

---

## RECENZJA

---

W. Jakubowski (red.), *Pedagogika kultury popularnej – teorie, metody i obszary badań*, Oficyna Wydawnicza Impuls, Kraków 2017, 350 s.

Kultura popularna w polskim dyskursie pedagogicznym nie doczekała się należytej jej uwagi. Choć od kilkunastu lat pojawia się, sukcesywnie, coraz więcej prac analizujących różne obszary kultury popularnej, to jednak trudno uznać, że jest to zagospodarowany teren badań. Nadal pokutuje niesprawiedliwy i błędny pogląd, że kultura popularna nie zasługuje na uwagę, ponieważ nie ma wartości – posiada jedynie walory rozrywkowe. Z tym wciąż żywym stereotypem, po raz kolejny, podejmuje polemikę Witold Jakubowski, redaktor książki *Pedagogika kultury popularnej – teorie, metody i obszary badań*. Razem z innymi autorami – pedagogami i pedagożkami reprezentującymi różne subdyscypliny pedagogiczne – próbuje obalić mit kultury popularnej jako tzw. kultury niskiej, a zatem niejakej i pospolitej, niepoważnej i niedojrzałej; kultury, która w porównaniu z kulturą wysoką, inaczej określaną jako elitarną (teatr, malarstwo, muzyka klasyczna), nie wymaga żadnych kompetencji kulturowych, a co ważniejsze, stanowi zagrożenie, nie tylko dla tożsamości kulturowej (narodowej, religijnej, czy lokalnej) odbiorców, ale również, ogólnie, dla kreatywności człowieka. W tej krytyce – jak po raz kolejny powtarza Jakubowski – pomija się bardzo ważny fakt, ten mianowicie, że kultura popularna stanowi codzienne środowisko życia współczesnego człowieka, szczególnie zaś, dzieci i młodzieży, wychowywanych na co dzień w kulturze obrazu, a zatem takiej, w której podstawowym medium jest obraz (Jakubowski 2011).

Kultura popularna jest konfiguracją wielu zmiennych elementów, a jej podstawową cechą stanowi powszechność. „Kultura ta jest więc przeznaczona dla wszystkich i dla każdego, cechują ją dostępność inicjacyjna i łatwość osiągnięcia komunikacyjnych kompetencji. Jest to kultura otwarta i – w pewnym sensie uniwersalna” (Dmitruk 1997: 197–198). Inną znaną cechą kultury popularnej jest jej paradoksalność. Choć odzwierciedla system dominacji w społeczeństwie – jest podatna na wpływy komercyjne i polityczne – to zarazem próbuje stawiać opór narzucanym wpływom. Paradoks polega na tym, że „sprzeciw wobec danego zjawiska musi koniecznie być wyrażany za jego pomocą” (Fiske 2010: 5). John Fiske – w sposób klarowny, a jednocześnie żartobliwy – tłumaczy ten rodzaj absurdalności popkultury na przykładzie dżinsów, pisze: „[...] pragnienie bycia sobą sprawia, iż człowiek ubiera się tak samo jak wszyscy” (tamże: 3).

Kulturę popularną cechują zatem liczne sprzeczności: „sprzeczność pociąga za sobą wyrażanie zarówno znaczeń dominacji, jak i podporządkowania, ulegania władzy i występowania przeciwko niej” (tamże: 5). Choć jest nastawiona na czerpanie zysków, produkcję i dystrybucję towarów – gadżetów (Godzic, Żakowski 2007), to jednak tworzą ją (żywi, prawdziwi) ludzie, którzy korzystając z dostarczanych im treści generują własną kulturę i wartości. Kultura ta zatem nie może być utożsamiana wyłącznie z konsumpcją towarów, bowiem bez względu na poziom jej uprzemysłowienia, jest ona żywym i czynnym procesem cyrkulacji znaczeń i zasobów. Źródłem tych znaczeń są przede wszystkim ludzie – ich doświadczenia, wartości, potrzeby itp. (Fiske 2010: 21)<sup>1</sup>. Dlatego też czynnik ludzki i bogactwo znaczeń kultury popularnej zaliczane być powinny do jej podstawowych wyróżników. Co więcej – jej polisemiczny charakter stwarza użytkownikom szansę na autokreację oraz ekspresję, a także na opór i kontr-praktyki w obrębie samego systemu popkultury.

Owe właściwości (sprzeczności i paradoksy) popkultury zostały szeroko omówione w recenzowanej tu książce *Pedagogika kultury popularnej – teorie, metody i obszary badań*. Zebrani autorzy przyglądają się różnym fenomenom popkultury (film, muzyka, media, w tym przede wszystkim Internet) z uwzględnieniem specyfiki odbiorców – podziału na grupy wiekowe i inne cechy socjologiczno-demograficzne (płeć/gender, niepełnosprawność, miejsce zamieszkania) oraz problematyki pedagogicznej: edukacji i socjalizacji. Zastanawiają się nad tożsa-

---

<sup>1</sup> Tym, co odróżnia kulturę popularną od masowej – zdaniem Fiskego – jest pojęcie „bezsilnej masy”. Kultura masowa wiąże się z bierną, bezradną i nieświadomą swego położenia masą ludzką, zdominowaną, ubezwłasnowolnioną i podporządkowaną systemowi dominacji i władzy. Natomiast kultura popularna – choć to również kultura ludzi pozbawionych władzy – jest polem walki.

mością współczesnego człowieka, konstruowaną w kontakcie z popkulturą. Interesują ich nie tylko oferowane przez kulturę popularną wytwory/produkty (seriale, idole, filmy animowane, gadżety), ale również sposoby ich wykorzystywania i nadawania im znaczeń przez użytkowników. Kultura popularna – jak zauważa Jakubowski – otwiera przed odbiorcą świat intertekstualności, w którym obrazy, dźwięki i przestrzenne konstrukcje są odczytywane dzięki i przez wzajemne powiązania. Film, telewizja, reklama oraz środowisko miejskie mogą być czytane jako tekst” (Jakubowski 2017: 9).

Postrzeganie kultury popularnej jako tekstu (zbioru tekstów) oznacza możliwość „czytania” (wczytywania się w każdy element) tej kultury. Z jej lektury wynika, że zawarty w niej opis, to relacja na temat współczesnego świata; tego, w którym człowiek uczy się wzorów zachowań, ról społecznych, czy też sposobów konstrukcji własnej biografii. To przestrzeń, w której zachodzą różnorodne procesy edukacyjne. „Ważne jest więc, by kultura popularna była traktowana jako prawomocny aspekt codziennego życia uczniów i rozpatrywana jako prymarna siła w kształtowaniu rozmaitych postaw podmiotowych przez nich przyjmowanych” (Jakubowski 2017: 10). Ponadto, jak postulują niektórzy pedagodzy (m.in. Zbyszko Melosik), powinna stać się częścią oficjalnego programu nauczania. Pytaniem zasadniczym w tym przypadku nie jest zatem, czy (w ogóle), ale *c z e g o* kultura popularna może nauczyć (również pedagogów).

Książka *Pedagogika kultury popularnej – teorie, metody i obszary badań* składa się z pięciu wyodrębnionych części, zachowując zasadę „od ogółu do szczegółu”. Pierwsza – „Pedagogika kultury popularnej w debacie teoretycznej i metodologicznej” – zawiera teksty przedstawiające teoretyczne oraz metodologiczne zaplecze badań pedagogicznych nad kulturą popularną. Wśród autorów są: Witold Jakubowski, Zbyszko Melosik, Dariusz Kubinowski i Martyna Pryszmont-Ciesielska. Z kolei artykuły wypełniające część drugą – „Kultura popularna jako przekaz edukacyjny i socjalizacyjny” – koncentrują się na ukazaniu edukacyjnego potencjału i zarazem socjalizacyjnych mechanizmów „działania” kultury popularnej. Wśród autorów są: Agnieszka Gromkowska-Melosik, Joanna Anioł, Oskar Szwabowski, Marta Kondracka-Szala i Marcin Michałak. Teksty zamieszczone w tej części, to między innymi: analiza zjawiska postfeminizmu oraz reprezentacji kobiecości w muzyce pop na przykładzie dwóch współczesnych piosenek (Gromkowska-Melosik 2017: 79–98), oraz dyskusja nad zjawiskiem Bratz – lalki, która w przeciwieństwie do Barbie, reprezentuje wizerunek niegrzecznej dziewczynki, a jej kobiece atrybuty (szerokie biodra, duży biust, wydęte usta, mocny makijaż) właściwie bardziej przypominają dorosłą kobietę niż dziewczynkę (Szwabowski 2017: 121–138).

Część trzecia książki – „Film jako medium edukacyjne” – dotyczy możliwości wykorzystania filmu w działaniach edukacyjnych. Autorzy tekstów w tej części – Joanna Golonka-Legut, Michał Brol i Agnieszka Skorupa, Alicja Mironiuk-Netreba oraz Ewelina Konieczna – omawiają m.in. zagadnienie wizerunku osób z niepełnosprawnością oraz kwestię obecności seniorów w popularnym kinie. Kolejną, czwartą część książki – „Kultura wizualna – obraz w badaniach i działaniach edukacyjnych” – tworzą z kolei artykuły o sposobach czytania fotografii. O (re)konstruowaniu portretu miasta na przykładzie śląskich fotonarracji, portretach cierpienia kobiet chorych na raka piersi oraz innych problemach związanych z fotografią jako ważnym elementem współczesnej kultury obrazu piszą: Wiesław Drobek i Ewa Dawidejt-Drobek, Justyna Pilarska, Emilia Mazurek, Mariusz Makowski.

Wreszcie ostatnia część – „Biografie w popkulturze – popkulturowe biografie” – poświęcona jest omówieniu wieloaspektowego zjawiska popkulturowych biografii. Przeczytać można m.in. o trajektorjach rozwoju (pop)tożsamości, kreacji biografii na Facebooku, czy też o tworzywie i kontekstach biografii sportowych. Wśród autorów są: Agnieszka Ogonowska, Magdalena Karkowska, Anna Ślósarz i Maria Szumera.

Lektura tekstów zebranych w tym zbiorze pokazuje przede wszystkim ogromny potencjał, edukacyjny oraz socjalizacyjny, fenomenów kultury popularnej. Ich rozpoznanie, a następnie badanie, nie jest sprawą łatwą. Dotyczy bowiem, zarówno treści, jak i kontekstów pozat treściowych<sup>2</sup>, podlegających nieustannym zmianom, wynikającym z charakteru współczesności (szybki rozwój nowych technologii oraz przekaz informacji).

Podsumowując, kultura popularna jest wszędzie; wypełnia codzienność, nie tylko młodych użytkowników mediów: „jest tak głęboko zakorzeniona w teraźniejszości, że stała się w pewnym sensie przezroczysta”, pisze Joanna Anioł (2017: 98). Stwierdzenie Anioł potwierdza wciąż aktualną opinię Wojciecha Burszty: „Kulturą popularną oddychamy, jak powietrzem i tak jak powietrze jest ona niewidzialna. [...] Każdy z nas jest w jakiś sposób pop” (2002: 9–11). Choć może jawić się jako infantylna, to dla pedagoga stanowi jeden z podstawowych obszarów działania społecznego, czego dowodzą *explicite* teksty zebrane w książce *Pedagogika kultury popularnej – teorie, metody i obszary badań*.

---

<sup>2</sup> Stefan Nowak pisze: „badanie kultury to badanie treści i pozat treściowych własności zarówno pojedynczych przekazów, jak i ich złożonych układów, jak wreszcie i całościowo pojętego systemu takich układów charakteryzujących zbiorowość, której kulturę badamy”.

Jej lektura z pewnością zachęci do dialogu z popkulturową rzeczywistością, w której funkcjonuje przecież i nastolatek, i sami pedagodzy.

Aneta Ostaszewska  
Uniwersytet Warszawski

## Bibliografia

- Anioł J. 2017. „Gorsza” i „lepsza” popkultura. O „kłopotliwych” obszarach kultury popularnej w perspektywie pedagogiki krytycznej, [w:] *Pedagogika kultury popularnej – teorie, metody i obszary badań*, red. W. Jakubowski, Oficyna Wydawnicza Impuls, Kraków, s. 97–120.
- Burszta W.J. 2002. NIKE – wybierz styl życia, „Polonistyka”, nr 1 (391), s. 9–10.
- Dmitruk K. 1997. Kultura popularna, [w:] *Słownik literatury popularnej*, red. T. Żabski, Wrocław, s. 197–198.
- Fiske J. 2010. *Zrozumieć kulturę popularną*, tłum. K. Sawicka, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
- Godzic W., Żakowski M. red. 2007. *Gadżety popkultury. Społeczne życie przedmiotów*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa.
- Gromkowska-Melosik A. 2017. *Lana Del Rey i Taylor Swift. Postfeminizm i reprezentacje kobiecości w muzyce pop*, [w:] *Pedagogika kultury popularnej – teorie, metody i obszary badań*, red. W. Jakubowski, Oficyna Wydawnicza Impuls, Kraków, s. 79–96.
- Jakubowski W. 2011. *Edukacja w świecie kultury popularnej*, Oficyna Wydawnicza Impuls, Kraków.
- Jakubowski W. 2017. *Wstęp*, [w:] *Pedagogika kultury popularnej – teorie, metody i obszary badań*, red. W. Jakubowski, Oficyna Wydawnicza Impuls, Kraków, s. 9–12.
- Nowak S. 1985. *Metodologia badań społecznych*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa.
- Szwabowski O. 2017. *Seks, dzieci i plastikowe lalki. Wokół sporu o laleczki Bratz*, [w:] *Pedagogika kultury popularnej – teorie, metody i obszary badań*, red. W. Jakubowski, Oficyna Wydawnicza Impuls, Kraków, s. 121–138.