [online], dostęp: 10.07.2025.

Flak, Ł., *Rzeczywistość cyfrowego panoptikonu – społeczeństwo cichego przyzwolenia*, [online], dostęp: 17.07.2025.

Głowacki, A., Skrzypińska, A., *Aktywność kulturalna Polaków*, NCK, Warszawa, 2024, [online], dostęp: 15.08.2025.

Instytut Kultury Miejskiej, *Kulturalna hierarchia Nowe dystynkcje i powinności w kulturze a stratyfikacja społeczna*, Gdańsk, 2016, [online] dostęp: 25.09.2025 r.

Instytut Pamięci Narodowej, [online], dostęp: 20.08.2025.

Kemp, S., *Digital 2024: Poland*, [online], dostęp: 02.03.2024.

Konik, R., *Najnowsze nowe media i stare nowe media. Spór o definicję nowych mediów*, *Dyskurs* 22, 2016, [online], dostęp: 14.08.2025.

Kuśmierek, M., *Czy muzyka robiona przez AI powinna być oznaczana?*, [online], dostęp: 17.07.2025.

LiveCareer, *Zmiana pracy oczami Polaków. Badanie 2024*, [online], dostęp: 20.08.2025.

Maj, M., *Nie wynagrodzenie i nie benefity. Co najbardziej cenią sobie polscy pracownicy?*, Akademia ESG, [online], dostęp: 22.08.2025.

Malinowski, E., *Architektura PRL: Dziedzictwo i Wpływ na Współczesne Budownictwo*, [online], dostęp: 20.08.2025.

Nadolski, K., *Dane z tego wieku, mądrość z poprzedniego. O skutkach przebudzowania*, [online], dostęp: 13.08.2025.

Polski Instytut Sztuki Filmowej, *Segmentacja widzów kina. Raport z 7. fali badania ilościowego, cz. 1 – kontakt z kulturą*, [online], dostęp: 20.09.2025.

Raport GUS, *Spoleczeństwo informacyjne w Polsce w 2024 r.*, [online], dostęp: 20.08.2025.

Raport Nadwyraz.com, Polszczyzna.pl, *Raport 50 najczęściej popełnianych błędów w internecie w 2023 roku*, [online], dostęp: 22.02.2024.

Raport Pew Research Center, *Social Media Use in 2018*, [online], 2018.

Raport Światowego Forum Ekonomicznego, *Defining Education 4.0: A Taxonomy for the Future of Learning*, Genewa,

Spis rysunków i tabel

Rys. 1. Linearny model komunikowania wg Lasswella	25
Rys. 2. Mem 1	67
Rys. 3. Mem 2	68
Rys. 4. Mem 3	69
Rys. 5. Uczestnictwo Polaków w wydarzeniach kulturalnych	85
Rys. 6. Uczestnictwo Polaków w wydarzeniach kulturalnych (cd.)	86
Rys. 7. Deklarowane motywacje aktywności kulturalnej	88
Rys. 8. Wartościowanie kultury	89
Rys. 9. Wartościowanie kultury z podziałem na wiek	90
Rys. 10. Czynniki awansu społecznego.....	107
Rys. 11. Płeć respondentów	122
Rys. 12. Wiek respondentów	123
Rys. 13. Wykształcenie respondentów	124
Rys. 14. Zdjęcie pogładowe biura korporacji	125
Rys. 15. Ogólna struktura pracownicza korporacji	126
Rys. 16. Struktura pracownicza biura.....	127
Rys. 17. Preferowana forma odbioru – książka	136
Rys. 18. Preferowana forma odbioru – film	137
Rys. 19. Preferowana forma odbioru – prasa	137
Rys. 20. Preferencje form odbioru z podziałem na branże – książki	138
Rys. 21. Preferencje form odbioru z podziałem na branże – film	139
Rys. 22. Preferencje form odbioru z podziałem na branże – prasa	140
Rys. 23. Sposób wyszukiwania informacji w sieci – literatura / sztuka / film	148
Rys. 24. Cyfrowe źródła informacji	150
Rys. 25. Średnia codzienna długość korzystania ze smartfona	156
Rys. 26. Przekrój demograficzny respondentów – płeć, wiek, wykształcenie, zawód.....	157
Rys. 27. Wykształcenie rodziców badanych	159
Rys. 28. Odsetek rodziców dbających o udział w kulturze	160
Rys. 29. Częstotliwość – kino	169
Rys. 30. Ocena poziomu ukulturalnienia – przestrzeń cyfrowa	165
Rys. 31. Ocena poziomu ukulturalnienia – zasoby tradycyjne	166
Rys. 32. Preferencje – książka	167
Rys. 33. Preferencje – film	167
Rys. 34. Źródło informacji	168
Rys. 35. Forma wyszukiwań treści	169
Rys. 36. Samoocena stopnia ukulturalnienia	170
Tab. 1. Punktowanie awansu kulturalnego młodych robotników.....	104
Tab. 2. Punktowanie awansu kulturalnego młodych pracowników umysłowych.....	106
Tab. 3. Punktowanie awansu kulturalnego młodych pracowników umysłowych.....	135
Tab. 4. Wypowiedzi respondentów na temat praktyk kulturalnych z dzieciństwa.....	161

Aneks

Kwestionariusz ankiety

link do ankiety: [online](#)



Section 1 of 16

Badanie sposobu uczestnictwa w kulturze

B *I* U ↻ ✕

Dziękuję za otworzenie ankiety! Będę bardzo wdzięczna za jej wypełnienie - zajmie najwyżej 10 minut. W mojej rozprawie doktorskiej próbuję zrekonstruować badanie sprzed 50 lat dotyczące uczestnictwa w kulturze. Proszę o pomoc w zrozumieniu co się zmieniło - jak dziś uczestniczymy w kulturze i czy internet nam w tym pomaga. Wiedz, że w ankiecie rozróżniam obcowanie z kulturą "osobiście" i w świecie cyfrowym, ale to nie jest podział na "dobre i złe". Udział w ankiecie jest anonimowy. Serdeczne dzięki!

Agata Zielińska - doktorantka Szkoły Doktorskiej w Uniwersytecie Śląskim w Katowicach, w dyscyplinie nauk socjologicznych. Rozprawę doktorską pt. **"Nowe media a kompetencje komunikacyjne i uczestnictwo w kulturze młodzieży pracującej. Studium socjologiczne w perspektywie porównawczej"** piszę z opieką merytoryczną prof. zw. dr hab. Wojciecha Świątkiewicza.

After section 1 Continue to next section ▼

Section 2 of 16

METRYCZKA



proszę o zaznaczenie odpowiedzi

Płeć

- Kobieta
- Mężczyzna
- inne

Wiek *

- 19 - 24
- 25 - 30
- 31 - 36
- 36 - 41
- 41+

Wykształcenie *

- średnie zawodowe / techniczne
- średnie ogólnokształcące
- zasadnicze zawodowe
- wyższe humanistyczne
- wyższe techniczno - inżynierskie
- wyższe matematyczno - przyrodnicze
- Other:

Proszę wpisać: rodzaj branży lub zawód lub nazwa stanowiska

Short answer text
.....

After section 3 Continue to next section

PREFERENCJE



W tej części poproszę o zaznaczenie jaką formę treści **preferujesz**, czyli którą z nich wybrałaś/wybrałbyś chętniej. Nie chodzi tu bynajmniej o częstotliwość wyboru.

Zaznacz proszę którą formę preferujesz (możesz zaznaczyć jedną odpowiedź lub żadną):

- Książka papierowa
- Audiobook / ebook

Zaznacz proszę którą formę preferujesz (możesz zaznaczyć jedną odpowiedź lub żadną):

- Seans w kinie
- Filmy na platformach streamingowych (np. Netflix, Max, Disney+ itp.)

Zaznacz proszę którą formę preferujesz (możesz zaznaczyć jedną odpowiedź lub żadną):

- Prasa papierowa
- Portale internetowe, elektroniczne wydanie prasy

Zaznacz proszę którą formę preferujesz (możesz zaznaczyć jedną odpowiedź lub żadną):

- Koncert na żywo bądź odtwarzacz (CD, gramofon itp.)
- Koncerty online, słuchanie muzyki w aplikacji

KANAŁY



W tej części proszę o zaznaczenie **w jakich miejscach** **tudzież przez jakie kanały** odbierasz poszczególne kategorie treści:

[<- przesun tabelę w lewo] Możesz zaznaczyć wiele odpowiedzi lub żadną.

	media spo...	portale int...	YouTube / ...	blogi	cyfrowe w...	książki i pr...	instytucje i...
informacje...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
edukacja	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
kultura (w...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
hobbystyc...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

[<- przesun tabelę w lewo] Zaznacz proszę **w jaki sposób** docierasz do poszczególnych treści w przestrzeni cyfrowej. Możesz zaznaczyć wiele odpowiedzi lub żadną:

	wyszuka...	poleceni...	feed, wy...	AI/ chat ...	poleceni...	poleceni...	portale i...	zapisuję ...
literatura	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
sztuka	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
film	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
muzyka	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
słuchowi...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
inne	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

CZĘSTOTLIWOŚĆ



Description (optional)

Jak często chodzisz do kina?

- kilka razy w miesiącu
- kilka razy do roku
- raz na kilka lat
- nigdy nie byłam / nie byłem

Jak często chodzisz do teatru?

- kilka razy w miesiącu
- kilka razy do roku
- raz na kilka lat
- nigdy nie byłam / nie byłem

Jak często chodzisz na koncerty?

- kilka razy w miesiącu
- kilka razy do roku
- raz na kilka lat
- nigdy nie byłam / nie byłem

OCENA POZIOMU "UKULTURALNIENIA" ✕ ⋮

W tej, ostatniej już części, poproszę o Twoją ocenę:

Oceń swój poziom uczestnictwa w kulturze, gdzie:

- 1 = "w ogóle nie obcuje z kulturą"
- 2 = "jestem mało zorientowany/na"
- 3 = "nie wiem"
- 4 = "uczestniczę wystarczająco"
- 5 = "mam częsty kontakt z kulturą"

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Oceń, czy korzystanie jedynie z cyfrowych zasobów pozwala uczestniczyć w kulturze, gdzie:

- 1 = "zdecydowanie nie",
- 2 = "raczej nie",
- 3 = "nie wiem"
- 4 = "raczej tak",
- 5 = "zdecydowanie tak"

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

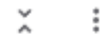
Oceń, czy korzystanie z tradycyjnych form, tj. kino, teatr, czy książki bez korzystania z cyfrowych zasobów i informacji jest obecnie wystarczające, by mieć pojęcie o kulturze i uczestniczyć w niej:

- 1 = "zdecydowanie nie",
- 2 = "raczej nie",
- 3 = "nie mam zdania",
- 4 = "raczej tak",
- 5 = "zdecydowanie tak"

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Section 8 of 16

Section title (optional)



Description (optional)

Na koniec, podziel się proszę kim z zawodu i wykształcenia są Twoi rodzice i czy masz wspomnienia z dzieciństwa związane z uczestnictwem w kulturze (jeśli tak, jakie to były formy?)

Long answer text

Jeśli masz dodatkowe uwagi bądź refleksje, wykorzystaj poniższe okienko:

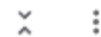
Long answer text

After section 8 Continue to next section



Section 9 of 16

Serdecznie dziękuję za poświęcony czas!



Description (optional)

Dyspozycje do wywiadu swobodnego

Część I Operacjonalizacja pojęcia *awans kulturalny*

Jak rozumiesz awans społeczny? Czym jest awans zawodowy? Czy w jakiś sposób wiążą się ze sobą?

Czy twoje praktyki kulturalne zależą od Twojej pozycji społecznej?

Pytania dopelniające:

Jak ważny jest dla Ciebie awans?

Czy dostrzegasz, że ma mniejsze lub większe szanse na awans społecznych? Czy to są konkretne warunki?

Co świadczy o awansie kulturowym? Jakbyś podzielił ludzi względem uczestnictwa w kulturze?

Czy poziom zarobków ma znaczenie?

Część II: Wspólnoty kulturowe

Jak wygląda Twój czas na kulturę? Czy traktujesz go jako rozrywkę, czy raczej jako coś, na co trzeba świadomie wygospodarować czas?

Pytania dopelniające:

Czy Twoja praca ma wpływ na Twoje wybory?

Czy w obrębie Twojego biura są inicjowane jakieś aktywności kulturalne?

Czy masz swoje autorytety w sieci?

Na ile faktycznie się nimi kierujesz, a na ile weryfikujesz ich treści?

Wybierając określone treści kulturalne, czy masz poczucie, że wpływa to na Twoje więzi społeczne?

Czy dzielisz w ten sposób zainteresowania z innymi, kształtujecie podobny styl życia?

Część III: Kompetencje

Jakie kompetencje są potrzebne, by uczestniczyć w kulturze w dobie nowych mediów i sztucznej inteligencji?

Pytania dopełniające:

Czy szczególne znaczenie mają np. kompetencje językowe w odbiorze kultury symbolicznej?

W jaki sposób uczestniczycie w kulturze - gdzie szukacie informacji?

Jak wybieracie treści kulturowe? Czy to efekt własnych wyborów, rekomendacji innych, czy może opierasz się na tym, co widnieje na głównej stronie mediów społecznościowych / platform?

Część IV: Obce i bliskie elementy kultury symbolicznej

Jakie treści kulturowe są Ci najbliższe, a po jakie rzadko sięgasz?

Pytania dopełniające:

Czy możesz skategoryzować swoje ulubione pozycje?

Czy są takie treści, których wcześniej nie wybrałaś, a dziś sięgasz po nie częściej?